

# Anem per feina

La seva raó de ser és econòmica. Però més enllà de balanços i comptes de resultats, les empreses són un reflex de la societat, i un bon baròmetre per prendre el pols a la llengua. No tan sols amb allò que les identifica (rètols, publicitat, etiquetatge), sinó també en les converses del dia a dia, tant amb els clients com entre els treballadors. Hi ha eines i recursos per promoure l'ús del català a la feina, però la cadena que els ha d'unir amb moltes empreses ha perdut una baula. I les incerteses econòmiques per la pandèmia i per la invasió d'Ucraïna en frenen l'engranatge.

Text i fotos > **XAVIER PI**, periodista de l'Agència Catalana de Notícies

**P**latja d'Aro. És diumenge i la gent es passeja o s'asseu a les terrasses que s'estenen al llarg de l'avinguda de s'Agaró. Entrem a les botigues, que escollim tant entre aquelles que són franquícies (aquí, imperen les de roba) com entre

aquelles altres de comerç local (una papereria, una farmàcia...). I abans de marxar, fem el toc en un restaurant. Dels set llocs on hem anat, a quatre ens han atès directament en castellà.

Campllong. De la fàbrica de La Selva cada any en surten dotze milions de

quilos d'embotits (majoritàriament, pernil dolç). Té tres-cents cinquanta treballadors, i el català forma part de l'ADN de l'empresa. S'hi escriu i s'hi parla. A més, s'han fet cursos adreçats a la plantilla en horari laboral i tàndems lingüístics. «Fa molts anys que



>> Un treballador de La Selva encaixant paquets de pernil dolç a la fàbrica que l'empresa càrnia té a Campllong.



>> Gent passejant per l'eix comercial de Platja d'Aro, on les franquícies conviuen amb el comerç local.

**No és el mateix un comerç de poble que una franquícia en una zona turística, ni tampoc una empresa mitjana que una gran indústria**



>> En primer terme, la carta en català del B-Crek d'Olot; al fons, el personal preparant comandes.

per vocació tenim clar que és la nostra llengua vehicular», concreta el director general, Xavier Albertí.

Són dues realitats d'un prisma que té moltes cares: la del binomi català-empresa. Perquè a l'hora d'analitzar-hi la presència de la llengua, s'interrelacionen molts factors. Per citar-ne alguns, el sector, la dimensió o també (i això hi fa molt) el lloc on estigui implantat el negoci. No és el mateix un comerç de poble que una franquícia en una zona turística de costa, ni tampoc una empresa mitjana que una gran indústria.

A la demarcació, això sí, l'ús del català a la feina és superior al de la resta de Catalunya. L'última onada de l'*Enquesta d'usos lingüístics* (les dades són del 2018) recull que un 47,3 % dels gironins, quan parlen amb els companys de treball, s'hi adrecen exclusivament en català o bé el fan servir com a llengua preferent. A la resta del

país, aquest percentatge davalla fins al 30,4 %.

Però, aquí, l'estadística també fa un toc d'alerta. Perquè en comparació amb el 2013 (l'enquesta es fa cada cinc anys), el català ha reulat dins les empreses gironines, ja que llavors era la llengua habitual del 53,5 % de les plantilles.

Impulsar-ne l'ús implica integrar el català com a part de la responsabilitat empresarial. A la demarcació, el millor exemple d'aquesta filosofia és a la Garrotxa. A mitjan 2016, va néixer a la comarca un projecte pioner a Catalunya: les empreses lingüísticament responsables (ELR). Impulsat pel Consorci per a la Normalització Lingüística (CPNL), i amb el treball en xarxa d'entitats locals, aquest segell fomenta el compromís de les empreses amb el català com a element que els dona valor i les distingeix.

S'estructura per fases i cadascuna se centra en aspectes diferents. Per

començar, se n'analitza la imatge (pàgina web, retolació), i d'aquí es passa a elements més concrets. Per exemple, s'avalua el nivell de català que té el personal, sempre en funció del lloc de feina i la categoria, i es demana que s'apliqui també en els contractes nous.

«No ens ha suposat esforç complir les diferents fases», explica la directora de l'Hotel Riu Fluvià, Adela Bosch. Ho exemplifica dient que, quan un client hi arriba, sempre se li dona la benvinguda en català abans d'atendre'l en la seva llengua. O que a l'hora dels àpats, si saben amb antelació que tenen un grup de comensals estrangers, el menú especial s'escriu en català i es tradueix només al seu idioma.

De la mateixa manera, també se n'impulsa l'ús entre la plantilla. «A recepció, ja es dona per descomptat; i a partir d'aquí, depèn de la categoria», concreta la directora. «Per exemple, a les cambres de pis que no parlen català, els ensenyen a dir bon dia si topen amb algun client, i a poder-los atendre si els calen productes d'higiene o roba de llit», afirma Bosch.

Escollar sempre català durant l'horari laboral, de retruc, els ajuda a integrar-se. Meng Ge Wang té vint-i-set anys i en fa deu que va arribar a la Garrotxa. «A nosaltres ens costa molt aprendre una llengua, però m'agrada molt com sona el català i parlar-lo a la feina m'ha ajudat a aprendre'l; el castellà, tan sols l'entenc», explica.

Wang treballa a la cuina del B-Crek, un dels locals de restauració de la plaça Clara. Quan l'empresa contracta algú nouvingut que no parla català, li ensenyen la llengua de manera inherent al procés de formació. Ho fan



>> La zona de recepció de l'Hotel Riu Fluvià d'Olot.

d'una manera pràctica, amb el dia a dia. I de vegades, a part del seu idioma matern, el català és l'únic que parlen.

«Ens hem trobat clients que venien d'Espanya i que s'han enfadat perquè no se'ls atenia en castellà», diu la cap comercial del B-Crek, Núria Planagumà, «però tenim personal que ha arribat a Olot directament del seu país d'origen, com ara l'Índia o la Xina, i que treballant aquí el català és l'única llengua que ha après», afegeix.

El B-Crek té dos locals a la ciutat. En un hi fan entrepans, amanides, plats combinats i sucs. L'altre és un restaurant. Planagumà recorda que, durant la primera fase del segell ELR, se'ls va revisar la carta de dalt a baix. L'objectiu: que tot allò que hi sortís s'adeqüés a normativa. A la del B-Crek hi ha plats i ingredients com patates rosses, bacó, verdures saltades, ruca, arròs de tres varietats o pernil salat amb dotze mesos de curació.

Cartes de restaurant, menús, plafons informatius, rètols, cartells amb descomptes, pressupostos, factures... i etiquetatge del producte. Són part de la imatge que projecta l'empresa, i que també deixen veure quina presència hi té el català.

L'etiquetatge s'empara en el Codi de consum. L'article 128.1 fixa que els consumidors tenen dret a ser atesos en català i a rebre-hi «les informacions necessàries per al consum, l'ús

i el maneig adequat de béns i serveis». En especial, les dades obligatòries «relacionades directament amb la salvaguarda de la salut i la seguretat».

Ara bé, amb l'etiquetatge en català encara queda molta feina per fer. El 2020, la Direcció General de Política Lingüística va dur a terme l'estudi *Emmarca't*. Centrat en les grans marques, analitza més de cinc-cents

productes de diferents sectors. I quan n'avalua la presència del català a l'etiquetatge, tan sols aproven els vins i caves (70 %), els ous (60 %), les aigües (51,4 %) i les cerveses (50 %).

Per darrere hi ha les llets, els iogurts i les postres làcties (31,8 %), la roba (30,4 %) o els embotits (20,8 %). El català ja és mínim en el cas de les joguines (10 %), els electrodomèstics (8,3 %) o el calçat (3,6 %). I inexistent en els medicaments i parafarmàcia, telèfons mòbils, informàtica o productes de neteja.

Per reconèixer aquelles empreses que etiqueten en català, la Plataforma per la Llengua va crear el segell de Producte Lingüísticament Responsable. La Selva de Campllong és una de les que el té. L'empresa de pernils i embotits ven a Catalunya el 25 % de la producció, la meitat es distribueix arreu de l'Estat i l'altre 25 % s'exporta. I a l'etiqueta de tots els productes que van a parar arreu del país o que surten cap a Espanya, el català hi és present.

«Tenim una etiqueta plurilingüe, perquè quan tens molta diversitat de producte i el vens arreu, és més pràctic», assegura el director general. Xavier Albertí tampoc s'amaga del fet que, en aquest cas, hi apareix abans el castellà que el català. «La realitat és la que és», diu amb referència al percen-



>> Part de la gamma de iogurts, postres làcties i gelats que elabora La Fageda.

tatge de vendes que fa La Selva.

També creu, però, que en el cas de les empreses del país «hauria de ser el més normal del món» que el català sortís a l'etiquetatge encara que el producte es vengui arreu de l'Estat, cosa que en el sector carni i en la indústria alimentària que té una certa dimensió no passa. «És difícil trobar-ho perquè suposa un esforç addicional, però jo sempre defenso que allò que cal és tenir cultura d'empresa, i anar-lo introduint gradualment», valora Albertí.

Amb aquesta filosofia, ara l'empresa de Campllong acaba de fer un pas més. I en el marc del projecte que impulsa la Plataforma, aquest 2022 ha tret al mercat un producte etiquetat cent per cent en català. Els tres rotllets de pernil cuit envasats de manera individual, que es distribueixen a diverses cadenes d'alimentació catalanes.

També dins la nevera dels supermercats, però en aquest cas a la secció dels lactis, els iogurts i les postres de La Fageda són dels pocs que porten l'etiqueta en català. De la fàbrica que la fundació té a Santa Pau, l'any passat en van sortir 91,8 milions d'unitats, a les quals s'han de sumar cent dotze tones de gelats i cent vint-i-tres més de mermelades.

El mercat natural de La Fageda és Catalunya, si bé també ara s'obre camí a les Illes Balears i a Andorra. A l'hora d'etiquetar els productes, el català hi és prioritari (tot i que la informació nutricional, per llei, també hi apareix en castellà). «Amb l'ús de la llengua volem reforçar el sentiment de pertinença, de proximitat», subratlla la responsable de comunicació, Esther Carreras.

Però l'etiquetatge no ho és tot. Perquè la imatge d'una empresa va molt més enllà. Amb caràcter general, la Llei de política lingüística estableix que «sense excepció» les empreses i els establiments que vinguin productes i serveis han de poder atendre els clients en català (en castellà també), i que han de tenir els rètols fixos i els documents d'oferta de serveis, com a mínim, en català.

Aquesta normativa, però, no sempre es compleix. En retolació, un bon termòmetre per analitzar-ho són les successives edicions de l'estudi Ofercat, que se centra en ciutats concretes i es focalitza en el comerç. Aquest 2022 se'n farà un de nou a Girona. I l'any



>> Un treballador del restaurant La Quinta Justa d'Olot tirant brou a un arròs.



>> Treballadores del local que el B-Crek té a la plaça Clarà d'Olot preparant comandes.

## A la feina, un 47,3 % dels gironins parlen en català o bé el fan servir com a llengua preferent; cinc anys enrere, arribaven al 53,5 %

que ve s'ha previst repetir-lo a Lloret de Mar i a Olot.

A la demarcació, això sí, les últimes dades de l'Ofercat són d'ara ja fa set anys. Aquest darrer estudi, fet a Girona, recull que sis de cada deu comerços de la ciutat tenien el rètol exterior només en català. Un percentatge que pujava gairebé fins al 85 % si s'hi afegia aquella retolació ambivalent

(per exemple, la de les franquícies que s'identifiquen tan sols amb el nom de la marca).

Ara bé, l'Ofercat també feia palès que un 5 % dels comerços retolaven en castellà, i gairebé un altre 10 %, en llengües estrangeres. I d'això, ara encara se'n detecten casos. «L'auge del ciclisme ha fet que al Barri Vell s'obrin botigues especialitzades, per exemple de lloguer o



>> Treballadors de La Fageda encaixant iogurts a la planta que la fundació té a Santa Pau.

de reparació de bicicletes, on tot és en anglès», explica Josep Planas, un dels coordinadors del Centre de Normalització Lingüística (CNL) de Girona.

Però més enllà de rètols i etiquetes, quan es parla de català a la feina, allà on també cal incidir (sobretot) és en la llengua d'ús. Hi coincideixen tant la Generalitat com els empresaris, però discrepen sobre la manera com s'ha d'aconseguir. A més, encaixar totes les peces no és fàcil. Perquè aquí l'economia es barreja amb la demografia. I la pandèmia, que ha impactat de ple en el sector de serveis, tampoc hi ajuda.

«Una de les dificultats principals que es troben les empreses és la man-

ca de personal, i això fa que s'hagi de recórrer a treballadors estrangers, que en un primer moment no parlen català», assegura la patronal gironina FOEG. Sota el seu paraigua s'agrupen quinze mil firmes (la majoria, petites i mitjanes empreses). Per a la patronal, una bona manera de millorar el coneixement de la llengua podria ser «la formació contínua subvencionada». I, en tot cas, afegeix la FOEG, «els estímuls sempre haurien de ser en positiu» cap a l'empresariat.

El director general de La Selva, per la seva banda, posa l'accent en el paper socialitzador que també tenen les empreses. Des de les més petites fins a

les grans fàbriques. «L'empresa és un grup social, i a vegades sembla que les accions per fomentar el català només s'han de fer a l'escola o als municipis», diu Xavier Albertí. «És veritat que al darrere hi ha finalitats econòmiques, i segons com no és fàcil arribar-hi, però tampoc s'ha de descartar i crec que l'Administració hi podria ser més amatent», afegeix.

Que la Generalitat hauria de fer més, no tan sols ho diu ell. «Amb l'ús oral del català a la feina tenim una assignatura pendent, i cada vegada més», admet Gerard Xifra. Propietari del restaurant La Quinta Justa d'Olot, presideix l'Associació d'Hostalatge de la comarca i és també el vicepresident de la Federació d'Hostaleria de la demarcació. No amaga que, cada cop més, els treballadors del sector no tenen el català com a llengua materna. Però també subratlla que l'entorn laboral hi fa molt per potenciar que es parli a la feina.

«Aquí, a la Garrotxa, el personal entén que l'ha d'aprendre, perquè la majoria de clients el parlen i a la cuina els plats es canten en català, però també he treballat a la costa, i allà la realitat és completament diferent», admet Xifra. «Cal el suport de la Generalitat per oferir cursos, que massa vegades es troben a faltar, i impulsar la comunicació dels recursos que les empreses tenen a l'abast», creu el restaurador. I, aquí, també entona una part de *mea culpa* del món econòmic: «És cert que tenim molta feina en el dia a dia, però també que molts empresaris s'haurien de plantejar l'ús de la llengua com a repte personal», reflexiona.



>> El director general de La Selva, Xavier Albertí, al costat del cartell que presideix l'entrada de la fàbrica.

**Més enllà dels rètols i les etiquetes, impulsar l'ús de la llengua significa integrar-la com a part de la responsabilitat empresarial**

## El dia a dia, en català

A les empreses, el benefici mana, però no sempre. De la fàbrica que la marca gironina de papereria Oxford té a Flaçà, cada any en surten més de mig milió d'agendes. Tota la gamma de les escolars és multilingüe. No obstant això, també n'hi ha que s'editen cent per cent en català. Aquest 2022, han estat més de quaranta-cinc mil. I no totes es venen. «Malauradament, és un producte amb obsolescència; hi ha uns volums mínims que fan rendible el negoci i no sempre s'aconsegueixen», admeten des de l'empresa. Això els ha portat a haver-ne de reduir la gamma, perquè aquí els balanços de resultats, concreta Oxford, xoquen amb allò que es faria «per gust i vocació». De tota manera, el compromís pel català continua. «No ens plantejem renunciar a oferir agendas en les diferents llengües, perquè cadascú trobi una Oxford en el seu idioma matern», subratlla l'empresa gironina, que també n'edita en basc i gallec.



>> Algunes de les quaranta-cinc mil agendas editades cent per cent en català sota el segell de la paperera Oxford.

Des de Política Lingüística i el CPNL subratllen que les eines hi són. El catalèg està disponible en línia. Inclou, entre d'altres, servei de traduccions, voluntariat a la feina, ajuda per crear una web amb domini «.cat», models de documentació..., però costa que els recursos arribin a les empreses. La cadena ha perdut una baula, i les incerteses econòmiques per la pandèmia i per la guerra a Ucraïna en frenen la transmissió. «Sí que hi ha hagut un cert relaxament amb l'ús del català, perquè l'empresa no queda al marge d'allò que passa en la societat», admet la responsable territorial de Política Lingüística, Rosa Ferrer.

La directora del CNL a Girona, Montserrat Mas, per la seva banda, hi afegeix: «Hi ha d'haver un ús de la llengua, i a partir d'aquí se'n genera la necessitat; ara aquest equilibri s'ha trencat». Però tornar a compondre el trencaclosques,



>> El propietari del restaurant La Quinta Justa i vicepresident de la Federació d'Hostaleria, Gerard Xifra.

subratlla, no depèn tan sols de la Generalitat: «La llengua avançarà si tots ens ho proposem; quan l'empresa no veu

aquesta necessitat de fer-la servir, es relaxa, perquè és evident que té altres prioritats, i més en moments de crisi».

## Buscant el contracte

Currículum i entrevista són sinònims de porta d'entrada a un lloc de treball. Entre el gros de webs de cerca de feina amb nom castellà o anglosaxó, hi ha un portal gironí que s'ha fet un nom. Nascut ara fa divuit anys, Infofeina té més de tres-cents mil usuaris i quinze mil quatre-cents empreses registrades. El responsable, Jordi Deu, diu que des d'un inici van tenir clara l'aposta per la llengua: «És el més natural per a un portal d'àmbit català». A l'hora de publicar una oferta, les empreses són lliures de fer-ho en l'idioma que vulguin. El català hi és majoritari (seguit del castellà i l'anglès). «Hem comprovat que el sol fet que el web sigui en català ja és una manera de promoure'n l'ús, perquè això incentiva els usuaris a fer-lo servir», subratlla Deu.

I dins els itineraris d'inserció que es fan al territori, n'hi ha un d'estretament relacionat amb la llengua: el DinamiCAT, que casa l'aprenentatge del català amb les competències laborals. L'ofereix el Servei Municipal d'Ocupació (SMO) de l'Ajuntament de Girona. «Vam detectar usuaris que tenien nocions de català, però que no s'atrevien a parlar-lo per manca de confiança», explica la tècnica del SMO Anna Planells. «La diferència amb un curs convencional és que l'objectiu principal del projecte és la millora de l'ocupabilitat dels participants, i s'incideix específicament en la llengua com a competència d'accés al mercat de treball», afegeix. El DinamiCAT va néixer l'any passat, quan se'n van fer dues edicions amb vint-i-quatre participants. Aquest 2022, n'hi ha sis de programades.