

# L'etiquetatge de productes de marca pròpia 2017

ESTUDI SOBRE ELS USOS LINGÜÍSTICS I LA PRESENCIA DEL CATALÀ



PLATA  
FORMA  
PER LA  
LLENGUA

L'ONG del català

<b>Introducció</b>	<b>04</b>
<b>El català en l'etiquetatge. Norma i realitat</b>	<b>06</b>
<b>El català en els productes. Què hi ha al mercat?</b>	<b>11</b>
<b>Conclusions</b>	<b>21</b>
<b>Annex. Taules i mètode</b>	<b>23</b>

## Introducció

---

Un dels arguments més recurrents del nacionalisme espanyol és que el català, a Catalunya, és una llengua imposada. Els apologetes d'aquesta ideologia d'estat –perquè l'espanyolisme és això, una religió oficiosa que inspira les lleis i el comportament de les institucions de l'Estat, sempre en benefici de la llengua i la identitat castellanes, pedres angulars del dogma de la unitat d'Espanya– clamen que la llengua pròpia i autòctona de Catalunya estaria sent privilegiada injustament per una legislació discriminatòria que la imposaria al món privat. En contrast, afirmen aquests teòlegs, el castellà, gran eina de comunicació universal, s'hauria estès de manera natural i incruenta, per pura economia, guiada per la mà negra del mercat i per la raó de la Il·lustració. El castellà no s'hauria imposat mai, i si mai s'hagués fet ara ja no es faria, ans al contrari: el castellà, a Catalunya, es trobaria arraconat i perseguit per un reguitzell de normatives excloents i malicioses que cercarien d'alterar l'ordre natural de les coses, l'expansió feliç de la llengua de Castella.

Com qualsevol lector informat sap, el discurs de l'espanyolisme no té cap mena de relació, ni que sigui de passada, amb la realitat comprovable empíricament. De fet, el nacionalisme espanyol sempre ha tingut la tendència de projectar en els altres –els seus rivals o les seves víctimes– els seus propis vicis. En matèria de regulació lingüística del món empresarial, aquesta ideologia de caire supremacista no ha fet una excepció: al contrari d'allò que afirma no és el català, sinó el castellà, que es veu clarament privilegiat per la llei, que tendeix a blindar-lo i a mantenir la llengua del país en una posició d'inferioritat. El 2009 la Plataforma per la Llengua ja va detectar que hi havia **més de 500 normes vigents impositives de la llengua castellana en tots els àmbits**, i cada any les institucions espanyoles n'aproven de noves. El 2017, les noves normes d'origen estatal amb efecte a Catalunya i impositives del castellà van ser cinquanta-cinc, **el 2016 en van ser seixanta-dues (fins a cinquanta-dues van ser aprovades durant el govern en funcions de Rajoy), el 2015 vuitanta-nou i el 2014 setanta.**

L'objectiu d'aquest informe és explorar un dels àmbits del consum en què el català està més desprotegit, l'etiquetatge. Al segon apartat exposem la situació legal de les llengües en l'etiquetatge i, més en concret, en l'etiquetatge dels aliments. Expliquem, és clar, per què aquest ordenament és supremacista i per quina raó beneficia una de les comunitats lingüístiques de l'Estat, dins i fora del seu territori tradicional. Al tercer apartat presentem i analitzem les dades que hem recopilat pel que fa a les llengües de l'etiquetatge dels productes de marca pròpia dels principals distribuïdors a Catalunya, dades que comparem amb les que vam obtenir en el darrer informe d'aquestes característiques, de 2012. Al quart i últim apartat, de conclusions, fem una recapitulació i tornem a sostenir, aquest cop amb les dades ja presentades, els arguments d'aquesta introducció i de l'apartat que ara comença. Finalment, en un annex oferim algunes taules amb dades detallades.

## El català en l'etiquetatge. Norma i realitat

El castellà és una llengua molt protegida, ja que la seva obligatorietat es troba regulada en una multitud de normes. Tant l'Estat espanyol com la Unió Europea aproven cada any desenes de lleis, decrets, directives i reglaments que imposen el castellà en els territoris catalanoparlants de l'Estat espanyol. En general, les normes d'origen estatal imposen el castellà explícitament, ja sigui dient-li pel nom o referint-s'hi com a «lengua española oficial del Estado». Les normes europees, en canvi, imposen el castellà de manera indirecta o implícita, perquè imposen (o només permeten a les autoritats d'imposar) les llengües oficials dels estats membres o de la Unió. Cal tenir present, però, que en última instància totes les normatives impositives del castellà d'origen europeu es deriven de l'actitud de l'Estat espanyol: si la normativa europea perjudica el català és només per causa de la negativa d'Espanya de fer-ne una llengua oficial en el pla estatal i comunitari. Aquest tracte del català per part de l'Estat espanyol és inèdit a Europa: com ja va alertar **un estudi de la Plataforma per la Llengua de 2010**, cap altra llengua amb més de 5 milions de parlants o parlada per més del 10% de la població autòctona d'un estat membre té negada l'oficialitat estatal o comunitària.

En aquest punt convé insistir que el nacionalisme espanyol és una ideologia d'estat, sistèmica, que no depèn del partit governant. Al marge que tots els partits espanyols importants propugnen la desigualtat legal entre les comunitats lingüístiques tradicionals de l'Estat i la superioritat de la castellana, la mateixa Constitució espanyola consagra la iniquitat entre parlants. En concret, l'article 3 de la Constitució espanyola estableix el castellà com a única llengua oficial de l'Estat i arriba a l'extrem d'imposar a tots els ciutadans el deure de conèixer-lo. Aquesta imposició del coneixement del castellà no és, en absolut, innocent: serveix per blindar-ne l'ús exclusiu per part de l'Administració de l'Estat i per imposar-lo al món de l'empresa. Per una banda, com que el coneixement del castellà és un deure individual ningú no pot al·legar no conèixer-lo si l'Administració se li adreça en aquest idioma, dins o fora del territori que li és propi, mentre que hom sí que pot al·legar indefensió si rep les comunicacions en català o en altres llengües autòctones de l'Estat, fins i tot als territoris on es parlen tradicionalment. Per altra banda, els tribunals argumenten, de manera tautològica, que com que el castellà

és obligatori de conèixer, és l'única llengua que es pot exigir al món de l'empresa per evitar la indefensió del consumidor o per garantir el dret del ciutadà a la informació. Conseqüentment, l'article 3 de la Constitució espanyola beneficia el funcionariat i una comunitat lingüística particular en detriment dels parlants de les altres llengües i de les empreses privades.

Potser un dels obstacles més greus per a la igualtat lingüística a l'Estat espanyol és que la pràctica totalitat de la població de la comunitat lingüística majoritària (i bona part de la de les comunitats lingüístiques minoritàries) han adoptat actituds en sintonia amb el supremacisme lingüístic amb què les elits i oligarquies gestionen l'Estat. El nacionalisme oficial espanyol, basat en la llengua i identitat castellanès, ha depassat els seus defensors tradicionals i és ara una ideologia àmpliament popular. Un cas flagrant d'aquest estat de les coses són les actituds i comportaments intolerants i xenòfobs amb què es troben molts catalanoparlants quan usen la seva llengua fora (i, de fet, dins) del domini lingüístic propi. Les agressions i menyspreus envers aquests parlants són sovint racionalitzats i justificats pel nacionalisme espanyol, fins al punt que el sector privat sol adaptar-se a actituds xenòfobes que serien inadmissibles si tinguessin com a objectiu qualsevol altre col·lectiu. Recentment, per exemple, s'ha conegut que el grup de supermercats Consum ha decidit de retirar el català del seu etiquetatge perquè ven també fora del domini lingüístic del català, tot i que el seu etiquetatge ja incorporava el castellà i que moltes altres marques comercialitzen els seus productes al domini lingüístic del castellà en llengües com el portuguès o l'anglès, al marge de la seva pròpia.

De fet, i tornant a l'àmbit estrictament de la legislació, un dels sectors en què el castellà està més privilegiat és aquest mateix de l'etiquetatge. A final de 2014 la Plataforma per la Llengua va detectar fins a **161 disposicions que en aquell moment blindaven la llengua oficial de l'Estat en l'etiquetatge**. Cada any s'aproven noves normes que regulen l'obligatorietat del castellà en productes determinats. En tot cas, però, en aquest camp hi ha tres normes clau que sobresurten en la imposició de la desigualtat lingüística a Catalunya. La primera norma és el Reial Decret Legislatiu 1/2007, de 16 de novembre, de defensa dels consumidors i usuaris, que regula que tots els productes comercialitzats a l'Estat han d'estar etiquetats, com a mínim, en castellà (article 18.3). Les altres dues disposicions fan referència específicament a l'etiquetatge dels productes alimentaris i el seu efecte combinat fa que el castellà sigui obligatori en l'etiquetatge dels productes alimentaris comercialitzats a Catalunya mentre que,

en canvi, el català tingui prohibit de ser-ho. En altres paraules: en l'etiquetatge dels aliments, el castellà és obligatori i el català és obligatòriament optatiu.

La primera d'aquestes dues normes d'etiquetatge alimentari és el Reglament de la Unió Europea 1169/2011, del Parlament i del Consell, de 25 d'octubre de 2011, sobre la informació alimentària facilitada al consumidor. Aquest reglament europeu preveu, a l'article 15.2, que els estats membres podran «estipular que les mencions es facilitin en una o més llengües d'entre les oficials de la Unió Europea». Per pura lògica interpretativa, el fet que el reglament prevegi la potestat d'imposar llengües oficials de la Unió exclou la possibilitat que les autoritats n'exigeixin d'altres (si no, ni l'especificació que les llengües han de ser oficials a la Unió ni el mateix article 15.2 tindrien cap sentit), i seran sempre els productors qui decidiran si n'inclouen d'addicionals o no (opció prevista a l'article 15.3). És així, de fet, com ho entenen les autoritats espanyoles i, també, la Generalitat de Catalunya, com veurem tot seguit.

Si el reglament europeu 1169/2011 impedeix que les autoritats catalanes obliguin a l'etiquetatge en català dels productes alimentaris, una norma espanyola imposa que el castellà sempre hi ha de ser present. En concret, el Reial Decret 1334/1999 fixa a l'article 18 que «las indicaciones obligatorias del etiquetado de los productos alimenticios que se comercialicen en España se expresarán, al menos, en la lengua española oficial del Estado», amb l'única excepció dels «productos tradicionales elaborados y distribuidos exclusivamente en el ámbito de una Comunidad Autónoma con lengua oficial propia». En definitiva, com és habitual l'Estat pren part únicament per una de les seves comunitats lingüístiques, l'única amb què s'identifica i l'única per la qual preveu drets.

Les normes impositives del castellà esmentades (i les que es van aprovant sobre productes concrets) tenen un efecte nociu que lamina els drets dels consumidors catalanoparlants i, en contraposició als al·legats victimistes de l'espanyolisme, limita a favor del castellà el lliure desenvolupament de la societat i del mercat. Com diversos sociolingüistes han alertat, el català, tant per la pressió demogràfica de la immigració com per normes impositives com les que estem descrivint, s'està veient substituït pel castellà en molts àmbits de la vida. Durant la Segona República espanyola tot l'etiquetatge a Catalunya era en català, fet normal ja que era la llengua nadiua de la pràctica totalitat de la població i l'única llengua que dominava una bona part. Va ser el règim franquista que va prohibir l'etiquetatge en català i va imposar que totes les informacions fossin redactades en castellà. Això no va ser cap desenvolupament «natural», ja que molts catalans no entenien les

indicacions dels productes. Si encara ara molts catalanoparlants tenen confusions amb productes etiquetats amb paraules castellanes com «cebada» (ordi) i «niscaló» (rovelló), cal imaginar que la imposició del castellà en l'etiquetatge va suposar en el seu moment una disrupció important. Aquesta política del franquisme, continuada pel règim del 78, és una vulneració clara del dret a la informació en la llengua pròpia, un **dret de què, a Europa, gaudeixen els parlants de totes les llengües de les dimensions del català.**

En aquest sentit, el Parlament de Catalunya va aprovar l'any 2010 una llei que pretenia dotar els catalanoparlants dels drets a la informació en la pròpia llengua que el franquisme els havia arrabassat. La Llei 22/2010, del 20 de juliol, del Codi de consum de Catalunya, preveu a l'article 128-1 que els consumidors tenen dret de rebre en català, entre moltes altres coses, «les informacions necessàries per al consum, l'ús i el maneig adequats dels béns i serveis, d'acord amb llurs característiques, amb independència del mitjà, format o suport utilitzat, i, especialment, les dades obligatòries relacionades directament amb la salvaguarda de la salut i la seguretat». Aquesta llei, que tot i ser vigent és àmpliament ignorada per moltes empreses, que no etiqueten en català i per tant comercialitzen productes il·legals, afectava en origen tant els productes alimentaris com els no alimentaris. Tanmateix, el reglament europeu de 2011 que hem esmentat abans va suposar que el Codi de consum perdés la seva efectivitat en el camp dels productes alimentaris. Si en l'etiquetatge dels aliments les autoritats només poden imposar llengües oficials de la Unió i Espanya veta que el català sigui llengua oficial de la Unió, el Codi de consum no pot exigir el català en l'etiquetatge dels productes alimentaris. És una simple regla de tres.

Aquesta és la conclusió a què també va arribar el Tribunal Constitucional espanyol en la seva sentència 88/2017. Primerament cal dir que aquest tribunal va validar l'efectivitat de l'obligatorietat del català en l'etiquetatge en general, tot i que ho va fer amb la retòrica supremacista de sempre: «el objetivo promovido [...] no puede ser la garantía de la obtención por parte del consumidor de una información clara, precisa y comprensible», «en el caso de los consumidores nacionales la obtención de una información comprensible se alcanza siempre que la misma se dé en castellano, pues cabe presumir, independientemente de factores de residencia o vecindad, su conocimiento por parte de todos los ciudadanos españoles», «el objetivo promovido [...] debe ser otro, en este caso el objetivo pretendido sería fundamentalmente la promoción de la lengua catalana», «la Constitución se refiere a la necesidad de proteger y respetar las distintas modalidades lingüísticas

de España como parte de nuestro patrimonio cultural» (o sigui: el castellà és una llengua de ciutadania, amb drets vinculants, i el català un simpàtic ornament folklòric a promoure). Tot i aquestes raons especioses que al final validaven l'obligació general d'etiquetar en català recollida al Codi de consum, el Tribunal Constitucional espanyol també va confirmar indirectament que el reglament europeu havia invalidat aquesta obligació en el camp específic de l'etiquetatge alimentari: les previsions a favor del català són vàlides «en ausencia de armonización normativa de la materia por parte del Estado a través de sus títulos competenciales [...] y sin perjuicio de señalar la posibilidad que en cada caso se produzca una eventual limitación del ejercicio competencial por la normativa de la Unión Europea en la materia». En definitiva: el Codi de consum només és vàlid si una norma estatal o europea no el contradiu; com que una norma europea prohibeix que les autoritats imposin l'etiquetatge en llengües no oficials de la Unió, estatus que el català no té perquè l'Estat espanyol li nega, el Codi de consum no té efecte sobre l'etiquetatge de productes alimentaris. A Catalunya el castellà és obligatori i el català només pot ser optatiu.

Tot i la situació adversa i discriminatòria a què es troba subjecte el català, cal remarcar que moltes empreses l'inclouen en els seus productes alimentaris. Això indica que tot i el dirigisme lingüístic de l'Estat espanyol a favor del castellà, el català té més opcions de mercat que no pas es creu. El català és, en definitiva, un element de qualitat que moltes empreses volen incorporar als seus productes per fer atractiva la marca. La pregunta que ens podem formular és quina presència tindria el català si el castellà no fos obligatori (cada llengua addicional afegix costos en l'etiquetatge). En tot cas, la mera existència de normes impositives del castellà posa en entredit el mite sobre el qual es basa l'espanyolisme modern: que el castellà avança de manera natural, sense imposicions, per mera inèrcia, mentre que el català només se sustenta per l'intervencionisme de l'Administració. En el següent apartat observem el grau d'implantació del català en l'etiquetatge alimentari i no alimentari dels productes de les marques pròpies dels grans supermercats, a partir de les dades extretes de l'observació dels 21 principals grups de distribució generalista a Catalunya.

## El català en els productes. Què hi ha al mercat?

### Metodologia de l'informe

La selecció dels productes per a aquest report s'ha fet amb uns criteris clars. L'univers de l'estudi ha estat una llista de productes generalistes de les marques pròpies de les principals cadenes de supermercats presents a Catalunya (podeu veure la llista completa de productes i cadenes a l'annex). Es tracta de productes de gran consum i presents en la major part d'establiments comercials minoristes. El 50% de la mostra són productes alimentaris (aliments i begudes) i el 50% no alimentaris (adrogueria i higiene, principalment). Tanmateix, els càlculs totals de productes apareixen ponderats segons el pes real de la superfície que representaven els productes alimentaris i no alimentaris en els establiments observats.

Les dades van ser recopilades durant l'octubre i el novembre de 2017 mitjançant un full d'observació per cada establiment, on es va apuntar, per a cada producte, quines eren les llengües principals de l'etiquetatge, en quins idiomes es trobaven les dades obligatòries i si hi havia alguna llengua preferent.

Els establiments visitats durant el treball de camp van ser seleccionats aleatòriament en les localitats de Barcelona i rodalia, el Vallès, Girona i Tarragona. Finalitzada la recollida de dades es va crear una base de dades per realitzar l'anàlisi.

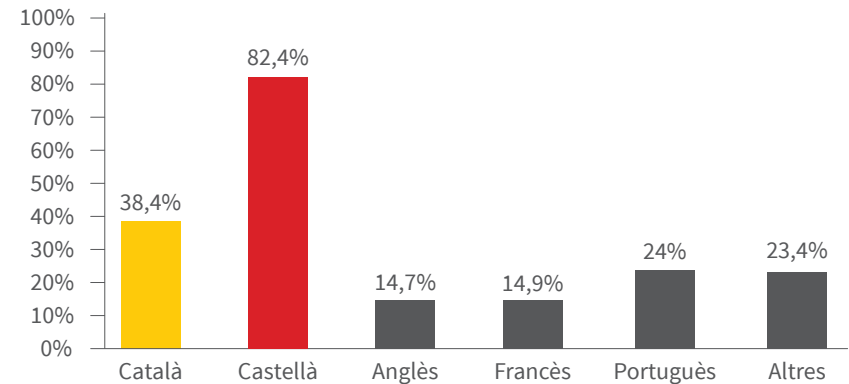
Convé dir que hem tornat a observar tots els productes de marques pròpies que ja vam estudiar el 2012 en un **report sobre la situació de l'etiquetatge**, amb l'objectiu de poder-hi establir comparacions, si bé hi hem afegit alguns productes no alimentaris no observats anteriorment per assolir, en aquest estudi, un nombre igual de productes alimentaris i no alimentaris. Cal destacar que l'estudi se centra en les marques pròpies de supermercat i no en la totalitat de productes disponibles al mercat. Els productes de marca pròpia són aquells la distribució dels quals és encarregada pel mateix supermercat —o, en absència d'un encàrrec directe, adquirida a una central de compres no especialitzada en cap producte en concret— i que s'ofereixen a un preu assequible (sovint inferior al preu dels productes de

fabricant) per al consum massiu del gran gruix de clients. A falta de dades sobre la resta de productes és presumible, a partir de dades d'anys anteriors, que la presència del català en la totalitat de productes sigui més baixa que la detectada en les marques blanques. Cal dir, però, que les marques pròpies dels grans grups de distribució tenen molta sortida al mercat i que el seu compliment o no de la legislació té molta incidència en el paisatge lingüístic final del món del consum.

Pel que fa als supermercats observats, es tracta dels que l'any 2016 tenien grups de distribució de més d'un 0,5% de quota de superfície, un total de 21, que representaven el 95,74% de la superfície total d'establiments minoristes, segons l'Anuari de la distribució comercial de 2017. Per als grups amb més del 10% de quota de facturació hem visitat tres establiments diferents, en territoris sociodemogràfics de Catalunya diversos; per als de més d'un 5% de quota hem fet l'observació en dos establiments, també en territoris diferenciats; per als de menys d'un 5% hem anat a un sol establiment. Els resultats finals estan condicionats per una ponderació basada en la quota de superfície de cada grup. En cada supermercat hem observat tots els productes de la llista que tenien una sola vegada (generalment de la seva marca blanca principal, però en alguns casos d'una segona o tercera marca pròpia), i en total hem observat 96 marques diferents. De cada ítem (966 en total, amb 182 valors perduts) n'hem observat les llengües de l'etiquetatge en general, les principals i les de la informació obligatòria. Sempre hem tingut present si el producte era alimentari o no per poder copsar les diferències de comportament entre marques i en cada marca.

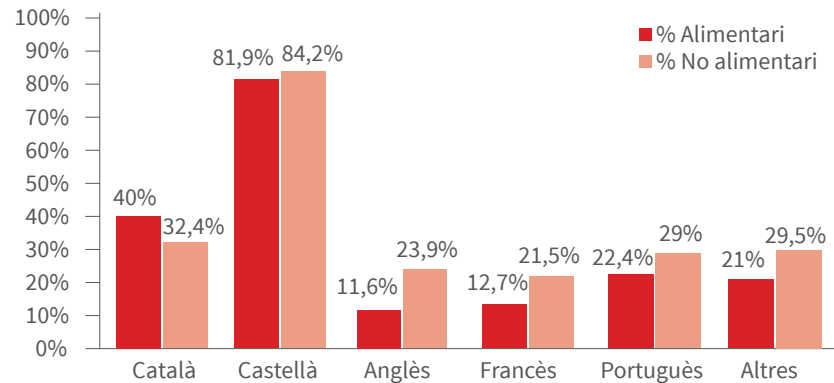
### Resultats principals

La dada més rellevant que hem trobat és que menys de la meitat dels productes estan etiquetats en català, concretament un 38,4%, 4 de cada 10. En contrast, un 82,4% dels productes estan etiquetats en castellà. La dada és negativa, és clar, perquè més del doble de productes estan etiquetats en castellà que en català, però no deixa de ser curiós que gairebé 2 de cada 10 productes no etiquetin en una llengua, la castellana, que està tan protegida per la llei (en català, com hem dit, només ho està per als productes no alimentaris).



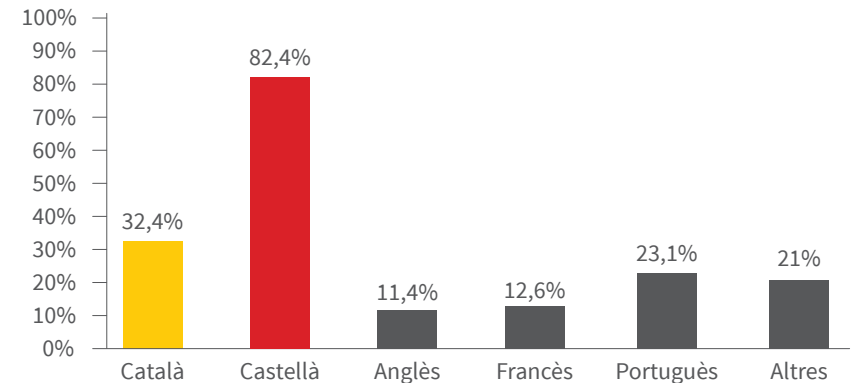
Ús de les llengües en l'etiquetatge dels productes

Una altra qüestió important era saber si es compleix la llei en el cas dels productes que sí que estan obligats a etiquetar en català, els no alimentaris, i fins a quin punt l'obligació sobre el paper impulsa l'etiquetatge en català (la Generalitat de Catalunya no s'ha caracteritzat pel seu zel per fer complir aquest deure a les empreses). Una manera fàcil de saber-ho era comparar els percentatges d'etiquetatge en català dels productes no alimentaris i dels alimentaris. El resultat ha estat sorprenent: els productes alimentaris estan més sovint etiquetats en català, tot i estar exempts d'aquesta obligació, que els no alimentaris, que en no disposar de les informacions obligatòries de l'etiquetatge també en català, incompleixen la llei que protegeix els drets dels consumidors. Les explicacions deuen ser múltiples, però una hipòtesi és que els productes alimentaris són percebuts com a més propers per la població i les empreses inverteixen més en etiquetatge per aquesta raó. En tot cas, l'estudi demostra que preveure l'etiquetatge del català en una llei no és suficient per assegurar-ne la presència: sense supervisió real, sense ús del poder que atorguen les competències en disciplina de mercat, moltes empreses no tenen cap incentiu per respectar els drets dels catalanoparlants, tal com passaria amb algunes empreses si la legislació de protecció del medi ambient o dels treballadors no es fes complir.



Ús de les llengües en l'etiquetatge dels productes alimentaris i no alimentaris

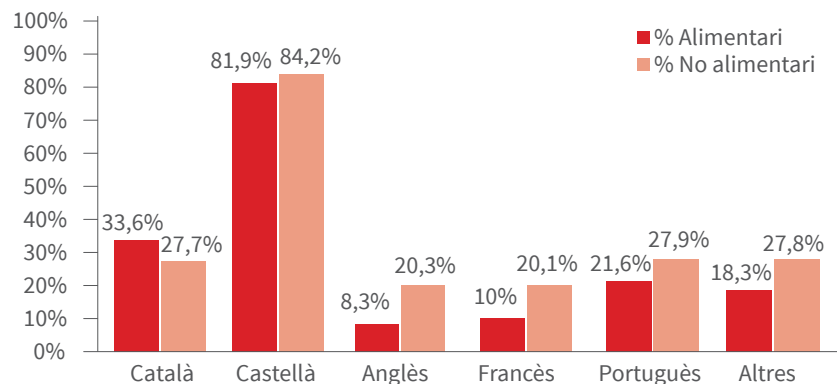
Pel que fa a l'ús de les llengües en la informació obligatòria, les dades són similars per al castellà i, de manera interessant, diferents per al català. Tots els productes que tenen l'etiquetatge general en castellà també hi tenen la informació obligatòria, però no es pot dir el mateix dels que tenen l'etiquetatge general en català: molts productes amb informació en català no ofereixen els detalls obligatoris en aquest idioma. Això sembla reforçar la hipòtesi que el català és vist com una llengua atractiva i que ofereix valor afegit, però que la manca de supervisió per part de l'Administració fa que no s'usi allà on l'empresa no ho considera oportú (en els detalls com els components i els riscos, importants i obligatoris però poc visibles i poc mirats). Així, el castellà és present en el 82,4% de les informacions obligatòries, xifra idèntica que la de la informació general, mentre que el català es troba només en un 32,4% de les informacions obligatòries, xifra substancialment inferior que en l'etiquetatge general (38,4%). Un cas molt evident d'aquesta tendència contrària als interessos del català és el dels productes dels Supermercats Consum, que fins ara han estat majoritàriament etiquetats en català (un 47,8% dels productes no alimentaris i un 90,5% dels productes alimentaris) però que en cap cas (0%) no han incorporat la llengua a l'espai de les dades obligatòries. En aquest cas, el canvi de política del Grup Consum per les pressions xenòfobes que hem esmentat abans no afectaria el càlcul del percentatge de productes amb les dades obligatòries en català però sí el dels productes etiquetats generalment en català.



Ús de les llengües en les dades obligatòries de l'etiquetatge dels productes

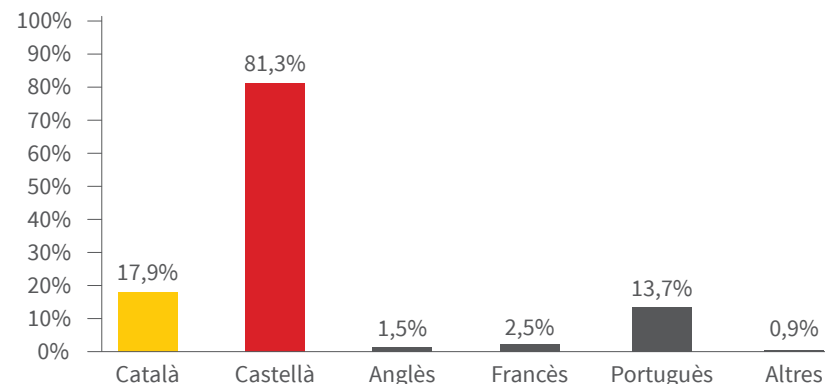
Quan observem les dades obligatòries dels productes alimentaris i els no alimentaris per separat, tenim més pistes que semblen reforçar les idees que hem anat esbossant. Per al castellà, les xifres tornen a ser idèntiques: les informacions obligatòries són en aquesta llengua sempre que l'etiquetatge general s'hi troba escrit (el 81,9% dels productes alimentaris i el 84,2% dels no alimentaris). En canvi, la caiguda del català en les dades obligatòries respecte de l'etiquetatge en general és més acusada en els productes alimentaris (es passa d'un 40% de presència en l'etiquetatge general a un mer 33,6% en les dades obligatòries) que en els no alimentaris (es baixa d'un 32,4% a un 27,7%). Novament, tot sembla indicar que els productes vistos com a més propers, sovint aliments, són etiquetats en català per atraure els clients, però que en aquells llocs més discrets (les dades obligatòries) els productors no veuen un incentiu per incloure-hi la llengua. Si bé la tendència també s'observa en els productes no alimentaris, és menor, cosa que indica que els supermercats que compleixen la llei (un terç) tendeixen a complir-la en tot (recordem que els productes no alimentaris no tenen l'exempció europea i han d'etiquetar en català, i que el Codi de consum de Catalunya diu que l'etiquetatge en aquesta llengua és «especialment» necessari en les dades obligatòries).





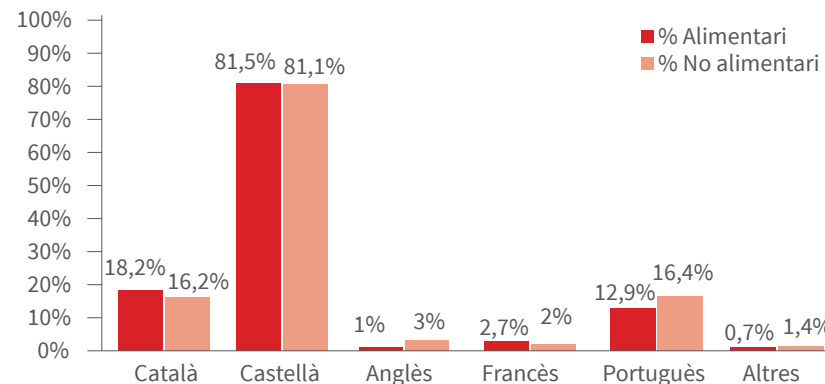
Ús de les llengües en les dades obligatòries de l'etiquetatge dels productes alimentaris i no alimentaris

Pel que fa a la llengua principal de l'etiquetatge, el castellà ho és d'un 81,3% dels productes, de 8 de cada 10, mentre que el català només ho és del 17,9%, poc menys de 2 de cada 10. Així, menys de la meitat dels productes etiquetats en català (38,4%) l'usen com a llengua principal de l'etiquetatge. El castellà, en canvi, sempre té uns números similars, tothora al voltant del 81-82%. Aquestes xifres s'expliquen per diverses raons. Primerament, els productes poden etiquetar en diverses llengües, i no tots els que inclouen el català el fan servir d'idioma principal. Curiosament, però, sembla que pràcticament tots els que inclouen el castellà el posen de llengua principal i, per contra, gairebé cap dels productes que tenen una altra llengua com a principal (bàsicament el català) inclouen el castellà de cap manera. Tornant al terreny de les hipòtesis, podríem aventurar-nos a dir que alguns supermercats han detectat un nínxol important del mercat que vol viure i consumir en català i que s'hi han adaptat. Que en els mateixos productes el català sigui llengua principal i el castellà no hi sigui de cap manera, potser perquè és vist com una llengua imposada, s'explicaria per aquest motiu. Alhora, i seguim en el terreny de les hipòtesis, molts altres supermercats han comprat el marc que el castellà és una llengua més important, «comuna», no marcada, i per això l'usen o bé exclusivament o bé de manera preeminent.



Llengües principals en l'etiquetatge dels productes

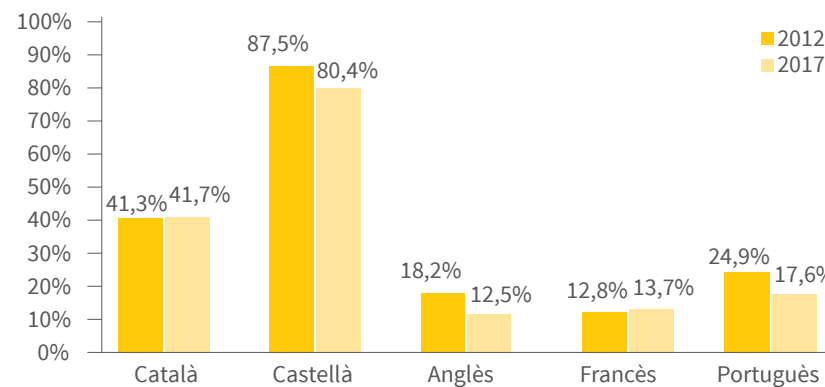
En matèria de llengua principal d'etiquetatge, les dades desglossades no són gaire diferents de les agregades: el percentatge de productes alimentaris etiquetats principalment en castellà és gairebé idèntic que el de productes no alimentaris, mentre que el percentatge de productes alimentaris principalment en català només és lleugerament superior que el de productes no alimentaris. En tot cas, aquesta petita diferència a favor del català en els productes alimentaris segueix la tònica general.



Llengües principals en l'etiquetatge dels productes alimentaris i no alimentaris

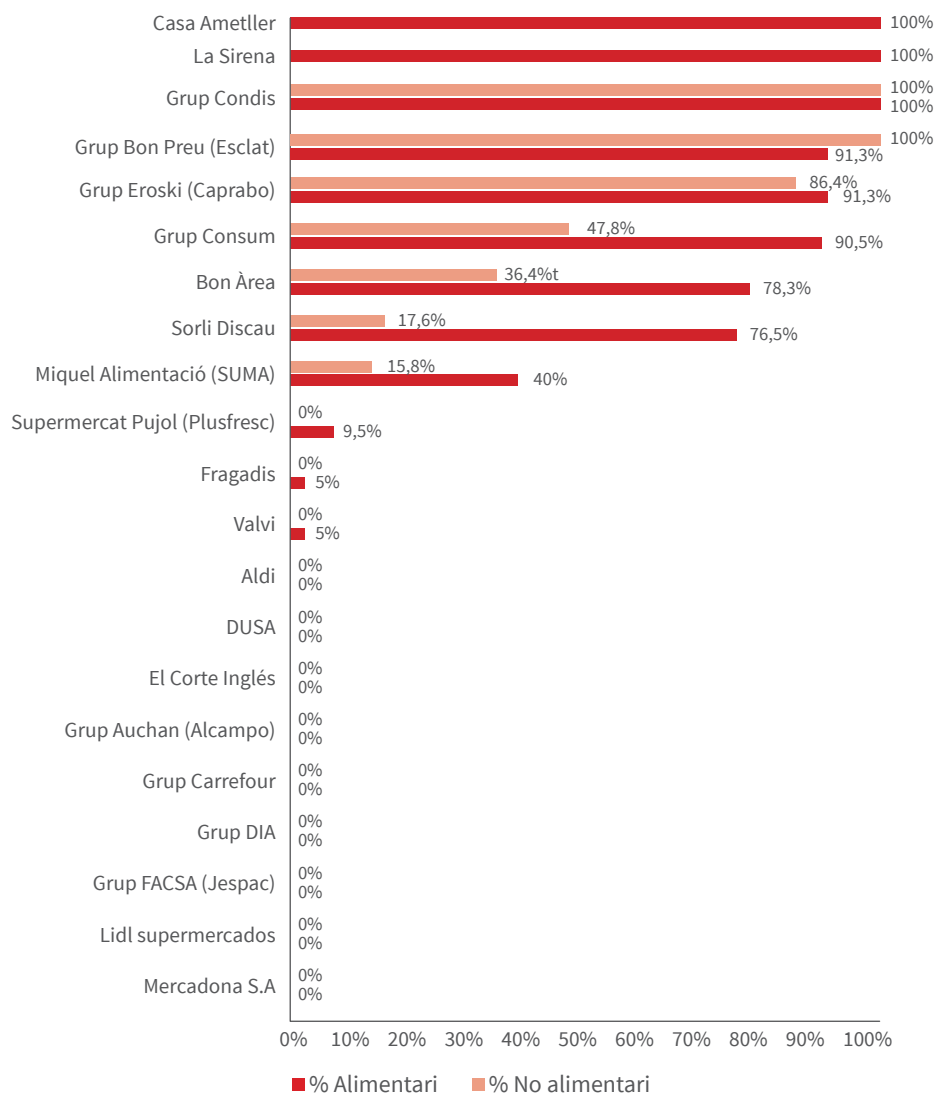
Més enllà d'això, és interessant de remarcar la presència notable del portuguès. És especialment destacable que el portuguès sigui sovint una llengua principal d'etiquetatge i que en el cas dels productes no alimentaris fins i tot superi el català. En aquest estudi hem considerat «llengua principal» la que destaca per sobre de les altres (l'única amb la informació completa o amb la lletra més gran, la del nom del producte, etc.), però en molts casos n'hi ha més d'una. A Catalunya es comercialitzen molts productes amb el castellà i el portuguès com a llengües principals en igualtat de condicions, però en molts casos aquests mateixos productes exclouen el català. La política bilingüe castellà-portuguès és conseqüència del fet que moltes empreses tenen la península Ibèrica com a unitat logística i els seus productes es distribueixen tant a l'Estat espanyol com a Portugal. Les raons per les quals en molts casos no inclouen el català, fins i tot quan és obligatori, són múltiples, però podríem proposar-ne tres de força evidents. La primera és simplement que l'Administració catalana no actua amb el zel necessari per fer complir la llei, com ja hem dit abans. La segona és que és difícil de revertir les dinàmiques sociolingüístiques forçades en el seu moment pel règim franquista i facilitades pels corrents immigratoris. La tercera, la més preocupant de totes, és que probablement moltes empreses temen boicots als seus productes en molts indrets de l'Estat espanyol si estan etiquetats també en català, tot i que en molts casos estiguin tan obligades a etiquetar en català a Catalunya com en portuguès a Portugal. Aquest tercer factor seria molt preocupant, ja que indicaria que la xenofòbia anticatalana és una actitud tan normalitzada i habitual entre la població espanyola que arriba a ser decisiva en la planificació de l'oferta de productes que fan les empreses, que prefereixen sacrificar els drets d'una comunitat minoritària abans que tractar tots els consumidors amb la mateixa dignitat. De fet, com hem dit abans, aquesta hipòtesi és ben versemblant: el Grup Consum ha justificat recentment la seva decisió d'esborrar el català de l'etiquetatge dels seus productes, que també estan etiquetats en castellà, perquè són una empresa que ven «en sis comunitats autònomes». En tot cas, però, aquest comportament xenòfob de bona part de la població espanyola no és inesperat, ja que, com ja s'ha dit, l'Estat espanyol està construït sobre una ideologia supremacista que parteix de la desigualtat entre comunitats lingüístiques i, essent la cultura política espanyola molt estatista, és comprensible que àmplies capes poblacionals comparteixin aquesta visió de la societat i no comprenguin que els ciutadans catalanoparlants no renunciïn al seu idioma.

Un últim punt que destaca de les dades obtingudes és que el català ha avançat poc en l'etiquetatge des de l'últim estudi que va publicar la Plataforma per la Llengua, l'any 2012. En aquest cas, la comparativa l'hem feta amb una mostra homologable (només hem comparat els mateixos supermercats i els mateixos productes), i les dades no són positives: el català es manté gairebé igual (passa d'ésser present en un 41,3% dels productes a ésser-ho en un 41,7%). Curiosament, però, el castellà baixa en més de 7 punts (del 87,5% al 80,4% el 2017).



Ús de les llengües en l'etiquetatge dels productes (alimentaris) l'any 2012 i l'any 2017

En tot cas, les dades del català, estancades, mostren una vegada més que l'Administració catalana no posa el zel esperable a l'hora de fer complir la llei en matèria lingüística. És incomprendible que l'Agència Catalana de Consum no posi la mateixa cura per protegir els drets lingüístics dels ciutadans catalanoparlants que quan fa complir altres preceptes legals a les empreses, ja siguin mediambientals, de salut o de contingut. Aquesta desídia és especialment evident en els casos de les marques pròpies de Mercadona, Carrefour, Auchan, El Corte Inglés, Dia, Lidl, Aldi, FACSÀ i DUSA, marques que no tenen cap producte etiquetat en català, tampoc els no alimentaris, on el català hi ha de ser obligatòriament. A aquestes marques, cal afegir-hi les marques de centrals de compres que abasteixen els supermercats d'un producte per al consum massiu homologable a les marques pròpies. És el cas dels productes Spar (excepte l'aigua), Alteza (Euromadi) o del Grup IFA.



Presència del català en els productes de marca pròpia per grup empresarial

## Conclusions

La presència del català en l'etiquetatge no és satisfactòria si no es tenen en compte els factors condicionants. Només un 38,4% dels productes de marca pròpia dels grans establiments inclouen la llengua pròpia del país en l'etiquetatge dels seus productes (percentatge que podria baixar al 35,3% si es confirma que supermercats Consum retira el català de tots els productes), xifra que baixa al 32,4% en el cas dels productes no alimentaris. Això és especialment preocupant, ja que les marques pròpies solen etiquetar més en català que les marques de fabricant, **com vam observar l'any 2012**. De fet, des d'aquell any l'avenç del català ha estat imperceptible.

Només un 32,4% dels productes compleixen el requisit legal de facilitar als consumidors les informacions imprescindibles per al consum en català. Aquest requisit és vigent des del 2010, quan 119 dels 135 diputats del Parlament de Catalunya (un 88,1% del total) van avalar l'article que estableix els drets lingüístics dels consumidors catalanoparlants. Cal destacar, però, que les empreses estan exposades en aquest àmbit a un fet insòlit: la normativa de protecció del consumidor es fa complir en el cas de les més de 150 normatives que imposen el castellà en l'etiquetatge però no en el cas de la que estableix l'obligatorietat d'etiquetar en català. Si bé l'efectivitat del Codi de consum va quedar restringida als productes no alimentaris per l'aprovació d'una normativa europea, les obligacions lingüístiques que segueixen vigents en els productes no alimentaris no es fan complir i només un 27,7% d'aquests productes de marca blanca contenen la informació obligatòria en català. Davant aquest fet, des de la Plataforma per la Llengua entenem que l'anàlisi és més complexa i que cal fer diversos plantejaments o reflexions.

**Què farien la majoria d'empreses si se'ls permetés de vulnerar els convenis col·lectius dels treballadors, les normatives ambientals o els estàndards de qualitat dels productes?** S'aconseguiria que un 32,4% complís la normativa i fins a un 38,4% fessin algun tipus d'apropament al seu compliment? La resposta no la podem saber però sí que sabem que 4 de cada 10 supermercats catalans inclou el català entre les llengües de l'etiquetatge sense que ningú els obligui a fer-ho. Això, a la pràctica, vol dir que l'incentiu per incloure'l existeix i que un nombre elevat d'empreses saben que la demanda d'etiquetatge en català entre els consumidors és significativa. Però hi ha una reflexió encara més important. Faci allò que faci l'Administració, **per què les empreses que sí que s'han adaptat a la llei toleren aquesta competència deslleial?** Quin altre sector amb un percentatge important

de competidors que compleixen la normativa tolerària que una part important dels rivals no ho fes?

En tot cas, cal destacar que les lleis espanyoles es respecten molt més que no pas les catalanes. Per bé que gairebé un 20% dels productes de marca pròpia no inclouen el castellà, els que sí que ho fan són el doble que els que incorporen el català. A més, en gairebé tots els casos en què el castellà és present, és tractat amb preferència i és la llengua principal del producte. Aquestes dades indiquen que molts distribuïdors han orientat llur política comercial per fer-la compatible amb el marc mental del nacionalisme espanyol. Amb tot, tot i que les dades generals siguin força millorables, que gairebé 2 de cada 10 productes tinguin el català de llengua principal (i, en molts casos, no l'acompanyin del castellà) ens hauria de fer ser optimistes: molts ciutadans valoren els productes en català i volen consumir en aquesta llengua; si el castellà no estigués tan imposat, o almenys el català fos tractat amb igualtat de condicions, l'etiquetatge en la llengua pròpia del país milloraria molt significativament. En tot cas, però, és necessari que l'Administració faci complir a les empreses totes les previsions que afavoreixen el català, també les actuals, insuficients però necessàries. Altrament, allò més còmode per a molts és etiquetar en la llengua més protegida.

Alhora que s'han d'aprovar lleis que blindin el català i que s'ha de tendir a retirar privilegis inacceptables per al castellà respecte d'altres llengües d'immigració, també caldria que les administracions catalanes i la societat civil impulsessin un canvi de marc mental pel que fa als drets lingüístics dels ciutadans. Com ja s'ha dit manta vegades, el nacionalisme espanyol ha aconseguit normalitzar un ordre de coses que no és en absolut normal ni just. L'Estat privilegia una de les comunitats lingüístiques que l'integren, la castellana, i relega les altres, a qui procura assimilar. Una de les comunitats lingüístiques de l'Estat té tots els drets arreu, tant allà on el seu idioma és autòcton com allà on no ho és, mentre que els altres grups només tenen alguns drets en el seu propi territori i en casos concrets. Aquesta desigualtat, a la base del sistema legal espanyol (apareix ja a l'article 3 de la Constitució espanyola) és inacceptable: totes les comunitats lingüístiques, dins del seu territori històric, tenen la mateixa dignitat i els mateixos drets, conformin la majoria d'un estat o no. Un estat que s'identifica amb una sola d'aquestes comunitats territorialitzades i històriques és injust d'origen. Aquesta situació, que és precisament la de l'Estat espanyol, militantment castellà, ha de ser denunciada, combatuda i derogada. Fent això, moltes de les actituds diglòssiques i submises de la societat catalana canviaran, i també canviarà l'actitud de l'Administració i de moltes empreses, que al cap i a la fi s'han d'adaptar a la societat en què operen.

## Annex. Taules

### QUOTES DE SUPERFÍCIE DE VENDA PER ALS PRINCIPALS GRUPS EMPRESARIALS 2016

CADENA D'ESTABLIMENTS	M² DE SUPERFÍCIE COMERCIAL	M² DE SUPERFÍCIE COMERCIAL	PERCENTATGE ACUMULAT	ESTABLIMENTS OBSERVATS
Mercadona SA	352.665	15,69%	15,69%	3
Grup DIA	290.971	12,94%	28,63%	3
Grup Eroski	259.355	11,54%	40,17%	3
Grup Bon Preu	182.994	8,14%	48,31%	2
Grup Condis	179.822	8,00%	56,31%	2
Grup Carrefour	144.748	6,44%	62,75%	2
Grup Consum	108.780	4,84%	67,59%	1
Miquel Alimentació	85.054	3,78%	71,37%	1
Lidl Supermercados	75.581	3,36%	74,73%	1
Fragadis	71.296	3,17%	77,90%	1
Sorli Discau	69.802	3,10%	81,00%	1
Corporació Alimentària Guissona	50.656	2,25%	83,25%	1
Grup Auchan	50.045	2,23%	85,48%	1
Aldi Supermercats	48.572	2,16%	87,64%	1
Grup d'Empreses El Corte Inglés	47.100	2,09%	89,73%	1
Supermercats Pujol	30.859	1,37%	91,10%	1
La Sirena	28.683	1,28%	92,38%	1
Valvi Alimentació i Serveis	20.763	0,92%	93,30%	1
DUSA	19.852	0,88%	94,18%	1
FACSA	18.660	0,83%	95,01%	1
Casa Ametller	16.394	0,73%	95,74%	1
Total	2.152.652	95,74%	95,74%	30

Supermercats observats per quota de superfície

**PRESENCIA DE CATALÀ EN L'ETIQUETATGE DELS PRODUCTES PRESENTS A LES GRANS SUPERFÍCIES DE CATALUNYA**

PRODUCTES	CATALÀ	CASTELLÀ	ANGLÈS	FRANCÈS	PORTUGUÈS	ALTRES
Aigua 1,5	56,3%	75,0%	6,3%	12,5%	6,3%	12,5%
Arròs tres delícies	35,3%	94,1%	17,6%	5,9%	23,5%	17,6%
Baieta	31,3%	87,5%	25,0%	25,0%	43,8%	31,3%
Baieta per fregar	26,7%	86,7%	26,7%	26,7%	40,0%	33,3%
Bosses d'escombraries	26,3%	89,5%	26,3%	26,3%	42,1%	31,6%
Calamars a la romana	35,3%	94,1%	23,5%	23,5%	47,1%	41,2%
Cereals	38,9%	83,3%	27,8%	22,2%	55,6%	27,8%
Compreses	17,6%	88,2%	11,8%	23,5%	52,9%	23,5%
Crema hidratant	14,3%	85,7%	28,6%	21,4%	35,7%	28,6%
Desodorant	7,1%	92,9%	28,6%	14,3%	35,7%	7,1%
Detergent	26,3%	89,5%	15,8%	10,5%	36,8%	15,8%
Espaguetis	40,0%	80,0%	20,0%	15,0%	35,0%	25,0%
Espàrrecs	35,0%	80,0%	10,0%	10,0%	35,0%	15,0%
Espuma d'afaitar	14,3%	92,9%	64,3%	28,6%	35,7%	42,9%
Fluor	18,8%	87,5%	25,0%	12,5%	56,3%	18,8%
Formatge a talls	31,6%	78,9%	10,5%	15,8%	36,8%	15,8%
Fregall	27,8%	88,9%	22,2%	22,2%	50,0%	33,3%
Gel de bany	22,2%	83,3%	38,9%	22,2%	38,9%	22,2%
Gelats de sabors	40,0%	85,0%	25,0%	15,0%	35,0%	25,0%
logurt natural	25,0%	93,8%	12,5%	6,3%	37,5%	6,3%
Lleixiu	26,3%	89,5%	0,0%	0,0%	36,8%	10,5%
Llet sencera 1L	31,6%	84,2%	15,8%	10,5%	26,3%	10,5%
Macarrons	40,0%	80,0%	15,0%	15,0%	35,0%	25,0%

PRODUCTES	CATALÀ	CASTELLÀ	ANGLÈS	FRANCÈS	PORTUGUÈS	ALTRES
Magdalenes	38,9%	83,3%	22,2%	27,8%	44,4%	27,8%
Melmelada	21,1%	84,2%	5,3%	5,3%	36,8%	0,0%
Nata	33,3%	91,7%	25,0%	25,0%	41,7%	25,0%
Netejador	21,1%	89,5%	15,8%	15,8%	42,1%	26,3%
Olives farcides	35,0%	80,0%	15,0%	10,0%	50,0%	15,0%
Pal d'escombra	33,3%	91,7%	8,3%	0,0%	33,3%	8,3%
Paper higiènic	27,8%	88,9%	27,8%	22,2%	44,4%	27,8%
Pasta de dents	20,0%	93,3%	40,0%	26,7%	53,3%	33,3%
Pernil dolç	43,8%	68,8%	12,5%	6,3%	18,8%	12,5%
Pizza margarida	41,2%	82,4%	23,5%	23,5%	41,2%	35,3%
Pot de mongetes	36,8%	84,2%	21,1%	10,5%	31,6%	15,8%
Raspall de dents	20,0%	93,3%	26,7%	20,0%	46,7%	26,7%
Refresc	10,5%	89,5%	10,5%	15,8%	42,1%	10,5%
Rentavaixelles	21,1%	94,7%	15,8%	21,1%	36,8%	15,8%
Sabó de mans	22,2%	83,3%	38,9%	22,2%	44,4%	22,2%
Tampons	14,3%	92,9%	14,3%	28,6%	57,1%	28,6%
Tauleta xocolata negra	35,3%	88,2%	17,6%	23,5%	47,1%	17,6%
Tovallolletes	10,5%	89,5%	10,5%	21,1%	57,9%	15,8%
Tovallons de paper	27,8%	88,9%	16,7%	22,2%	50,0%	27,8%
Truita de patates	44,4%	77,8%	11,1%	11,1%	27,8%	16,7%
Vi negre de taula	50,0%	70,0%	20,0%	20,0%	40,0%	30,0%
Xampú	22,2%	83,3%	38,9%	22,2%	44,4%	22,2%
Xoriço	38,9%	72,2%	11,1%	16,7%	22,2%	16,7%

Percentatge de marques etiquetades en cada llengua per producte

PLATA  
FORMA  
PER LA  
LLENGUA

**L'ONG**  
**del català**

Plataforma per la Llengua  
C/ Sant Honorat, 7. Principal 1a  
08002 Barcelona  
Tel.: 93 321 18 03  
[info@plataforma-llengua.cat](mailto:info@plataforma-llengua.cat)  
[www.plataforma-llengua.cata](http://www.plataforma-llengua.cata)