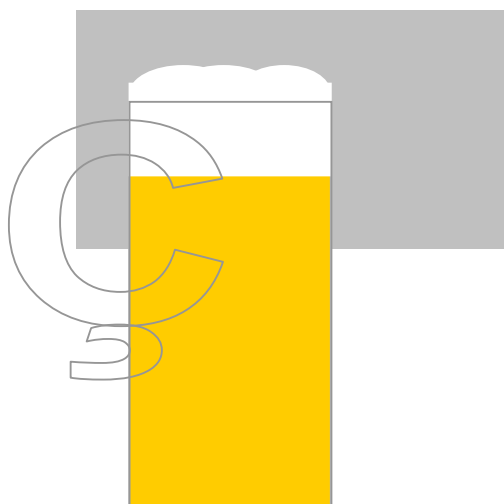


**PLATA
FORMA
PER LA
LLENGUA**

Plataforma per la
Llengua

Informe sobre la situació del català a les cerveses

*Anàlisi de la presència de les llengües
en l'etiquetatge de les cerveses
venudes a l'àrea metropolitana de
Barcelona. Juny 2007*



Barcelona, 2007

Índex

1. Introducció	2
2. Legislació lingüística en l'etiquetatge	4
3. Informes i estudis precedents sobre l'idioma en l'etiquetatge de les cerveses	5
4. Metodologia.....	7
5. Anàlisi segons les empreses cerveseres amb més concentració industrial a Catalunya (Principat)	9
6. Anàlisi de les cerveses de gran consum d'empreses catalanes... 	14
7. Anàlisi de les cerveses etiquetades en català	17
8. Conclusions.....	20

1. Introducció

Segons el darrer *Informe anual de la indústria i el consum agroalimentaris a Catalunya*, publicat per l'anterior Departament d'Agricultura, Ramaderia i Pesca (DARP, 2004), el sector cerveser a Catalunya és el que mostra un volum de vendes més important en relació a les xifres mostrades per comunitats autònomes de l'estat espanyol. Així, un 21,8% de les vendes es produeixen a Catalunya, i a continuació, més allunyades d'aquest percentatge, hi hauria Andalusia (16,6%) i Madrid (un 15,5%). La publicació també assenyala el creixement sostingut d'aquest sector, que en el cas del Principat és dels més alts, amb un 17,5% (per sobre hi ha Castella-Lleó i Múrcia). Per tant, la indústria cervesera no només és un sector en creixement continu, sinó que a Catalunya s'erigeix com un sector capdavanter en el conjunt de l'estat espanyol.

Així, aquest informe parteix no només de la necessitat de conèixer la situació actual dels usos lingüístics en l'etiquetatge d'aquests productes, sinó també d'una evidència des del punt de vista dels consumidors: i és que, segons el què s'extreu de l'Informe del DARP, el mercat català representa un potencial econòmic de primer ordre per aquesta indústria.

Concretament, aquest document se centra en l'anàlisi dels usos lingüístics en l'etiquetatge de les cerveses de gran consum (que es venen en superfícies de lliure servei) i de consum més restringit (de tipus artesanal, ecològic, etc) a l'àrea metropolitana de Barcelona. Cal dir que no és un estudi representatiu, sinó que es tracta d'una primera aproximació a l'anàlisi d'aquests usos. Així doncs, l'objectiu no és el de donar resultats exhaustius de la situació actual, sinó d'obtenir una visió general del comportament lingüístic de determinades empreses.

Així mateix, també ens interessava recollir informació de canvis que s'hagin pogut produir en aquest sector en relació al 2001, any en què la Plataforma per la Llengua també va realitzar un informe sobre la presència del català en les cerveses i que ens servirà per a traçar l'evolució d'aquests usos.

L'anàlisi d'aquest informe se centra en els criteris següents:

- a) **Anàlisi de les cerveses de les 3 empreses amb més concentració industrial a Catalunya i que més facturen a l'estat espanyol** segons la darrera publicació de l'Informe DARP¹.
- b) **Anàlisi de les cerveses de gran consum d'empreses catalanes** (s'exclouen les marques blanques).
- c) **Anàlisi de les cerveses etiquetades en català** (siguin o no de gran consum).

¹ *Informe anual de la indústria i el consum agroalimentaris a Catalunya, 2004*

2. Legislació lingüística en l'etiquetatge

El dret de rebre la informació en català està regulat per l'article 26.a del capítol IV sobre Drets lingüístics dels consumidors de la Llei 3/1993, de 5 de març, de l'Estatut del Consumidor, segons el qual **"Els consumidors tenen dret a rebre en català les informacions pertinents per al consum i l'ús dels béns, els productes i els serveis, i especialment les dades obligatòries relacionades directament amb la salvaguarda de llur salut i seguretat."**

Així mateix, l'article 34.3 de la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística preveu que el Govern de la Generalitat és el responsable de desplegar un reglament per regular l'etiquetatge en català: **"El Govern de la Generalitat ha de regular per reglament la informació a les persones consumidores i usuàries de sectors determinats, i l'etiquetatge i les instruccions d'ús dels productes industrials o comercials i que es distribueixen em l'àmbit territorial de Catalunya, d'una manera especial els dels productes alimentaris envasats, els perillosos i els tòxics, i també el tabac, per a garantir-hi la presència progressiva del català, seguint els principis d'aquesta Llei, de les normes de la Unió Europea i de la resta de l'ordenament jurídic"**

Tanmateix però, després de més de 9 anys d'haver-se aprovat la Llei de política lingüística i més de 13 anys de l'aprovació de l'Estatut del Consumidor, encara queda pendent per desenvolupar una normativa que reguli el deure d'etiquetar la totalitat dels productes en català.

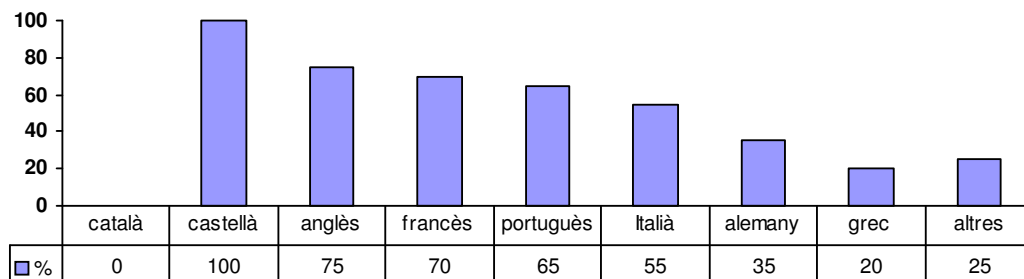
Només, i excepcionalment, hi ha un tipus de productes on sí que s'ha regulat aquesta obligatorietat: els productes de denominació d'origen, de qualitat i artesanals, pels qual cal aplicar el punt 2 de l'article 34 de la Llei de política lingüística.

3. Informes i estudis precedents sobre l'idioma en l'etiquetatge de les cerveses

L'informe "El català en l'etiquetatge de les cerveses a Catalunya, març 2001" realitzat per la Plataforma per la Llengua feia dos tipus d'anàlisis: un, sobre la presència de les llengües presents en l'etiquetatge dels productes, i l'altre segons el percentatge global d'ús de cada llengua, representatiu de l'espai que ocupa cada llengua sobre la suma total.

Els resultats referents a la presència de cada llengua en els productes de gran consum (sense incloure marques blanques), que podem veure en el **gràfic 1**, mostraven com el català tenia una presència nul·la en l'etiquetatge, que contrarestava amb la plena presència del castellà en tots els productes, és a dir el castellà era present en el 100% dels productes trobats. Així mateix, llengües com l'anglès, el francès, el portuguès o l'italià es trobaven en més de la meitat dels productes observats.

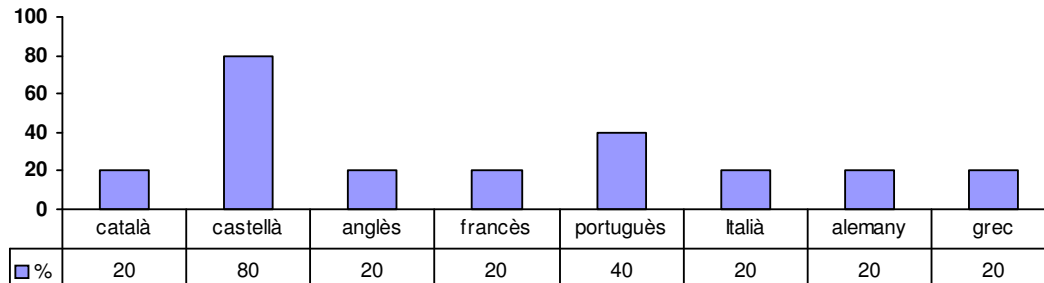
Gràfic 1. Presència de cada idioma en relació a la quantitat de productes analitzats sense incloure les marques blanques (en %), febrer 2001



Tanmateix, es produïa una situació força diferent en el cas de les marques blanques, tal i com es pot veure en el **gràfic 2**. De les 5 marques pròpies dels grups de distribució observades (El Corte Inglés, Carrefour, Caprabo, Dia i Condis), el 20% dels productes es trobaven en llengua catalana. Un percentatge que si bé era molt menor al que li corresponia tenint en compte la vitalitat de la llengua catalana i el seu rang d'oficialitat, indicava una tendència innovadora per part dels grups de distribució i més adaptada a les característiques del consumidor. Comparant-ho amb els resultats anteriors, aquest

augment del català es produïa paral·lelament a una disminució del castellà, i també, de la presència d'altres llengües internacionals com l'anglès, el francès o l'italià.

Gràfic 2. Presència de cada idioma en relació a les marques blanques analitzades (en %), febrer 2001



Posteriorment, el setembre del 2001, es va experimentar un canvi de tendència respecte a l'etiquetatge en català dels productes de gran consum. Els productes analitzats, sense tenir en compte les marques blanques, mostraven nous resultats: de cap producte etiquetat en català es va passar a un 10% dels productes de gran consum. En total, aquest nou estudi realitzat el setembre del 2001 recollia la presència de 3 productes etiquetats en català: Xibeca llauna de 33 cl, Xibeca ampolla 1 l i Cervesa Condís Pilsener.

4. Metodologia

3.1. Univers i elecció de la mostra

Els resultats que mostrarem a continuació de les observacions fetes corresponen a dos tipus de productes:

- a. Cerveses de gran consum presents en grans supermercats
- b. Cerveses venudes a Catalunya que actualment etiqueten en català, siguin o no productes de gran consum.

a) Pel que fa a les **cerveses de gran consum** que es mostren en aquest informe, corresponen a l'anàlisi de tots els productes trobats en dues grans superfícies de lliure servei. Tanmateix, s'han exclòs d'aquestes observacions:

- Les marques blanques, ja que s'hauria d'haver aplicat una metodologia que abastés un grup més ampli d'empreses distribuïdores per tal de recollir informació de totes les marques blanques.
- Les cerveses que tot i pertànyer a una empresa no duen la marca principal d'aquesta empresa (per exemple, Budweiser en el cas de Damm o Cruzcampo en el cas de Heineken).
- Les cerveses d'importació

b) Pel que fa a les **cerveses etiquetades en català**, hem recollit informació a través de la recerca pròpia, incloses les observacions en les superfícies de lliure servei, mitjançant la base de dades de l'Associació en Defensa de l'Etiquetatge en Català i, (tot i que la seu del grup Mahou-San Miguel es troba a Madrid), (tot i que la seu del grup Mahou-San Miguel es troba a Madrid), a partir de la campanya A taula en Català (www.plataforma-llengua.cat/campanyes o www.adec.cat/campanyes.html).

3.2. Treball de camp

El treball de camp pel que fa a l'anàlisi de les cerveses de gran consum en els supermercats s'ha realitzat durant el juny del 2007. Concretament, s'han trobat un total de **50 productes** (entenenent per producte cada envàs trobat d'una marca de cervesa) en dues grans superfícies de lliure servei (Esclat i El Corte Inglés). Així mateix, la llista de cerveses etiquetades en català de productes de gran consum, marques blanques i artesanals, seguint la recerca pròpia, suma un total de **36 productes**.

3.3 Indicadors

Hem anotat informació de la marca del producte, de la mida, del grup empresarial, i dels idiomes presents a l'etiqueta o, en els casos en què aquesta no és prou explícita per al potencial consumidor, presents al paquet d'envasos.

Cal dir que s'han anotat els idiomes presents en les dades bàsiques (ingredients, tipus de producte, ubicació) de l'etiquetatge, tot i que també hem recollit, com a informació complementària, els casos en què hi ha una/unes llengua/llengües majoritària/es en la informació complementària.

5. Anàlisi segons les empreses cerveseres amb més concentració industrial a Catalunya (Principat)

En aquest apartat hem analitzat les cerveses de les 3 empreses amb més concentració d'establiments industrials a Catalunya i que més facturen a l'estat espanyol, segons la darrera publicació de l' *Informe anual de la indústria i el consum agroalimentaris a Catalunya* (DARP, 2004): Heineken España, el grup Mahou-San Miguel i el grup Damm.

Tal i com hem anunciat a l'apartat de metodologia, només s'han analitzat aquells productes que porten la marca de l'empresa. Així, hem trobat 21 productes amb la marca Damm, 23 de Mahou-San Miguel (8 amb la marca Mahou i 15 amb la marca San Miguel) i 4 de Heineken España.

A la **taula 2**, que recull tots els productes observats segons els criteris esmentats (vegeu l'apartat de Metodologia), es pot veure que la marca original de Heineken España té menys diversitat de productes a Catalunya en relació a les marques Damm, Mahou i San Miguel. Val a dir que Heineken fa menys temps que es troba implantada en aquest territori, i a més, els productes que ven aquí són en gran part de marques adquirides d'altres empreses.

Pel que fa als usos lingüístics, totes tres empreses tenen productes amb un etiquetatge multilingüe, però destaca per sobre de tot l'empresa Mahou-San Miguel, que distribueix productes etiquetats en més de vint llengües.

Taula 2. Idiomes en les cerveses de Damm, Mahou-San Miguel i Heineken, 2007

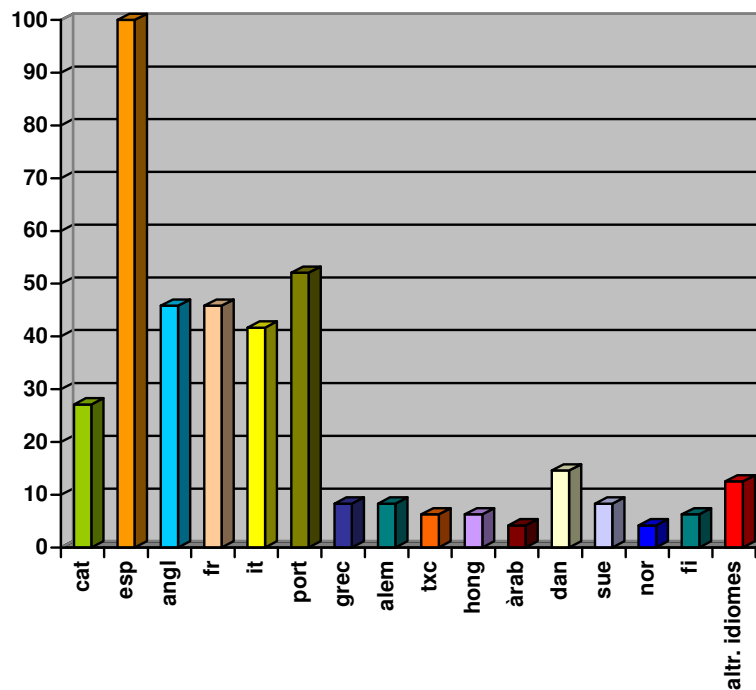
Grup	Producte	cat	esp	port	angl	fr	it	Altres idiomes
Damm	Estrella Damm ampolla 25 cl							
	Estrella Damm ampolla 33 cl.							
	Estrella per celíacs ampolla 25 cl							
	Estrella Damm llauna 33 cl							
	Estrella Damm llauna 50 cl.							
	Xibeca ampolla 25 cl							
	Xibeca llauna 33 cl.							

	Xibeca ampolla vidre 1 L.							
	Xibeca ampolla plàstic 1 L.							
	Voll Damm doble malta ampolla 25 cl							
	Voll Damm doble malta llauna 33 cl							
	Bock Damm ampolla 25 cl							
	Bock Damm llauna 33 cl							
	Damm Lemon ampolla 25 cl							
	Damm Lemon llauna 33 cl							
	Damm Lemon ampolla 1 L.							
	Free Damm ampolla 25 cl							
	Free Damm llauna 33 cl							
	Free Damm Lemon llauna 33 cl							
	Free Damm Manzana llauna 33 cl							
	A.K. Damm ampolla 33 cl.							
Mahou- San Miguel	San Miguel Especial ampolla 25 cl.							
	San Miguel Especial ampolla 1 L.							
	San Miguel Especial llauna 50 cl.							
	San Miguel Especial llauna 33 cl.							
	San Miguel Doble Malta ampolla 25 cl.							
	San Miguel Doble Malta ampolla 33 cl.							
	San Miguel 1516 llauna							
	San Miguel 1516 ampolla 25 cl.							
	San Miguel Nostrum ampolla 25 cl							
	San Miguel Nostrum llauna 33 cl.							
	San Miguel 0,0 llauna 33 cl							
	San Miguel 0,0 Manzana ampolla 25 cl							
	San Miguel 0,0 Manzana llauna 33 cl							
	San Miguel 0,0 com te sabor limón							
	San Miguel Eco 25 cl							
	Mahou Clasica llauna 33 cl							
	Mahou clasica ampolla 1 L.							
	Mahou 5 estrelles llauna 50 cl.							
	Mahou 5 estrelles llauna 33 cl.							
	Mahou 5 estrelles ampolla 25 cl.							
Mahou 5 estrelles ampolla 1 L.								
Mahou Negra ampolla 33 cl								
Mixta Shandy Mahou llauna 33 cl.								
Heineken	Heineken ampolla 33 cl.							
	Heineken llauna 33 cl							

	Heineken llauna 50 cl							
	Heineken barril 5 L.							

A continuació, mostrem un gràfic que ens aporta una visió global de la presència de les llengües observades en el conjunt dels productes.

Gràfic 3. Percentatge de cerveses en cada idioma fabricades per les tres primeres empreses en facturació a l'estat espanyol



Tenint en compte que aquests productes s'han observat a Catalunya, on el català és llengua pròpia i oficial, podem afirmar, a partir dels resultats observats al **gràfic 3**, que l'ús de la llengua catalana en l'etiquetatge resta lluny de ser normal, amb un 27% de presència en els productes observats. En canvi, l'espanyol, llengua oficial però no pròpia, apareix en la totalitat dels productes trobats d'aquestes tres empreses. També destaca el fet que trobem més de la meitat dels productes (un 52%) en portuguès: d'aquesta manera, es produeix la paradoxa que un consumidor català té menys opcions de ser informat en la seva llengua que un consumidor portuguès a Catalunya.

A la **taula 3** podem veure, empresa per empresa, quin ús fan de cada idioma i compararlo amb les mitjanes d'ús de les diverses llengües. Així, veiem en primer lloc que Mahou-

San Miguel i Heineken tenen uns percentatges d'ús del català nuls, restant així totalment apartats d'una política normalitzadora del català en l'etiquetatge. Aquest resultat sorprèn sobretot en el cas de l'empresa Mahou-San Miguel, que destaca per la freqüència de productes seus en danès (un 26%), suec (17,4%) o finès (13%), llengües que són comparables en nombre de parlants al català. Pel que fa a Damm, en canvi, es pot veure una situació més normalitzada del català, present en un 62% dels seus productes.

Pel que fa al comportament mitjà de les empreses, sorprèn veure que el portuguès se situa com a segona llengua més present, per sota del castellà (100%), amb una mitjana d'ús del 65% dels productes; val a dir que és una xifra tres vegades superior a la mitjana observada pel català (20,6%). Com hem comentat, tan sols l'empresa Damm fa un ús del català (61,9%) que es correspon més amb la realitat sociolingüística de Catalunya, situant-la per sobre de la llengua portuguesa (47,6%).

Taula 3. Cerveses de Damm, Mahou-San Miguel i Heineken en cada idioma (en %), i mitjanes d'ús de cada idioma.

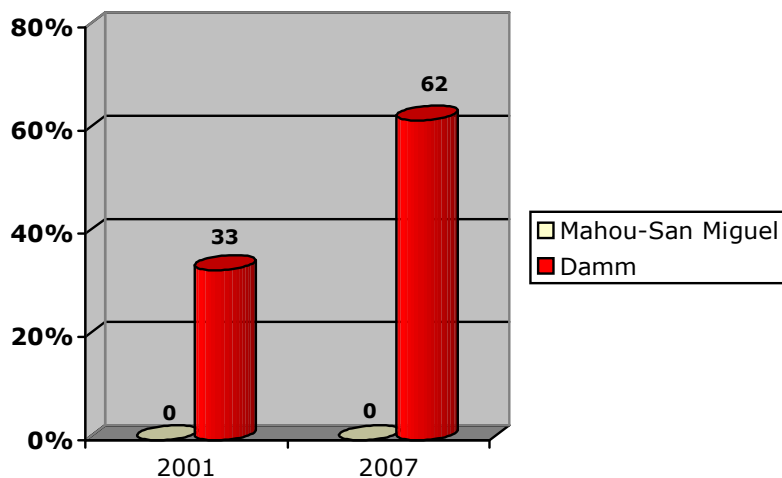
Idiomes	Damm (21 productes)	Mahou-San Miguel (23 productes)	Heineken (4 productes)	Mitjana d'ús de cada idioma
Català	61,9	0	0	20,6
Espanyol	100	100	100	100
Anglès	47,6	47,8	25	40,1
Francès	47,6	47,8	25	40,1
Italià	38,1	47,8	25	37
Portuguès	47,6	47,8	100	65,1
Grec	0	13	25	12,7
Alemany	0	13	25	12,7
Txec	0	13	0	4,35
Hongarès	0	8,7	25	11,2
Àrab	0	8,7	0	2,9
Danès	0	26,1	25	17
Suec	0	17,4	0	5,8
Noruec	0	8,7	0	2,9
Finès	0	13	0	4,35
Altres idiomes	0	21,7	25	15,6

Per últim, a la **taula 4**, hem comparat les dades extretes de l'estudi de la Plataforma per la Llengua realitzat l'any 2001 dels productes analitzats de les empreses Mahou-San Miguel i Damm. S'observa que Mahou-San Miguel no ha evolucionat gens pel que fa a l'etiquetatge en català i continua amb la mateixa estratègia d'atenció al client que 6 anys enrere. En canvi, tal i com s'observa en el **gràfic 4**, Damm ha experimentat un canvi molt significatiu i ha duplicat el nombre de productes etiquetats en català, passant a tenir ara dues terceres parts (un 62%) dels productes de la marca Damm.

Taula 4. Cerveses de gran consum etiquetades en català de Damm, Mahou-San Miguel en els anys 2001 i 2007.

Grup empresarial	2001		2007	
	Nombre de productes	Productes en català	Nombre de productes	Productes en català
Damm	6	2 (33%)	21	13 (62%)
Mahou-San Miguel	4	0 (0%)	23	0 (0%)

Gràfic 4. Evolució de l'etiquetatge en català de les cerveses de gran consum de Damm, Mahou-San Miguel i Heineken durant el període 2001-2007 (en %)



6. Anàlisi de les cerveses de gran consum d'empreses catalanes

Actualment, hi ha tres grans empreses cerveseres amb seu a Catalunya que ofereixen productes de gran consum (deixant de banda els grans grups de distribució): Moritz, Damm i San Miguel. En aquest apartat, del grup Mahou-San Miguel hem considerat oportú analitzar només els productes de l'empresa San Miguel, amb seu a Barcelona, ja que la seu social del grup empresarial es troba fora de Catalunya (Madrid).

A la **taula 5** s'observa que la totalitat dels productes en el cas de Moritz o bé la gran majoria en el cas de Damm (un 62%), estan etiquetats en català. Val a dir que la informació en català dels productes Moritz no només es troba en la informació obligatòria, com passa amb els productes Damm, sinó que també es facilita la resta de la informació, de manera que el català és majoritari i no hi ha res que estigui en una altra llengua i que no estigui també en català. El castellà en l'etiquetatge dels productes Moritz és present, doncs, només en les dades obligatòries.

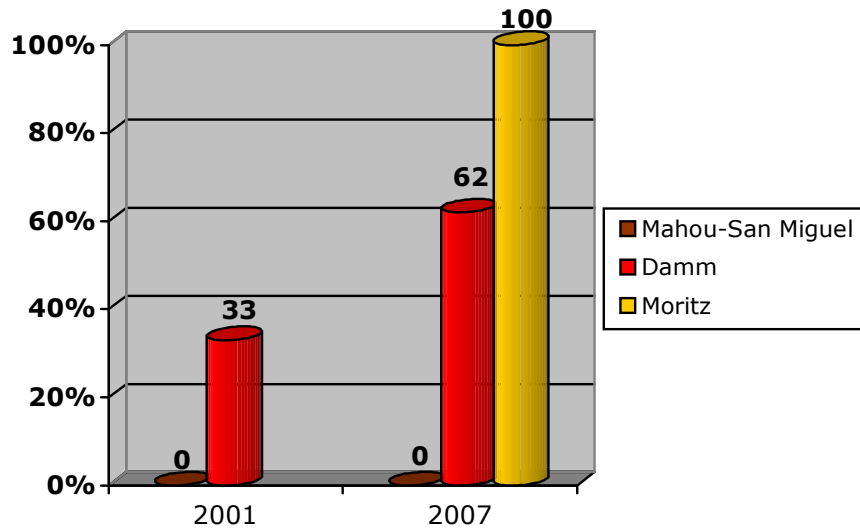
Així, la mitjana d'ús del català en les empreses catalanes amb productes de gran consum supera la meitat dels productes (un 54%), i per tant, l'empresa San Miguel, amb cap producte en aquesta llengua, es troba fora de la tendència general, malgrat ésser també una empresa amb un fort arrelament a Catalunya. En canvi, és l'empresa que té més productes en altres llengües, especialment en anglès, francès, italià i portuguès – presents en més d'un 70% dels productes-, però també danès, suec finès, txec, etc. L'etiquetatge dels seus productes destaca per la gran diversitat de llengües que incorpora, que poden superar la vintena en una sola etiqueta o embalatge (paquet).

Taula 5. Cerveses de Damm, Mahou-San Miguel i Moritz en cada idioma (en %), i mitjanes d'ús de cada idioma.

Idiomes	Damm (21 productes)	San Miguel (15 productes)	Moritz (2 productes)	Mitjana d'ús de cada idioma
Català	61,9	0	100	54
Espanyol	100	100	100	100
Anglès	47,6	73,3	0	40,3
Francès	47,6	73,3	0	40,3
Italià	38,1	73,3	0	37,1
Portuguès	47,6	73,3	0	40,3
Grec	0	20,0	0	6,67
Alemany	0	20,0	0	6,67
Txec	0	20,0	0	6,67
Hongarès	0	13,3	0	4,44
Àrab	0	13,3	0	4,44
Danès	0	40,0	0	13,3
Suec	0	26,7	0	8,89
Noruec	0	13,3	0	4,44
Finès	0	20,0	0	6,67
Altres idiomes	0	33,3	0	11,1

En el **gràfic 5** observem que si bé les empreses Damm i Moritz mostren un esquema normalitzat o bé una evolució cap a la plena normalització del català, l'empresa San Miguel s'ha quedat totalment estancada pel que fa aquest comportament general de les grans empreses cerveseres catalanes.

Gràfic 5. Evolució de l'etiquetatge en català de les cerveses de gran consum de Mahou-San Miguel, Damm i Moritz, en %



7. Anàlisi de les cerveses etiquetades en català

En aquest apartat, hem recollit informació de les cerveses etiquetades en català que podem trobar a l'actualitat, tant si són productes de gran consum, com si es tracta de productes més restringits (com el cas de moltes cerveses artesanals). Posteriorment, hem traçat l'evolució de l'etiquetatge en català en aquest sector durant el període 2001-2007; i acabem amb una breu descripció de les empreses trobades que etiqueten en català i la incorporació d'aquesta llengua en els seus productes.

Així doncs, en total, hem trobat 36 productes etiquetats en català: 21 d'ells de gran consum (es poden trobar a les grans superfícies de lliure servei), i els altres 15 que es poden trobar sobretot en els sectors de la restauració, mercats o botigues especialitzades.

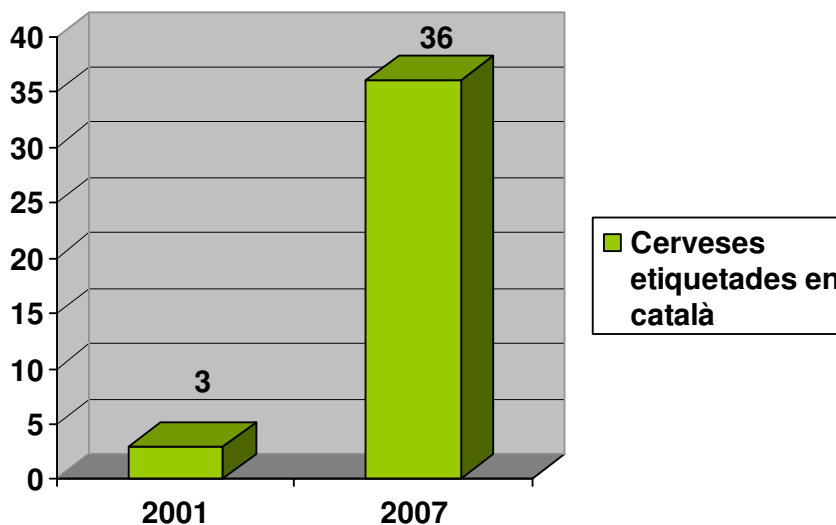
Taula 6. Productes etiquetats en català, i presència d'altres idiomes en l'etiquetatge.

Grup empresarial	Producte	cat	esp	ang	fr	it	port
Damm	Estrella Damm ampolla 25 cl						
	Estrella Damm ampolla 33 cl.						
	Estrella per celíacs ampolla 25 cl						
	Estrella Damm llauna 33 cl						
	Estrella Damm llauna 50 cl.						
	Xibeca ampolla 25 cl						
	Xibeca llauna 33 cl.						
	Xibeca ampolla vidre 1 L.						
	Xibeca ampolla plàstic 1 L.						
	Free Damm ampolla 25 cl						
	Free Damm llauna 33 cl						
	Free Damm Lemon llauna 33 cl						
Free Damm Manzana llauna 33 cl							
Brasserie Artisanale des Albères	Cap d'Ona Blanche 33 cl						
	Cap d'Ona Blanche 75 cl						
	Cap d'Ona Blonde 33 cl						
	Cap d'Ona Blonde 75 cl						
	Cap d'Ona Spéciale 33 cl						
	Cap d'Ona Spéciale 75 cl						
	Cap d'Ona Ambrée 33 cl						
	Cap d'Ona Ambrée 75 cl						
	Cap d'Ona Blonde BIO 33 cl						
	Cap d'Ona Blonde Pils 33 cl						
Llúpols i	Glops Fumada						

Llevats	Glops Torrada						
	Glops Negra						
	Glops Blanca						
Opcinatura	Opcinatura 33 cl						
Moritz	Moritz llauna 33 cl						
	Mortiz ampolla 33 cl						
Cerveses La Gardènia SL	Rosita ampolla 33 cl						
Bon Preu	Cervesa Pilsen Clàssica ampolla 25 cl						
	Cervesa sense alcohol Bonpreu llauna						
	Cervesa Bon Preu 1 litre						
Condis	Cervesa pilsener llauna 33 cl						
	Cervesa pilsener ampolla 1 L.						
	Cervesa pilsener sense alcohol						

Comparant aquests resultats amb els de l'estudi fet per la Plataforma per la Llengua l'any 2001 (**gràfic 6**), s'observa que hi ha hagut un increment espectacular pel que fa a l'etiquetatge en català en aquest sector. Així, des del 2001, s'ha passat de només 3 productes (Xibeca llauna, Xibeca ampolla 1 L., Cervesa Condis) a 36 cerveses etiquetades en català.

Gràfic 6. Evolució del nombre de cerveses etiquetades en català durant el període 2001-2007



Així doncs, de les dues empreses que etiquetaven en català l'any 2001 (Condis i Damm), actualment s'ha quadruplicat aquesta xifra, essent les empreses següents:

► **Damm:** des del 2001 l'empresa ha fet una aposta clara per l'etiquetatge en català, incorporant-lo en totes les informacions de l'etiqueta o si més no en les dades bàsiques obligatòries. A més d'ampliar els productes de la marca Xibeca, etiquetats en català, recentment ha incorporat aquesta llengua en tots els productes de la seva principal marca Estrella Damm, i així mateix, en nous productes com ara Free Damm. Malgrat que s'han trobat nous productes com Bock Damm que no s'etiqueten en català, cal dir que l'evolució observada des del 2001 és molt positiva, i mostra una voluntat clara d'aplicar progressivament una política de responsabilitat amb els consumidors i la seva llengua.

► **Moritz:** es tracta d'una empresa amb seu social a Barcelona i un potencial de creixement molt important, que etiqueta en català la totalitat de les cerveses. Moritz des d'un bon començament ha etiquetat normalment en català (d'ençà de la reincorporació de la marca en la nova etapa), a més aquesta ha estat pràcticament l'única llengua present en l'etiquetatge amb una preferència molt destacada. Només les dades obligatòries són també en d'altres llengües.

► **Condis:** les cerveses de la marca pròpia de Condis s'han ampliat des del 2001, i la seva oferta actual continua apostant per l'etiquetatge monolingüe en català.

► **Bon Preu:** seguint, també, la política lingüística aplicada en la resta de productes d'aquesta casa, es troben únicament etiquetades en català.

► **Brasserie Artisanale des Albères:** es tracta d'una empresa d'Argelers de la Marenda (Catalunya Nord) que, a part d'altres begudes, fabrica i distribueix la cervesa Cap d'Ona a la Catalunya Nord i al Principat de Catalunya. Tots aquests productes estan correctament etiquetats en català, juntament amb el francès.

► També trobem en català una oferta de productes dirigits a sectors de consum específics. Es tracta de l'empresa **Opcinatura**, que elabora cervesa ecològica, i les empreses **Llúpols i Llevats**, i **Cerveses La Gardènia**, elaboradores de cerveses artesanals.

8. Conclusions

Els resultats analitzats sobre la situació actual del català en les cerveses i la seva evolució respecte els estudis anteriors, ens permeten treure les següents conclusions:

1. En termes generals, el **català es troba encara infravalorat en l'etiquetatge de les cerveses per les empreses de més facturació** a nivell estatal: només un 27% dels seus productes trobats a Catalunya sota administració de la Generalitat són en català. Paradoxalment, el portuguès apareix en la meitat dels productes d'aquestes grans marques, malgrat no ser llengua oficial ni pròpia a Catalunya.
2. Ara bé, si s'observa el comportament per cada empresa, hi ha una novetat molt positiva: la **primera empresa catalana en facturació, i una de les capdavanteres a nivell estatal, el grup Damm, actualment ja incorpora el català en dues terceres parts de la seva oferta.**
3. Les altres dues grans empreses a nivell estatal, **Heineken España i, sobretot, Mahou-San Miguel** no empen la llengua dels consumidors quan venen a Catalunya, però en canvi **sí que utilitzen llengües de comunitats lingüístiques menors que la catalana (danès o finès, per exemple).**
4. Així mateix, quan observem el comportament de les empreses catalanes elaboradores de cerveses de gran consum veiem que **l'empresa San Miguel es desmarca completament del comportament que segueixen Mortiz i Damm**, que han implementat una política d'atenció al consumidor en la seva llengua. San Miguel, **seguint la mateixa política observada l'any 2001, ha restat estancada pel que fa a l'etiquetatge en català.** Aquesta empresa té productes etiquetats amb més d'una vintena de llengües, però en cap cas mostra per la comunitat catalana el mateix tracte que la resta de mercats als quals es dirigeix.
5. Per contra, és **molt significativa l'evolució dels productes del grup Damm.** Si bé els resultats de l'any 2001 indiquen que va començar a etiquetar en català la seva marca Xibeca, actualment ja té el 60% dels productes observats en aquest

informe, etiquetats en aquesta llengua. Sobretot, destaca el seu producte més emblemàtic, **l'Estrella Damm, que es troba etiquetada en català en tots els formats analitzats**. Tot i així, encara té productes, com ara la nova Bock Damm, on no s'utilitza la llengua catalana.

6. L'empresa **Moritz**, ressorgida el 2004, ha tret al mercat des de l'inici les seves cerveses en català. Destaca el pes d'aquesta llengua en el seu etiquetatge, ja que **no només és present en les dades bàsiques, sinó també en tota la resta d'informació complementària que s'hi dona, sovint la part majoritària pel que fa a text escrit**.
7. Pel que fa a les **cerveses etiquetades en català hi ha hagut un creixement molt notable: s'ha passat de només 3 productes l'any 2001 a 36 cerveses a l'actualitat**, entre les quals, més de la meitat són productes de gran consum.

**PLATA
FORMA
PER LA
LLENGUA**

PLATAFORMA PER LA LLENGUA
Informe sobre la presència del català a les ceriveses

**PLATA
FORMA
PER LA
LLENGUA**

PLATAFORMA PER LA LLENGUA

C/ Diputació, 276. Planta baixa

08009 Barcelona

93 321 18 03

info@plataforma-llengua.cat

www.plataforma-llengua.cat