

Llengua i Ús

Revista Tècnica de Política Lingüística

58

1r
SEMESTRE
2016

ISSN: 2013-052X
<http://gencat.cat/llengua/liu>

Recerca

4.1

Usos lingüístics als establiments comercials de Girona, Lleida, Tarragona i Tortosa: Ofercat comerç 2015

Usatges lingüístics enes establiments comercials de Girona, Lhèida, Tarragona e Tortosa: Ofercat comèrç 2015

Usos lingüísticos en los establecimientos comerciales de Gerona, Lérida, Tarragona y Tortosa: Ofercat comercio 2015

Language Use in Shops in Girona, Lleida, Tarragona and Tortosa: Ofercat Retail 2015



Albert Fabà
Consorci per a la Normalització Lingüística
Joan Solé Camardons i Anna Torrijos
Direcció General de Política Lingüística



Citació recomanada:
FABÀ ALBERT; SOLÉ CAMARDONS, JOAN; TORRIJOS, ANNA.
«Usos lingüístics als establiments comercials de Girona, Lleida, Tarragona i Tortosa: Ofercat comerç 2015». *Llengua i Ús: Revista Tècnica de Política Lingüística* [en línia] [Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura. Direcció General de Política Lingüística], núm. 58 (1r semestre 2016), p.?. <<http://www.raco.cat/index.php/LlenguaUs/article/view/311750/401828>>

El català *Llengua*
per a tothom



 Generalitat de Catalunya
Departament
de Cultura



Usos lingüísticos als establiments comercials de Girona, Lleida, Tarragona i Tortosa: Ofercat comerç 2015

Oferta lingüística, català, rotolació, atenció oral, adequació lingüística, comerços, Girona, Lleida, Tarragona, Tortosa

Aquest article presenta un resum de les dades de l'estudi d'usos lingüístics als establiments comercials de Girona, Lleida, Tarragona i Tortosa dut a terme el 2015 per la Direcció General de Política Lingüística i el Consorci per a la Normalització Lingüística. Aquestes dades donen compte de l'oferta del català en la rotolació i en l'atenció oral al comerços d'aquestes ciutats i de l'evolució respecte de les anteriors edicions de l'Ofercat. Per primer cop s'analitza també el percentatge de comerços regentats per immigrants, una de les principals variables que influeixen en l'evolució de l'oferta lingüística comercial. Amb aquest treball de camp i el dut a terme a finals del 2012 a la ciutat de Barcelona es completa l'observació comercial de les capitals catalanes més importants.



Usatges lingüístics enes establiments comercials de Girona, Lhèida, Tarragona e Tortosa: Ofercat comèrç 2015

Aufèrta lingüística, catalan, rotolacion, atencion orau, adequacion lingüística, comèrci, Girona, Lhèida, Tarragona, Tortosa

Aquest article presente un resumit des donades der estudi d'usatges lingüístics enes establiments comercials de Girona, Lhèida, Tarragona e Tortosa amiat a tèrme en 2015 pera Direccion Generau de Política Lingüística e eth Consorci entara Normalizacion Lingüística. Aqueres donades arrepòrten era aufèrta deth catalan ena rotolacion e ena atencion orau en comèrç d'aqueres ciutats e era evolucion en çò que tanh as edicions precedentes der Ofercat. Peth prumèr còp s'analise tanben eth percentatge de comèrcis regentadi per immigrants, ua des principaus variables qu'influïssen ena evolucion dera aufèrta lingüística comercial. Damb aqueth trabalh de camp e eth que s'amièc a tèrme ena fin de 2012 ena ciutat de Barcelona se complète era observacion comercial des caps-lòcs catalans mès importants.

Usos lingüísticos en los establecimientos comerciales de Gerona, Lérida, Tarragona y Tortosa: Ofercat comercio 2015

Este artículo presenta un resumen de los datos del estudio de usos lingüísticos en los establecimientos comerciales de Gerona, Lérida, Tarragona y Tortosa llevado a cabo el 2015 por la Dirección General de Política Lingüística y el Consorcio para la Normalización Lingüística. Estos datos dan cuenta de la oferta del catalán en la rotulación y en la atención oral en el comercio de estas ciudades y de la evolución respecto a las anteriores ediciones del Ofercat. Por primera vez, se analiza también el porcentaje de comercios regentados por inmigrantes, una de las principales variables que influyen en la evolución de la oferta lingüística comercial. Con este trabajo de campo y el realizado a finales de 2012 en la ciudad de Barcelona se completa la observación comercial de las capitales catalanas más importantes.



Oferta lingüística, catalán, rotulación, atención oral, adecuación lingüística, comercios, Gerona, Lérida, Tarragona, Tortosa

Language Use in Shops in Girona, Lleida, Tarragona and Tortosa: Ofercat Retail 2015

This paper presents a summary of the data from the study of language use in shops in Girona, Lleida, Tarragona and Tortosa conducted in 2015 by the Directorate General for Language Policy and the Consortium for Language Normalisation. These data show the availability of Catalan in commercial signage and spoken customer care in these cities together with changes with respect to previous Ofercat surveys. For the first time we also examine the percentage of shops run by immigrants, one of the main variables influencing the evolution of language options in retail. This field work and the field work performed in late 2012 in Barcelona round off retail observation in Catalonia's major capital cities.



Language options, Catalan, signage, spoken customer care, language adaptation, shops, Girona, Lleida, Tarragona, Tortosa

Introducció

El Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya i el Consorci per la Normalització Lingüística han analitzat l'oferta lingüística de 2.029 establiments distribuïts per diverses rutes de les ciutats de Girona, Lleida, Tarragona i Tortosa. El resultat permet conèixer de prop l'oferta en llengua catalana als establiments comercials d'aquestes ciutats ja que la mostra es pot desagregar per territoris i sectors d'activitat.

L'estudi Ofercat comerç té per objectiu contribuir a conèixer quina és l'oferta sociolingüística de la llengua catalana i complementar les estadístiques censals de coneixement de la llengua amb dades d'oferta i consum lingüístic.

Metodologia

L'anàlisi sociolingüística dels comerços s'ha desenvolupat a cadascuna de les quatre ciutats esmentades. A cada ciutat s'han analitzat un mínim de quatre-cents comerços distribuïts en vuit rutes de cinquanta comerços cada ruta. D'aquestes vuit rutes, un màxim de tres recorren els principals eixos comercials de cada ciutat, mentre que la resta es distribueixen de forma aleatòria per tot el territori, per aconseguir-ne una bona representativitat.

L'estudi es porta a terme mitjançant la tècnica de l'observació. Les dades lingüístiques principals que s'analitzen són la retolació identificativa o rètol principal del comerç i la retolació informativa present a l'aparador. Un cop dintre del comerç, es recull la llengua en què s'inicia l'atenció al públic per part del comerç i la llengua d'adequació al català, quan el client parla en català.

En els gràfics i en les taules que es mostren en aquest article i, per tal de sintetitzar la informació, s'han elaborat cinc categories lingüístiques:

- **Català** (només o majoritàriament en català)

- **Castellà** (només o majoritàriament en castellà, i castellà i una altra llengua)
- **Una altra llengua** (només o majoritàriament en una altra llengua)
- **Bilingüe i plurilingüe** (presència igualitària de dues o més llengües)
- **Ambivalent o sense contingut lingüístic**

A més, amb les dades recollides s'elabora un índex d'entre 0 i 100 punts que resumeix l'oferta de català en diversos sectors d'activitat. Aquest índex Ofercat es calcula comptabilitzant només els valors amb contingut lingüístic i agregant, mitjançant una ponderació, els percentatges de *només català*, *majoritàriament català* i *majoritàriament en castellà o una altra llengua*; a més, s'agreguen la meitat del percentatge de *bilingües en català i castellà*.

En el cicle 2001-2006 es va dur a terme l'Ofercat a 20 poblacions catalanes. Entre les quals Girona l'any 2006, Lleida l'any 2003 i el 2010, Tarragona l'any 2001 i el 2007 i Tortosa l'any 2006. L'any 2015 s'ha repetit l'observació només a establiments comercials.

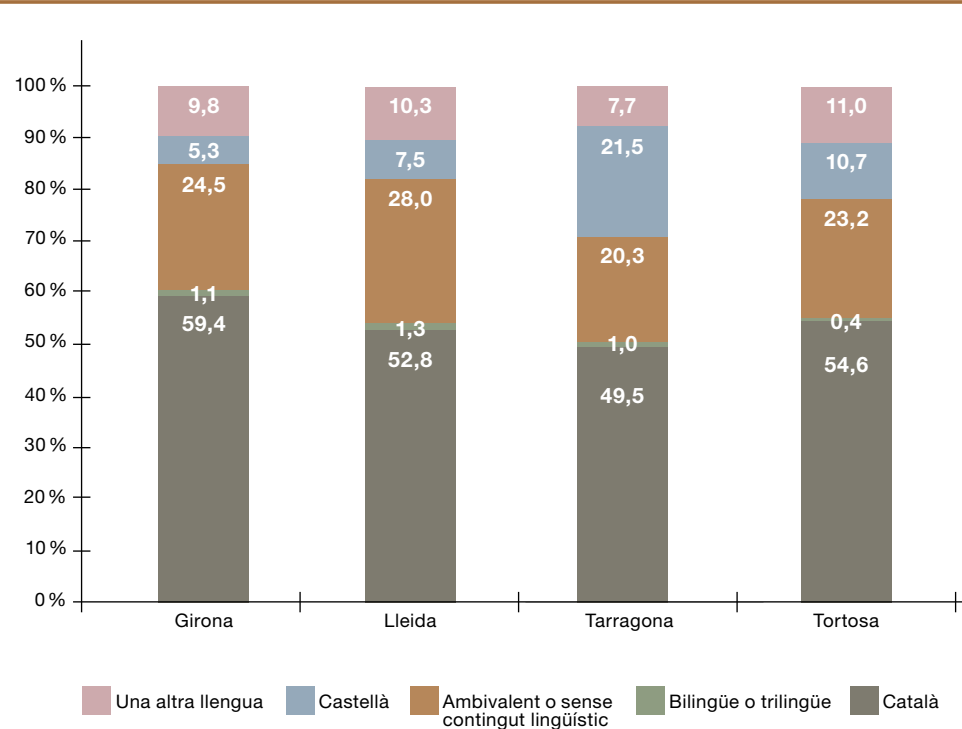
Els usos lingüístics als comerços 2015

L'ús del català en la retolació identificativa dels comerços és majoritari a Girona (59,4%), Tortosa (54,6%) i Lleida (52,8%), i gairebé arriba al 50% a la ciutat de Tarragona (49,5%). En el cas de Girona, Lleida i Tortosa els comerços que no tenen la retolació identificativa en català és perquè la tenen ambivalent o bé no té contingut lingüístic (entre un 28% i un 23%). En canvi, el cas de Tarragona és diferent perquè del 50,5% dels comerços que no tenen la retolació en català gairebé la meitat és perquè la tenen en castellà (21,5%) i l'altra meitat són rètols ambivalents o bé sense contingut lingüístic (20,3%).

Respecte a la resta de dades, cal destacar que hi ha un ús elevat d'altres llengües en la retolació a Tortosa (11 %), Lleida (10,3 %) i a Girona (9,8 %).

Gràfic 1

Usos lingüístics en la retolació identificativa. 2015

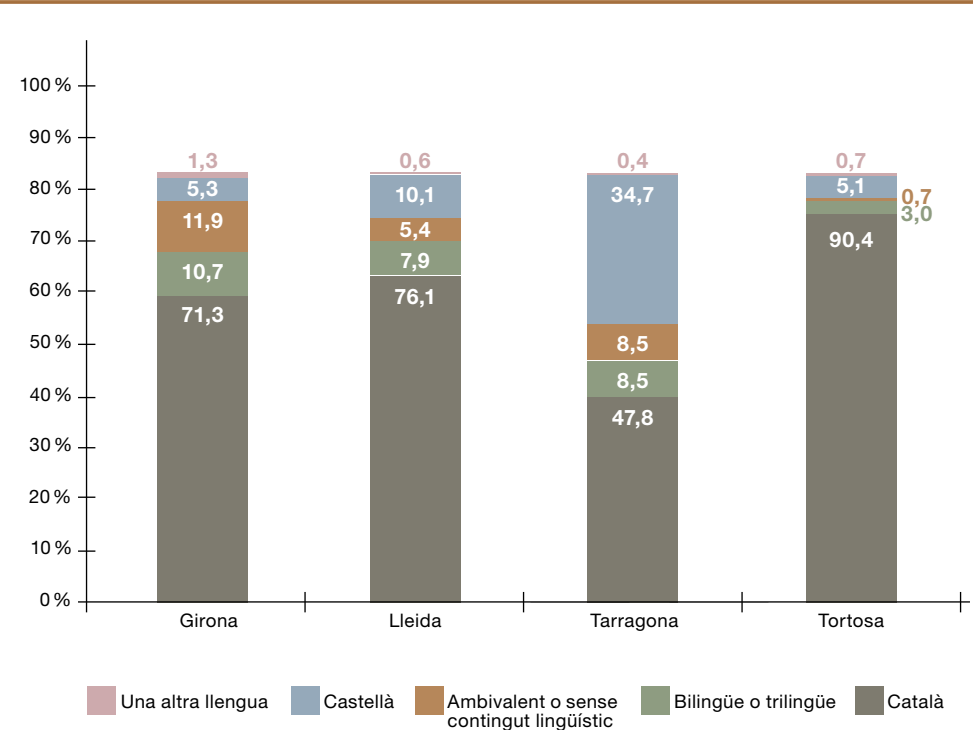


Els usos lingüístics en la retolació informativa són a primer cop d'ull força diferents dels de la identificativa. En primer lloc, augmenta molt l'ús del català a Tortosa (90,4 %). A certa distància, també augmenta l'ús d'aquesta llengua a Lleida (76,1 %) i Girona (71,3 %). Això es deu principalment a la disminució de l'ús de rètols ambivalents i sense contingut lingüístic ja que la retolació informativa per la seva funció difícilment pot contenir únicament paraules ambivalents. També disminueix fins a ser pràcticament inexistent la retolació informativa en altres llengües.

El cas de Tarragona és molt diferent a la resta de ciutats ja que l'ús del català en la retolació informativa no augmenta en relació amb la retolació identificativa sinó que es manté i fins i tot disminueix una mica (47,8 %). El motiu és l'augment de l'ús del castellà, que arriba al 34,7 %.

Gràfic 2

Usos lingüístics en la retolació informativa. 2015



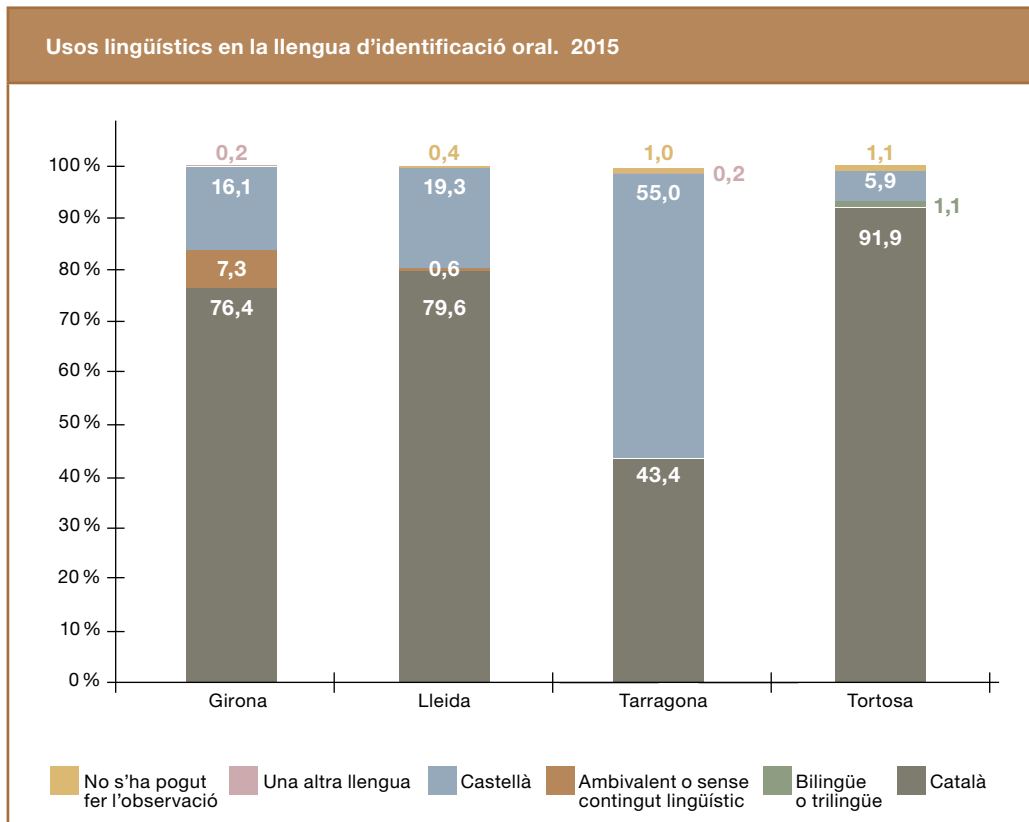
La llengua d'identificació oral també té un comportament diferenciat a Tortosa per una banda, a Girona i Lleida per una altra i Tarragona per l'altra. Aquest indicador és el que dóna compte de la llengua que parla el personal del comerç o establiment en la primera atenció, és a dir, abans que el client digui alguna cosa.

L'ús del català com a llengua oral en la primera atenció supera el 90 % a Tortosa. Només el 5,9 % usa el castellà.

En segon lloc, l'ús del català arriba gairebé al 80 % a Lleida i supera el 75 % a Girona. En aquestes ciutats, l'ús del castellà es troba entre el 15 i el 20 %. A molta distància d'aquests usos lingüístics es troba Tarragona, on l'ús del català és del 43,4 % i el del castellà del 55 %.

Cal dir que aquestes dades són força coherents amb les dades d'usos lingüístics de la població que s'analitzen en els àmbits territorials de l'Enquesta d'usos lingüístics de la població 2013. A mode d'exemple, si s'analitza la llengua habitual, el 73,8 % de la població de 15 anys i més de Tortosa té el català com a llengua habitual. Aquesta dada és del 61,9 % a Ponent i del 51,5 % a les comarques gironines. Al Camp de Tarragona, el percentatge de persones que tenen el català com a llengua habitual és del 38,6 %.

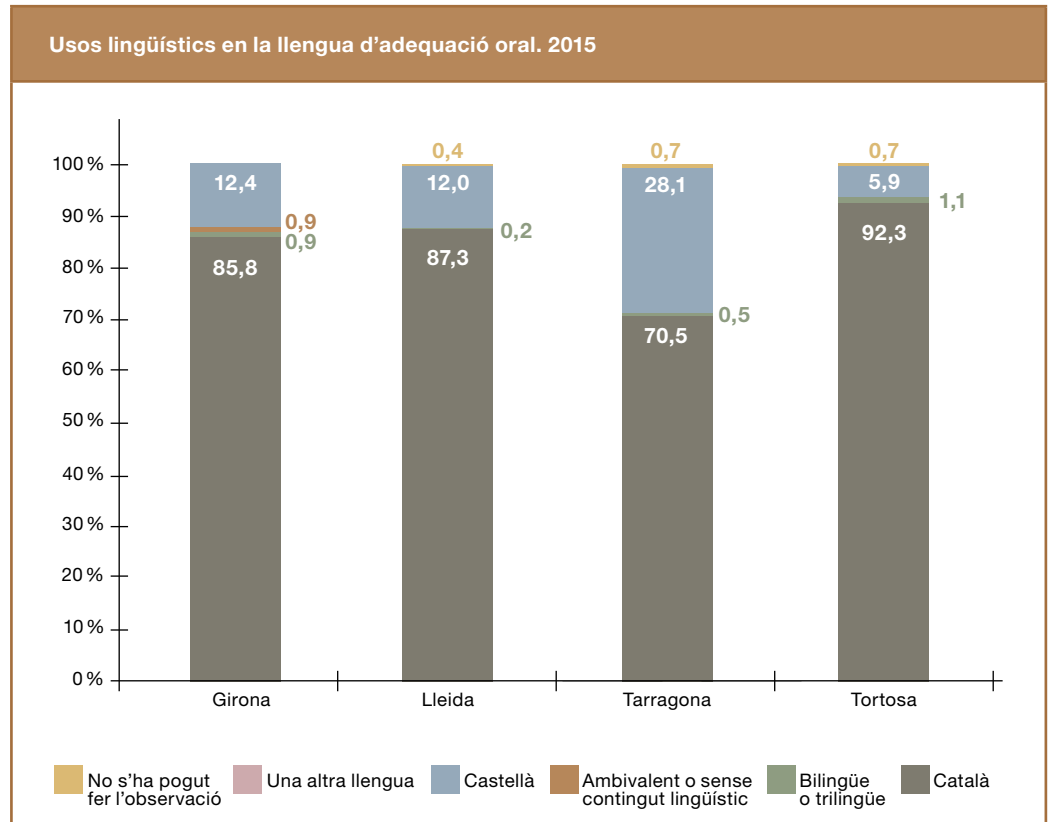
Gràfic 3



En el mateix sentit, l'ús del català en la llengua d'adequació oral és més alt a Tortosa, després a Lleida i Girona i més baix a Tarragona. Aquest indicador mostra la llengua en què parla el comerciant o botiguer quan el seu interlocutor ha parlat en català, és a dir, mostra l'adequació al català en el sector del comerç.

Cal destacar que, com és lògic, l'ús del català és més alt com a llengua d'adequació oral que no pas com a llengua d'identificació o inicial ja que hi ha un percentatge de comerços en què el botiguer ha començat parlant en castellà però s'ha adaptat a la llengua del client quant aquest ha parlat en català.

Gràfic 4



Índexs d'oferta de català (Ofercat)

En aquest apartat es presenten les mateixes dades que a l'anterior però des d'una altra perspectiva: l'índex d'oferta de català que, com es detalla a la introducció, s'obté de les dades anteriors ponderades.

El gràfic 5 mostra els índexs Ofercat en la retolació de les quatre ciutats observades. A més, s'hi ha afegit la ciutat de Barcelona, on es van fer observacions a més de 4.000 comerços a finals de l'any 2012.

A primer cop d'ull, s'observa que hi ha dos tipus de ciutats: les que tenen uns índexs més alts, com Girona, Lleida i Tortosa (per sobre dels 70 punts) i les que tenen uns índexs més baixos, com Barcelona i Tarragona (per sota dels 70 punts).

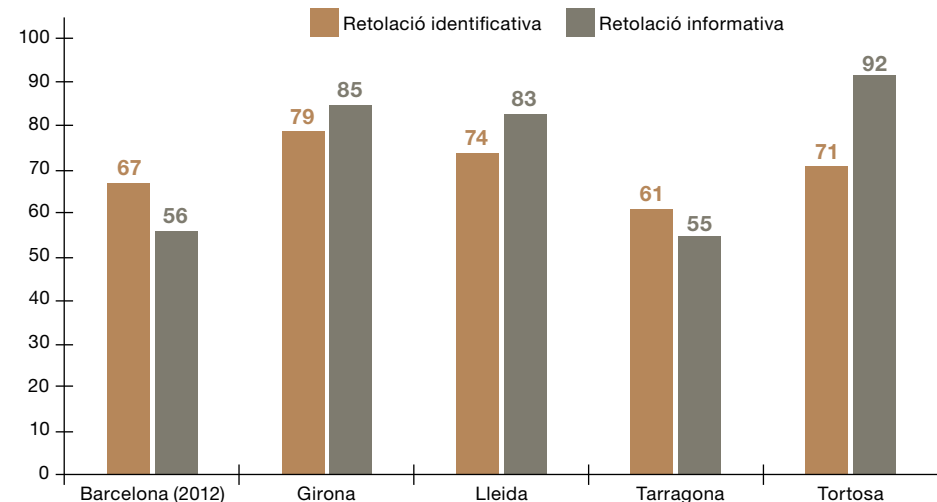
En segon lloc, s'observa que les ciutats amb els índexs més alts obtenen més puntuació en la retolació informativa que no pas en la identificativa (21 punts de diferència a Tortosa, 9 punts a Lleida i 6 punts a Girona). En canvi a Tarragona i Barcelona l'índex d'oferta de català és més alt en la retolació identificativa que no pas en la informativa. Aquesta qüestió es deu al fet que els comerços de Girona, Lleida i Tortosa que usen una llengua diferent del català en la retolació identificativa tenen rètols ambivalents i en altres llengües, però usen el català en la retolació informativa. A Tarragona i Barcelona, en canvi, augmenta l'ús del castellà en els rètols informatius d'aquells comerços amb retolació identificativa ambivalent o en altres llengües.

Pel que fa a la llengua oral també es destaquen els dos tipus de ciutats: les que tenen uns índexs més alts, Girona, Lleida i Tortosa (per sobre dels 80 punts) i les que tenen uns índexs més baixos, Barcelona i Tarragona (per sota dels 71 punts). Així, si féssim una mitjana dels quatre indicadors de les quatre ciutats que s'analitzen en aquest article, en primer lloc hi hauria Tortosa (amb 87 punts), se-

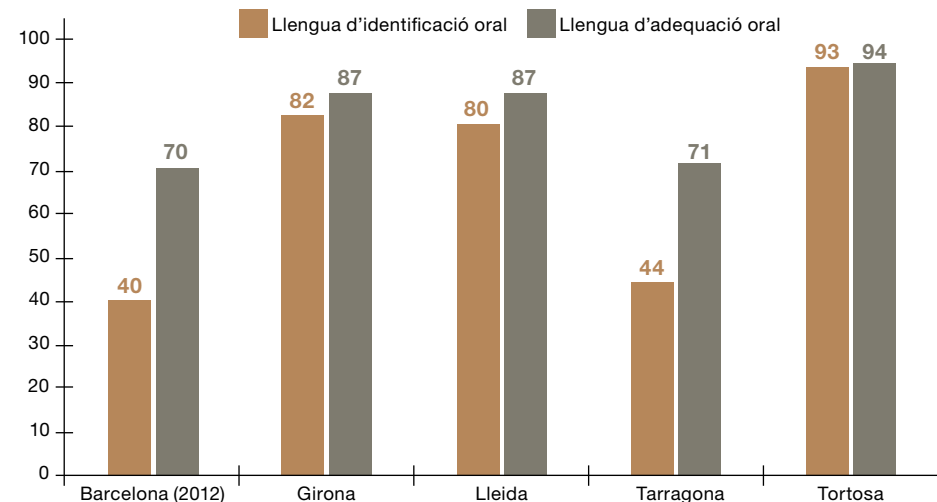
guirien Girona i Lleida (amb 83 i 81 punts, respectivament) i molt més enllà (amb 58 punts) hi hauria Tarragona.

Gràfics 5 i 6

Índexs de retolació. 2015



Índexs de llengua oral. 2015



Com ja s'ha observat en tots els casos, els índexs de llengua d'identificació o inicial sempre són més baixos que els de la llengua d'adequació, com és lògic. El que cal analitzar en aquest cas és on trobem diferències més altes entre la llengua d'identificació oral i la llengua d'adequació oral, i aquestes s'observen a Barcelona i a Tarragona, ciutats on, tot i que la llengua d'identificació oral es troba per sota dels 50 punts, la llengua d'adequació arriba als 70. En conclusió, en aquestes ciutats, malgrat que no s'arriba als indicadors més alts de llengua oral, hi ha un gran camp a guanyar amb la llengua d'identificació: encara que no inicien la conversa en català, la majoria de comerciants són capaços de parlar-lo quan els seu interlocutor/a se'ls adreça en català.

Evolució dels índexs Ofercat a Girona, Lleida, Tarragona i Tortosa

Finalment, aportarem una perspectiva evolutiva sobre les quatre ciutats analitzades durant el 2015.

Cal tenir en compte, però, que aquesta evolució només es pot analitzar amb rigor en el cas de la retolació identificativa i informativa dels comerços observats, atès que es va utilitzar sempre la mateixa metodologia i les rutes on es van fer les observacions també van ser sempre les mateixes.

Per contra, entre els dos moments analitzats es va canviar la metodologia de les observacions sobre la llengua oral. Abans del 2015 s'establí una mostra aleatòria de telèfons d'establiments comercials de la ciutat i es feien les trucades corresponents. Els comerços als quals es trucava no coincidien, per tant, amb els comerços on es van efectuar les observacions de la retolació. Al 2015 les observacions de caràcter oral es van desenvolupar de forma presencial als mateixos comerços on es va observar la retolació. La millora metodològica (a hores d'ara es poden creuar les quatre dades, atès que totes es van fer als mateixos comerços) ha produït un inconvenient, els

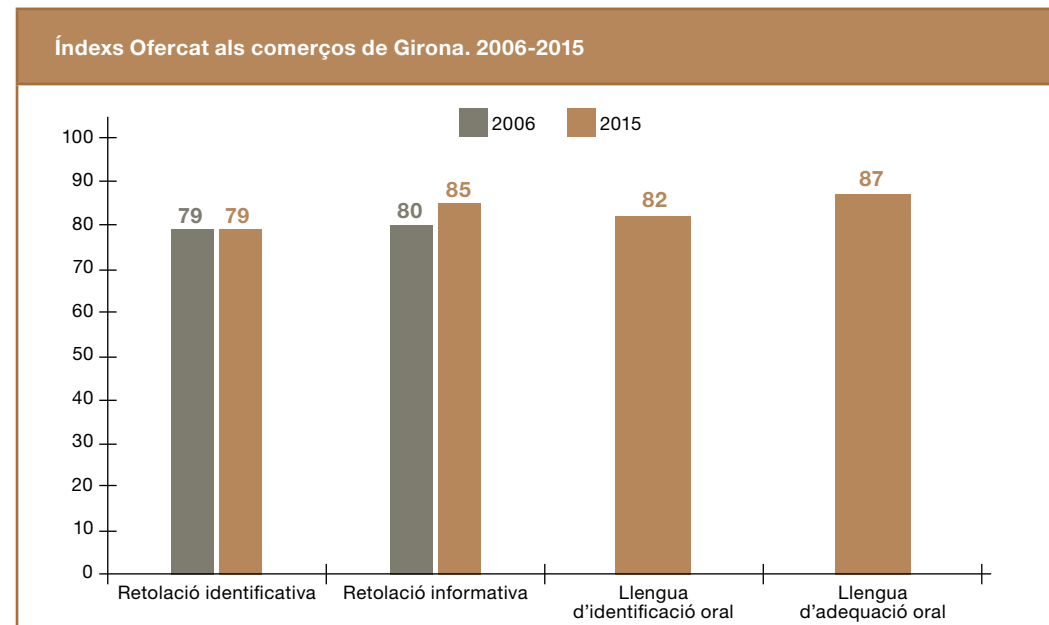
resultats de les observacions orals són difícils de comparar. Per aquest motiu, als gràfics següents l'evolució només es pot comentar en el cas de la retolació.

No obstant això, la presentació de les quatre dades del 2015 a cada ciutat ens permetrà analitzar si se segueix algun tipus de pauta comuna per a totes les ciutats, o no.

Els índexs d'oferta lingüística als comerços de Girona al 2015 sempre són molt alts (excepte en el cas de la retolació identificativa que no arriba per molt poc a 80 punts) i superen amb escreix els 80 punts. El més alt és la llengua d'adequació oral, amb 87 punts, segueix la retolació informativa, amb 85 i, finalment, hi ha la llengua d'identificació oral, amb 82. Els 79 punts de la retolació identificativa es deuen, en part, a la presència de les marques on només hi ha el nom del comerç (i en molts casos aquest nom no és català).

Pel que fa a l'evolució, pràcticament no hi ha canvis en la retolació identificativa i es produeix un guany d'un 6,2 % en la retolació informativa.

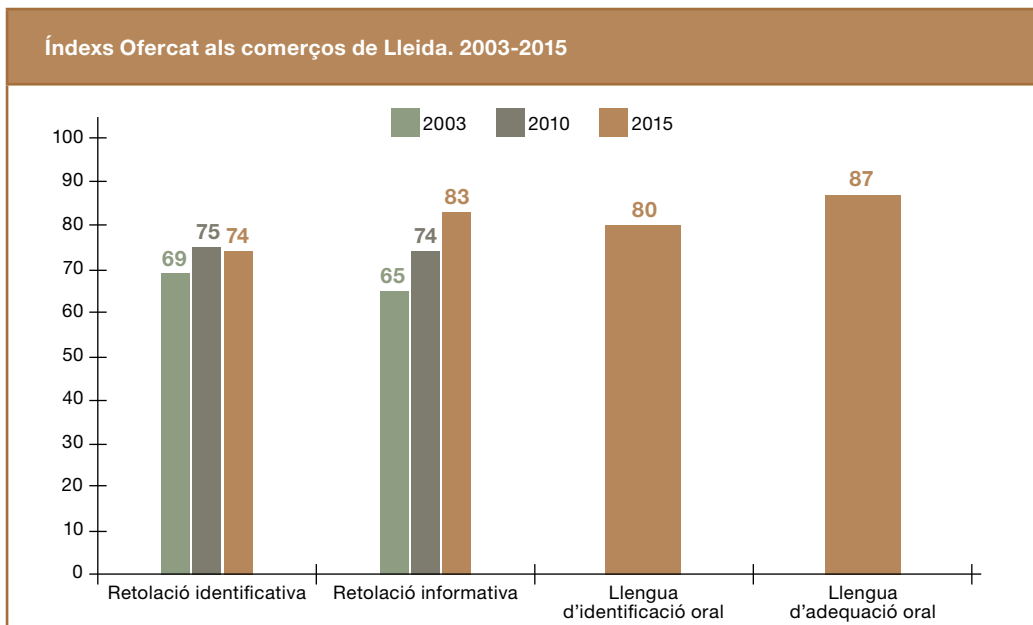
Gràfic 7



La pauta de relació entre els diversos índexs d'oferta lingüística als comerços de Lleida al 2015 és molt semblant a la de Girona. Sempre són superiors als 80 punts, excepte en el cas de la retolació identificativa, que es queda en 74 punts.

Quant a l'evolució, a Lleida tenim una perspectiva més àmplia, ja que partim de l'any 2003 i comptem amb tres observacions. Com ja passava abans, els canvis en la retolació identificativa són més limitats i només es produeixen entre el 2003 i el 2010, amb un increment d'oferta en català del 8,7%. Els dos darrers índexs, per contra, són molt semblants. La tendència a l'increment del català en la retolació informativa és manifesta i l'augment és d'un 13,8% al 2010 i d'un 12,1% al 2015.

Gràfic 8



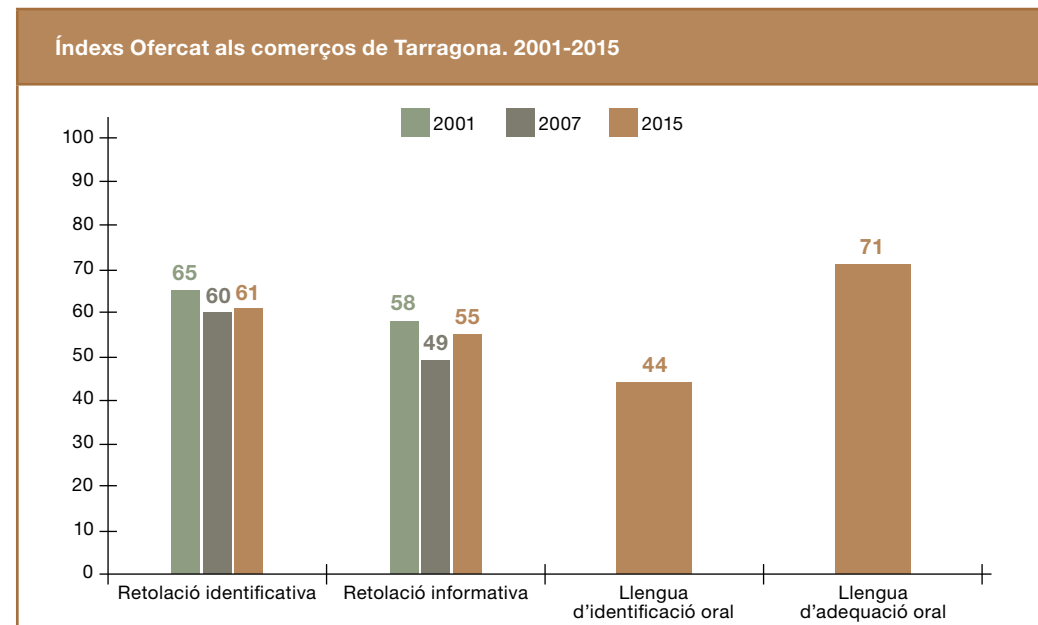
La pauta de relació entre els diversos índexs d'oferta lingüística als comerços de Tarragona al 2015 és força diferent dels dos casos anteriors. Sens dubte aquesta pauta diferencial té a veure amb el fet que els índexs de Tarragona són els més baixos de tots.

A Tarragona el valor més significatiu, de molt, s'obté en la llengua d'adequació oral, amb 71 punts. Segueix la retolació identificativa, amb 61 punts, i després, ja força lluny, la retolació informativa, amb 55 punts i, finalment, la llengua d'identificació oral, amb 44 punts.

La diferència en el patró prové, com ja hem indicat abans, de dues realitats sociolingüístiques força diferents, amb una presència majoritària de catalanoparlants inicials, en els tres primers casos (i molt especialment, en el cas tortosí) i minoritària en el cas tarragoní.

Pel que fa a l'evolució, hi va haver una tendència a la baixa entre el 2001 i el 2007 i una recuperació al 2015, especialment manifesta, en tots dos casos, en la retolació informativa.

Gràfic 9



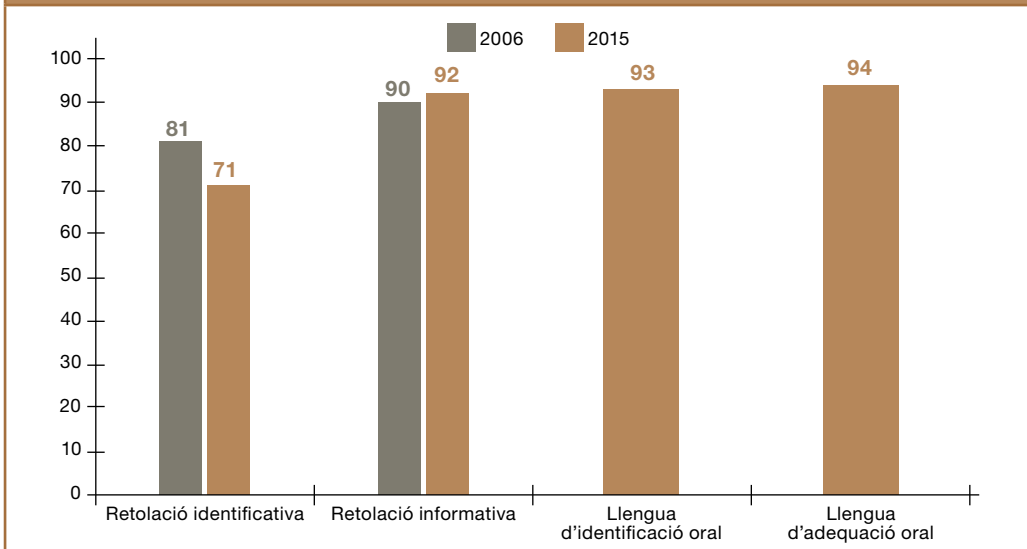
Finalment, en el cas de Tortosa, ens retrobem amb una pauta de relació entre els diversos índexs d'oferta lingüística molt semblant als casos de Girona i Lleida, tot i que els índexs aquí són molt més alts, sempre un xic superiors als 90 punts. Com abans, és la retolació identificati-

va la que queda més avall, en el cas tortosí, vint punts per sota de la resta de variables.

Quant a l'evolució, pràcticament no hi ha canvis en la retolació informativa, però sí en la identificativa, on la presència de comerços regentats per immigrants (sovint sense retolació informativa, però amb retolació identificativa parcialment en una altra llengua diferent del català i el castellà) i la proliferació de marques i franquícies produeix una davallada d'un 12,3%.

Gràfic 10

Índex Ofertat als comerços de Tortosa. 2006-2015



Oferta lingüística segons sectors d'activitat comercial

Per sectors d'activitat, hi ha 3 sectors (alimentació, salut i estètica i finances) per sobre de la mitjana de la retolació identificativa de l'any 2015 en gairebé totes les poblacions analitzades (en el cas de les finances a Tortosa, l'índex és un punt més baix que la mitjana a la mateixa

ciutat). Els índexs són els següents: Girona 79 punts de mitjana, Lleida 74 punts, Tortosa 71 punts i Tarragona 61 punts.

Per contra, hi ha dos sectors per sota d'aquesta mitjana: restauració i hoteleria, i tèxtil i derivats.

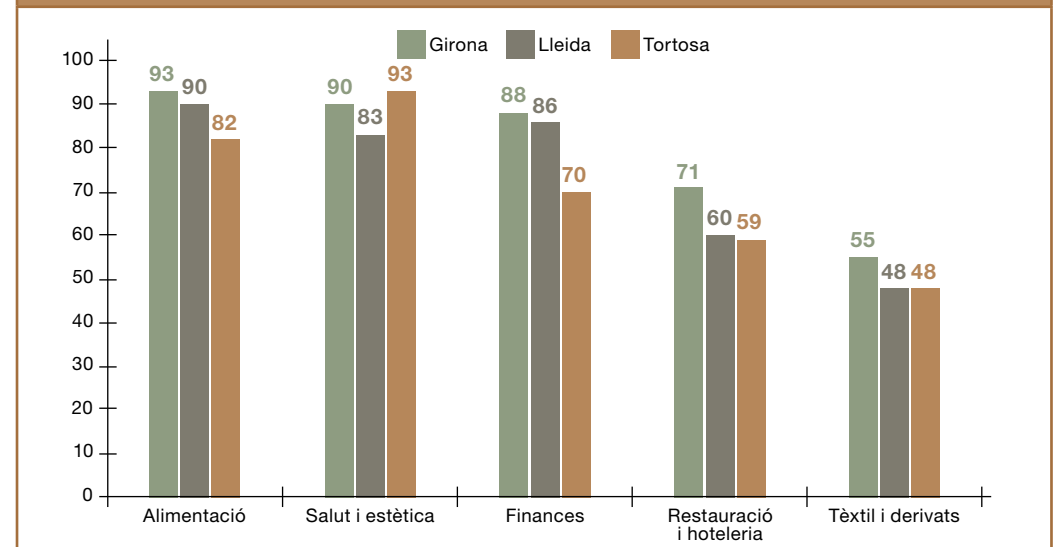
La resta de sectors (equipament de la llar i altres) es troben en una situació intermèdia i per aquest motiu els hem exclòs dels gràfics següents, per remarcar-ne el contrast.

Aquesta tendència es produeix a les quatre ciutats, però a la ciutat de Tarragona el contrast és menys intens i, per això, hem optat per presentar les dades en dos gràfics diferents.

Aquí el contrast és força marcat. Si fem la mitjana dels tres primers sectors (alimentació, salut i estètica i finances) i dels dos darrers (restauració i hoteleria, i tèxtil i derivats), de les tres ciutats, els dos resultats difereixen força: 90 punts enfront de 63 punts a Girona, 86 punts enfront de 54 punts a Lleida i 82 punts enfront de 53 punts a Tortosa.

Gràfic 11

Índex Ofertat en la retolació identificativa segons sectors amb més diferències d'oferta en català. Ciutats de Girona, Lleida i Tortosa. 2015

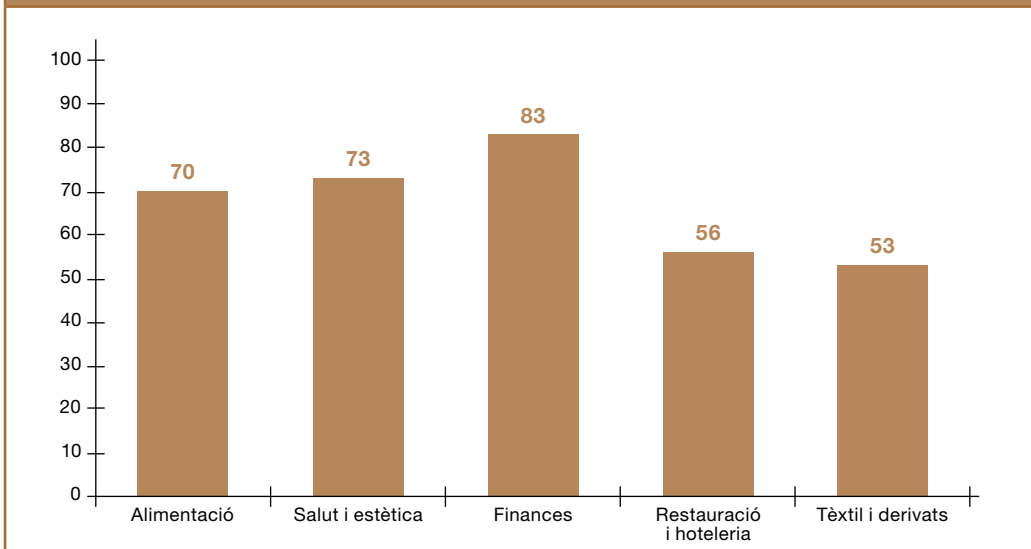


En el cas de Tarragona, el contrast no és tan marcat. Les respectives mitjanes són de 75 punts enfront de 54 punts.

Pel que fa a l'evolució, i si tenim en compte el conjunt dels sectors i de ciutats, és difícil establir una pauta comuna, excepte en un cas, el sector de tèxtil i derivats, que davalla a tres de les quatre ciutats. Així, a Lleida es passa de 58 punts a 48, a Tarragona de 64 a 52 i a Tortosa de 68 a 48 punts. L'efecte de l'entrada de marques en la retolació identificativa pot tenir molt a veure en aquesta evolució negativa del sector.

Gràfic 12

Índexs Ofercat en la retolació identificativa segons sectors amb més diferències d'oferta en català. Ciutat de Tarragona. 2015

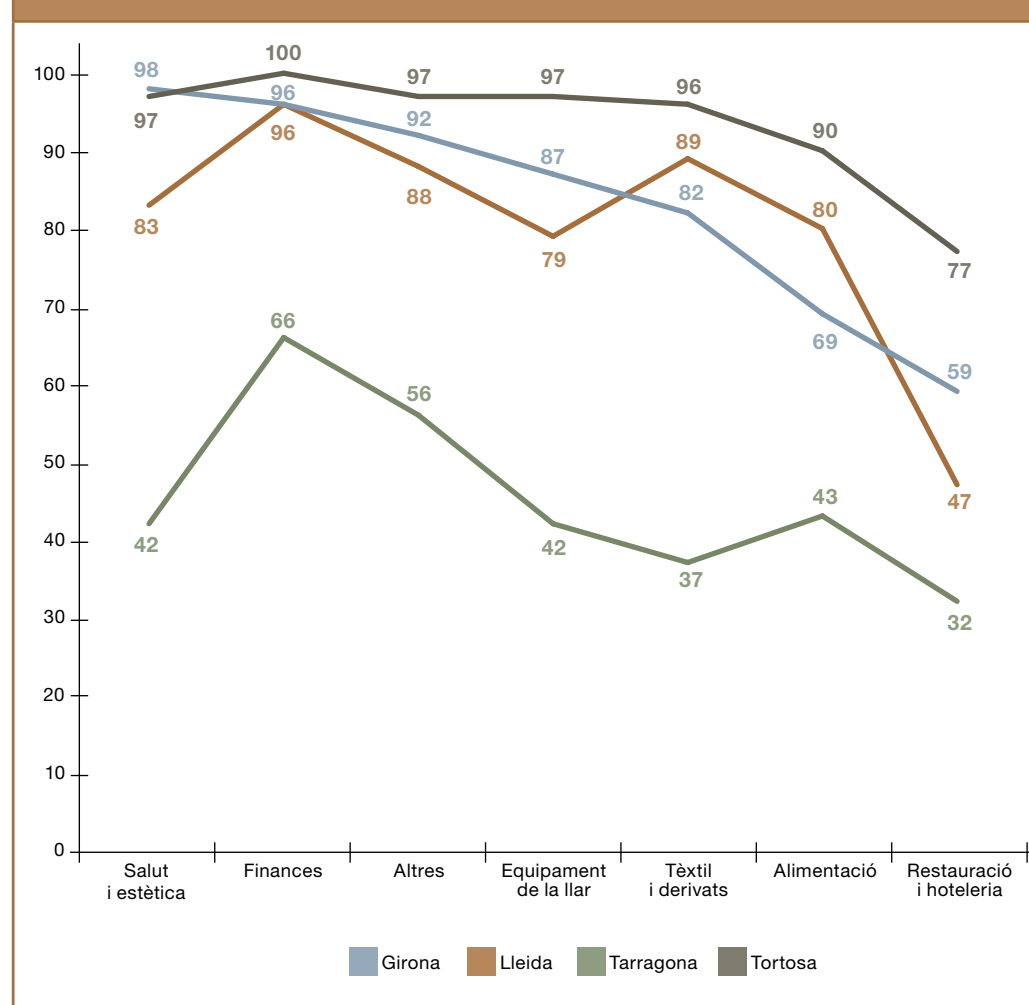


Els índexs Ofercat de la llengua d'identificació oral segueixen la pauta territorial marcada anteriorment. D'una banda hi ha tres ciutats amb índexs alts, entre les quals destaca Tortosa, i, per altra banda, la ciutat de Tarragona, que es troba més avall en tots els casos.

A aquests contrastos s'hi afegixen els sectorials, on el sector de finances sempre es troba a la banda alta (fins i

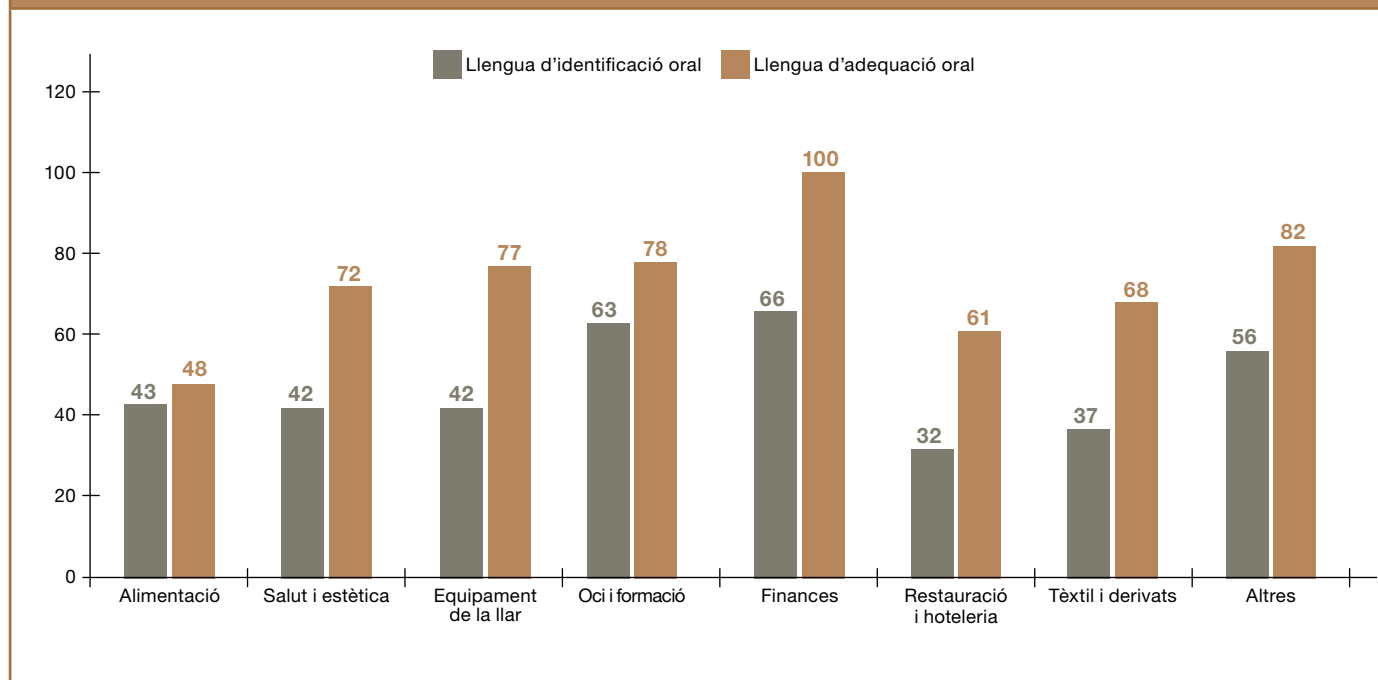
tot a la ciutat de Tarragona, on depassa, de molt, la mitjana de la ciutat) i el de restauració i hoteleria, a la baixa.

Índexs Ofercat en la llengua oral identificativa segons sectors. 2015



Gràfic 13

En tots els sectors la llengua d'adequació oral al català és molt superior a la llengua d'identificació oral. Aquesta millora és especialment notable a la ciutat de Tarragona, com es pot veure al gràfic 13.



Gràfic 14

Conclusions

En la retolació identificativa la presència del català és majoritària, tot i que hi ha un important pes de retolació ambivalent o sense contingut lingüístic que ha augmentat en els últims anys. Així, la presència creixent de rètols identificatius de franquícies en els sectors de les finances i tèxtil, on l'única identificació és la marca de la cadena, sovint en una altra llengua, limita el creixement de l'oferta lingüística en català en la retolació d'aquests sectors.

Pel que fa a la retolació informativa, hi ha contrastos molt grans segons les característiques sociolingüístiques de les ciutats. Un contrast que retrobem també en els resultats de la llengua d'identificació oral, la llengua en què prioritàriament s'atén al client. Així doncs, podem distingir:

En primer lloc, la ciutat de Tortosa amb un índex d'oferta en català de 92 punts en la retolació informativa i de 93 punts en la llengua d'atenció oral.

En segon lloc, dues ciutats de caràcter intermedi, Lleida i Girona. Lleida té un índex de 83 punts en la retolació informativa i 80 punts en la llengua d'identificació oral, mentre que a Girona els índexs són de 85 i 82 punts respectivament.

Finalment, i amb els índexs més baixos, la ciutat de Tarragona que obté 55 punts per a la retolació informativa i 44 per a la llengua d'identificació oral.

Quant a la llengua d'adequació oral, tot i que l'índex de Tarragona segueix sent més baix que els de les altres tres ciutats, tornem a trobar uns índexs ben notables a les quatre ciutats analitzades, un símptoma inequívoc dels

avenços que s'han produït en el coneixement del català arreu del territori.

Pel que fa a l'evolució de l'oferta en català durant aquests anys a les quatre ciutats, ja hem comentat que l'hem de limitar a la retolació, atès que s'ha produït un canvi metodològic a l'observació de la llengua oral.

Pel que fa a la retolació identificativa, en general no s'han produït gaires canvis, excepte a la ciutat de Tortosa, on s'ha produït una davallada en l'ús del català. Contràriament, l'ús en la retolació informativa ha augmentat força a totes quatre ciutats.

Es constata que hi ha tres sectors on l'oferta lingüística és majoritàriament en català (alimentació, salut i estètica i finances) i dos on aquesta oferta és força limitada (restauració i hoteleria i tèxtil i derivats).

D'acord amb els resultats, en aquestes quatre ciutats sembla clar que cal informar i donar suport lingüístic a establiments de restauració i hoteleria, especialment als regentats per immigrants, per millorar els indicadors d'oferta de català en la retolació identificativa i informativa dels restaurants i hotels, així com també la llengua d'atenció oral al públic.

Alhora, l'ús d'altres llengües o de rètols sense significats lingüístics als establiments de les grans marques comercials tèxtils sembla afectar de forma visible el paisatge lingüístic de les ciutats i els usos d'identificació oral en aquest sector. Caldria valorar la conveniència d'establir contactes amb les grans marques comercials tèxtils i oferir-los assessorament sobre la retolació i l'atenció al públic, especialment pel que fa a la llengua inicial.

Bibliografia

DIRECCIÓ GENERAL DE POLÍTICA LINGÜÍSTICA. *Ofercat* [en línia]. Barcelona: Direcció General de Política Lingüística. <<http://www.gencat.cat/llengua/ofercat>> [Consulta: 17 abril 2014].

FABÀ, Albert; LÓPEZ, Pilar; SOLÉ CAMARDONS, Joan. «Ofercat: indicadors sobre l'oferta de català a Santa Coloma de Gramenet». *Llengua i Ús: Revista Tècnica de Política Lingüística* [en línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura. Direcció General de Política Lingüística, núm. 18 (2n quadrimestre 2000) <http://www6.gencat.cat/llengcat/liu/18_310.pdf> [Consulta: 17 abril 2014].

FABÀ, Albert; LLABERIA, Mireia. «Ofercat 2001-2006: Oferta lingüística en quinze ciutats de Catalunya». *Llengua i Ús: Revista Tècnica de Política Lingüística* [en línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura. Direcció General de Política Lingüística, núm. 41 (1r quadrimestre 2008) <http://www6.gencat.cat/llengcat/liu/41_13.pdf> [Consulta: 17 abril 2014].