

La política lingüística empresarial a quatre cadenes d'alimentació

Plans
i Dinamització

En el marc del que preveu la Llei 1/1998, de política lingüística, el Departament de Cultura ha signat convenis amb el Consell d'Empreses distribuïdores d'Alimentació de Catalunya (CEDAC) i amb diverses empreses. Hem volgut saber quina és la política de comunicació de quatre grans empreses de distribució d'alimentació a Catalunya — Alcampo, Bon Preu, Caprabo i Condis—, i per això els hem demanat que ens responguessin algunes preguntes.

A cura de
Farners Llinàs
Montserrat Nadal
Joan Solé
*Direcció General de Política
Lingüística*

La distribució comercial de productes d'alimentació i de consum corrent a la llar passa avui en gran part pels hipermercats i supermercats. La llengua té en aquests establiments una gran importància en l'activitat comercial en aspectes molt diversos: l'atenció oral als clients, la retolació, els cartells d'ofertes, la comunicació (catàleg, bossa, pàgina web, etc.) i l'etiquetatge de productes propis. D'aquí, doncs, l'impacte d'aquests establiments al costat de la retolació comercial i de la publicitat exterior en la configuració del paisatge lingüístic.

La Llei 1/1998, de política lingüística, preveu una implantació progressiva de l'ús del català per mitjà de la concertació social propiciada des de la Generalitat. Així, en l'article 32.1 «les empreses i els establiments dedicats a la venda de productes o a la prestació de serveis que desenvolupen llur activitat a Catalunya han d'estar en condicions de poder atendre els consumidors i consumidoros quan s'expressin en qualsevol de les llengües oficials a Catalunya». També, en l'article 32.3 «la senyalització de caràcter fix i els documents d'oferta de serveis per a les persones usuà-

ries i consumidoros dels establiments oberts al públic han d'estar redactats almenys en català».

En aquest marc el Departament de Cultura de la Generalitat ha signat convenis de col·laboració per a l'aplicació de la Llei de política lingüística amb el Consell d'Empreses Distribuïdores d'Alimentació de Catalunya (CEDAC) i les empreses Alcampo i Bon Preu, entre d'altres. Aquests convenis estableixen l'ús de la llengua catalana en diferents aspectes, com la retolació interior i exterior dels centres comercials, les comunicacions per megafonia, les comunicacions escrites amb els clients, la publicitat interior i els contractes de treball i altres documents laborals. També garanteixen que l'atenció al client es faci en la llengua oficial que aquest esculli.

A continuació trobareu les respostes a tres qüestions relatives a la comunicació empresarial que vam plantejar als departaments institucionals i de comunicació de quatre grans empreses distribuïdores d'alimentació que tenen establiments comercials a Catalunya: Alcampo, Bon Preu, Caprabo i Condis.

Quina política de comunicació segueix, en general, la vostra empresa pel que fa a l'ús de les llengües?

Alcampo S.A. va signar un conveni amb la Generalitat de Catalunya per a la aplicació de la Llei de política lingüística el 15 de juliol de 1998.

Complint les directrius d'aquest conveni, Alcampo Mataró fa servir com a mínim el català: en la imatge i la retolació interior i exterior, especialment en la publicitat i en els textos informatius; en els documents impresos d'ús extern; en les comunicacions exteriors orals i escrites, sempre respectant l'opció del client a sol·licitar-les en castellà, i en les comunicacions de caràcter intern orals i escrites.

Alcampo assegura la presència de la llengua catalana en tota la publicitat a l'interior dels centres comercials així com als cartells, tanques publicitàries, premsa escrita, ràdio i TV, mai inferior a la del castellà. També assurem l'atenció al client en la llengua oficial escollida per ell.

Alcampo



Patrick Beneroso, director
d'Hipermercats d'Alcampo

Alcampo Mataró va signar un acord de col·laboració amb el Centre de Normalització Lingüística (CNL) Maresme-Mataró el 16 d'octubre de 2000 per mitjà del qual Alcampo Mataró es compromet a col·laborar per dur a terme accions destinades a normalitzar la presència i l'ús del català a l'hipermercat de Mataró i el CNL atén les consultes lingüístiques i revisa els textos i documents que els fem arribar i reserva torn d'inscripció preferent als cursos de català del personal d'Alcampo Mataró.

A més, per impulsar l'ús i domini del català Alcampo Mataró inclou l'oferta del català en els plans de formació: cursos de català organitzats pel CNL per a qualsevol empleat que ho desitgi. Alcampo Mataró valora els coneixements de català com a mèrit en les proves de selecció del seu personal. Totes les persones que tracten amb el públic són bilingües. Les comunicacions per megafonia es fan en les dues llengües, utilitzant sempre en primer lloc el català.

En quins aspectes (atenció oral al públic, retolació, etiquetatge, documentació, etc.) heu trobat més avantatges o bé heu tingut més dificultats per utilitzar el català?

Retolació interna en català: hem rebut tan queixes com felicitacions per part dels clients. Per una altra banda, això ha suposat per a Alcampo Mataró un cost suplementari elevat ja que els rètols es fan, per a tots els hipermercats Alcampo, en castellà.

Fulletes de publicitat: es fan generalment a nivell nacional, és a dir en castellà. Alcampo Mataró únicament pot fer-los en català quan es tracta de fullets locals, i són poques vegades.



Quines activitats feu i quins serveis utilitzeu, o creieu que us seria convenient d'utilitzar, per millorar l'ús del català en la vostra empresa?

Els cursos organitzats pel CNL estan inclosos en el Pla de Formació d'Alcampo Mataró, però a la vista del nombrós col·lectiu de l'hipermercat, seria convenient que s'impartissin en el mateix hipermercat. Pensem que l'assistència seria molt més gran.

Bon Preu

Quina política de comunicació segueix, en general, la vostra empresa pel que fa a l'ús de les llengües?

El Grup Bon Preu utilitza en el 100 % de la seva comunicació la llengua catalana. Entre els elements que la formen trobem la comunicació interna i externa. La comunicació interna inclou tota la comunicació oral i escrita entre l'equip humà i els diferents establiments o centres logístics. Pel que fa a la comunicació exter-

na, hi inclouríem el conjunt de la cartelleria, retolació, comunicacions postals, marca pròpia, comunicacions orals o telefòniques, així com la totalitat dels fulls i altres documents editats pel grup.

No obstant això, s'entén que en tots aquests casos el client té preferència, i per aquesta raó ens hi dirigim sempre en l'idioma que aquest entengui, especialment en l'àmbit oral.



En quins aspectes (atenció oral al públic, retolació, etiquetatge, documentació, etc.) heu trobat més avantatges o bé heu tingut més dificultats per utilitzar el català?

En el conjunt de les eines comunicatives l'experiència ha estat molt positiva, sense que s'hagin generat dificultats destacables. Els clients han estat molt receptius davant d'aquest plantejament bàsic, i han donat suport en tot moment a aquesta pràctica. En general, però, a l'àmbit oral és on hi ha més feina per fer.

Quines activitats feu i quins serveis utilitzeu, o creieu que us seria convenient d'utilitzar, per millorar l'ús del català en la vostra empresa?

Utilitzem constantment el servei de normalització lingüística per a la correcció de textos, les campanyes de comunicació, revistes, notes... D'altra banda, entenem que encara hi ha molta feina a fer en l'organització de cursos de català i les eines informàtiques.

Quina política de comunicació segueix, en general, la vostra empresa pel que fa a l'ús de les llengües?

La nostra és una empresa amb implantació en diferents comunitats autònomes, per aquest motiu ens veiem obligats a emprar diferents llengües.

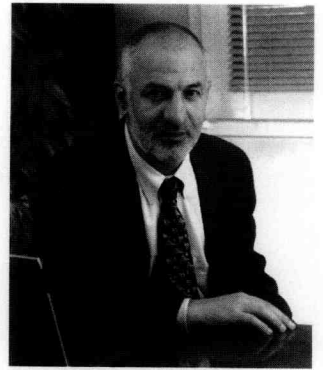
En referència a Catalunya, la nostra vocació ha estat, i és, la de total respecte pel català, recordem el premi nacional de Cultura 2000 per la defensa de la llengua. Per tant, tant la retolació interna com l'etiquetatge es realitza, sempre que és possible, en català.

En quins aspectes (atenció oral al públic, retolació, etiquetatge, documentació, etc.) heu trobat més avantatges o bé heu tingut més dificultats per utilitzar el català?

És difícil de quantificar, però entenem que la societat catalana és la que en general demana l'ús de la llengua pròpia de Catalunya. Per aquest motiu la política lingüística que seguim ens sembla la més encertada.

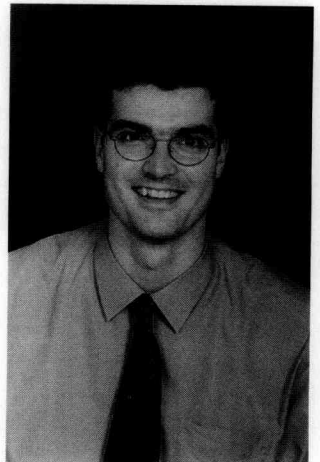
Quines activitats feu i quins serveis utilitzeu, o creieu que us seria convenient d'utilitzar, per millorar l'ús del català en la vostra empresa?

Totes les necessitats estan cobertes pels nostres equips interns. Malgrat tot hem tingut contactes amb el TERMCAT, i puntualment fem consultes de tipus filolò-



Antoni Amblàs, director de Vendes de Bonpreu

Caprabo



Xavier Alomar, director de Màrqueting de Caprabo



gic a la Direcció General de Política Lingüística, que sempre ens ha ajudat amb plena satisfacció.

Condis



Enric Ezquerro, director general de Condis Supermercats

Quina política de comunicació segueix, en general, la vostra empresa pel que fa a l'ús de les llengües?

La nostra principal voluntat és servir el millor possible els nostres clients, i adepquem també la nostra comunicació en funció de les seves preferències i de la comunitat autònoma a la qual pertanyen. En aquest sentit, Condis Supermercats utilitza indistintament les llengües oficials de la comunitat autònoma de Catalunya i fa ús específic de la llengua castellana en aquelles zones geogràfiques fora de la comunitat autònoma de Catalunya, com ara Madrid, on recentment hem començat a oferir servei.

En quins aspectes (atenció oral al públic, retolació, etiquetatge, documentació, etc.) heu trobat més avantatges o bé heu tingut més dificultats per utilitzar el català?

Des de fa anys que retolem i etiquetem en català i castellà, raó per la qual no hem tingut cap mena de problema en aquest sentit. D'altra banda el nostre personal és bilingüe, quelcom que facilita una atenció oral correcta en qualsevol cas.

Quines activitats feu i quins serveis utilitzeu, o creieu que us seria convenient d'utilitzar, per millorar l'ús del català en la vostra empresa?

A part de l'ús del corrector en llengua catalana que tenim integrat en els programes informàtics de l'empresa, també utilitzem els serveis públics com ara els serveis de normalització lingüística del Consorci per a la Normalització Lingüística.

