

# La llengua en l'etiquetatge de les aigües envasades de gran consum

Anàlisi dels usos lingüístics en l'etiquetatge de les aigües envasades presents a les grans superfícies de venda de Catalunya



**Estudi realitzat per:**

**PLATA  
FORMA  
PER LA  
LLENGUA**

Barcelona, desembre del 2005

**Realització de l'estudi: Gemma Ponsa i Vilamajó**  
**Amb la col·laboració de: Tais Bastida Aubareda**  
**Anna Cortils i Munné**  
**Bernat Gasull i Roig**

## ÍNDIX

<b>1. Presentació</b> .....	<b>pàg. 4</b>
<b>2. Objectius</b> .....	<b>pàg. 5</b>
<b>3. Legislació</b> .....	<b>pàg. 6</b>
<b>4. Metodologia</b> .....	<b>pàg. 12-17</b>
<b>5. Introducció al sector de les aigües envasades</b> .....	<b>pàg. 18-22</b>
<b>6. Estudis i informes precedents sobre els usos lingüístics en les aigües envasades</b> .....	<b>pàg. 23-25</b>
<b>7. Dades generals de l'ús de les llengües en les aigües envasades</b> .....	<b>pàg. 26-32</b>
<b>8. L'ús del català per empreses i marques d'aigua envasada</b>	
<b>8.1- Usos en les empreses més presents</b> .....	<b>pàg. 33-38</b>
<b>8.2- Evolució en l'ús del català de les empreses Font Vella (Danone), Vichy Catalán, Nestlé Waters, i Fontaga (Grup Ribes)</b> .....	<b>pàg. 39-43</b>
<b>8.3- Usos en les marques d'aigües més presents</b> .....	<b>pàg. 44-46</b>

<b>9. L'ús del català segons el territori de captació de l'aigua</b> .....	<b>pàg. 47-52</b>
<b>10. Conclusions</b> .....	<b>pàg. 53-56</b>
<b>11. Recomanacions</b> .....	<b>pàg. 57</b>
<b>12. Bibliografia</b> .....	<b>pàg. 58</b>
<b>13. Annexos</b> .....	<b>pàg. 59-65</b>
<b>14. Índex de taules</b> .....	<b>pàg. 66-82</b>

# 1 . PRESENTACIÓ

L'aigua com a producte de consum suposa, en la nostra societat, un element essencial per a la salut de les persones. La cultura romana i posteriorment l'àrab van convertir l'aigua en un element de civilització. No és, però, fins al segle XIX que, amb els perills del consum d'aigua contaminada lligats a la industrialització i a la creixent urbanització de les societats, apareix la necessitat de conèixer el nivell de seguretat i salubritat de l'aigua, i controlar-los.

El valor de salut d'aquest producte s'ha anat desenvolupant fins avui dia, i amb el temps se li ha afegit d'altres valors distintius. A més de restringir-se als requisits tecnosanitaris que marca la llei, se li exigeix que s'adapti als hàbits, necessitats i demandes dels consumidors finals. Per això s'han incrementat, sobretot en els darrers temps, les inversions de producció d'acord amb les preferències personals pel que fa al gust, el respecte pel medi ambient o l'adaptació a la diversitat de formes de consum, entre altres coses.

Per tant, les empreses productores han posat molt èmfasi en el valor de proximitat amb el consumidor final i les seves necessitats. Així mateix, com s'ha dit, es tracta d'un producte molt vinculat amb la salut de les persones i, per tant, la transmissió de la informació i la confiança del consumidor tenen un pes molt important. És per aquests dos motius que també ha estat necessari adoptar un comportament que afecta directament a l'atenció al consumidor: l'adaptació de l'etiquetatge a la llengua pròpia dels consumidors. Els fabricants d'aquest sector, arreu dels països democràtics del continent europeu, han incorporat en l'etiquetatge de les aigües les llengües pròpies i oficials dels territoris on operen, inclosos aquells casos de llengües amb menys parlants que el català o amb més d'una llengua oficial en un mateix estat.

L'aigua de beguda també és un producte de consum regular a casa nostra, amb la qual els consumidors mantenen un contacte diari i proper. Tot i així, al consumidor de Catalunya se li ofereix molt sovint un producte que s'allunya de la seva realitat lingüística i cultural. Perquè malgrat que el català és l'única llengua oficial i pròpia en aquest territori, és una llengua amb més de set milions de parlants i la vuitena a Europa pel que fa al domini lingüístic, no sempre les empreses elaboradores d'aquests productes tenen en compte aquesta realitat a l'hora d'etiquetar els seus productes.

## 2 . OBJECTIUS

L'estudi que us presentem a continuació fa un anàlisi de l'ús de la llengua catalana en l'etiquetatge de les aigües de consum al Principat de Catalunya. L'objectiu de l'estudi és determinar quin grau d'encaix tenen les aigües envasades, i per tant, determinades polítiques lingüístiques dels fabricants, amb la realitat social i lingüística del consumidor catalans (i, per extensió, el conjunt dels catalanoparlants).

Les empreses més grans i amb més presència al mercat són les que poden crear models i pautes de comportament lingüístic dins de qualsevol sector empresarial. Així doncs, s'analitza també el comportament de les empreses més significatives en la mostra obtinguda, diferenciant aquelles que empen el català en els seus productes d'aquelles que no ho fan.

Per altra banda, Catalunya és una zona rica en fonts i brolladors, on el sector de les aigües envasades té un pes destacat en l'economia del conjunt de l'Estat espanyol. L'origen de la matèria prima pot ser un factor que influeixi en la propensió a emprar el català en l'etiquetatge per part de les empreses envasadores. Per aquest motiu, l'origen de l'aigua mineral també és una variable que s'estudia en un apartat específic.

Per tant, objectius generals d'aquest informe que esperem anar concretant en cada apartat són els següents:

- Avaluar la presència global del català en l'etiquetatge de les aigües de beguda presents ens els establiments dels principals grups distribuïdors a Catalunya.
- Determinar quines empreses més presents empen plenament el català i quines no ho fan.
- Analitzar l'ús per part de les empreses que capten la seva matèria prima a Catalunya.
- Per últim, avaluar la situació actual del català en aquest sector i, si s'escau, fer propostes i recomanacions de millora.

Per acabar, aquest informe es completa amb un annex dedicat a l'anàlisi de les aigües de marca pròpia dels principals grups distribuïdors de Catalunya. Les dades que es tracten en aquest annex varen ser recollides per a l'estudi sobre productes de marca "blanca" realitzat per la Plataforma per la Llengua la tardor del 2004.

## 3. LEGISLACIÓ

### • Legislació catalana

L'article 34 del capítol V de la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, sobre l'etiquetatge dels productes afirma el següent:

**"1. Les dades que figuren en l'etiquetatge i en l'embalatge i les instruccions d'ús dels productes que es distribueixen en l'àmbit territorial de Catalunya poden figurar en català, en castellà o en qualsevol altra llengua de la Unió Europea.**

(...)

**3. 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 en 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."**

Pel que fa al punt 3, però, i tal com comentarem més endavant, no hi ha cap reglament desenvolupat respecte la Llei després de més de 8 anys d'haver estat publicada. Per tant doncs, llevat dels productes de denominació d'origen pels qual cal aplicar el punt 2 de l'article 34 de la mateixa Llei, pel que fa a la resta de productes, ara com ara no hi ha cap normativa que directament obligui a etiquetar-los en català.

Per altra banda, i segons 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, s'esmenta:

**"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."**

En la Disposició Transitòria Primera de l'Estatut del Consumidor s'exposa que:

**"l'Administració de la Generalitat, les corporacions locals i les entitats autònomes, les empreses i les altres entitats i institucions que en depenen han de donar compliment al que estableix l'article 26 en el termini d'un any de l'entrada en vigor de la Llei. Aquest termini també s'aplica a les empreses que, sota qualsevol fórmula administrativa de gestió indirecta, presten serveis públics que són competència de la Generalitat o de l'Administració local".**

Així doncs, podem entendre que l'Estatut del Consumidor obliga a etiquetar en català de manera explícita atès que els consumidors tenen dret a rebre les informacions pertinents per al consum i l'ús dels béns, els productes i els serveis en català. Però no s'ha donat compliment de l'article 26; no hi hagut un desplegament; malgrat que la Disposició Transitòria Primera donava un termini d'un any per fer-ho (és a dir a març del 1994). Així doncs, podem concloure, que ni 8 anys després de la publicació de la Llei de Política Lingüística, ni quasi 13 anys després de la publicació de l'Estatut del Consumidor el Govern ha desplegat aquests punts.

Citarem també la Moció 98/VI (BOPC del 18 de juny del 2001) que el Parlament de Catalunya va aprovar, on en l'apartat 2.d s'especificava que durant l'any 2001 s'elaboraria un programa específic de desplegament de l'article 34 de la Llei 1/1998 de Política lingüística i de l'article 27 de la Llei 3/1993 de l'Estatut del consumidor, amb l'objectiu de fomentar l'ús del català en l'etiquetatge de productes i l'edició de catàlegs, manuals i altres materials informatius destinats als consumidors. No obstant això, encara no s'han aplicat els compromisos fixats per la Moció tot i que el termini era dins el període de l'any 2001. El desplegament de la Llei pel que fa a l'etiquetatge també està avalat per la Sentència 147/1996, de 19 de setembre de 1996 (suplement del BOE núm. 254, de 21 d'octubre) del Tribunal Constitucional espanyol, per la qual es permetia a les Comunitats Autònomes, i per tant al Govern de la Generalitat, d'establir la necessitat que els productes estiguessin etiquetats en la llengua pròpia del territori.



Tornant a la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, recordem també l'article 30 punt 1 del capítol V sobre l'activitat socioeconòmica:

**“Les empreses públiques de la Generalitat i de les corporacions locals, i també les seves empreses concessionàries que gestionen o exploten el servei concedit, han d’emprar normalment el català en llurs actuacions i documentació internes i en la retolació, en les instruccions d’ús, en l’etiquetatge i en l’embalatge dels productes o els servies que produeixin o ofereixin.”**

Segons aquest article la Generalitat de Catalunya, les corporacions locals i les seves empreses concessionàries haurien d’emprar el català en l’etiquetatge i embalatge de productes. Això afectaria doncs a la política de compres de l’administració. A la practica, la concessió d’aquest punt no s’ha donat fins a l’Acord de Govern del 30 de novembre del 2004, pel qual:

**“Els òrgans competents de l'Administració de la Generalitat i de les entitats que hi estan adscrites o vinculades han d'incorporar les següents previsions en els plec de clàusules per a la contractació administrativa:**

**(...)**

- **Esmentar específicament les obligacions que la Llei de Política Lingüística i les normes que la desenvolupen imposen als adjudicatariis de contractes administratius.**
- **Incorporar com a condició d'execució del contracte l'obligació d'utilitzar el català en aquells supòsits en què l'idioma formi part, directament o indirectament, del producte o del servei, sempre que el cost de la mesura es consideri proporcionat als beneficis que es pretenen aconseguir.**
- **Establir com a causa de resolució del contracte l'incompliment d'aquestes obligacions en aquells supòsits en que aquest incompliment tingui una relació directa amb l'execució de les prestacions objecte del contracte.**

**Tanmateix i per a cada tipus de contracte s'inclouran les següents disposicions:**

- En els contractes de subministraments: En el plec de clàusules administratives cal establir l'obligació de facilitar en català els manuals d'instrucció o documentació tècnica dels béns o productes objecte del contracte. D'altra banda i pels contractes de subministrament que incloguin productes catalans amb distintius d'origen i de qualitat i dels productes artesanals que es distribueixen en l'àmbit territorial de Catalunya, s'ha de fer constar que és condició d'execució del contracte que l'etiquetatge d'aquests productes sigui en català.

(...)

- En els contractes de gestió de serveis públics: S'establirà que els adjudicataris han d'emprar normalment el català en les actuacions i la documentació internes, en la retolació, en les comunicacions per megafonia, en les instruccions d'ús, en l'etiquetatge i en l'embalatge dels productes o els serveis que produeixin o ofereixin. També s'haurà d'utilitzar el català en les comunicacions i notificacions adreçades a persones físiques o jurídiques residents en l'àmbit lingüístic català, sense perjudici del dret dels ciutadans a rebre-ho en castellà si ho sol·liciten.

D'altra banda, els òrgans competents de l'Administració de la Generalitat i de les entitats que hi estan adscrites o vinculades han d'incorporar les següents previsions en les condicions d'atorgament de les subvencions públiques:

- En el cas de les subvencions destinades a productes catalans que gaudeixin de distintius d'origen i de qualitat i dels productes artesanals que es distribueixen en l'àmbit territorial de Catalunya, ha de ser requisit per optar a la subvenció que les dades obligatòries i les informacions voluntàries addicionals que figuren en l'etiquetatge d'aquests productes sigui necessàriament, com a mínim, en català."

En aquesta mateixa línia l'ADEC (Associació de Defensa de l'Etiquetatge en Català) i la Plataforma per la Llengua van endegar l'any 1999 la campanya "A Taula". Aquesta campanya cerca l'adhesió d'ajuntaments, entitats, organitzacions, universitats, departaments del govern, consells comarcals, associacions i federacions de municipis, per tal d'aprovar mocions en els plens municipals (en el cas dels ajuntaments) a fi de comprometre's a consumir productes etiquetats en català, centrant-se en vins, caves, aigües i refrescs, tant en el consum intern com en les concessions que realitzin.

## • Legislació espanyola

Respecte a la legislació estatal, El Reial decret 1334/1999 de 31 de juliol pel qual s'aprova la Norma general d'etiquetatge, presentació i publicitat dels productes alimentaris, en l'article 18 sobre la Llengua en l'etiquetatge, s'exposa que:

**“Les indicacions obligatòries de l'etiquetatge dels productes alimentaris que es comercialitzin a Espanya s'han d'expressar, almenys, en la llengua espanyola oficial de l'Estat.**

**El que disposa l'apartat anterior no és aplicable als productes tradicionals elaborats i distribuïts exclusivament en l'àmbit d'una comunitat autònoma amb llengua oficial pròpia.”**

Per tant la legislació estatal avala perfectament l'etiquetatge en català de productes.

## • Legislació andorrana

La Llei d'ordenació de l'ús de la llengua oficial d'Andorra, estableix el català com a l'idioma obligatori per a l'etiquetatge dels productes elaborats i distribuïts al Principat andorrà, tal i com es desprèn de l'article 16 sobre etiquetatge i altres textos:

**“Les etiquetes, les instruccions, la garantia i els altres escrits inserits en els productes elaborats, fabricats, envasats o etiquetats al Principat i distribuïts en el seu territori destinats al consum interior han de contenir tots els textos almenys en la versió catalana, la qual no pot ocupar un lloc secundari. En poden quedar exceptuats els productes de consum elaborats a Andorra en ús de llicències i franquícies estrangeres, o forma contractual similar, quan per la seva natura hagin de tenir el mateix o similar etiquetatge que els elaborats en altres llocs. Les condicions que han de regir aquestes excepcions es regularan per reglament”**

## • Legislació europea

La Directiva 2000/13/CE del Parlament europeu i del Consell, de 20 de març de 2000, relativa a l'aproximació de les legislacions dels estats membres en matèria d'etiquetatge, presentació i publicitat dels productes alimentaris, en el seu article 16.2 exposa que:

**"l'Estat membre de comercialització del producte pot, respectant sempre les normes del Tractat, disposar al seu territori que aquestes mencions d'etiquetatge figurin almenys en una o diverses llengües que l'Estat ha de determinar entre les llengües oficials de la Comunitat."**

Tot i això, cal recordar que la Carta Europea de les llengües regionals o minoritàries de 1992 compromet a les parts signants en el seu article 16 a:

**"excloure de llur legislació tota disposició que prohibeixi o limiti sense raons justificables el recurs a llengües regionals o minoritàries en els documents relatius a la vida econòmica o social",  
"vetllar perquè les instruccions de seguretat siguin igualment redactades en les llengües regionals o minoritàries".**

En el mateix sentit, la Resolució del Parlament Europeu de 30 d'octubre de 1987 sobre les llengües i cultures de les minories regionals i ètniques de la Comunitat Europea (DOCE C310), recomana en el punt 9:

**"facilitar l'ús de les llengües regionals i minoritàries en la informació al consumidor i en les etiquetes dels productes."**

## 4 . METODOLOGIA

### • L'univers d'estudi i l'elecció de la mostra

Primerament, explicarem què hem considerat en aquest estudi com a **aigua envasada**, i per tant, quin tipus de productes han participat a la mostra. Segons la classificació que estableix el Reial decret 1744/2003, de 19 de desembre, pel qual es regula el procés d'elaboració, circulació i comerç d'aigües de beguda envasades, les aigües envasades destinades a la comercialització poden ser: aigües minerals, aigües de font o aigües preparades.

Dins d'aquesta classificació hi trobem les aigües amb gas i sense, però les denominacions de venda han d'ésser les indicades a la **taula 1**:

**Taula 1:** Denominacions de venda de les aigües envasades destinades a la Comercialització.

Tipus d'aigua	Denominació de venda
<b>Aigua mineral</b>	<i>Aigua mineral natural o: aigua mineral natural naturalment gasosa o aigua mineral natural carbònica natural / aigua mineral natural reforçada amb gas de la mateixa font / aigua mineral natural amb gas carbònic afegit / aigua mineral natural totalment desgasada / aigua mineral natural parcialment desgasada</i>
<b>Aigua de font</b>	<i>Aigua de font (pot afegir la menció de "gasificada" o "desgasada")</i>
<b>Aigua preparada</b>	<i>Aigua potable preparada / aigua d'abastament públic preparada (pot afegir la menció de "gasificada" o "desgasada")</i>

Un cop concretada aquesta definició, cal dir que hem exclòs de l'anàlisi d'aquest estudi les aigües de marca pròpia de les superfícies de lliure servei (aigües de marca *blanca*) pel fet que la metodologia hauria d'haver estat diferent, ja que caldria haver seleccionat un grup més ampli d'empreses distribuïdores per al treball de camp. Tanmateix, a l'annex hem inclòs una aproximació a l'anàlisi d'aquests productes, tal i com hem explicat en l'apartat d'*Objectius*.

Així doncs, el camp d'anàlisi d'aquest informe són les aigües envasades comercials de gran consum distribuïdes a Catalunya. Aquest univers se centra només en les aigües de gran consum (les més venudes entre els consumidors) ja que són els més accessibles a les llars que, segons les dades més recents, són les principals consumidoros d'aigües envasades, per sobre de la restauració i les institucions<sup>1</sup>.

Els punts d'adquisició més importants d'aigües envasades pel que fa a les llars en el conjunt de l'Estat espanyol l'any 2003<sup>2</sup> van ser principalment els establiments de lliure servei, és a dir, el supermercat (el 63% dels productes) i l'hipermercat (el 23% dels productes). És per aquest motiu que, amb la voluntat d'obtenir una imatge general i fiable de l'oferta actual, hem fet la recerca i recopilació de la informació bàsicament sobre el terreny, en diverses superfícies de lliure servei.

## • Selecció dels establiments

Així doncs, s'han seleccionat els supermercats i el nombre d'observacions necessàries a partir de les dades que facilita la publicació *Alimarket* per aquest any 2005. De les empreses distribuïdores que operen a Catalunya, s'han escollit aquelles que tenen més puntuació en quota de mercat (definida com a superfície de venda): concretament, els deu primers grups distribuïdors (vegeu **taula 2**). Aquest grup representen el 75,88% de la superfície de venda a Catalunya.

Pel que fa a les observacions, hem fet 3 observacions diferents en cadascuna d'aquelles empreses que tenen més d'un 7% en superfície de venda i més de 200 establiments (representen el 32,74% de quota de mercat en superfície de venda).

Així mateix, hem realitzat 2 observacions diferents en aquelles que tenen més d'un 5% de la quota de mercat i més de 50 establiments a Catalunya (aquest grup signifiquen el 26% de la superfície de venda a Catalunya). Pel que fa a la resta de grups (el 41,26% de la quota de mercat) hem fet una observació per establiment.

---

<sup>1</sup> Segons *l'Informe anual de la Indústria i el Consum Agroalimentaris a Catalunya 1998-2003* del Departament d'Agricultura, Ramaderia i Pesca de la Generalitat de Catalunya (2005), l'any 2003 el consum a les llars va representar un 70% del total del consum d'aigua envasada a Catalunya, mentre que la restauració i les institucions van consumir el 30% restant.

<sup>2</sup> Departament d'Agricultura, Ramaderia i Pesca: Opuscit., pàg. 178.

**Taula 2:** Els 10 primers grups distribuïdors en quota de mercat segons l'Anuari Alimarket 2005

Quota de mercat minorista				
Empresa		% de quota de mercat	Punts de venda a Catalunya	Nombre d'establiments analitzats
Grup Carrefour	Carrefour-Champion	11,60%	90	2
	Dia	7,57%	470	3
Caprabo		15,79%	268	3
Condis		9,38%	349	3
Mercadona		8,68%	114	2
Miquel alimentació S.A.		5,72%	357	2
Bon Preu		4,91%	93	1
Lidl		3,76%	72	1
Superficies de Alimentación		2,95%	84	1
Auchan		2,85%	15	1
ITM		2,67%	39	1
Resta		24,12%	703	/
<b>Total</b>		<b>100 %</b>	<b>2654</b>	<b>20</b>

### • Indicadors utilitzats

Hem creat un conjunt d'indicadors per a fer les observacions pertinents a tots els productes trobats en cadascun dels establiments seleccionats. Són els següents:

- **Nom i adreça de l'establiment observat.**
- **Data de l'observació.**
- **Mida del producte:** s'ha prèns nota de tots els envasos diferents trobats de cada marca d'aigua.
- **Nom comercial del producte (marca).**
- **Nom de l'empresa.**
- **Nom de la font i lloc (terme municipal o província) de captació de l'aigua.**

- **Idioma:** S'anota l'idioma majoritari o idiomes presents a l'etiqueta de manera rellevant, tot i que a vegades la distribució de l'espai que ocupen en l'etiqueta dóna més importància a un idioma que l'altre. En els casos de llengües majoritàries diferents al català i el castellà, s'han anotat aquestes llengües.

### • Treball de camp i recollida de dades

El treball de camp ha estat realitzat durant el mes de novembre del 2005, i ha consistit en l'anàlisi de l'etiquetatge de productes de venda en les 10 primeres grans superfícies d'alimentació en quota de mercat a Catalunya. En total, s'han realitzat 247 observacions de 84 productes diferents. Un cop recollida aquesta informació, s'ha creat una base de dades amb totes les aigües envasades trobades en cadascun dels establiments observats.

### • Presentació de les dades de la mostra

Els resultats del treball de camp han estat els següents:

**Taula 3:** Resultats del treball de camp. Novembre 2005

<b>Total de productes diferents trobats</b>	84
<b>Total de marques diferents trobades</b>	36
<b>Total d'empreses</b>	21

Es considera com a *producte* cada envàs diferent de cadascuna de les marques d'aigües anotades. Dit d'una altra manera, una *marca* d'aigua envasada pot trobar-se en diversos formats.

Així, les mides diferents trobades dels 84 productes analitzats en aquest estudi (de més a menys volum) són les següents: 8 l., 5 l., 2 l., 1.5l., 1.25l., 1l., 0.75l., 0.50l., 0.33l., 0.25l.



## • Tractament de les dades

La unitat d'anàlisi és el producte i, per tant, els resultats es basen en els usos detectats per cada envàs diferent de cadascuna de les marques d'aigües trobades. A part d'analitzar les dades per productes, s'ha fet segons els 3 grups d'envasos (garrafa, ampolla mitjana i ampolla petita), d'acord amb la classificació elaborada per l'Associació Catalana d'Envasadors d'Aigua<sup>3</sup> basada en les principals formes de consum de l'aigua envasada:

Consum familiar a la llar	<b>Garrafes de 5 a 8 litres</b>
Consum per sobretaula (llar i restauració)	<b>Ampolles de 0,92 l. a 2 litres.</b>
Consum individual	<b>Ampolles de menys de 0,92 l.</b>

Per altra part, s'han analitzat els productes per empreses. Cal advertir que en els casos en què una empresa pertany a un grup empresarial més gran, l'anàlisi s'ha centrat només en el comportament del grup empresarial ja que s'entén que té una responsabilitat major pel que fa a la política lingüística corporativa. També s'han estudiat els usos lingüístics entre les marques més significatives de l'estudi.

En un tercer i últim apartat, de les empreses més significatives de l'estudi escollides en el segon apartat, s'han analitzat aquelles que tenen aigües captades a Catalunya.

En resum, hem expressat els resultats en gràfics i taules en funció dels objectius següents:

- **Reflectir l'ús de les llengües en les aigües envasades.**

A partir del recompte de l'ús de cada llengua, es calcula el percentatge d'ús de cada llengua per a tots els productes, segons els diferents formats i per als grups d'envasos destinats al consum a la llar, consum per sobretaula i consum individual.

<sup>3</sup> Extreta del web [http://www.aiguesmineralsdecatalunya.org/download/Dossier\\_Sector.doc](http://www.aiguesmineralsdecatalunya.org/download/Dossier_Sector.doc)

- **Analitzar l'ús de les llengües per les empreses i les marques d'aigües més presents.**

A partir d'una selecció de les empreses més presents, i dins d'aquestes, les que tenen més volum de facturació a Catalunya, i es calcula la mitjana d'ús de cada llengua per aquestes empreses. També se seleccionen les marques més presents i es fa la mitjana d'ús per aquestes mateixes marques.

- **Analitzar l'ús del català per empreses segons l'origen de captació de l'aigua.**

S'avalua l'ús del català en les aigües que provenen de fonts i brolladors de Catalunya entre les empreses més presents.

## 5. INTRODUCCIÓ AL SECTOR DE LES AIGÜES ENVASADES

### • El sector en el context internacional

El negoci de l'aigua embotellada és avui dia un sector en creixement arreu del món. Segons l'informe de la Fundació Terra<sup>4</sup>, cada any es comercialitzen al món 89.000 milions de litres d'aigua envasada i el seu consum augmenta a un ritme anual del 12% al 14%. D'acord amb les dades de la *Beverage Marketing Corporation*, hi ha hagut un increment del consum d'aigües embotellades a nivell mundial del 9'4% entre els anys 1999 i 2004. També s'assenyala que la producció a nivell mundial ha augmentat de 119.8000 milions l'any 2000 a de 153.083 milions de litres l'any 2003. Una de les zones que més ha notat aquest increment ha estat el continent asiàtic (per exemple, del 25% a l'Índia entre el 1999 i el 2004).<sup>5</sup>

A la Unió Europea, segons la *European Federation of Bottle Water*<sup>6</sup>, el 2003 hi hagué un consum de 46'7 milions de litres d'aigua. Se situen com a països capdavanters en la producció d'aigua envasada, per aquest mateix any, Itàlia, Alemanya, França i Espanya (en aquest ordre). Tot i situar-se en quart lloc, a l'Estat espanyol es comercialitza una de les aigües més econòmiques, degut en part a l'entrada contínua, en aquest mercat, de grups d'alimentació atrets pel creixement de la demanda.<sup>7</sup>

### • Les indústries envasadores a Catalunya

A Catalunya, la indústria de les begudes i les aigües també ha experimentat aquesta tendència positiva, i actualment, és un dels subsectors més dinàmics dins del conjunt del sector agroalimentari català. Així, el volum de negoci del subsector de les aigües – que inclou també les begudes analcohòliques – ha experimentat un creixement de l'11,2% des de la mitjana del període 1998-2002 respecte al 2003<sup>8</sup>.

---

<sup>4</sup> Serrano, V. i Miralles, J., 2004.

<sup>5</sup> <http://www.beveragemarketing.com/>

<sup>6</sup> <http://www.efbw.org/>

<sup>7</sup> Anuari *Alimentación en España 2004* de MERCASA.

<sup>8</sup> Departament d'Agricultura Ramaderia i Pesca: Opuscit., *Evolució de la dimensió d'Indústries de begudes analcohòliques, per CA*. Pàg. 175.

El context de creixement dels darrers anys ha afavorit l'entrada de grans multinacionals a la indústria de les aigües a Catalunya, de manera que s'ha experimentat un creixement de les inversions, afectant profundament les dinàmiques internes d'aquest sector. Però el procés de concentració empresarial és continu i l'augment de la competitivitat fa que cada vegada siguin menys nombroses les empreses de caràcter familiar.

Pel que fa a la participació de la indústria catalana en l'àmbit estatal, per bé que darrerament han crescut el nombre d'empreses envasadores fora de Catalunya, continua sent de les més significatives. Segons la Fundació Terra, a Catalunya l'any 2003 es va produir el 46% de l'aigua envasada de tot l'Estat espanyol. Així mateix, durant el període 1998-2002, seguida d'Andalusia (18,9%) i Madrid (19,1%), Catalunya va registrar la mitjana més alta de vendes pel que fa a les aigües i begudes analcohòliques a nivell estatal (un 17,7%)<sup>9</sup>.

Un dels factors que fan de Catalunya una de les zones amb més dinamisme empresarial de tot l'Estat és la proximitat de la indústria als brolladors i als principals centres de consum, ja que aquests influeixen de manera determinant en el rendiment de la empresa. Vegeu la localització dels membres de l'ACEA en el següent mapa del Principat de Catalunya:

---

<sup>9</sup> Departament d'Agricultura Ramaderia i Pesca: Opuscit., *Evolució de la dimensió d'Indústries de begudes analcohòliques, per CA*. pag 176.

**Ubicació en el mapa de Catalunya dels membres de l'ACEA**



Localització en el mapa	Membres de l'ACEA
1	Aguas minerales de Caldes de Bohí, S.A. 25527- Caldes de Bohí (Lleida) <a href="http://www.caldesdeboi.com">www.caldesdeboi.com</a>
2	Aigua de Ribes. 17534 - Ribes de Freser (Girona) <a href="http://www.aiguaderibes.com">www.aiguaderibes.com</a>
3	Aigua de Sant Aniol. 17154 - Sant Aniol de Finestres (Girona) <a href="http://www.santaniol.com">www.santaniol.com</a>
4	Aigua de les Creus, S.A. 17455 - Caldes de Malavella (Girona) <a href="http://vichy.itdeusto.com">http://vichy.itdeusto.com</a>
5	Aigües minerals de Vilajuiga, S.A. 17493 - Vilajuiga (Girona) <a href="http://www.aiguadevilajuiga.com">www.aiguadevilajuiga.com</a>
6	Malavella, S.A. 17455 - Caldes de Malavella (Girona) <a href="http://vichy.itdeusto.com">http://vichy.itdeusto.com</a>
7	Vichy Catalan, S.A. 17455 - Caldes de Malavella (Girona) <a href="http://vichy.itdeusto.com">http://vichy.itdeusto.com</a>
8	Aigua Mineral Natural Viladrau. 17406 - Viladrau (Barcelona) <a href="http://www.viladrau.com">www.viladrau.com</a>

<b>9</b>	Font del Regas, S.A. 17401 - Arbúcies (Girona) <a href="http://vichy.itdeusto.com">http://vichy.itdeusto.com</a>
<b>10</b>	Font Agudes. 17401 - Arbúcies (Girona) <a href="http://www.fontagudes.com">www.fontagudes.com</a>
<b>11</b>	Font Agudes. 17401 - Arbúcies (Girona) <a href="http://www.fontagudes.com">www.fontagudes.com</a>
<b>12</b>	Fontdor, S.A. 17403 - Sant Hilari Sacalm (Girona) <a href="http://vichy.itdeusto.com">http://vichy.itdeusto.com</a>
<b>13</b>	Fontselva, S.A. 17403 - Sant Hilari Sacalm (Girona) <a href="http://www.fontselva.com/">www.fontselva.com/</a>
<b>14</b>	Aigua Font Nova. 43815 - Santes Creus (Tarragona) <a href="http://www.fontnova.com">www.fontnova.com</a>
<b>15</b>	Aigua de Fontdalt, S.A. 43320 - Llaberia (Tarragona) T.: 977 83 81 34 - F.: 977 83 81 37
<b>16</b>	Manantial Valle de Cardó. 43512 - Benifallet T.: 977 426 160 - F.: 977 426 378
<b>17</b>	Font Aiguaviva 08730 - Santa Margarida i els Monjos (Barcelona) T.: 93 898 00 93 - F.: 93 898 00 93
<b>18</b>	Font Bona 08787 - Santa Candià- Orpi (Barcelona) <a href="http://www.fontbona.filnet.es">www.fontbona.filnet.es</a>
<b>19</b>	Agua de Fournier, S.A. 08530 - La Garriga (Barcelona) <a href="http://www.aquafournier.com">www.aquafournier.com</a>
<b>20</b>	San Narciso. 17455 - Caldes de Malavella (Girona) <a href="http://www.sannarciso.com">www.sannarciso.com</a>
<b>21</b>	Imperial 17455 - Caldes de Malavella (Girona) T.: 93 4526010 - Fax : 93 452 60 20
<b>22</b>	Font Vella, S.A. 17403 - Sant Hilari Sacalm (Girona) <a href="http://www.fontvella.com">www.fontvella.com</a>

## • El consum d'aigua envasada a Catalunya

A Catalunya en els darrers anys s'ha produït una reactivació del consum d'aigües envasades (especialment l'any 2003) incidint de forma molt positiva en el creixement empresarial d'aquest sector. Així, el consum a les llars d'aigües minerals l'any 2003 ha

augmentat un 98,9% respecte la mitjana del període 1998-2002. Segons l'Associació Catalana d'Envasadors d'Aigua, el consum per càpita actual arriba als 120 litres anuals.

Comparant les dades per Catalunya amb la resta de l'Estat espanyol, cal dir que si bé s'ha notat una major demanda de begudes en general a les llars, a Catalunya aquest creixement ha estat molt superior, especialment pel que fa a les aigües envasades. Així, el creixement del consum a Catalunya de les aigües per llar del 2003 respecte el 2002, va sobrepassar en un 80% al de la mitjana estatal.

Per fer quatre pinzellades sobre les preferències de consum, pel que fa al tipus d'envàs, cal dir que a Catalunya els formats que es venen més en litres són els de 8 litres; i el format que obté un major volum de vendes en unitats a Catalunya és el de 0,33 l. Respecte al tipus d'aigua, l'aigua sense gas continua sent més venuda que l'aigua amb gas entre els consumidors; tanmateix, cal dir que les vendes d'aigua sense gas es van incrementar l'any 2004 gairebé un 11% en unitats respecte l'any 2003<sup>10</sup>.

---

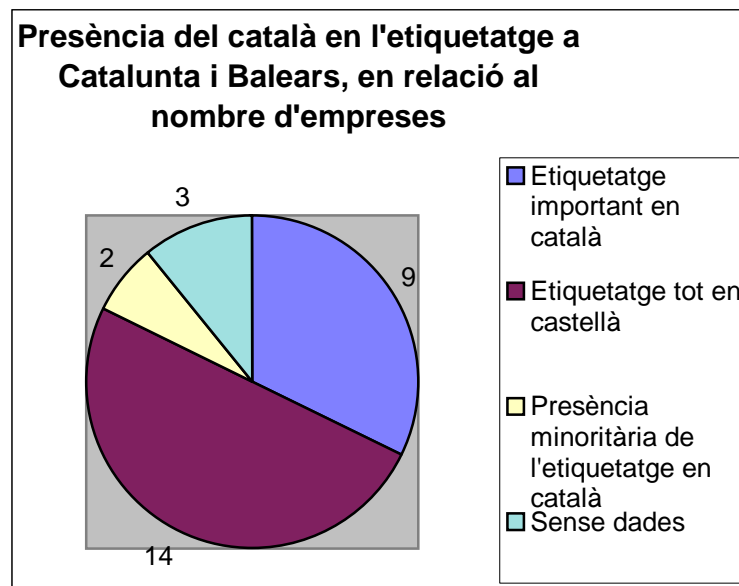
<sup>10</sup> Informació extreta del web de l'Associació Catalana d'Envasadors d'Aigua a: [http://www.aiguesmineralsdecatalunya.org/download/Dossier\\_Sector.doc](http://www.aiguesmineralsdecatalunya.org/download/Dossier_Sector.doc) i de l'anuari *Alimentación en España 2004* de MERCASA, des de la web de la Fundació Eroski: <http://www.consumer.es/web/es/alimentacion/2005/09/10/145165.php>

## 6. ESTUDIS I INFORMES PRECEDENTS SOBRE ELS USOS LINGÜÍSTICS EN LES AIGÜES ENVASADES

Disposem d'un informe i un estudi anteriors, amb dades sobre la situació del català en l'etiquetatge dels productes d'aigües envasades que s'exposen a continuació:

1) *Esbós de la situació del català en les empreses embotelladores d'aigua.* Octubre 2000, Plataforma per la Llengua.

L'informe està basat en dades del 98 i 99 de la Cambra de Comerç de Barcelona, Alimarket, ANEABE i UNESEM-GISEMES pel que fa a la situació econòmica i ubicació de les centrals de cada empresa; i a l' ADEC, Govern Balear i la Plataforma per la Llengua pel que fa a l'etiquetatge en català. La presència del català en aquest informe es representava de la següent manera:



De les 18 primeres (amb una quota de mercat significativa), la facturació de les empreses que etiquetaven completament en castellà era de 24.672 milions de pessetes, de les empreses amb una presència important del català era de 3.680 i de les empreses amb una presència minoritària del català era de 12.436.



**Facturació d'empreses amb la seu central a Catalunya o Balears (en milions de pessetes)**

	<b>vendes 98</b>	<b>%97/98</b>	<b>Catalunya rànkuing 98</b>	<b>Catalunya rànk. 2000</b>
Font Vella, S.A.	97'94	13	1	1
Grupo Vichy Catalán	72'12	3	2	2
Eycam-Perrier, S.A.	27'03	10	3	3
Fontaga, S.A.	10'88	4	4	4
Manantiales del Cardo. S:A.	6'01	7	5	5
Font Selva, S.A.	5'28	-5	6	6
Agua del Montseny, S.A.	4'26	22	7	8
Stat. Andorrana d'Aigües Minerals	3'13	13		
Sol del Camp, S.A.	2'97	11	8	7
Prod. Emb. Mallorquines, S.A. (Proemasa)	2'8	48		
Alimentos, Bebidas y Condimentos, S.A:	2'62	16	9	9
Font Teix, S.A:	2'19	1		
Manantials d'Aigua del Pallars, SL	1'95	1	10	14
Font de Tapioles, S.A. (FONTASA)	1'92	-9	11	13
Aguas de Lluc,S.A.	1'8	20		
Explotadora de Manantiales, S.A.	1'69	12	12	11
Font d'Abaix, S.L.	1'68	0	13	12
Aigua de Sant Aniol, S.A.	1'65	11	14	10

*Nota: s'han destacat amb color gris les empreses que tenien productes etiquetats en català.*

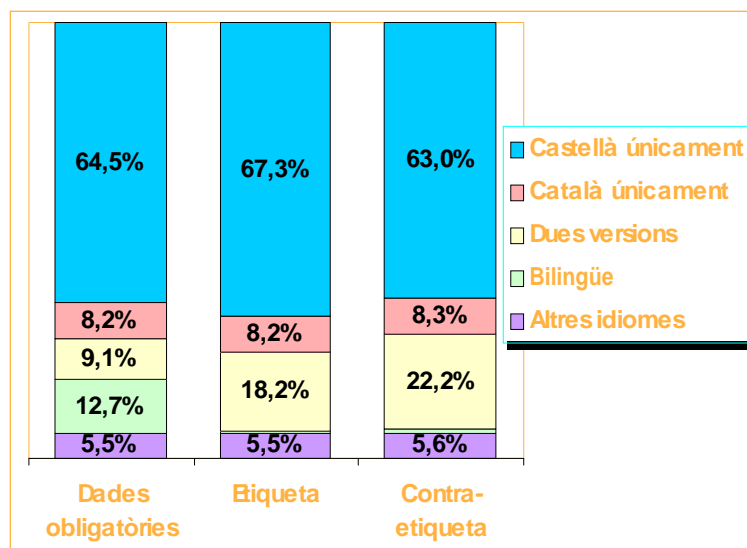
**2) Els usos lingüístics en les indústries elaboradores o distribuïdores d'aigua envasada.**

Novembre 2001, INSTITUT DYM, S.A per a l'Institut de Sociolingüística Catalana de la Direcció General de Política Lingüística.

L'estudi es basa en les dades extretes d'entrevistes a responsables de 18 "empreses elaboradores o distribuïdores d'aigua envasada radicades a Catalunya", d'un univers de 21 empreses existents en el sector de les aigües envasades produïdes a Catalunya o bé de gran distribució a Catalunya. Entre d'altres aspectes - com els usos lingüístics interns -, es mostrava l'ús del català a l'etiquetatge dels 10 productes més venuts d'un total de 110 observacions en etiquetes. Els resultats indicaven que el català hi era present en un 30% de les etiquetes pel que fa a les dades obligatòries (català únicament, bilingüe

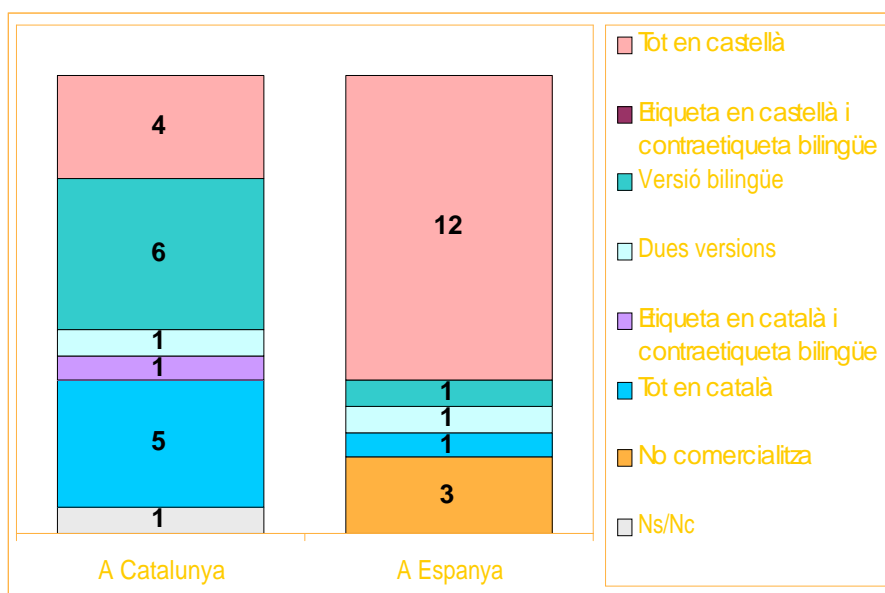
català-castellà o dues versions). La llengua d'ús predominant d'aquests productes era el castellà, amb un 86,3% dels casos.

### L'etiquetatge en els 10 productes més venuts.



El 40%, és a dir, 8 de les 18 empreses consultades tenien algunes etiquetes (total o parcialment) en català. Però a l'hora d'anunciar les preferències d'etiquetatge a mig termini, 13 de les 18 empreses mostraven preferència per etiquetar en català els seus productes comercialitzats a Catalunya especialment pel fet que "els clients ho demanen":

### Preferències dels empresaris a mig termini



## 7. DADES GENERALS DE L'ÚS DE LES LLENGÜES EN LES AIGÜES ENVASADES

Un cop exposats els estudis precedents, procedim a mostrar els resultats obtinguts en en aquest apartat volem analitzar l'ús global de les llengües que apareixen en l'etiquetatge dels productes trobats. Concretament, s'analitzaran tots els productes trobats de cada marca d'aigua envasada ja que, a més d'obtenir dades generals, també ens interessa discriminar la política lingüística segons els diferents tipus de formats i veure si existeixen diferències entre ells.

Prèviament, hem fet una relació de les marques amb les que cada empresa participa a la mostra que hem utilitzat en aquest estudi (vegeu **taula 4**).

Es pot veure que gran part de les empreses pertanyen a grups empresarials més grans, de manera que es reflecteix el procés de concentració empresarial que està experimentant aquest sector en els últims anys. A més, d'acord amb les dinàmiques que experimenta el sector a nivell internacional, una part important d'elles (més d'una quarta part), són grans empreses que provenen d'altres subsectors de la indústria agroalimentària (Danone, Nestlé, Damm, Coca-Cola, Pepsico, Osborne, Leche Pascual i Groupe Castel).

**Taula 4:** Relació de grups empresarials, empreses i aigües de gran consum presents en els 10 primers grups distribuïdors en quota de venda al mercat. Novembre 2005.

Grup empresarial	Empresa	Marca
	Aguas de Cortes, S.A.	Agua de Cortes
	Agua del Montseny, S.A.	Aigua del Montseny
	Agua Mineral Font Teca, S.A.	Font Sol
	A. Minerales de Caldas de Bohí SA.	Boí
	Aigua de Benassal, S.A.	Agua Benassal
	Aigües de Sant Aniol, SA.	Sant Aniol
	Aigües de Sant Aniol, SA.	Sant Aniol amb gas
	Alibesa	Vital de Fournier
Coca-Cola España	Aguas del Maestrazgo, S.L.	Aquabona
	Agua de Lanjarón, S.A.	Lanjarón
Danone, S.A.	Font Vella, S.A.	Font Vella
	Font Vella, S.A.	Fonter
	Font Vella, S.A.	Evian
	Dialore Investment, S.L.	Fuente Frank
Groupe Castel	Compagnie Fermière de Vichy	Vichy Célestins
Grup Ribes	Sol del Camp, S.A.	Font Agudes
	Fontaga, S.A.	Aigua de Ribes
Grupo Leche Pascual	Grupo Leche Pascual	Bezoya
Grupo Osborne	Solan de Cabras, S.A.	Solan de Cabras
	Vichy Catalan	Vichy Catalan
Grupo Vichy Catalan	Font d'Or, S.A.	Font d'Or
	Font d'Or, S.A.	Fuente Estrella
	Malavella, S.A.	Malavella
	Font del Regàs, S.A.	Font del Regàs
	Manantial del Piedra, S.A.	Fontecabras
	Nestlé Waters España, S.A.	Viladrau
Nestlé España	Aquarel Ibérica, S.A.	Aquarel
	Nestlé Waters España, S.A.	San Narciso
	Nestlé Waters España, S.A.	Vittel
	Nestlé Waters España, S.A.	Perrier
Pepsico	Cia. De Bebidas Pepsico, SL.	Aquafina
San Benedetto	San Benedetto	Fuente Primavera
	San Benedetto	F. Primavera con gas
	Sainz Amand	Montclam
S.A. Damm	Agua de San Martín del Veri, S.A.	Veri
	Gestión Fuente Liviana, S.A.	Fuente Liviana

A la **taula 5** i el **gràfic 1** hem analitzat tots els productes trobats i el percentatge, respecte el total d'aquests productes, en cadascun dels idiomes presents en les etiquetes (català, espanyol, anglès, portuguès i altres llengües). Cal aclarir que els *totals* no representen la suma dels productes en cada llengua, ja que hi ha productes etiquetats en més d'un idioma.

A grans trets, es pot veure que els productes amb etiquetes en català no arriben a la quarta part – amb un **20%** - del total observat. Tenint amb compte aquesta dada, podem afirmar que **la presència del català en les etiquetes d'aquests productes no es troba en la situació que li pertoca com a llengua pròpia i oficial, així com pel seu nombre de parlants**. A més, representa un situació d'excepció respecte a la resta d'Europa, on llengües oficials amb tants o menys parlants que el català són plenament emprades pels fabricants en aquest àmbit.

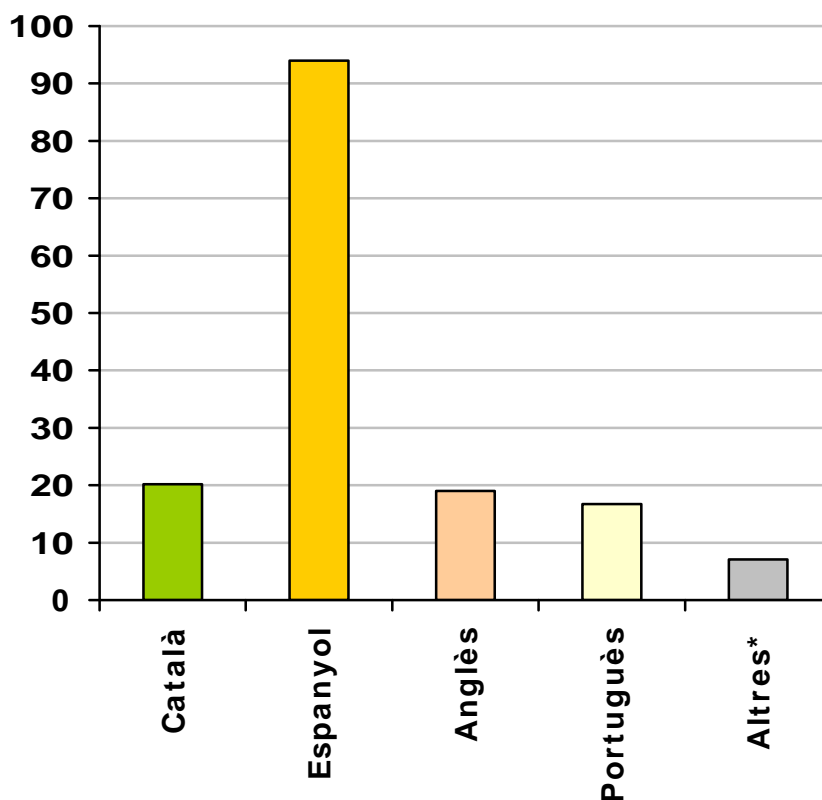
Per altra part, s'observa que l'altra llengua oficial, **l'espanyol, tot i no ser llengua pròpia, és emprada en la majoria dels productes (un 94%)**. Així mateix, el nivell d'ús de l'anglès és força similar al del català, malgrat que a Catalunya no és, com el català, ni llengua pròpia ni oficial. La resta de llengües d'ús (sobretot l'alemany i el francès) apareixen de manera menys important, tret del portuguès, que hi és present en un 17% dels productes.

**Taula 5:** Idiomes presents en les etiquetes de les aigües envasades trobades en els 10 primers grups distribuïdors a Catalunya.

<b>Idiomes</b>	<b>Nombre de productes en cada idioma</b>	<b>% de productes en cada idioma</b>
Català	17	20,2 %
Espanyol	79	94,0 %
Anglès	16	19,0 %
Portuguès	14	16,7 %
Altres*	6	7,1 %
Totals	84	100 %

\* Entre aquests trobem llengües com l'alemany, el francès, i el grec.

**Gràfic 1:** Percentatge d'aigües en cadascuna de les llengües trobades en les etiquetes.

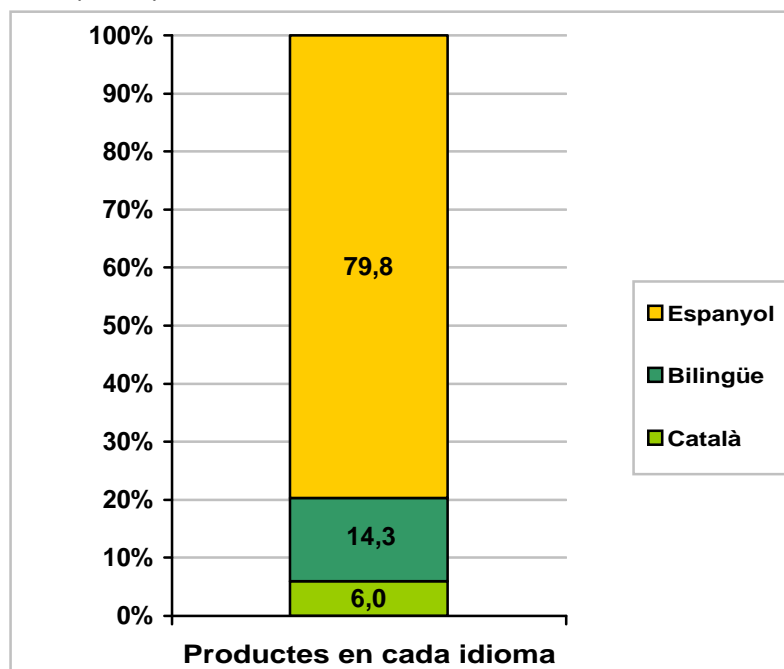


\* Entre aquests trobem llengües com l'alemany, el francès i el grec.

En el **gràfic 2** es representa el comportament dels fabricants segons les tres opcions següents: si només s'utilitza català, només espanyol, o bé bilingüe català-espanyol. Aquests resultats permeten veure si els fabricants que etiqueten en català prefereixen fer-ho només en aquesta llengua, o bé trien l'opció bilingüe català-espanyol.

Abans que res, cal dir que el gràfic mostra, efectivament, que la opció majoritària entre els fabricants és l'etiquetatge en espanyol i no en català. Però si mirem què fan les empreses que etiqueten en català (20%), s'observa que **la opció bilingüe català - espanyol és més present (observada en un 14% dels productes) que la opció únicament en català (un 6% dels productes)**. Aquestes xifres impliquen que el 71% dels productes etiquetats en català apareixen en una etiqueta bilingüe català - espanyol.

**Gràfic 2:** Nombre de productes etiquetats únicament en català, únicament en espanyol, i en ambdós idiomes (en %).



Per altra part, s'ha analitzat l'ús de les llengües segons els diversos formats de cada producte per tal de veure si es produeixen usos lingüístics diferents entre ells (vegeu **taula 6**).

Per fer un anàlisi més detallat, s'ha tingut en compte la classificació dels envasos segons 3 formes de consum principals: productes de menys de 0.92 litres per al consum individual; productes de 0.92 a 2 litres, associats al consum per sobretaula; i els de 5 a 8 litres, que s'atribueixen al consum a la llar.

**Taula 6:** Percentatge de productes en cada idioma i mitjana de productes en cada idioma segons tres grups de consum<sup>1</sup>.

Tipus de consum	Mida dels productes	Nombre de productes analitzats	Idiomes <sup>2</sup>				
			Cat	Esp	Ang	Port	Altres*
Consum individual	25 cl.	2	50,0%	100%	50,0%	0,0%	0,0%
	33 cl.	7	28,6%	85,7%	0,0%	28,6%	0,0%
	50 cl.	12	16,7%	100%	33,3%	16,7%	8,3%
	75 cl.	3	0,0%	100%	0,0%	33,3%	0,0%
<b>Mitjana entre les unitats d'aquest grup (d'un total de 24 productes)</b>			<b>23,8%</b>	<b>96,4%</b>	<b>20,8%</b>	<b>19,6%</b>	<b>2,8%</b>
Consum a sobretaula (llar i restauració)	1 l.	4	25,0%	100%	25,0%	0,0%	0,0%
	1,25 l.	3	33,3%	100%	0,0%	0,0%	0,0%
	1,5 l.	23	21,7%	91,3%	21,7%	21,7%	13,0%
	2 l.	6	0,0%	100%	0,0%	16,7%	0,0%
<b>Mitjana entre les unitats d'aquest grup (d'un total de 36 productes)</b>			<b>20,0%</b>	<b>97,8%</b>	<b>11,7%</b>	<b>9,6%</b>	<b>3,3%</b>
Consum a la llar	5 l.	16	12,5%	93,8%	18,8%	12,5%	6,3%
	8 l.	8	37,5%	87,5%	25,0%	12,5%	12,5%
<b>Mitjana entre les unitats d'aquest grup (d'un total de 24 productes)</b>			<b>25,0%</b>	<b>90,6%</b>	<b>21,9%</b>	<b>12,5%</b>	<b>9,4%</b>

<sup>1</sup> Tipologia extreta del web de l'Associació Catalana d'Envasadors d'Aigua.

<sup>2</sup> Català (Cat), espanyol(Esp), anglès (Angl), portuguès (Port), altres idiomes (Altres)

\* Entre aquests trobem llengües com l'alemany, el francès i el grec.

Si bé el percentatge d'ús global del català és el 20% del total de productes, es pot veure que hi ha diferències en el comportament segons els formats. En alguns



formats on s'han trobat més de 3 productes com ara el de 33 cl., 1l. i 8l. l'ús del català augmenta respecte al percentatge general, amb una presència superior al 25%; en d'altres, com ara el format de 50 cl. i de 5 l., però, aquesta llengua apareix amb un percentatge inferior al global o bé té una presència nul·la (format de 2 l.).

Per altra part, les dades actuals<sup>11</sup> indiquen que el format més venut a Catalunya en unitats és el de 33 cl, mentre que en litres és el de 8l. Aquests **formats que mantenen el lideratge a Catalunya presenten, a la mostra analitzada, un augment de l'ús del català respecte al percentatge observat per a tots els productes (20%): més de 8 punts en el cas del format de 33 cl, i més de 17 punts en el cas del format de 8 litres.**

Pel que fa a l'espanyol, és la primera llengua d'ús en tots els formats amb uns nivells significativament superiors als del català i les altres llengües; tanmateix, en els formats de 33 cl. i de 8 litres disminueix la seva presència situant-se per sota del 90% dels productes.

Pel que fa a la presència de llengües no oficials a Catalunya en aquells formats dels quals s'han trobat més de 3 productes, també hi ha diferències en els usos lingüístics. Destaca l'ús de l'anglès superior al 30% dels productes en els formats de 50 cl. (33%), tot i que en d'altres (format de 33cl i 2l.) la seva presència és nul·la; també, pel que fa al portuguès, el percentatge més alt es troba en els formats de 33 cl (29%) i en d'altres aquesta llengua no hi apareix (format d'1l.).

També, la mitjana de les presències entre els productes de cada grup ens mostra algunes diferències en els usos de la llengua entre els 3 grups d'envasos, especialment entre els destinats al consum per sobetaula i els envasos grans destinats a la llar. És important tenir en compte que aquelles aigües que més es consumeixen en la restauració (ampolles de 0.92 a 2 litres), el consumidor no compra directament aquests productes, mentre que els formats pensats per a ser consumits a la llar (garrafes), el consumidor, en el moment de la compra, té més opcions d'elecció de la marca. Segons les dades de l'estudi, precisament els formats en els que el consumidor català té més opcions d'escollir la marca en el moment de la compra (garrafes), la mitjana d'ús del català (25% de mitjana d'ús) és més elevada que el grup de productes que estan destinats, en part, al consum en la restauració.

---

<sup>11</sup> Vegeu l'informe **Font de Qualitat** de l'Associació Catalana d'Envasadors d'Aigua a <http://www.aiguesmineralsdecatalunya.org/>

## 8. L'ÚS DEL CATALÀ PER EMPRESES I MARQUES D'AIGÜES ENVASADES

En aquest apartat, s'ha dividit l'anàlisi dels resultats obtinguts en tres parts:

- La primera se centra en les empreses presents en dos o més grups distribuïdors diferents per tal d'analitzar el comportament de les que tenen una difusió més àmplia en el mercat.
- També, d'aquestes més presents, s'han seleccionat les empreses que facturen més a Catalunya per tal d'avaluar l'ús del català i l'evolució d'aquesta llengua en l'etiquetatge dels seus productes des del 2001.
- A la tercera i última part, s'han observat els usos de les llengües en les marques més presents en 5 o més grups distribuïdors diferents observats.

### 8.1- Usos en les empreses més presents

#### ▪ Dades de la mostra

Per seleccionar les empreses més significatives, s'han escollit aquelles que són presents en dos o més grups distribuïdors diferents (vegeu **taula 7**). D'aquesta primera tria, s'han obtingut 12 empreses productores d'aigua envasada de les quals s'han trobat 70 productes seus diferents.

Cal dir que la presència d'aquestes empreses en els supermercats no és indicativa de la participació per marques, ja que certes empreses tenen poques marques però més d'un producte o, a l'inversa, d'altres tenen diverses marques on alguna d'elles pot tenir un sol producte. Per aquest motiu, en la segona part d'aquest apartat hem realitzat una altra selecció prenent només com a referència les observacions per marques.

**Taula 7:** Empreses productores trobades en dos o més grups distribuïdors diferents respecte a les primeres deu grans superfícies de venda al detall a Catalunya (2005).

<b>Empresa</b>	<b>Grups distribuïdors on s'han trobat productes de l'empresa</b>
<b>Agua del Montseny, S.A.</b>	Condis, Esclat
<b>Coca-Cola España*</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, Esclat, Sorli Discau
<b>S.A. Damm*</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, Esclat, Mercadona, Sorli Discau, Suma
<b>Danone, S.A. *</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, DIA, Esclat, Mercadona, Sorli Discau, Suma
<b>Groupe Castel*</b>	Caprabo, Sorli Discau
<b>Grup Ribes*</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, Esclat, Mercadona, Sorli Discau, Suma
<b>Nestlé Waters España*</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, DIA, Esclat, LIDL, Mercadona, Sorli Discau, Suma
<b>Cia. De Bebidas Pepsico, SL. *</b>	Alcampo, Carrefour/Champion
<b>Sant Aniol</b>	Caprabo, Sorli Discau
<b>San Benedetto*</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Mercadona
<b>Grupo Osborne*</b>	Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, DIA, Esclat, Intermarché, Mercadona, Sorli Discau, Suma
<b>Grupo Vichy Catalan*</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, DIA, Esclat, Mercadona, Sorli Discau, Suma

\* Grup empresarial

## ▪ Usos lingüístics

A partir d'aquesta selecció, s'han elaborat taules i gràfics per representar els usos lingüístics segons els diferents resultats obtinguts. A la **taula 8** s'han representat les empreses comptabilitzades i els seus productes per cada marca d'aigua segons la presència de les llengües en l'etiquetatge, i també s'ha calculat la mitjana entre aquestes empreses. Una primera constatació és que les empreses reproduïxen un sol comportament lingüístic per a tots els productes d'una mateixa marca (per exemple, no hi ha una marca que etiqueti en català les garrafes de 8 litres i no ho faci en les de 1,5l.).

Comparant els usos de cada llengua present, els resultats indiquen que la llengua majoritària és **l'espanyol**, amb una mitjana d'ús del 92% entre les empreses. És la **llengua majoritària dels productes de Danone i Nestlé, empreses que destaquen per la diversitat de marques que tenen, algunes d'elles importants en presència com Font Vella i Lanjarón (de Danone), i Viladrau i Aquarel (de Nestlé Waters)**. Així mateix, l'etiquetatge monolingüe en aquesta llengua és emprat en tots els productes del **Grupo Osborne (Solan de Cabras), l'empresa cervesera Damm, o les multinacionals Coca-Cola i Pepsico**.

El nivell de l'espanyol entre les dotze empreses seleccionades triplica l'ús del català (28%). Tanmateix, els resultats també assenyalen que, si bé en general el català està lluny de trobar-se en una situació normalitzada, hi ha empreses i marques que tenen aquesta llengua com a primera llengua d'ús. Les empreses més significatives de l'estudi que empen el català en l'etiquetatge, com són **Aigua del Montseny, Aigua de Sant Aniol, Grup Ribes i Grupo Vichy Catalán, tenen la totalitat o bé com a mínim el 50% de les seves marques en català**. Les empreses Aigua del Montseny i Aigua de Sant Aniol empen plenament el català en tots els seus productes. Pel que fa al Grup Ribes, té la meitat dels productes observats en català, tot i que cal remarcar que Fontaga SA, l'empresa que té un pes més destacat dins del Grup i que gestiona l'Aigua de Ribes, etiqueta la totalitat dels seus productes en català. Pel que fa al Grup Vichy Catalan, 3 de les 5 marques que produeix estan etiquetades en català. També en aquest cas, l'ús del català presenta una situació molt favorable tenint en compte que la marca líder en vendes de les aigües amb gas a Catalunya (i a l'Estat espanyol), *Vichy Catalan*, té l'etiquetatge en aquesta llengua. A més, és important remarcar que cap d'aquestes tres marques estaven etiquetades en aquesta llengua l'any 2001. En conclusió, també podem afirmar que **quan el català és present en les empreses d'aigües envasades,**

normalment és la primera llengua en tots els seus productes o bé de les primeres marques de l'empresa.

Per altra banda, si ho comparem amb el resultat del català a les dades generals (20,2% dels productes), s'obté que la mitjana d'ús del català és superior entre empreses que tenen una presència més àmplia al mercat (presentes en més de dos grups distribuïdors diferents) que respecte el total d'empreses escrutades a l'estudi. Així doncs, el comportament mitjà entre les més significatives implica l'increment del català en l'etiquetatge.

Pel que fa a les empreses que etiqueten de manera plurilingüe (majoritàries), a excepció de Vichy Catalán que etiqueta també en català, empreses com Danone, i sobretot San Benedetto i Nestlé no empen el català però fan servir llengües menys quotidianes que aquesta llengua a Catalunya, com són l'anglès (emprat entre el 15% d'aquestes empreses), i encara menys parlades aquí, com el portuguès (14%) o el grec (inclosa en la categoria d'Altres idiomes de la **taula 8** i **gràfic 3**).

**Taula 8:** Productes de les principals empreses de l'estudi en cada idioma per marca d'aigua i empresa, i mitjana entre aquestes empreses.

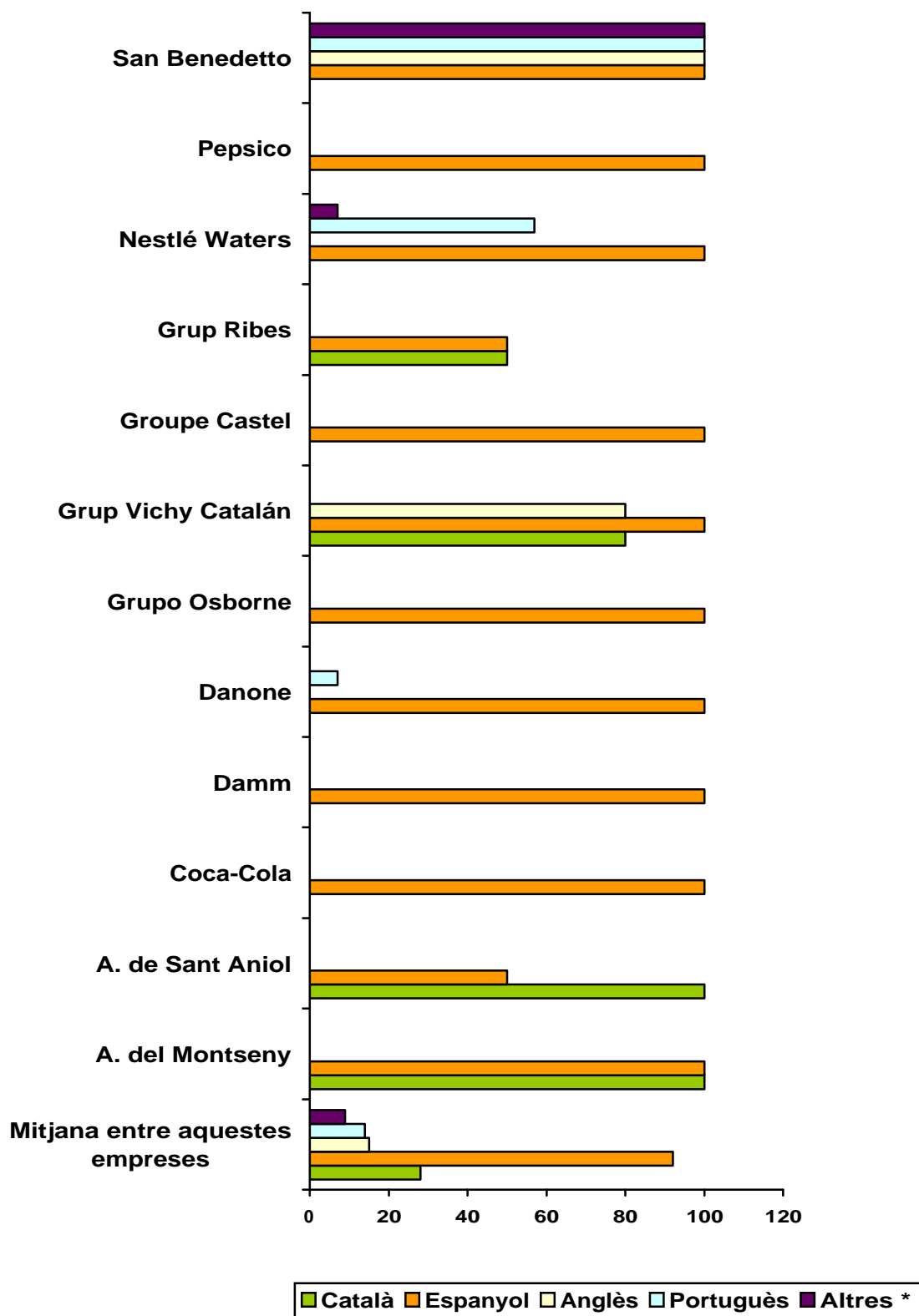
Marca	Grup Empresarial	Productes analitzats (70 en total)	Ús de cada idioma per productes <sup>1</sup>				
			Cat	Esp	Ang	Port	Alt*
Aigua del Montseny	A. del Montseny, S.A.	3					
Sant Aniol	Aigües de Sant Aniol, SA	1					
Sant Aniol amb gas	Aigües de Sant Aniol, SA	1					
Aquabona	Coca-Cola España	2					
Veri	S.A. Damm	2					
Fuente Liviana	S.A. Damm	2					
Lanjarón	Danone, S.A.	4					
Font Vella	Danone, S.A.	8					
Fonter	Danone, S.A.	2					
Evian	Danone, S.A.	1					
Vichy Célestins	Groupe Castel	1					

Font Agudes	Grup Ribes	4					
Ribes	Grup Ribes	4					
Viladrau	Nestlé Waters Espanya	5					
Aquarel	Nestlé Waters Espanya	5					
San Narciso	Nestlé Waters Espanya	1					
Vittel	Nestlé Waters Espanya	1					
Perrier	Nestlé Waters Espanya	2					
Aquafina	C. de Bebidas Pepsico, SL.	2					
Fuente Primavera	San Benedetto	3					
F. Primavera con gas	San Benedetto	2					
Solan de Cabras	Grupo Osborne	4					
Vichy Catalan	Grupo Vichy Catalan	4					
Font d'Or	Grupo Vichy Catalan	3					
Fuente Estrella	Grupo Vichy Catalan	1					
Malavella	Grupo Vichy Catalan	1					
Font del Regàs	Grupo Vichy Catalan	1					
<b>Mitjana entre aquestes empreses</b>			27,5%	91,7%	15,0%	13,7%	8,9%

<sup>1</sup> Català (Cat), espanyol(Esp), anglès (Angl), portuguès (Port), altres idiomes (Altr)

\* Entre aquestes trobem llengües com l'alemany, el francès i el grec.

**Gràfic 3:** Llengües emprades per les empreses més presents (trobadres en més d'un grup distribuïdor), en percentatge d'ús de cada llengua.



\* Entre aquestes trobem llengües com l'alemany, el francès i el grec.

## 8.2- Evolució en l'ús del català de les empreses Font Vella (Danone), Vichy Catalán, Nestlé Waters, i Fontaga (Grup Ribes)

### ▪ Dades de la mostra

S'han seleccionat 4 de les 12 empreses més presents analitzades en l'anterior apartat per tal d'observar l'ús del català en les empreses amb més pes específic en el conjunt de la indústria catalana, que superen els 10 milions d'euros en vendes anuals<sup>12</sup>: Font Vella, SA (de Danone), el grup Vichy Catalán, Nestlé Waters (anteriorment *Eycam Perrier*, SA i *Aquarel Ibérica*) i Fontaga, SA (del Grup Ribes).

Aquestes empreses són les primeres del rànquing en vendes a Catalunya aquest any 2005, però ja ocupaven les primeres posicions de lideratge pel que fa a la facturació anual, per exemple, al 2003 o fins i tot més enrere, al 1998 (vegeu **taula 9**). Els volums de vendes actuals que representen van dels 10 M. fins als 270 M. d'euros<sup>13</sup>. Per tant, es tracta de 4 empreses molt consolidades avui dia en el sector català, malgrat els canvis extrems que s'han produït en els darrers anys (especialment pel que fa a la concentració de grans empreses i la desaparició del mercat d'empreses locals).

Cal dir que a diferència de la resta de l'estudi, s'ha desagrupat l'empresa Font Vella SA del grup Danone i Fontaga del Grup Ribes, ja que les fonts d'on obtenim les dades, és a dir, els informes anuals sobre begudes d'Alimarket i l'estudi encarregat per la Generalitat de Catalunya sobre els usos lingüístics en les aigües envasades (2001)<sup>14</sup>, aporten informació sobre aquestes empreses amb independència dels grups empresarials als quals formen part. Per tant, en aquest apartat, Font Vella SA i Fontaga SA s'han analitzat com a entitats pròpies, no comptabilitzades dins dels respectius grups Danone i Ribes.

---

<sup>12</sup> Extret del web d'Alimarket: <http://www.alimarket.es/>. Dades extretes el desembre del 2005.

<sup>13</sup> Alimarket: <http://www.alimarket.es/>

<sup>14</sup> Institut Dym, 2001.



**Taula 9:** Rànquing d'indústries elaboradores d'aigües envasades en els anys 1998 i 2003 (en milions d'euros).

	Facturació 1998 (en M. )	Rànquing a Catalunya 1998	Facturació 2003 (en M.)	Rànquing a Catalunya 2003 <sup>15</sup>
<b>Font Vella, S.A. (Grup)</b>	98	1	220	1
<b>Grupo Vichy Catalán</b>	72	2	108	2
<b>Nestlé Waters (Eycam-Perrier, S.A.)</b>	27	3	65	3
<b>Fontaga, S.A.</b>	11	4	15	4

Per tal d'establir la comparació amb dades lingüístiques anteriors, ens hem basat amb les dades de l'estudi *Els usos lingüístics en les indústries elaboradores o distribuïdores d'aigua envasada*, encarregat per la Direcció General de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya (novembre 2001). A partir dels resultats del treball de camp que es va realitzar el 2001, hem extret la següent informació per tal de poder compararla amb els resultats d'aquest estudi:

- **Vichy Catalan, SA.** Es van observar els següents productes: 1 de Malavella, 1 de Font d'Or , 1 de Les Creus, 3 de Vichy Catalan, i 1 de Font del Regàs. Pel que fa als usos idiomàtics, el grup Vichy Catalán no tenia cap dels seus productes amb una presència majoritària del català, tot i que sí que apareixia de manera testimonial (estava traduïda al català la denominació de venda de Font d'Or, Les Creus i Font del Regàs; però la resta d'informació no apareixia en aquesta llengua).

- **Font Vella SA.** Es van analitzar dos productes: 1 de la marca Fonter i 1 de Font Vella. També es van analitzar altres marques del grup Danone però que no formaven part de Font Vella SA com ara Lanjarón, San Vicente i Fonteforte.

- **Nestlé Waters España.** Fins l'any 2002 no es coneixia amb aquest nom sinó que es dividia entre les empreses *EYCAM-Perrier SA* i *Aquarel Ibérica SA*. Es van analitzar: 2 productes de San Narciso, 4 d'Aquarel i 3 de Viladrau.

<sup>15</sup> Vegeu totes les empreses del rànquing d'indústries que l'any 2003 van facturar més d'un milió d'euros a l'Annex 5.

- **Fontaga, SA**, pertany al Grup Ribes, del qual en forma part també per l'empresa *Sol del Camp, SA*. Es van analitzar 4 productes de l'Aigua de Ribes.

## **· Ús del català i evolució respecte l'any 2001**

A partir d'aquestes dades recollides per l'estudi esmentat, s'ha traçat l'evolució de l'ús del català en aquestes quatre empreses, comparant-les amb les dades actuals observades (vegeu-ne els resultats a la **taula 10**).

En el cas de Fontaga, l'empresa ha potenciat la seva marca *Aigua de Ribes* apostant des d'un bon principi per l'etiquetatge íntegrament en català, al mateix temps que ha anat consolidant-se com una de les empreses catalanes més fortes del sector. En el cas de Vichy Catalán, la progressiva incorporació del català en els seus productes durant els darrers 2 anys (actualment representa un 80% dels productes), s'ha produït començant per les primeres marques de l'empresa (*Font del Regàs* i *Font d'Or*) i especialment la seva marca líder a Catalunya *Vichy Catalan* (a l'Estat espanyol també és la primera en vendes de les aigües amb gas i en països del continent europeu ha rebut diversos premis de reconeixement).

Per tant, quan es comparen les dades lingüístiques del 2001 i les del 2005 es pot dir que **la situació del català entre les empreses més significatives del sector ha evolucionat de manera força positiva, no tan sols perquè s'observa un increment en l'ús d'aquesta llengua (per la plena incorporació en algunes marques de Vichy Catalán) sinó també perquè s'empra en marques amb molt d'èxit comercial.**

Per altra part, s'observa que s'allunyen molt d'aquesta tendència **Font Vella SA** - que té l'aigua, amb el mateix nom, més venuda a Catalunya i a l'Estat espanyol -, i **Nestlé Waters** - amb aigües molt presents com Viladrau i Aquarel -, **ambdues empreses estancades pel que fa al desenvolupament de l'etiquetatge en català; empreses, però, que en d'altres països (en el cas de Font Vella, es faria referència a l'empresa mare Danone) empen llengües amb menys parlants que el català.** I per tant, a Catalunya no només no tenen en compte l'entorn d'on treuen la matèria

prima i el medi social d'on obtenen beneficis, sinó que actuen contradient-se amb les propies polítiques corporatives<sup>16</sup>.

**Taula 10:** Productes etiquetats en català i percentatge segons les quatre primeres empreses en facturació a Catalunya elaboradores d'aigües envasades.

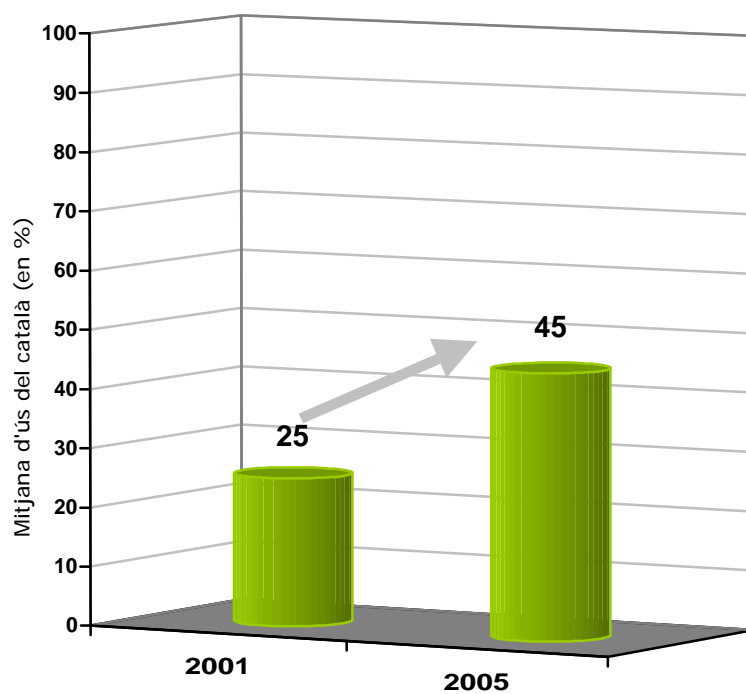
Empreses	Nombre de productes (2001)	Any 2001	Nombre de productes (2005)	Any 2005
<b>Font Vella, SA (Danone)</b>	2	0,0%	11	0,0%
<b>Grup Vichy Catalan</b>	7	<b>0,0%</b>	<b>10</b>	<b>80,0%</b>
<b>Nestlé Waters</b>	9	0,0%	14	0,0%
<b>Fontaga (Grup Ribes)</b>	4	<b>100,0%</b>	4	<b>100,0%</b>

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'estudi *Els usos lingüístics en les indústries elaboradores o distribuïdores d'aigua envasada*, encarregat per la Direcció General de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya (novembre 2001). Les dades del 2005 són extretes d'aquest estudi.

Per altra part, el càlcul de la mitjana del comportament d'aquestes quatre primeres empreses vers el català (**gràfic 4**), i la seva evolució des del 2001, expressa que **en 4 anys ha augmentat de forma notable, i d'una mitjana d'ús del 25% ha crescut fins al 45% en les empreses**. Com a conclusió s'extreu que el model que s'està consolidant en les empreses més presents i amb més facturació a Catalunya és l'augment del català en els seus productes.

<sup>16</sup> Vegeu l'exposició realitzada per la Plataforma per la Llengua, *La llengua en l'etiquetatge de les grans marques* on es compara les etiquetes de productes de grans empreses venuts en països amb tants o menys parlants que el català, o bé en una situació de plurilingüisme oficial, i les equivalents trobades en els territoris de parla catalana. També es pot consultar a: <http://www.plataforma-llengua.org/exposicio>

**Gràfic 4:** Increment de l'etiquetatge en català durant el període 2001-2005 en les empreses de més facturació a Catalunya l'any 2005.



### 8.3- Usos en les marques d'aigües més presents

#### • Dades de la mostra

A continuació, s'han analitzat les aigües més presents a les superfícies de lliure servei acotant l'anàlisi a aquelles observades en 5 o més grups de distribució diferents (**taula 11**).

Concretament, es tracta de 14 marques d'aigua que pertanyen a 7 empreses diferents, entre les quals hi ha multinacionals com Coca-Cola, Nestlé, Danone, grans empreses catalanes com Grup Vichy Catalán, Grup Ribes i Damm, i també l'espanyola Grupo Osborne. Convé remarcar el fet que malgrat les diferents procedències de les empreses, **la majoria de les aigües més presents (el 71%) són captades en els territoris de parla catalana, exceptuant les marques Lanjarón i Solan de Cabras.**

*Taula 11: Marques d'aigua trobades en 5 o més grups distribuïdors diferents respecte a les primeres deu grans superfícies de venda al detall a Catalunya (2005).*

Marca	Grups distribuïdors on s'han trobat productes de la marca
<b>Aquabona</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, Esclat, Sorli Discau
<b>Aquarel</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Mercadona, Suma, Sorli Discau, Lidl
<b>Font del Regàs</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, Esclat, Mercadona, Suma
<b>Font d'Or</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, Suma
<b>Fonter</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, Esclat, Mercadona, Sorli Discau, Suma, DIA
<b>Font Vella</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, Esclat, Mercadona, Sorli Discau, Suma, DIA
<b>Lanjarón</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, DIA, Sorli Discau
<b>Malavella</b>	Alcampo, Carrefour/Champion, Condis, Sorli Discau, Esclat
<b>Ribes</b>	Caprabo, Sorli Discau, Suma, Condis, Alcampo, Esclat, Carrefour/Champion
<b>Perrier</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Mercadona, Sorli Discau, Condis, Esclat
<b>Solan de Cabras</b>	Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, DIA, Esclat, Intermarché, Mercadona, Sorli Discau, Suma
<b>Veri</b>	Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, Esclat, Sorli Discau, Suma
<b>Vichy Catalán</b>	Sorli Discau, Condis, DIA, Caprabo, Alcampo, Mercadona, Carrefour/Champion, Suma, Esclat
<b>Viladrau</b>	Carrefour/Champion, Suma, Caprabo, Condis, DIA, Esclat, Mercadona, Alcampo, Sorli Discau

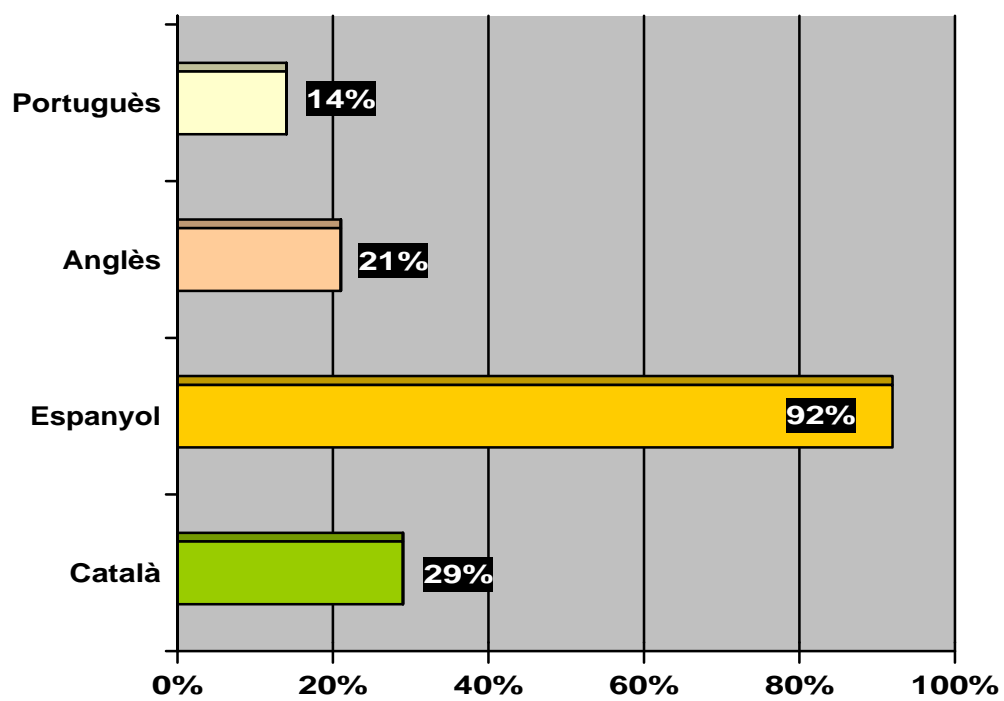
## • Usos lingüístics

En la **taula 12** i el **gràfic 5** s'observa que el valor del català entre les marques més significatives augmenta de forma evident, situant-se al 29 %, respecte al nivell trobat per a tots els productes (20,2%). Aquest increment també lleugerament superior a l'observat entre empreses es deu sobretot al fet que precisament **les marques més importants del Grup Ribes - Aigua de Ribes - i del Grup Vichy Catalán - Vichy Catalán (aigua amb gas), Font del Regàs i Font d'Or - són les que estan etiquetades en català** (amb l'única excepció de Malavella de Vichy Catalán, etiquetada encara només en espanyol). Per tant, malgrat que l'ús del català continua evidenciant greus dèficits, **la tendència que consoliden les marques més significatives de l'estudi és l'augment del català**. Pel que fa a l'espanyol, es manté com a primera llengua d'ús; la resta de llengües, observem que l'anglès se situa com a tercera llengua i el portuguès com a quarta, una tendència que ja s'ha observat en el comportament entre les empreses més significatives.

**Taula 12:** Llengües emprades en les marques d'aigua envasada més presents (trobadres en cinc o més grups distribuïdors diferents).

Marca	Empresa	Català	Espanyol	Anglès	Portuguès
Aquabona	Coca-Cola				
Aquarel	Nestlé Waters				
Font del Regàs	Grup Vichy Catalan				
Font d'Or	Grup Vichy Catalan				
Fonter	Danone				
Font Vella	Danone				
Lanjarón	Danone				
Malavella	Grup Vichy Catalan				
Ribes	Grup Ribes				
Perrier	Nestlé Waters				
Solan de Cabras	Osborne				
Veri	Damm				
Vichy Catalán	Grup Vichy Catalan				
Viladrau	Nestlé Waters				

**Gràfic 5:** Percentatge d'ús de cada idioma entre les marques d'aigua envasada presents en cinc o més grups distribuïdors diferents.



## 9. L'ÚS DEL CATALÀ SEGONS EL TERRITORI DE CAPTACIÓ DE L'AIGUA

L'utilització d'un idioma en l'etiquetatge d'un producte no només respòn a la voluntat de ser comprès amb la màxima facilitat pels seus consumidors potencials, tot i que aquest hagi de ser el principal objectiu per als fabricants. En alguns casos, sovint relacionats amb productes de qualitat, l'idioma aporta al producte un component d'autenticitat, vinculant etiquetatge i procedència a través de l'idioma. No és casual doncs, -i de fet sembla gairebé irrenunciable-, que un *champagne* francès o un *vodka* rus incorporin aquestes llengües a la seva etiqueta com a símbols de qualitat. En aquest apartat, analitzarem més específicament la relació entre l'ús de la llengua i lloc de captació de l'aigua, un factor especialment rellevant si tenim en compte que a Catalunya es troben un gran nombre d'empreses elaboradores d'aigua -ja que és un territori ric en aquest recurs-, especialment a la zona del Montseny i Les Guilleries (Comarca de La Selva, Girona), on es produeixen el 80% de les extraccions<sup>17</sup>.

### ▪ Dades de la mostra

De les empreses més importants d'aquest estudi seleccionades en l'anterior apartat (observades en 2 o més establiments diferents), s'han analitzat aquelles que tenen totes o algunes aigües extretes al Principat de Catalunya (vegeu la **taula 13**). Cal esmentar, però, que hi ha dues aigües d'aquesta taula que també sorgeixen de territoris on el català és la llengua pròpia: *Agua de Veri* de l'empresa Damm, procedent de Sant Martí de Veri (Franja de Ponent); *Fuente Primavera*, i *Fuente Primavera con gas* de l'empresa San Benedetto, extreta de Requena (València).

També, cal dir que totes sis empreses o grups empresarials que s'analitzaran a continuació (Aguas del Montseny, Aigua de Sant Aniol, Danone, Grup Ribes, Grupo Vichy Catalan, Nestlé Waters) estan ubicades a Catalunya.

---

<sup>17</sup> Serrano, V. i Miralles, J., 2004.



**Taula 13:** Procedència de les aigües segons si són captades al Principat de Catalunya<sup>18</sup> o fora d'aquest territori, entre les empreses més significatives de l'estudi.

Empresa	Marca	Aigua procedent del Principat de Catalunya
<b>Aguas del Montseny, S.A.</b>	Aigua del Montseny <sup>1</sup>	Sí
<b>Aigua de Sant Aniol, SA.</b>	Sant Aniol	Sí
	Sant Aniol amb gas	Sí
<b>Coca-Cola España</b>	Aquabona	No
<b>S.A. Damm</b>	Veri	No
	Fuente Liviana	No
<b>Danone, S.A.</b>	Lanjarón	No
	Font Vella	Sí
	Fonter	Sí
	Evian	No
<b>Groupe Castel</b>	Vichy Célestins	No
<b>Grup Ribes</b>	Font Agudes	Sí
	Aigua de Ribes	Sí
<b>Nestlé Waters España</b>	Viladrau	Sí
	Aquarel	Sí
	San Narciso	Sí
	Vittel	No
	Perrier	No
<b>Cia. de Bebidas Pepsico, SL.</b>	Aquafina <sup>1</sup>	No consta
<b>San Benedetto</b>	Fuente Primavera	No
	Fuente Primavera con gas	No
<b>Grupo Osborne</b>	Solan de Cabras	No
<b>Grupo Vichy Catalan</b>	Vichy Catalan	Sí
	Font d'Or	Sí
	Fuente Estrella	Sí
	Malavella	Sí
	Font del Regàs	Sí

<sup>1</sup>Aigua potable preparada

<sup>18</sup> S'han destacat amb gris les aigües envasades captades al Principat i les empreses productores d'aquestes aigües.

## ▪ Usos lingüístics en les empreses amb algunes o la totalitat de les seves aigües captades a Catalunya

De les dotze empreses més presents, hem representat els valors de les seves marques amb aigües captades a Catalunya. A la **taula 14** es representen les 15 aigües diferents de procedència catalana més presents. S'observa que el valor del català se situa en un nivell molt superior al trobat per totes les aigües de la mostra. Així, les marques d'aigua procedents de Catalunya de les empreses més significatives mostren, de mitjana, un augment del català (47%) de 27 punts respecte al 20,2% trobat per a tots els productes. Per tant, també sembla ser que **la procedència és un factor que influeix en la tria del català entre les marques.**

En aquest grup, l'ús de l'espanyol (87%) se situa lleugerament per sota del percentatge general per tots els productes (94%), mantentint-se com a primera llengua d'ús en la majoria de les marques. **Aigües captades a la província de Girona com Font Agudes (Grup Ribes), Viladrau (Nestlé), Font Vella (Danone), Fonter (Danone), San Narciso (Nestlé), Malavella (Vichy Catalán) i Fuente Estrella (Vichy Catalán), empren l'etiquetatge monolingüe en espanyol, sense tenir en compte la llengua pròpia d'aquest territori.** Un cas també sorprenent d'aigua captada a Arbúcies (Girona) és **Aquarel, on el català no hi és present en cap dels seus productes, però en canvi els consumidors catalans poden llegir-la en portuguès.**

**Taula 14:** Percentatge de productes en cada idioma de les aigües captades a Catalunya i mitjana entre les marques.

Marques d'aigua	Empreses	Productes (44 en total)	Cat	Esp	Ang	Port
<b>Aigua del Montseny<sup>1</sup></b>	Aigua del Montseny	3	100%	100%	0%	0%
<b>Aquarel</b>	Nestlé Waters España	5	0%	100%	0%	100%
<b>Font Agudes</b>	Grup Ribes	4	0%	100%	0%	0%
<b>Font del Regàs</b>	Grup Vichy Catalan	1	100%	100%	100%	0%
<b>Font d'Or</b>	Grup Vichy Catalan	3	100%	100%	100%	0%
<b>Fonter</b>	Danone, S.A.	2	0%	100%	0%	0%
<b>Font Vella</b>	Danone, S.A.	8	0%	100%	0%	0%
<b>Fuente Estrella</b>	Grup Vichy Catalan	1	0%	100%	0%	0%
<b>Malavella</b>	Grup Vichy Catalan	1	0%	100%	0%	0%
<b>Ribes</b>	Grup Ribes	4	100%	0%	0%	0%
<b>Sant Aniol</b>	Aigües de Sant Aniol, SA.	1	100%	0%	0%	0%
<b>Sant Aniol amb gas</b>	Aigües de Sant Aniol, SA.	1	100%	100%	0%	0%
<b>San Narciso</b>	Nestlé Waters España	1	0%	100%	0%	0%
<b>Vichy Catalan</b>	Grup Vichy Catalan	4	100%	100%	100%	0%
<b>Viladrau</b>	Nestlé Waters España	5	0%	100%	0%	0%
<b>Mitjana entre aquestes marques</b>			<b>47%</b>	<b>87%</b>	<b>20%</b>	<b>7%</b>

Per altra part, hem agrupat els productes segons les empreses que tenen totes o algunes de les seves aigües extretes a Catalunya (vegeu la **taula 15**). Malgrat que el català entre aquestes empreses encara no assoleix un nivell normal (55%), es produeix un gran augment pel que fa a la mitjana d'ús del català (de 35 punts més) entre les empreses més presents respecte a les dades generals. Només dues de les sis empreses, concretament Danone i Nestlé Waters, són les úniques grans empreses amb aigües captades al Principat que no tenen cap producte etiquetat en català.

L'ús mitjà de l'espanyol (un 83%) continua sent majoritari, tot i que disminueix un 11% entre aquestes empreses respecte el percentatge global per tots els productes. És remarcable que les empreses Danone i Nestlé emprin més el portuguès que el català malgrat que l'entorn on extreuen les seves aigües tingui com a llengua pròpia el català.

**Taula 15:** Percentatge de productes en cada llengua de les principals empreses de l'estudi amb algunes o la totalitat de les seves aigües captades al Principat de Catalunya.

EMPRESSES	PRODUCTES (52 EN TOTAL)	CAT	ESP	ANG	PORT
Agua del Montseny	3	100	100	0	0
Aigües de Sant Aniol	2	100	50	0	0
Danone	15	0	100	0	70
Grup Ribes	8	50	50	0	0
Grup Vichy Catalan	10	80	100	80	0
Nestlé	14	0	100	0	57
Mitjana entre empreses		55%	83%	13%	21%

A la **taula 16** s'ha classificat les empreses que capten les seves aigües a Catalunya segons si se situen per sobre o per sota de la mitjana. Es pot observar que **Nestlé Waters i Danone tenen greus dèficits respecte al català - llengua que no empren en cap dels seus productes -**, allunyant-se molt de la tendència general que marquen la resta d'empreses.

*Taula 16: Empreses que capten les seves aigües dins del territori del Principat de Catalunya segons el tracte vers el català.*

<b>Es troben per sobre de la mitjana pel que fa a l'ús del català</b>	A. del Montseny, A. de Sant Aniol, Grup Ribes, Grup Vichy Catalan.
<b>Es troben per sota de la mitjana pel que fa a l'ús del català</b>	Nestlé Waters, Danone

## CONCLUSIONS

- A través d'aquest estudi, hem establert que el percentatge d'ús del català, si tenim en compte tots els productes observats a la mostra, és d'un 20,2%. El mateix càlcul s'eleva a un 98% en el cas de l'ús de l'espanyol. Si tenim en compte que les dues llengües gaudeixen del mateix estatus d'oficialitat a Catalunya, és evident que **la llengua catalana es troba en una situació d'inferioritat en la seva representació**. A aquesta circumstància, s'hi afegeix el fet que a diferència de l'espanyol, el català és llengua pròpia a Catalunya.
- Dels diversos formats amb què es presenten els productes, en alguns casos el català pot ser absolutament absent. Tanmateix, els formats que tenen més vendes a Catalunya (33 cl. i 8 l.) són els que incorporen uns valors més alts de català (superant el 30% dels productes). El català té en aquest sentit una vinculació amb els formats que aporten més beneficis a les empreses del sector a Catalunya.
- Del total de productes etiquetats en català, un 71% ho estan també en espanyol, fent de la **opció bilingüe la més utilitzada** per a la presentació de la llengua catalana.
- Si en comptes de prendre els resultats globals, ens fixem **en les principals empreses del sector (trobadades en dos o més grups distribuïdors diferents observats)**, obtenim resultats una mica més favorables per a la utilització del català, que ascendeix fins a **situar-se al 28% d'ús de la llengua**. Si d'aquestes, analitzem les **empreses situades a Catalunya que més facturen (superant els 10 milions en vendes anuals)**, la mitjana d'ús se situa en el 45%, mentre que l'any 2001 aquestes mateixes empreses només l'empraven en **un 25% dels productes**.
- Això ens permet afirmar que entre els principals productors, es pot constatar la incorporació de la llengua catalana en l'etiquetatge dels productes, especialment propulsat pel grup Vichy Catalán a través de la seva aigua amb gas, i les marques Font del Regàs i Font d'Or. Si parlem, doncs, de tendències en termes d'ús de la llengua a l'etiquetatge **els resultats ens permeten constatar que, tot i la**

**situació actual de greuge, podem ser optimistes vers la incorporació plena del català a l'etiquetatge de les aigües envasades.**

- Aquesta tendència que relaciona la importància de la empresa a una major presència del català a l'etiquetatge, es trenca quan analitzem els casos de **Danone i Nestlé Waters**, dues empreses multinacionals que controlen marques d'amplia difusió al mercat català i amb vendes anuals superiors als 10 milions d'euros anuals, que han decidit no oferir els seus productes en llengua catalana, mentre que sí que en alguns casos, és possible trobar a l'etiquetatge llengües menys parlades a Catalunya, com l'anglès, el portuguès o el grec.
- Per últim, s'ha constatat que un altíssim percentatge de les aigües més presents als establiments de lliure servei de Catalunya, i que han entrat a formar part de la nostra mostra, tenen el seu **origen a fonts i brolladors catalans**, s'envasen i arriben als seus consumidors finals sense abandonar territoris de parla catalana. Això resta arguments als empresaris del sector per a **no utilitzar la llengua catalana en les etiquetes d'aigües captades en els territoris de parla catalana**. Aquesta actitud és incoherent amb la imatge que presenten davant dels consumidors per a fer-les atractives, sovint, relacionada amb el seu entorn natural autòcton.
- La situació en general és molt favorable quan es tracta de les **empreses propietàries d'aigües captades en brolladors i fonts del Principat: les dades observades situen l'ús del català en el 55% dels productes**. A més, **Danone (Font Vella, Fonter) i Nestlé Waters (Viladrau, Aquarel, San Narciso) són les úniques grans empreses amb aigües captades al Principat que no tenen cap producte etiquetat en català**; la resta d'empreses importants amb aigües captades al Principat, és a dir, **Grup Ribes, Grupo Vichy Catalán, Agua de Sant Aniol i Agua del Montseny, tenen la totalitat o bé molts dels seus productes etiquetats en llengua catalana**.
- Pel que fa a les empreses més presents als grans grups distribuïdors que capten les aigües en altres territoris (fora del Principat) on el català és llengua pròpia, com són Damm (Veri) i San Benedetto (Fuente Primavera), tampoc en cap cas empren el català per etiquetar els seus productes.

## RECOMANACIONS

- Les institucions públiques haurien d'intervenir a l'hora d'esmenar els dèficits del català en l'etiquetatge, d'acord amb el seu estatus de llengua oficial a Catalunya i originària del territori, i per tal de defensar els drets lingüístics dels ciutadans davant de les empreses envasadores. D'una banda, assegurant el desplegament complet de la legislació vigent actualment, tal i com preveu l'article 34.3 del capítol V de la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, i l'article 26.a del capítol IV sobre Drets lingüístics dels consumidors de la Llei 3/1993 de l'Estatut del Consumidor. Un primer pas doncs, que no requereix de l'aprovació de mesures extraordinàries, sinó de la posada en marxa de garanties que ja haurien de funcionar actualment. De l'altra banda, en el marc del desplegament d'una legislació per a l'etiquetatge en català de caràcter general, caldria desenvolupar una legislació específica per a les aigües minerals i de brollador com a producte autòcton i vinculat al territori, tal i com també es preveu per als productes de denominació d'origen, denominació comarcal o de denominació de qualitat i dels productes artesanals, a l'article 34.2 de la Llei de política lingüística 1/1998.
- Caldria exigir a les empreses envasadores una major responsabilitat vers els consumidors, una responsabilitat que ja han demostrat estar adquirint algunes empreses importants del sector. Caldria doncs estimular aquesta tendència per al conjunt de les empreses que distribueixen els seus productes a Catalunya, fent visibles els beneficis de l'ús del català en l'etiquetatge a través de la realització de trobades informatives entre els mateixos empresaris, i informes econòmics que fessin públics els beneficis de l'etiquetatge en català.
- Estimular les iniciatives encaminades a crear un consum responsable als consumidors catalans, fent visible l'etiquetatge en català com un valor més de la qualitat dels productes. Aquest consum responsable hauria de ser especialment exigible a les institucions i a l'administració pública a Catalunya.



## BIBLIOGRAFIA

ADEC *Llista d'industrials i productors que etiqueten en català. 2005*. Edició de catàlegs anuals i pàgina web (<http://www.adec-cat.org>).

DEPARTAMENT D'AGRICULTURA, RAMADERIA I PESCA (2005). *Servei d'Indústries i Comercialització Agroalimentàries. Informe anual de la Indústria i el Consum Agroalimentaris a Catalunya. 2003*.

DIRECCIÓ GENERAL DE POLÍTICA LINGÜÍSTICA, *Els usos lingüístics en les indústries elaboradores o distribuïdores d'aigua envasada*. Departament de Cultura, Generalitat de Catalunya. Barcelona, 2001.

GASULL, B. *Les llengües d'ús en l'etiquetatge dels productes de marca 'blanca' de supermercats i hipermercats a Catalunya*. Plataforma per la Llengua. 2004.

GASULL, B. *L'acompliment de l'article 34.2 de la Llei 1/1998 de política lingüística en vins i caves*. Plataforma per la Llengua. 2005.

INSTITUT DYM *Els usos lingüístics en les indústries elaboradores o distribuïdores d'aigua envasada*. [Estudi encarregat per de l'Institut de Sociolingüística Catalana] Barcelona : Instituto Dym, 2001.

SERRANO, V. i MIRALLES, J. "Aigua envasada" a *Perspectiva ambiental*, n. 31. Barcelona: Fundació Terra.

SECRETARIA DE POLÍTICA LINGÜÍSTICA, *El català, llengua d'Europa*. Generalitat de Catalunya, 2005.

ASSOCIACIÓ CATALANA D'ENVASADORS D'AIGUA (ACEA) *Dossier Font de Qualitat*, publicat al web <http://www.aiguesmineralsdecatalunya.org/>

## ANNEXOS

**Annex 1:** Avaluació de l'ús de les llengües en les aigües de marca blanca

**Annex 2:** Valoració de la demanda d'etiquetatge en català a les aigües envasades

**Annex 3:** Proposta de moció per als ajuntaments de la campanya *A Taula, en català* (Plataforma per la Llengua i ADEC)

**Annex 4:** Rànquing d'indústries d'aigües i begudes analcohòliques a Catalunya (milions d'euros), 2003

## ANNEX 1: AVALUACIÓ DE L'ÚS DE LES LLENGÜES EN LES AIGÜES DE MARCA BLANCA

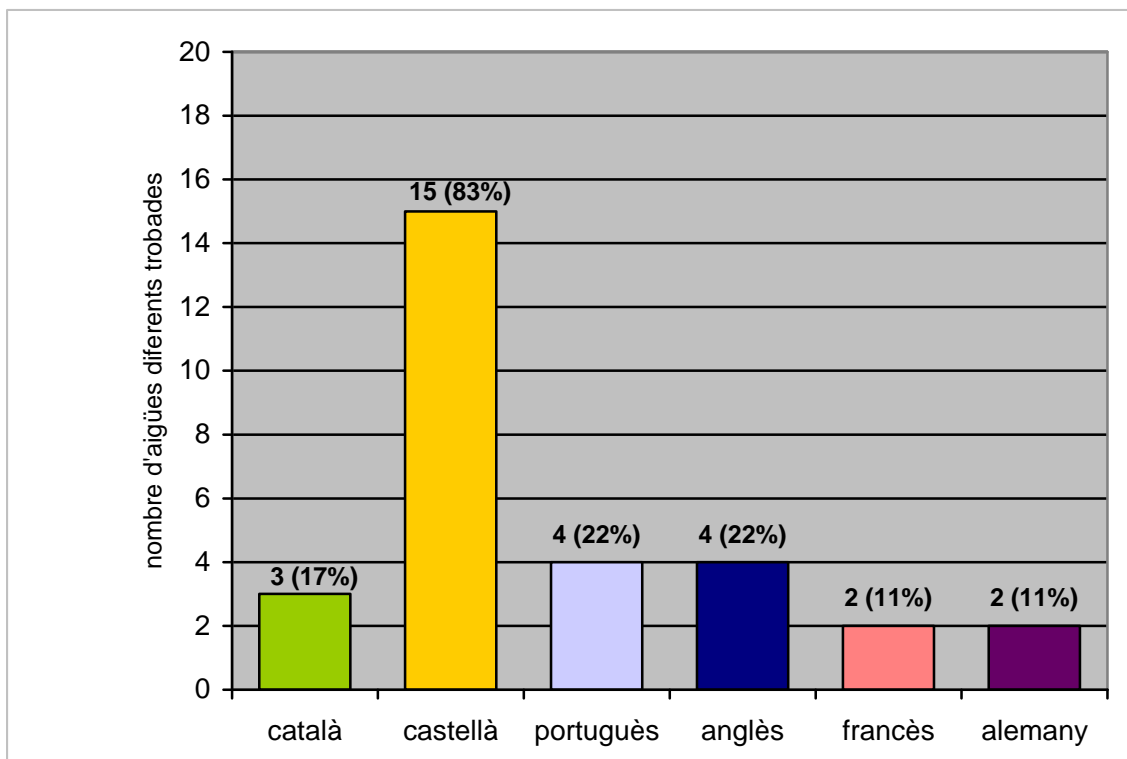
En aquest apartat s'analitza les llengües emprades per part dels principals grups distribuïdors en l'etiquetatge de les aigües de marca blanca. La informació s'ha extret de les dades recollides per a l'estudi "Les llengües d'ús en l'etiquetatge dels productes de marca blanca de supermercats i hipermercats a Catalunya. Tardor 2004", realitzat per la Plataforma per la Llengua.

### **Llengües presents en diferents marques blanques de distribució:**

Grup Distribuïdor	Marca	Idiomes*					
		CAT	ESP	ANG	PORT	FR	AL
Carrefour	Carrefour						
	Champion						
	Dia						
Caprabo	Caprabo						
Condis Supermercats	Condis						
Grup Miquel (Suma)	Gourmet						
Bon Preu	Bonpreu						
Permira	Supersol						
Intermarché	Intermarché						
Alcampo (Auchan)	Auchan						
Sup. de Alimentación	Sorli-discau						
Varis	Selex						
	Spar						
El Corte inglés	El Corte Inglés						
	Hiperacor						
Plus Supermercados	Plus						
Eroski	Consumer						
Coaliment	Coaliment						

\* Català (cat), espanyol (esp), portuguès (port), anglès (ang), francès (fr), alemany (al),

**Nombre d'aigües naturals de marca blanca en cada idioma en els supermercats i hipermercats de Catalunya**



## ANNEX 2: VALORACIÓ DE LA DEMANDA DE L'ETIQUETATGE EN CATALÀ A LES AIGÜES ENVASADES

El món empresarial, i especialment el sector agroalimentari, ha estat un dels camps on més s'ha evidenciat el creixement de l'ús del català en els darrers anys. Pel que fa a l'àmbit de l'etiquetatge, aquests canvis favorables s'han produït sobretot en el sector dels vins i caves, marques "blanques", llets i cerveses. Aquests canvis s'ha produït influits per una demanda d'etiquetatge en català cada cop més evident, tant per part de l'administració com sobretot per part de la societat civil (consumidors i entitats). Els consumidors catalanoparlants han assolit més consciència de les mancances existents en aquest camp, i cada cop més l'etiquetatge en català actua com a factor positiu de compra (així ho corroboren les conclusions de l'estudi de M. Aguilera i J.M.Romaní<sup>19</sup>).

Així mateix, el sector de les aigües envasades també s'ha vist afectat per les demandes d'atenció al client en llengua catalana. Per això, des de la societat civil s'han organitzat campanyes concretes per tal de normalitzar aquest sector. Una d'elles és *A Taula, en català*, promoguda per la Plataforma per la Llengua i l'Associació en Defensa de l'Etiquetatge en Català. Aquesta campanya compta amb el compromís de 250 entitats entre les quals hi ha departaments de Govern, consells comarcals d'arreu del Principat, entitats privades emblemàtiques com el Futbol Club Barcelona, Universitats com la UAB i la UB i sobretot ajuntaments (a l'actualitat són 199), que s'han compromès a través d'acords signats o mocions aprovades als plens municipals a consumir aigua envasada, vi i cava (i des del 2004, també cervesa i begudes refrescants) etiquetats en català.

Aquest compromís s'assoleix tant per als actes institucionals, el consum intern, com també per aquells contractes que signi la institució relacionats amb la compra d'aquest tipus de productes. Pel que fa a l'administració, el Govern català també ha fomentat algunes iniciatives de la societat civil, mitjançant algunes col·laboracions en projectes com l'edició de l'opuscle *Llista d'industrials productors d'aigües, caves i vins que etiqueten en català (2002)*.

També hi ha hagut darrerament una voluntat de l'administració per tenir en compte la llengua en la política de compres, i per tant, incloent-hi les aigües envasades que es consumeixin. Es tracta de l'*Acord de Govern de 30 de novembre de 2004 per fomentar l'ús del català*, el qual obliga a la Generalitat a comprar productes etiquetats en català, i

---

<sup>19</sup> Vegeu un exemple a AGUILERA, M. i ROMANÍ, J. M. *Actituds dels consumidors catalans davant l'ús comercial del català*, Estudi realitzat per Line-Staff Consulting per encàrrec de l'Institut de Sociolingüística Catalana. Barcelona: Direcció General de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya, 1995

incloure aquesta condició en les clàusules dels contractes que realitzi amb empreses proveïdores.

ANNEX 3: PROPOSTA DE MOCIÓ PER ALS AJUNTAMENTS DE LA  
CAMPANYA A TAULA, EN CATALÀ (PLATAFORMA PER LA LLENGUA I  
ADEC)

IL·LMA SR./A ALCALDE/SSA DE L'AJUNTAMENT DE.....

.....

El/la sotsignat, ....., portaveu i/o regidor/a del Grup Municipal  
....., d'acord amb el que estableix l'article ..... del Reglament Orgànic  
Municipal d'aquest Ajuntament, i en relació a la sessió plenària del .....  
d'enguany presenta la següent MOCIÓ:

**EXOSO**

**Atès** que en moltes ocasions es pot comprovar com les ampolles d'aigua, begudes refrescants, cervesa, vi i cava que se serveixen en els bars, menjadors i actes institucionals o d'entitats que es fan a Catalunya, no estan etiquetades en català.

**Atès** que l'etiquetatge en català es troba en una situació que no li pertoca, tant pel que fa al nombre de parlants, en estatus d'oficialitat, com de vitalitat de la llengua.

**Atesa** la responsabilitat dels ajuntaments en salvaguardar els drets dels ciutadans davant el tracte que reben de les empreses, considerant l'ús del català com a mostra de respecte a l'entorn cultural i social, i a la llengua pròpia del país dels consumidors potencials.

**Atès** que l'article 30.1 de la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística exposa que les empreses públiques de les corporacions locals, i també les seves empreses concessionàries quan gestionen o exploten el servei concedit, han d'emprar normalment el català en les instruccions d'ús, en l'etiquetatge i en l'embalatge dels productes o els serveis que produeixen o ofereixen.

**Atès** que l'article 37.2 de la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística estableix que les corporacions locals han de fomentar la imatge pública i l'ús del català i poden establir bonificacions i exempcions fiscals per als actes relacionats amb la normalització i el foment de l'ús de la llengua catalana.

## DEMANO

**Primer.** Que l'Ajuntament de ..... es posicioni a favor de fomentar l'avenç de l'ús social del català en els àmbits competencials del seu municipi respecte a l'etiquetatge en català.

**Segon.** Que l'Ajuntament de ..... a partir del dia en el qual s'aprova aquesta moció es comprometi a consumir totes les aigües, begudes refrescants, cerveses, vins i caves etiquetats en català, tant en el consum intern diari i els actes institucionals, com en l'explotació d'un servei públic concedit a una empresa quan produeixi o ofereixi algun d'aquests productes.

**Tercer.** Que en tots els organismes que depenen de l'Ajuntament de ..... (policia local, escoles, oficines de turisme, hospitals, instal·lacions esportives, etcètera) es consumeixi, a partir del dia en el qual s'aprova aquesta moció, totes les aigües, begudes refrescants, cerveses, vins i caves etiquetats en català, tant en el consum intern diari i els actes institucionals, com en l'explotació d'un servei públic concedit a una empresa quan produeixi o ofereixi algun d'aquests productes.

**Quart.** Trasladar aquesta moció a la mesa del Parlament de Catalunya i a l'entitat Plataforma per la Llengua perquè l'Ajuntament de ..... s'adhereixi a la campanya *A Taula, en català*.

....., ..... de ..... de 2005

(Nom i Cognoms)

Regidor/a de ..... a l'Ajuntament de .....  
.....



ANNEX 4: RÀNQUING D'INDÚSTRIES D'AIGÜES I BEGUDES  
ANALCOHÒLIQUES A CATALUNYA (milions €), 2003

Quadre 6.10.13 Rànquing ind. d'aigües i begudes analcohòliques a Catalunya (milions €), 2003

Empresa	n <sup>(1)</sup>	Comarca	Facturació	Subsector
Cobega, S.A.	1	Barcelonès	765	Begudes refrescants
Font Vella, S.A.	3	Barcelonès	220	Aigües
S.A. Vichy Catalán (Grup)	5	Barcelonès	108	Aigües
Nestlé Waters España, S.A.	6	Barcelonès	65	Aigües
Fontaga, S.A.	14	Barcelonès	15	Aigües
Aigua del Montseny, S.A.	23	Vallès Oriental	8	Aigües
Font Selva, S.A.	26	Selva	7	Aigües
Sol del Camp, SA	44	Selva	4	Aigües
Eden Springs España, SA	46	Barcelonès	4	Aigües
Sanny, SA	20	Vallès Occidental	4	Begudes refrescants
Enerhaus Import, SL	22	Barcelonès	3	Begudes energètiques
Hijos de José Bassols, SA	55	Garrotxa	3	Aigües
Font d'Abaix, SL	59	Anoia	3	Aigües
Alimentos, bebidas y condimentos, SA	68	Barcelonès	2	Aigües
Aguas de Fontdalt, SA	79	Baix Camp	1	Aigües

<sup>(1)</sup> Lloc que ocupen en el rànquing espanyol

**Font:** Elaboració del Departament d'Agricultura Ramaderia i Pesca (DARP) a partir de l'Informe Anual'04. Alimarket. Generalitat de Catalunya, 2003.

## 13. ÍNDEX DE TAULES

**p.12**

**Taula 1:** Denominacions de venda de les aigües envasades destinades a la Comercialització.

Tipus d'aigua	Denominació de venda
<b>Aigua mineral</b>	<i>Aigua mineral natural o: aigua mineral natural naturalment gasosa o aigua mineral natural carbònica natural / aigua mineral natural reforçada amb gas de la mateixa font / aigua mineral natural amb gas carbònic afegit / aigua mineral natural totalment desgasada / aigua mineral natural parcialment desgasada</i>
<b>Aigua de font</b>	<i>Aigua de font (pot afegir la menció de "gasificada" o "desgasada")</i>
<b>Aigua preparada</b>	<i>Aigua potable preparada / aigua d'abastament públic preparada (pot afegir la menció de "gasificada" o "desgasada")</i>

**p.14**

**Taula 2:** Els 10 primers grups distribuïdors en quota de mercat segons l'Anuari Alimarket 2005

Quota de mercat minorista				
Empresa		% de quota de mercat	Punts de venda a Catalunya	Nombre d'establiments analitzats
<b>Grup Carrefour</b>	<b>Carrefour-Champion</b>	11,60%	90	2
	<b>Dia</b>	7,57%	470	3

<b>Caprabo</b>	15,79%	268	3
<b>Condis</b>	9,38%	349	3
<b>Mercadona</b>	8,68%	114	2
<b>Miquel alimentació S.A.</b>	5,72%	357	2
<b>Bon Preu</b>	4,91%	93	1
<b>Lidl</b>	3,76%	72	1
<b>Superficies de Alimentación</b>	2,95%	84	1
<b>Auchan</b>	2,85%	15	1
<b>ITM</b>	2,67%	39	1
<b>Resta</b>	24,12%	703	/
<b>Total</b>	<b>100 %</b>	<b>2654</b>	<b>20</b>

**p.15**

**Taula 3:** Resultats del treball de camp. Novembre 2005

<b>Total de productes diferents trobats</b>	84
<b>Total de marques diferents trobades</b>	36
<b>Total d'empreses</b>	21

**Taula 4:** Relació de grups empresarials, empreses i aigües de gran consum presents en els 10 primers grups distribuïdors en quota de venda al mercat. Novembre 2005.

Grup empresarial	Empresa	Marca
	Aguas de Cortes, S.A.	Agua de Cortes
	Aigua del Montseny, S.A.	Aigua del Montseny
	Agua Mineral Font Teca, S.A.	Font Sol
	A. Minerales de Caldas de Bohí SA.	Boí
	Aigua de Benassal, S.A.	Agua Benassal
	Aigües de Sant Aniol, SA.	Sant Aniol
	Aigües de Sant Aniol, SA.	Sant Aniol amb gas
	Alibesa	Vital de Fournier
Coca-Cola España	Aguas del Maestrazgo, S.L.	Aquabona
	Agua de Lanjarón, S.A.	Lanjarón
Danone, S.A.	Font Vella, S.A.	Font Vella
	Font Vella, S.A.	Fonter
	Font Vella, S.A.	Evian
	Dialore Investment, S.L.	Fuente Frank
Groupe Castel	Compagnie Fermière de Vichy	Vichy Célestins
Grup Ribes	Sol del Camp, S.A.	Font Agudes
	Fontaga, S.A.	Aigua de Ribes
Grupo Leche Pascual	Grupo Leche Pascual	Bezoya
Grupo Osborne	Solan de Cabras, S.A.	Solan de Cabras
	Vichy Catalan	Vichy Catalan
Grupo Vichy Catalan	Font d'Or, S.A.	Font d'Or
	Font d'Or, S.A.	Fuente Estrella
	Malavella, S.A.	Malavella
	Font del Regàs, S.A.	Font del Regàs
	Manantial del Piedra, S.A.	Fontecabras
Nestlé España	Nestlé Waters España, S.A.	Viladrau
	Aquarel Ibérica, S.A.	Aquarel
	Nestlé Waters España, S.A.	San Narciso
	Nestlé Waters España, S.A.	Vittel
	Nestlé Waters España, S.A.	Perrier
Pepsico	Cia. De Bebidas Pepsico, SL.	Aquafina
San Benedetto	San Benedetto	Fuente Primavera
	San Benedetto	F. Primavera con gas
	Sainz Amand	Montclam
S.A. Damm	Agua de San Martín del Veri, S.A.	Veri
	Gestión Fuente Liviana, S.A.	Fuente Liviana

**p.28**

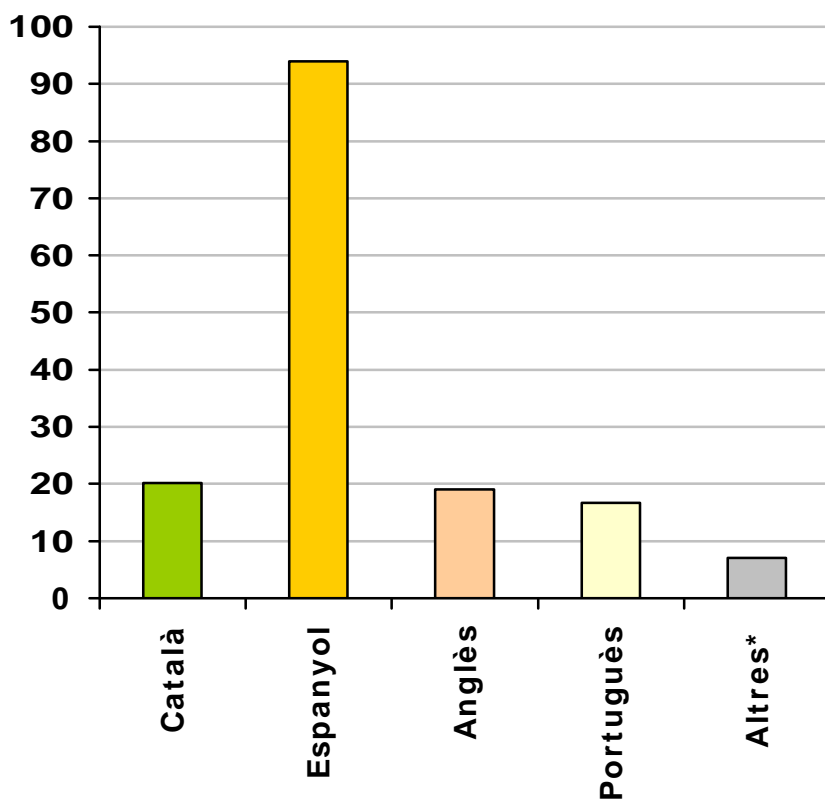
**Taula 5:** Idiomes presents en les etiquetes de les aigües envasades trobades en els 10 primers grups distribuïdors a Catalunya.

<b>Idiomes</b>	<b>Nombre de productes en cada idioma</b>	<b>% de productes en cada idioma</b>
Català	17	20,2 %
Espanyol	79	94,0 %
Anglès	16	19,0 %
Portuguès	14	16,7 %
Altres*	6	7,1 %
Totals	84	100 %

\* Entre aquests trobem llengües com l'alemany, el francès, i el grec.

**p.29**

**Gràfic 1:** Percentatge d'aigües en cadascuna de les llengües trobades en les etiquetes.



p.31

**Taula 6:** Percentatge de productes en cada idioma i mitjana de productes en cada idioma segons tres grups de consum<sup>1</sup>.

Tipus de consum	Mida dels productes	Nombre de productes analitzats	Idiomes <sup>2</sup>				
			Cat	Esp	Ang	Port	Altres*
Consum individual	25 cl.	2	50,0%	100%	50,0%	0,0%	0,0%
	33 cl.	7	28,6%	85,7%	0,0%	28,6%	0,0%
	50 cl.	12	16,7%	100%	33,3%	16,7%	8,3%
	75 cl.	3	0%	100%	0,0%	33,3%	0%
<b>Mitjana entre les unitats d'aquest grup (d'un total de 24 productes)</b>			<b>23,8%</b>	<b>96,4%</b>	<b>20,8%</b>	<b>19,6%</b>	<b>2,8%</b>
Consum a sobretaula (llar i restauració)	1 l.	4	25,0%	100%	25,0%	0%	0%
	1,25 l.	3	33,3%	100%	0,0%	0%	0%
	1,5 l.	23	21,7%	91,3%	21,7%	21,7%	13,0%
	2 l.	6	0%	100%	0%	16,7%	0,0%
<b>Mitjana entre les unitats d'aquest grup (d'un total de 36 productes)</b>			<b>20,0%</b>	<b>97,8%</b>	<b>11,7%</b>	<b>9,6%</b>	<b>3,3%</b>
Consum a la llar	5 l.	16	12,5%	93,8%	18,8%	12,5%	6,3%
	8 l.	8	37,5%	87,5%	25,0%	12,5%	12,5%
<b>Mitjana entre les unitats d'aquest grup (d'un total de 24 productes)</b>			<b>25,0%</b>	<b>90,6%</b>	<b>21,9%</b>	<b>12,5%</b>	<b>9,4%</b>

<sup>1</sup> Tipologia extreta del web de l'Associació Catalana d'Envasadors d'Aigua.

<sup>2</sup> Català (Cat), espanyol(Esp), anglès (Angl), portuguès (Port), altres idiomes (Altres)

\* Entre aquests trobem llengües com l'alemany, el francès i el grec.

**P. 34**

**Taula 7:** *Empreses productores trobades en dos o més grups distribuïdors diferents respecte a les primeres deu grans superfícies de venda al detall a Catalunya (2005).*

<b>Empresa</b>	<b>Grups distribuïdors on s'han trobat productes de l'empresa</b>
<b>Agua del Montseny, S.A.</b>	Condis, Esclat
<b>Coca-Cola España*</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, Esclat, Sorli Discau
<b>S.A. Damm*</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, Esclat, Mercadona, Sorli Discau, Suma
<b>Danone, S.A. *</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, DIA, Esclat, Mercadona, Sorli Discau, Suma
<b>Groupe Castel*</b>	Caprabo, Sorli Discau
<b>Grup Ribes*</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, Esclat, Mercadona, Sorli Discau, Suma
<b>Nestlé Waters España*</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, DIA, Esclat, LIDL, Mercadona, Sorli Discau, Suma
<b>Cia. De Bebidas Pepsico, SL. *</b>	Alcampo, Carrefour/Champion
<b>Sant Aniol</b>	Caprabo, Sorli Discau
<b>San Benedetto*</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Mercadona
<b>Grupo Osborne*</b>	Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, DIA, Esclat, Intermarché, Mercadona, Sorli Discau, Suma
<b>Grupo Vichy Catalan*</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, DIA, Esclat, Mercadona, Sorli Discau, Suma

\* Grup empresarial

**Taula 8:** Productes de les principals empreses de l'estudi en cada idioma per marca d'aigua i empresa, i mitjana entre aquestes empreses.

Marca	Grup Empresarial	Productes analitzats (70 en total)	Ús de cada idioma per productes <sup>1</sup>				
			Cat	Esp	Ang	Port	Alt*
Aigua del Montseny	A. del Montseny, S.A.	3					
Sant Aniol	Aigües de Sant Aniol, SA	1					
Sant Aniol amb gas	Aigües de Sant Aniol, SA	1					
Aquabona	Coca-Cola España	2					
Veri	S.A. Damm	2					
Fuente Liviana	S.A. Damm	2					
Lanjarón	Danone, S.A.	4					
Font Vella	Danone, S.A.	8					
Fonter	Danone, S.A.	2					
Evian	Danone, S.A.	1					
Vichy Célestins	Groupe Castel	1					
Font Agudes	Grup Ribes	4					
Ribes	Grup Ribes	4					
Viladrau	Nestlé Waters España	5					
Aquarel	Nestlé Waters España	5					
San Narciso	Nestlé Waters España	1					
Vittel	Nestlé Waters España	1					
Perrier	Nestlé Waters España	2					
Aquafina	C. de Bebidas Pepsico, SL.	2					
Fuente Primavera	San Benedetto	3					
F. Primavera con gas	San Benedetto	2					
Solan de Cabras	Grupo Osborne	4					
Vichy Catalan	Grupo Vichy Catalan	4					

*La llengua en l'etiquetatge de les aigües envasades de gran consum*

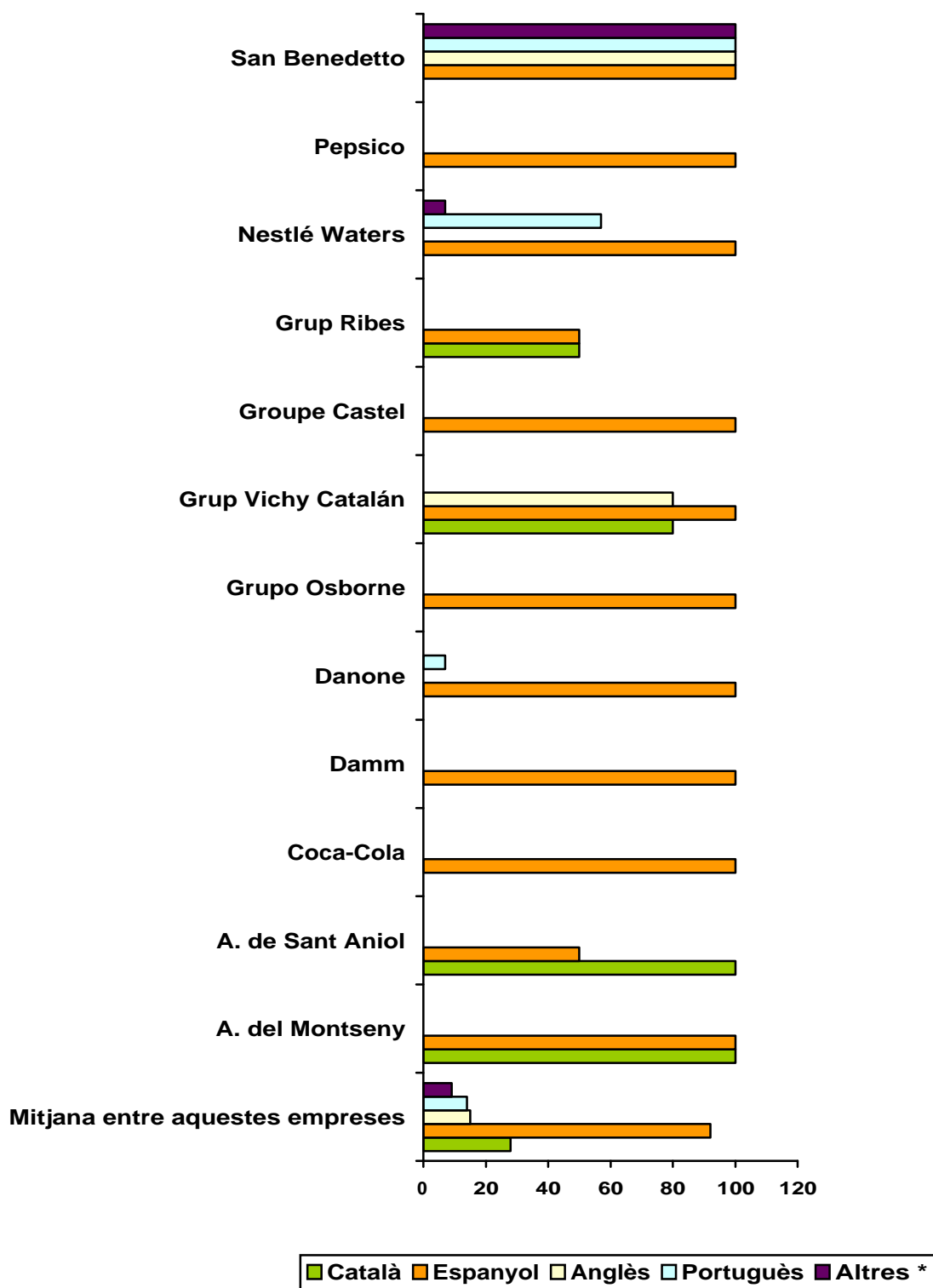


Font d'Or	Grupo Vichy Catalan	3					
Fuente Estrella	Grupo Vichy Catalan	1					
Malavella	Grupo Vichy Catalan	1					
Font del Regàs	Grupo Vichy Catalan	1					
<b>Mitjana entre aquestes empreses</b>			27,5%	91,7%	15,0%	13,7%	8,9%

<sup>1</sup> *Català (Cat), espanyol(Esp), anglès (Angl), portuguès (Port), altres idiomes (Altr)*

\* Entre aquestes trobem llengües com l'alemany, el francès i el grec.

**Gràfic 3:** Llengües emprades per les 12 empreses més presents (trobadres en més de 2 grups distribuïdors), en percentatge d'ús de cada llengua.



\* Entre aquestes trobem llengües com l'alemany, el francès i el grec.

**p.40**

**Taula 9:** Rànquing d'indústries elaboradores d'aigües envasades en els anys 1998 i 2003 (en milions d'euros).

	Facturació 1998 (en M. )	Rànquing a Catalunya 1998	Facturació 2003 (en M.)	Rànquing a Catalunya 2003 <sup>20</sup>
<b>Font Vella, S.A. (Grup)</b>	16.296	1	220	1
<b>Grupo Vichy Catalán</b>	12.000	2	108	2
<b>Nestlé Waters (Eycam- Perrier, S.A.)</b>	4.500	3	65	3
<b>Fontaga, S.A.</b>	1.816	4	15	4

**p.42**

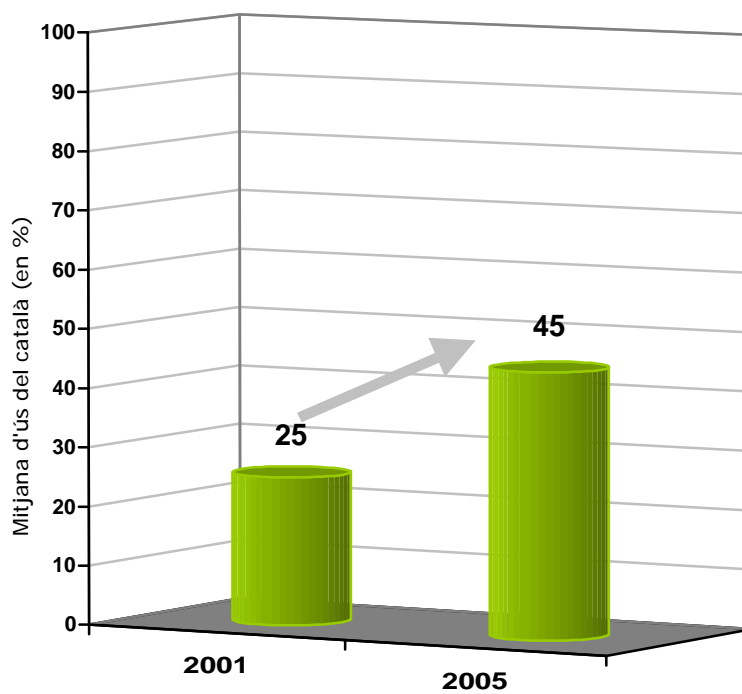
**Taula 10:** Productes etiquetats en català i percentatge segons les quatre primeres empreses en facturació a Catalunya elaboradores d'aigües envasades.

Empreses	Nombre de productes (2001)	Any 2001	Nombre de productes (2005)	Any 2005
<b>Font Vella, SA (Danone)</b>	2	0%	11	0%
<b>Grup Vichy Catalan</b>	7	<b>0%</b>	<b>10</b>	<b>80%</b>
<b>Nestlé Waters</b>	9	0%	14	0%
<b>Fontaga (Grup Ribes)</b>	4	<b>100%</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'estudi *Els usos lingüístics en les indústries elaboradores o distribuïdores d'aigua envasada*, encarregat per la Direcció General de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya (novembre 2001). Les dades del 2005 són extretes d'aquest estudi.

<sup>20</sup> Vegeu totes les empreses del rànquing d'indústries que l'any 2003 van facturar més d'un milió d'euros a l'Annex 5.

**Gràfic 4:** Increment de l'etiquetatge en català durant el període 2001-2005 en les empreses de més facturació a Catalunya l'any 2005.



**p.44**

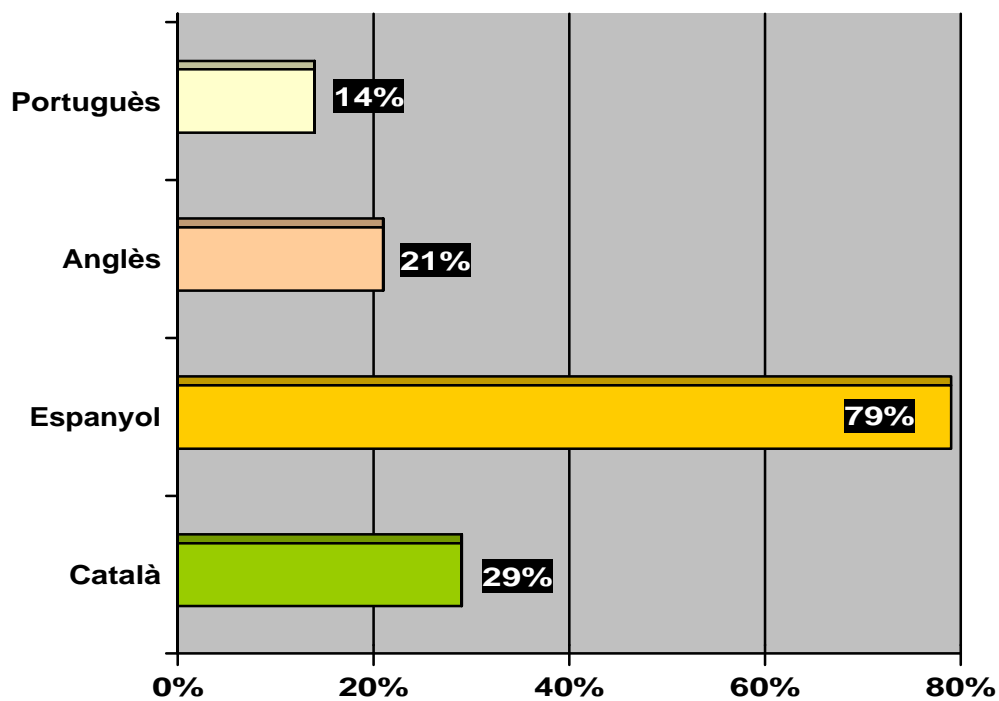
**Taula 11:** Marques d'aigua trobades en 5 o més grups distribuïdors diferents respecte a les primeres deu grans superfícies de venda al detall a Catalunya (2005).

<b>Marca</b>	<b>Grups distribuïdors on s'han trobat productes de la marca</b>
<b>Aquabona</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, Esclat, Sorli Discou
<b>Aquarel</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Mercadona, Suma, Sorli Discou, Lidl
<b>Font del Regàs</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, Esclat, Mercadona, Suma
<b>Font d'Or</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, Suma
<b>Fonter</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, Esclat, Mercadona, Sorli Discou, Suma, DIA
<b>Font Vella</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, Esclat, Mercadona, Sorli Discou, Suma, DIA
<b>Lanjarón</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, DIA, Sorli Discou
<b>Malavella</b>	Alcampo, Carrefour/Champion, Condis, Sorli Discou, Esclat
<b>Ribes</b>	Caprabo, Sorli Discou, Suma, Condis, Alcampo, Esclat, Carrefour/Champion
<b>Perrier</b>	Alcampo, Caprabo, Carrefour/Champion, Mercadona, Sorli Discou, Condis, Esclat
<b>Solan de Cabras</b>	Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, DIA, Esclat, Intermarché, Mercadona, Sorli Discou, Suma
<b>Veri</b>	Caprabo, Carrefour/Champion, Condis, Esclat, Sorli Discou, Suma
<b>Vichy Catalán</b>	Sorli Discou, Condis, DIA, Caprabo, Alcampo, Mercadona, Carrefour/Champion, Suma, Esclat
<b>Viladrau</b>	Carrefour/Champion, Suma, Caprabo, Condis, DIA, Esclat, Mercadona, Alcampo, Sorli Discou

**Taula 12:** Llengües emprades en les marques d'aigua envasada més presents (trobades en cinc o més grups distribuïdors diferents).

<b>Marca</b>	<b>Empresa</b>	<i>Català</i>	<i>Espanyol</i>	<i>Anglès</i>	<i>Portuguès</i>
<b>Aquabona</b>	Coca-Cola				
<b>Aquarel</b>	Nestlé Waters				
<b>Font del Regàs</b>	Grup Vichy Catalan				
<b>Font d'Or</b>	Grup Vichy Catalan				
<b>Fonter</b>	Danone				
<b>Font Vella</b>	Danone				
<b>Lanjarón</b>	Danone				
<b>Malavella</b>	Grup Vichy Catalan				
<b>Ribes</b>	Grup Ribes				
<b>Perrier</b>	Nestlé Waters				
<b>Solan de Cabras</b>	Osborne				
<b>Veri</b>	Damm				
<b>Vichy Catalán</b>	Grup Vichy Catalan				
<b>Viladrau</b>	Nestlé Waters				

**Gràfic 5:** Percentatge d'ús de cada idioma entre les marques d'aigua envasada més presents (trobades en cinc o més grups distribuïdors diferents).



**Taula 13:** Procedència de les aigües segons si són captades al Principat de Catalunya<sup>21</sup> o fora d'aquest territori, entre les empreses més significatives de l'estudi.

Empresa	Marca	Aigua procedent del Principat de Catalunya
<b>Aguas del Montseny, S.A.</b>	Aigua del Montseny <sup>1</sup>	Sí
<b>Aigua de Sant Aniol, SA.</b>	Sant Aniol	Sí
	Sant Aniol amb gas	Sí
<b>Coca-Cola España</b>	Aquabona	No
<b>S.A. Damm</b>	Veri	No
	Fuente Liviana	No
<b>Danone, S.A.</b>	Lanjarón	No
	Font Vella	Sí
	Fonter	Sí
	Evian	No
<b>Groupe Castel</b>	Vichy Célestins	No
<b>Grup Ribes</b>	Font Agudes	Sí
	Aigua de Ribes	Sí
<b>Nestlé Waters España</b>	Viladrau	Sí
	Aquarel	Sí
	San Narciso	Sí
	Vittel	No
	Perrier	No
<b>Cia. de Bebidas Pepsico, SL.</b>	Aquafina <sup>1</sup>	No consta
<b>San Benedetto</b>	Fuente Primavera	No
	Fuente Primavera con gas	No
<b>Grupo Osborne</b>	Solan de Cabras	No
<b>Grupo Vichy Catalan</b>	Vichy Catalan	Sí
	Font d'Or	Sí
	Fuente Estrella	Sí
	Malavella	Sí
	Font del Regàs	Sí

<sup>1</sup> Aigua potable preparada

<sup>21</sup>S'han destacat amb gris les aigües envasades captades al Principat i les empreses productores d'aquestes aigües.



**Taula 14:** Percentatge de productes en cada idioma de les aigües captades a Catalunya i mitjana entre les marques.

Marques d'aigua	Empreses	Productes (44 en total)	Cat	Esp	Ang	Port
<b>Aigua del Montseny<sup>1</sup></b>	Aigua del Montseny	3	100%	100%	0%	0%
<b>Aquarel</b>	Nestlé Waters España	5	0%	100%	0%	100%
<b>Font Agudes</b>	Grup Ribes	4	0%	100%	0%	0%
<b>Font del Regàs</b>	Grup Vichy Catalan	1	100%	100%	100%	0%
<b>Font d'Or</b>	Grup Vichy Catalan	3	100%	100%	100%	0%
<b>Fonter</b>	Danone, S.A.	2	0%	100%	0%	0%
<b>Font Vella</b>	Danone, S.A.	8	0%	100%	0%	0%
<b>Fuente Estrella</b>	Grup Vichy Catalan	1	0%	100%	0%	0%
<b>Malavella</b>	Grup Vichy Catalan	1	0%	100%	0%	0%
<b>Ribes</b>	Grup Ribes	4	100%	0%	0%	0%
<b>Sant Aniol</b>	Aigües de Sant Aniol, SA.	1	100%	0%	0%	0%
<b>Sant Aniol amb gas</b>	Aigües de Sant Aniol, SA.	1	100%	100%	0%	0%
<b>San Narciso</b>	Nestlé Waters España	1	0%	100%	0%	0%
<b>Vichy Catalan</b>	Grup Vichy Catalan	4	100%	100%	100%	0%
<b>Viladrau</b>	Nestlé Waters España	5	0%	100%	0%	0%
<b>Mitjana entre aquestes marques</b>			<b>47%</b>	<b>87%</b>	<b>20%</b>	<b>7%</b>

**p. 51**

**Taula 15:** Percentatge de productes en cada llengua de les principals empreses de l'estudi amb algunes o la totalitat de les seves aigües captades al Principat de Catalunya.

EMPRESSES	PRODUCTES (52 EN TOTAL)	CAT	ESP	ANG	PORT
Agua del Montseny	3	100	100	0	0
Aigües de Sant Aniol	2	100	50	0	0
Danone	15	0	100	0	70
Grup Ribes	8	50	50	0	0
Grup Vichy Catalán	10	80	100	80	0
Nestlé Waters	14	0	100	0	57
Mitjana entre empreses		55%	83%	13%	21%

Catalunya.

**p.52**

**Taula 16:** Empreses que capten les seves aigües dins del territori del Principat de Catalunya segons el tracte vers el català.

<b>Es troben per sobre de la mitjana pel que fa a l'ús del català</b>	A. del Montseny, A. de Sant Aniol, Grup Ribes, Grup Vichy Catalan.
<b>Es troben per sota de la mitjana pel que fa a l'ús del català</b>	Nestlé Waters, Danone