

CONSUMIDOR

\ 10 \ NOVEMBRE 2011

REVISTA DELS CONSUMIDORS DE CATALUNYA



CONSUM
CATALÀ

04 Entrevista a Xavier Albertí



Empresari
d'embotits
La Selva

- 02 Crisi de consum?
Crisi de llengua?
- 03 Consum Català celebra la
2a Jornada de Consum i Llengua
- 06 La Festa per al joc i la joguina en
català, un nou èxit de públic
- 08 Consum Català supera les 300
consultes d'usuaris i consumidors

www.consumcatala.cat





Crisi de consum? Crisi de la llengua?

Durant aquest 2011, que ja comencem a deixar enrere, hem tingut els ulls posats en la prima de risc, en el dèficit, en el pacte fiscal, en la borsa i en elements en què, quan la “bossa sonava”, no ens preocupaven gaire. Els mitjans de comunicació ens han abocat a una angoixa permanent amb un bombardeig de dades econòmiques, que, sens dubte, repercuteixen en el consum i en la feina.

Una crisi econòmica global, que comporta una crisi de consum, i que es contagia per la por que els mercats i els mitjans de comunicació imposen als consumidors i usuaris. Això, no cal dir-ho, repercuteix de nou negativament en l'economia i en el comerç. Per tot plegat, quin és el paper del consumidor? Allò més probable és que aquest consumidor espantat es deixi guiar més pel preu i l'estalvi del producte que no pas per altres valors o característiques que tingui aquest. És probable que, quan va al supermercat a comprar, el pare de família –català convençut, a l'atur des de fa cinc mesos i confús per les notícies que veu tothora per la televisió– agafi un cartró de llet de marca blanca de la més econòmica en comptes de fixar-se si inclou el català en l'etiquetatge.

És en aquest moment, quan les pròpies dinàmiques de l'economia fan que hom pari esment en el preu del producte abans que en la seva qualitat o la llengua de l'etiqueta, quan cal que l'Administració vetlli per l'acompliment d'aquests deures i que exigeixi a l'empresa allò que les pròpies dinàmiques de l'economia i del mercat no estan en disposició de reclamar per elles mateixes (almenys d'una forma sistemàtica). I és que cal recordar a les empreses que la incorporació del català a l'etiqueta i als productes és un fet positiu, que suma consumidors en comptes de restar-ne, i que diu molt del compromís de l'empresa amb el consumidor.

Aquestes actituds empresarials, moltes vegades positives, van centrar la 2a Jornada de Consum i Llengua, la qual va comptar amb la complicitat de l'Agència Catalana del Consum i la Direcció General de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya. En aquest nou número de *Consumidor* parlarem d'aquestes jornades, entrevistarem a l'empresari Xavier Albertí, que actua amb responsabilitat social d'empresa i, entre d'altres temes, farem un resum de les queixes que hem rebut al llarg dels darrers mesos.



Consumidor - Revista de Consum Català (Associació Catalana de Consumidors)
comunicacio@consumcatala.cat / www.consumcatala.cat
Tel.: 93 553 35 50
C/ Diputació, 276. Planta baixa. 08009 Barcelona

Coordinació i textos: Albert Torras. Consell de redacció: Bernat Gasull, Martí Gasull i Roig, Jordi Manent, Daniel Mundet i Francesc Reverté. Coordinació editorial: Francesc Reverté. Fotos: Agència Catalana del Consum i Martí Gasull i Avellán. Disseny i maquetació: **nvt**. Impressió: Cevagraf S.C.C.L.



Consum Català celebra la 2a Jornada de Consum i Llengua

El propassat dijous 27 d'octubre Consum Català – Associació Catalana de Consumidors va organitzar la 2a Jornada de Consum i Llengua. Les primeres jornades, que tingueren lloc el setembre del 2010, van ser tot un èxit. La jornada del 2011 va tenir com a objectiu principal mostrar casos d'èxit d'empreses que aposten per l'ús de la llengua catalana. Per aquest motiu es convidà l'empresari Xavier Albertí perquè fes la conferència principal. Albertí és gerent de l'empresa d'embotits La Selva, que té seu a Campllong i que ha desenvolupat diverses accions en els camps de l'etiquetatge, de l'ús intern i de les comunicacions externes en català i de les parelles lingüístiques. La seva conferència portà per títol "Tenim el català al cistell? Inèrcia empresarial i nova llei del consum".

Igual que l'any passat, la jornada d'enguany ha comptat de nou amb el suport de l'Agència Catalana del Consum i de la Direcció General de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya. En aquest sentit, els seus màxims responsables, Alfons Conesa, director de l'Agència Catalana de Consum, i Yvonne Griley, directora general de Política Lingüística, van participar en la inauguració i clausura de la jornada.

Després de la conferència de Xavier Albertí va tenir lloc la presentació de l'exposició "La llengua en l'etiquetatge de les grans marques" de la Plataforma per la Llengua, que mostra l'actuació incoherent de diverses empreses líders del sector pel que fa a l'aplicació de la política lingüística segons els països i les llengües. Així, es demostra que en països amb

llengües amb molts menys parlants que el català no tenen cap problema en etiquetar en els respectius idiomes, mentre que mostren un rebuig reiterat quan es tracta d'etiquetar en català. Acte seguit varen tenir lloc tres ponències més: Albert Torras, portaveu de Consum Català, va fer un resum de les queixes i consultes rebudes a l'associació fins a l'octubre del 2011, i un resum dels temes sobre els quals s'ha donat resposta; Eloi Torrents va fer un ampli resum de la legislació sobre el català des de l'època franquista fins a l'actual; i Josep Martí Pons, tècnic de l'Agència Catalana de Consum, es va centrar en el Codi de consum i en la resolució de dubtes pel que fa a la seva aplicació en alguns àmbits concrets.

Això va donar lloc a un interessant debat en què els assistents van poder compartir experiències i dubtes, entre els quals els drets que tenen els ciutadans pel que fa a l'ús de la llengua catalana en el consum a Catalunya.





Entrevista a

Xavier Albertí

Empresari d'embotits La Selva

Entrevista feta
per Albert Torras

Vostè va participar en la darrera Jornada de Consum i Llengua, organitzada per Consum Català i la Plataforma per la Llengua, en què va explicar la seva experiència empresarial en qüestions de llengua. A grans trets, ¿en què consisteix l'actitud modèlica en temes lingüístics que ha intentat aplicar a l'empresa d'embotits La Selva?

D'entrada diria que la nostra actitud no és ni molt menys modèlica. De fet, la considero en alguns aspectes –com l'etiquetat– fins i tot massa discreta. El cert és que procurem ser conseqüents amb el respecte al nostre país i la nostra llengua en el nostre àmbit professional, el de l'empresa. I això es tradueix tant pel que fa a la comunicació interna o la facturació, com la marca, la publicitat o l'etiquetatge. Pensem que l'abast lingüístic de l'empresa no es limita només a l'etiquetatge, encara que aquest en sigui l'element més visible quan ens referim al sector dels béns de consum.

Ha hagut de pagar algun peatge pel fet d'etiquetar en català? (Boicot, queixes, problemes amb proveïdors o distribuïdors...). És indubtable que per a una empresa que treballi bàsicament a Catalunya, l'ús del català és un valor afegit, ja que és àmpliament acceptat com a positiu. En un cas com el nostre, en què treballem arreu de l'Estat i fora d'aquest, cal optar per la diversificació d'etiquetes o bé el plurilingüisme. Per les nostres característiques, amb un catàleg ampli i sense grans tiratges localitzats, només en l'àmbit català el més raonable és optar per la segona opció, i encara donant prioritat al castellà. Aquest plantejament no ens ha portat cap problema rellevant. Compto que la majoria de gent no hi pensa, ni per bé ni per mal, i el que vol és que l'article sigui bo. I això sí que ho vetllem!

¿Com creu que es poden desfer els tòpics en qüestions de llengua en el món empresarial? Sens dubte cal fer una labor pedagògica i d'acompanyament que trenqui una inèrcia encara important de castellanització. L'actual Codi de consum, que obliga a l'ús del català, ha de ser decisiva en aquest sentit, ja que segons s'ha manifestat des de la Direcció General de Política Lingüística anirà acompanyat d'una acció important de sensibilització, alhora que una imposició gradual situarà l'ús del català en el terreny d'una normalitat uniforme que li correspon. Des de la nostra experiència particular podem traslladar a la resta de fabricants que és un tema de canvi d'hàbits, cosa que, a més, tothom hi pot posar els límits que consideri raonables. Però és un paràmetre important que hem d'assumir i que ben conduït ni genera excessiva molèstia ni tampoc conflictes. No pas més que qualsevol altra llengua, més allunyada de nosaltres.

Li ha costat més diners etiquetar en català?

En absolut. Al capdavant és únicament una qüestió de plantejament. A l'hora de dissenyar qualsevol etiqueta es preveu, i ja està. Com qualsevol altre requisit.

En l'àmbit intern de l'empresa, ¿creu que el fet d'estar fora de Barcelona li facilita les coses en aspectes lingüístics pel fet que té més treballadors de comarques amb el català com a llengua materna? Els seus treballadors tots parlen català?

Sens dubte el nivell d'ús de català a la banda de Girona és superior a la mitjana. La llengua vehicular espontània de la majoria dels empleats és el català, si bé hi ha també un nombre important de persones procedents de famílies castellanoparlants o d'altres països que la seva primera llengua no és el català.



Xavier Albertí i Oriol (Cassà de la Selva, 1961) és diplomad en Ciències Empresarials per la Universitat de Girona. És gerent de l'empresa Joaquim Albertí S.A., una empresa familiar de tres generacions creada el 1917. La marca principal és la coneguda empresa d'embotits La Selva. Albertí porta 25 anys al capdavant del negoci. També gestiona, juntament amb David Molas, un celler empordanès, i està implicat en el Consell Regulador de la D.O. Empordà. És membre de FemCat i del Consell assessor de La Caixa a Girona. El 1994 va publicar el llibre divulgatiu *El català a l'empresa, l'empresa de normalitzar*. Ha participat i subvencionat diverses iniciatives de caràcter cultural, especialment amb la normalització lingüística en el món de l'empresa, i arquitectònic.

Com deia abans, el factor llengua, almenys amb la discreció que el tractem nosaltres en l'etiquetat, té una transcendència en el consum ben petita. És el que ha de ser. La llengua és només per entendre's i un referent cultural, i no ha d'esdevenir pas un element polèmic.

En el posicionament de marca de La Selva, quin paper juga la llengua?

A La Selva pensem que la institució Empresa té una alta transcendència social, i no pas només econòmica, en tant que ocupa a moltes persones i estableix vincles amb moltes més, i també amb el seu entorn. En aquest sentit la llengua és un valor que ens faria sentir malament de no tenir-lo present, ja que és un component més de la nostra identitat natural. ☒

Per facilitar l'acoblament, sobretot el dels darrers nouvinguts, s'han facilitat classes de català i una mena de parelles lingüístiques internes. Això a banda d'afavorir el salt lingüístic, que cal reconèixer que no és fàcil enfront del castellà, propicia una major cohesió de tot el grup que és altament positiva i una millor predisposició envers el país que els acull.

Quines experiències ha aplicat per convicció i quines per imperatiu legal?

Fins avui podem dir que ho hem fet pràcticament tot per convicció, però entenc que des del moment en què va entrar en vigor el Codi del consum també ho fem com a requisit legal, al qual sortosament ens hem anticipat.

Darrerament el Govern vol donar facilitats a les empreses pel que fa als tràmits i la burocràcia. ¿Considera que ser més flexibles en l'aplicació de la legislació lingüística pot formar part d'aquestes mesures?

Està molt bé que el Govern cuidi l'empresa, que és la font bàsica de riquesa, i que per això li doni facilitats sense caure per descomptat en la negligència, que seria contraproductiu. Ser exigent, que no vol dir ser intransigent, és el punt que ha de cercar el bon governant, així com ho fa un bon pare. El millor és el rigor, la gradualitat, la voluntat d'entesa des d'una posició d'autoritat conseqüent. El bon govern ha d'entendre el poble però ha d'anar unes passes per davant, exigir-li més. Tot el que dic, que serveix per qualsevol àmbit de la política, també serveix per la política lingüística. És un tema sensible que cal dur amb tacte, però també amb decisió.

Creu que té més clients etiquetant en català que en castellà?



La Festa per al joc i la joguina en català, un nou èxit de públic

Consum Català ha participat de nou en la Festa per al joc i la joguina en català, organitzada conjuntament amb la Plataforma per la Llengua i en què van passar més de 6.000 persones. La festa, que enguany celebrava la vuitena edició, té l'objectiu de reclamar que les joguines incloguin el català en tots els suports lingüístics, tant impresos com electrònics. I és que, segons dades recollides per la Plataforma per la Llengua, al mercat hi ha uns 750 jocs i joguines que incorporen el català, un volum que representa un 6% del total. Una xifra que no representa el pes del consumidor catalanoparlant en aquest important sector comercial.

La festa d'aquest any ha incorporat noves activitats com l'Espai Verbàlia, una competició de paraules i enigmes que ha conduït Màrius Serra, i la rifa de jocs i joguines en català. A l'espai d'acollida –un altre espai que és novetat– es dugueren a terme jocs tradicionals de diferents països, i comptà amb la col·laboració de l'Associació Cultural Mexicano Catalana (MEXCAT) i el Centro Boliviano Catalán.

L'activitat va tenir el format d'una festa infantil i va incloure activitats adreçades especialment als

"La festa, que organitza la Plataforma per la Llengua, té com a objectiu reivindicar que les joguines que els infants reben cada any per Nadal i Reis incloguin el català en tots els suports lingüístics, tant impresos com electrònics."

més petits: jocs, cercavila, tallers diversos, grups d'animació i un castell inflable, a més de l'esmentat Espai Verbàlia, que reüní prop d'un centenar de participants. Paral·lelament, i com cada any, la campanya es complementà amb l'edició de 30.000 cartes als Reis en què es demana "poder jugar en català", que es repartiren per escoles, ludoteques, biblioteques, ajuntaments, etc. d'arreu de l'àmbit lingüístic. L'objectiu final és que el missatge arribi als pares i mares per conscienciar-los que comprin joguines etiquetades i amb les instruccions i menús en català, i als botiguers, productors i distribuïdors de joguines, a qui es reclama que augmentin l'oferta de joguines en la nostra llengua.



NOTÍCIES

Consum Català assisteix a la Convenció del Comerç de Catalunya

Més de 300 dirigents del món del comerç i del consum van participar en la VI Convenció del Comerç de Catalunya que va tenir lloc a Foment del Treball, el passat mes d'octubre, i que va portar per lema "Amunt el Comerç".

La jornada la va clausurar el president de la Generalitat de Catalunya, Artur Mas, acompanyat de la segona tinent d'alcalde de l'Ajuntament de Barcelona, Sònia Recasens, i el president del Foment del Treball, Joaquim Gay de Montellà. Durant l'esdeveniment –que va incloure una presentació i un debat amb periodistes i experts, entre els quals Pilar Rahola i Xavier Grasset– es van premiar iniciatives d'empreses en favor del català. Els guanyadors d'aquest any han estat la Unió de Botiguers d'Esparreguera, en la categoria d'Entitats, i l'empresa Baraka Club de Viatges (agència de viatges amb una oficina a Barcelona i una altra a Terrassa), en la categoria d'Establiments. Així mateix, aquest any ha tingut lloc la tercera edició del Premi extraordinari per l'aplicació del Pla d'assessorament d'"Oberts al català", en la qual s'ha premiat l'empresa Superpollastre, establiment del barri de Sants de Barcelona. Aquest establiment comercial ha participat en la iniciativa i s'ha destacat per la seva col·laboració i implicació en la campanya de la Confederació Catalana de Comerç.



De nou, queixes per l'atenció al client en les empreses de telefonia

Aquest 2011 hem notat un increment de queixes en els serveis d'atenció al client en algunes empreses de telefonia, com Movistar o Vodafone. Les queixes vénen determinades per la incapacitat d'atendre en català a l'usuari i, a més, per certes actituds contràries i de menyspreu vers la llengua catalana. En aquests casos, des de Consum Català recomanem actuar en dues línies diferents: d'una banda, a través de l'Agència Catalana del Consum, ja que les empreses incompleixen el dret dels consumidors catalans a ser atesos en la seva llengua, i, d'altra banda, a través de l'Oficina de Garanties Lingüístiques pel fet de tractar-se d'una discriminació al consumidor per la seva llengua d'ús.



Consum Català supera les 300 consultes d'usuaris i consumidors

"Aproximadament un 15% d'aquestes queixes són sobre retolació d'establiments, un 21% són queixes sobre disponibilitat lingüística, un 22% sobre l'etiquetatge de productes i un 38% son consultes i denúncies sobre altres problemes i qüestions lingüístiques".

Com ja fem en tancar l'any, Consum Català treballa en el resum de les queixes i consultes que l'entitat ha rebut al llarg del 2011. Enguany superen, i amb escreix, les 300 (quan tancàvem aquesta revista encara no havia acabat el mes de desembre).

Resumidament, aproximadament un 18% de les queixes són sobre retolació d'establiments, un 21,5% són queixes sobre disponibilitat lingüística, un 22% sobre l'etiquetatge de productes i un 38% són consultes i denúncies sobre altres problemes i qüestions lingüístiques, la majoria queixes sobre webs que no incorporen la versió catalana o documents d'oferta de productes i serveis. També cal tenir en compte que només un 0,5% de les consultes rebudes són sobre altres temes no lingüístics.

Per sectors, un 30% de les queixes i consultes corresponen a productes d'alimentació i supermercats i fan referència bàsicament a etiquetatge i catàlegs d'oferta de serveis. En segon lloc, trobem un 28% de queixes i

consultes dirigides a administracions, empreses públiques, departaments o serveis de l'administració. En destaquem algunes sobre disponibilitat i atenció lingüística al consumidor en casos com la sanitat pública o les forces de seguretat. També són importants el nombre de queixes i denúncies en la telefonia (un 15% del total). En menor grau trobem queixes en sectors d'empreses proveïdores d'altres serveis (gas, aigua, electricitat...), que corresponen al 12% del total. I finalment tenim un 15% de queixes tramitades en relació amb altres serveis i productes, sobretot de tipus bancari.

Aproximadament un 30% de les queixes i denúncies han estat tramitades directament per Consum Català, i la resta han estat consultes que s'han gestionat i contestat, i que els consumidors han decidit tirar endavant o no. Des de l'entitat s'està fent el seguiment de diverses queixes que encara no s'han resolt.

Tot i que encara no disposem de les dades finals anuals, creiem que Consum Català assolirà de nou un repte, que no és cap altre que el d'augmentar anualment el nombre de queixes i consultes gestionades. En aquest sentit cal destacar que l'entitat s'ha anat especialitzant progressivament en consultes i queixes *on-line*, ja que actualment un 85% d'aquestes es reben a través de correu electrònic. Amb els acords arribats amb la Direcció General de Joventut de la Generalitat de Catalunya i amb la Plataforma per la Llengua, Consum Català pot ampliar de nou l'abast de la gestió d'aquestes queixes i consultes dels usuaris catalans.