

## **El buit legal pel que fa a l'obligatorietat d'etiquetar les dades bàsiques dels productes en català – el cas català; l'excepció legal a nivell internacional.**

No hi ha cap comunitat lingüística pròpia d'un país de tradició democràtica i desenvolupat amb tants parlants com la catalana en què aquesta llengua no sigui obligatòria en l'etiquetatge. El català és doncs un cas atípic. Tot i que el Govern català té plenes competències per resoldre aquesta excepcionalitat continua perpetuant una situació única sense precedents dins la Unió Europea.

El 12 de juliol 4 entitats de defensa dels consumidors i de la llengua catalana van presentar al registre una sol·licitud administrativa per inactivitat de l'administració pública al Govern de Catalunya per no aplicar ni donar compliment als drets legals del consumidor en matèria d'etiquetatge en català. Aquest document és un resum justament d'aquestes demandes i llur justificació davant la situació d'excepcionalitat que la nostra comunitat lingüística pateix en aquests qüestió.

---

*Entitats que presenten l'escrit:* ADEC (Associació en Defensa de l'Etiquetatge en Català), Consum Català, Òmnium Cultural i Plataforma per la Llengua.

Barcelona, setembre del 2007

## **Continguts del document:**

- 1) L'anomalia catalana dins el context internacional pel que fa a l'etiquetatge
- 2) La imposició del castellà i el plurilingüisme particular en l'etiquetatge de l'Estat espanyol
- 3) L'evolució positiva de l'etiquetatge en català, sobretot els darrers anys.
- 4) Opinió i percepció del consumidor pel que fa a l'etiquetatge en català.
- 5) El cost d'etiquetar en català
- 6) Les competències de la Generalitat de Catalunya i la incapacitat per redreçar una situació excepcional
- 7) La legislació en etiquetatge pel que fa al català
- 8) El no acompliment de la Llei per part del Govern català
- 9) Els objectius en la presentació de la sol·licitud

## **1) L'anomalia catalana dins el context internacional pel que fa a l'etiquetatge**

No hi ha en el món desenvolupat i democràtic una llengua tan parlada com la catalana que no sigui obligatòria en l'etiquetatge de productes

Malgrat el llarg període viscut de democràcia, en termes legals la situació de la llengua catalana continua essent encara un excepció a nivell internacional. Un clar exponent d'aquesta excepcionalitat fa referència a l'etiquetatge de productes. Cal recordar que l'única llengua obligatòria en les dades bàsiques dels productes distribuïts a Catalunya és el castellà (exceptuant els productes catalans artesanals o amb alguna denominació d'origen i de qualitat distribuïts en l'àmbit territorial de Catalunya en què el català sí que és obligatori per l'article 34 de la Llei 1/1998 de política lingüística).

Dins la Unió Europea no hi ha cap llengua tan parlada com la catalana que no sigui obligatòria en l'etiquetatge de productes. A més tots els països plurilingües amb tants parlants o fins i tot amb menys que la comunitat lingüística catalana dins l'estat espanyol, obliguen a etiquetar en les respectives llengües. Aquest és el cas per exemple de Bèlgica; amb el francès, el neerlandès i l'alemany; de Suïssa amb l'alemany, el francès i l'italià; de Finlàndia amb el finès i el suec; de Canadà amb l'anglès i el francès... Comunitats lingüístiques amb molts menys parlants que la catalana també fan obligatori aquest deure per part de les empreses (per l'islandès, el danès, l'eslovac, l'estonià, el lituà, el letó, l'eslovè...). Fins i tot minories com la tirolesa a Itàlia tenen garantit per llei l'etiquetatge en alemany de productes, inclosos els farmacèutics avalats pel mateix ministeri de sanitat italià (a l'estat espanyol el ministeri de sanitat ni tan sols avala les traduccions del català pel seu compte sense traducció jurada).

Per a conèixer més detalls del funcionament de casos comparables amb el català i el caràcter excepcional de la situació podeu llegir el següent text:

La presència d'aquestes llengües normalment ve garantida per la legislació lingüística o bé per les legislacions específiques que fan referència a cada tipus d'etiquetatge o als drets del consumidor.

Finlàndia, seria una bon exemple d'aquest segon cas, i una mostra d'un estat plurilingüe amb llengües pròpies sensiblement menys parlades que la catalana. El tractament de l'etiquetatge està regulat per llei, de manera que segons on es distribueixi el producte, s'ha de fer en finès, suec o en ambdues llengües. En aquest país estan reconegudes dues llengües nacionals, el finès i el suec, ambdues amb molts menys parlants que el català (aquest reconeixement es desprèn tant de la Constitució del 2000, com de la *Llei de Llengües* del 2004). La població total del país és d'uns 5,2 milions, essent aproximadament el 94 % de llengua materna finesa, i un 6% de llengua sueca. La darrera *Llei de Llengües 423/2003*, que va entrar en vigor a partir del gener del 2004, defineix el país segons zones lingüístiques partint dels municipis (article 5 de la Llei). A grans trets, es considera una regió o un municipi bilingüe si la llengua més minoritària constitueix més del 8% de la població, altrament és monolingüe. Segons decret del Consell d'Estat, els 452 municipis de Finlàndia són considerats monolingües finesos (389, 86%), monolingües suecs (21, 5%), bilingües de majoria sueca (22, 5%) o bilingües de majoria finesa (20, 4%) (Wikberg, K. 1999). Cal tenir en

compte que els 16 municipis de les illes Aland són també monolingües suecs amb un règim especial d'estat associat a Finlàndia i amb política lingüística totalment autònoma. La política d'etiquetatge segueix estrictament aquests criteris; en les zones bilingües l'etiquetatge és com a mínim en ambdues dues llengües i en les zones monolingües és en cada llengua segons determina la llengua de la regió. Cal recordar que el reconeixement del suec no es conseqüència només del pes poblacional d'aquesta comunitat lingüística en algunes regions, sinó que queda justificat pel fet que des del segle XII és utilitzada com a llengua pròpia. La política lingüística en l'etiquetatge segueix els paràmetres conjuminant tant els drets individuals com els col·lectius (Wikberg, K 1999). Per posar un exemple de la legislació conseqüent de la *Llei de Llengües*, el *Decret d'etiquetatge per a productes alimentaris envasats* (1991/794) especifica clarament en l'article 21 que cal etiquetar en bilingüe suec i fins tots aquests productes distribuïts a Finlàndia, i en el cas que estiguin fabricats en el propi país, també es pot fer de manera monolingüe per aquells territoris que així han estat determinats .

En casos extrems, quan al costat de la comunitat lingüística amb llengua pròpia hi ha altres importants comunitats lingüístiques, i els ciutadans amb llengua pròpia tenen un coneixement ampli d'una o més de les llengües de l'altra o altres comunitats, llavors, per tal de garantir la protecció de la llengua pròpia, les mesures poden ser molt més estrictes. És el cas de Letònia. Segons les classificacions de Fishman (1968) i de Lijphart (1984) Letònia és un estat de composició lingüística clarament heterogènia, en aquest aspecte és un cas similar al de Catalunya i així mateix de l'Estat espanyol. El Letons l'any 1991 significaven el 52% de la població del país (Leprêtre, M. 2002), dada molt semblant al 54% que sent com a llengua pròpia el català a Catalunya (*Estadística sobre els usos lingüístics a Catalunya 2003*). Tanmateix la situació de Letònia respecte el letó no era pas tan favorable com a Catalunya, si més no l'any 1989, just abans de la primera llei de llengües letona del 1992. Durant el cens del 1989, només entre un 18% i un 20% dels ciutadans que pertanyien a minories ètniques diferents que la letona van declarar que tenien coneixements de letó (Druviete, I, 2001). És a dir el voltant del 80% el desconeixien, molts d'ells ni tan sols l'entenien (majoritàriament es tracta de població eslava que per les notables diferències entre llengües la incompetència en el coneixement es correspon també en la de la comprensió). Cal pensar que vora la meitat de la població no són considerats d'origen letó, de fet encara avui dia (cens del 2000) només el 57,6% se'n consideren, malgrat una part dels altres grups han adoptat el letó com a llengua materna, atenyent el 2000 fins al 62%. El rus era, especialment abans de la independència, la llengua més àmpliament coneguda, amb un encara important bilingüisme (Druviete, I. 2001). Al Principat de Catalunya, segons el cens del 2001, la comprensió arriba al 94%, més alta fins i tot probablement que el letó actualment a Letònia. Per altra banda la població total de Letònia volta als 2,5 milions, sensiblement inferior de la catalana.

Davant d'aquesta situació el govern va preveure la *Llei de la República de Letònia de les Llengües (1992)*, que establia la discriminació positiva a favor del letó. De fet el model d'aquesta llei provenia de les polítiques lingüístiques quebequeses (vegeu més endavant) basades en els drets col·lectius segons territori (Druviete, I. 2001). A l'article 20 es fixava més acuradament la llengua d'ús en l'activitat econòmica. Així el letó esdevenia l'única llengua obligatòria. Tot l'etiquetatge i instruccions de productes produïts a Letònia, havien d'ésser escrits únicament en letó, i no podien aparèixer al costat altres llengües. En el cas de l'etiquetatge i instruccions de productes no produïts a Letònia, es permetia la presència d'altres llengües en l'etiquetatge, sempre que hi fos el letó, i aquest ocupés el primer lloc, la lletra no fos més petita i contingüés com a mínim la mateixa informació que les altres llengües. Això, per descomptat, afectava l'etiquetatge d'altres països que compartien distribució de productes; de manera que

per exemple el lituà o l'estonià no ocuparien en molts productes de distribució conjunta amb Letònia mai la primera posició en l'etiquetatge. Posteriorment, especialment arran de l'entrada de Letònia a la Unió Europea (Druviete, I. 2001) la legislació ha canviat tot i que continua essent molt proteccionista pel que fa al Letó. L'actual article 21 de la *Llei estatal de la llengua* del 1999 especifica clarament en el seu punt 2 que les etiquetes, embalatges i instruccions dels productes produïts i distribuïts a la Letònia s'han de fer en Letó. En el cas que hi aparegui una altra llengua, el letó sempre ha d'ocupar un lloc preferent i en cap cas la lletra ha d'ésser més petita o contenir menys informació. En els casos dels productes elaborats fora de Letònia però distribuïts a la República tota la informació ha d'ésser també en letó. Així queda especificat en el punt 3 també de l'article 21.

El cas del Quebec al Canadà és ben conegut. Al Quebec hi ha uns 6 milions d'habitants que tenen el francès com a llengua materna, un 20% de la població té d'altres llengües maternes, sobretot l'anglès. La darrera actualització del 2003 de la *Carta de la Llengua Francesa*, en el seu capítol VII, article 51, s'especifica clarament que totes les instruccions, inscripcions en l'embalatge i etiquetatge d'un producte han d'ésser com a mínim en francès i si hi ha una altra llengua no ha de sobrepassar el text francès. Això afecta a la quasi totalitat dels productes, les poques excepcions, entesos per exemple els productes que es fabriquen però que no es distribueixen al Quebec, estan contemplades al Reglament sobre la llengua del comerç i negocis.

També són prou conegudes les polítiques de reconeixement del plurilingüisme a Bèlgica i a Suïssa. En ambdós països, el reconeixement estricte de les diferents llengües oficials per territorialitat garanteix l'etiquetatge en cada llengua segons el lloc de distribució. Bèlgica té una política ferma de reconeixement de les llengües. Així, el francès, el neerlandès i l'alemany són llengües oficials a tots els efectes. D'ençà de la Constitució del 1993 es fixen tres regions (regió Valona, regió de Flandes i regió de Brussel·les) i 3 comunitats lingüístiques (francesa, neerlandesa i alemanya). Cadascuna d'aquestes comunitats té molts menys parlants que la comunitat lingüística catalana a l'Estat espanyol. En el cas de la comunitat alemanya tot just s'acosten als 80.000 parlants. Cada comunitat té totes les competències per legislar i fer polítiques independents i sobiranes a tots els efectes en tot allò que afecti a la llengua.

Pel que fa a l'etiquetatge, la *Llei de les pràctiques del comerç i de la informació i de la protecció del consumidor* del 14 de juliol del 1991, estableix a l'article 13 que caldrà etiquetar els productes almenys en la llengua o llengües de la regió lingüística on es distribueixen; de manera que la presència del neerlandès, francès i alemany queda garantida en les zones lingüístiques corresponents.

Suïssa, amb més de 6 milions d'habitants, té una clara majoria de parlants alemanys (o parlants de dialectes suïssos) amb més del 73% de la població (4,5 milions). Els francesos són uns 1,3 milions, els italians uns 300.000 i els romanxs uns 50.000. Tanmateix la constitució (del 1848 però revisada més de 140 vegades) reconeix les quatre llengües com a llengües nacionals. L'italià, l'alemany i el francès són oficials a tots els efectes, i el romanx oficial en les relacions amb els parlants propis d'aquesta llengua, tot i que cada vegada està obtenint més reconeixement. Suïssa s'organitza en cantons monolingües, bilingües i trilingües, reconeixent 4 zones lingüístiques en principi monolingües.

Per posar un exemple d'aquestes aplicacions en l'etiquetatge fruit del reconeixement oficial del multilingüisme podem esmentar el cas de la *Llei Federal sobre la Informació al Consumidor* de Suïssa del 5 d'octubre del 1990. A l'article 2 obliga als productes a informar el consumidor en els llengües oficials del

país. Així, per exemple, els aproximadament 300.000 habitants del cantó de Ticino, tot i compartir el cantó amb una important minoria alemanya, tenen l'etiquetatge de tots els productes en italià.

Aquesta protecció de les llengües pròpies en l'etiquetatge de productes es dona fins i tot en comunicats lingüístics molt petites, i de manera específica per una regió determinada, no pas com a normativa d'àmbit estatal. Al Tirol sud, on l'etiquetatge dels productes alimentaris és una realitat, el govern italià fins i tot va anar més enllà promovent el Decret legislatiu del maig del 2001, n. 283, de manera que queda garantit el bilingüisme italià-alemany per a les instruccions dels productes farmacèutics per a la província de Bolzano/Bozen inclosa en la Regió Autònoma del Tirol Sud, de manera que el Ministeri de Sanitat italià n'avalua el contingut de la informació en les dues llengües. Aquest Decret es va fer d'acord el Decret Presidencial 574 del 1988 i conté sancions que cal aplicar, després d'un període adaptatiu i d'informació de sis mesos, si per exemple el ciutadà no pot disposar de les instruccions d'un producte farmacèutic en alemany.

En definitiva, espellucant els diferents models europeus podem afirmar que, comparativament a la comunitat lingüística catalana, no hem trobat dins la Unió Europea, i dins l'àmbit dels països de tradició democràtica i amb desenvolupament econòmic, cap país amb una llengua comparable en quant el nombre de parlants i vitalitat en l'ús que aquesta no sigui plenament present en l'etiquetatge de tots els productes bàsics distribuïts en el seu territori. La comunitat lingüística catalana a l'Estat espanyol n'és l'excepció. A més l'etiquetatge en la llengua pròpia és àmpliament protegit i garantit en alguns països amb comunitats lingüístiques amb un nombre de parlants molt més inferior que el català.

**2) La imposició del castellà i el plurilingüisme particular en l'etiquetatge de l'Estat espanyol.** La llengua castellana, a diferència de la resta de models comparables dels estats democràtics, és l'única obligatòria en les dades bàsiques de l'etiquetatge de productes distribuïts a Catalunya (exceptuant els productes catalans artesanals i amb denominacions de qualitat i d'origen distribuïts a Catalunya). Això crea una situació excepcional dins el context Europeu en referència a una llengua tan parlada com el català. La protecció legal donada en la resta de casos comparables al català i no pas a la nostra llengua provoca que per logística molts productes estiguin etiquetats a casa nostra en llengües que fins i tot tenen molts menys consumidors que no pas la catalana en llurs països d'origen.

La imposició única del castellà ve donada per múltiples lleis d'àmbit estatal segons el producte que es tracti. Cada reglamentació de l'estat (que en són moltes) sobre presentació, etiquetatge o informacions escrites obligatòries en l'etiquetatge de productes (alimentaris, electrodomèstics, farmacèutics..), contempla un o més articles en què imposa, sempre únicament, com a mínim el castellà en aquestes informacions. Per exemple, pel que fa a l'alimentació, el Reial Decret 1334/1999, de 31 de juliol, que aprova la norma general d'etiquetatge, presentació i publicitat dels productes alimentaris, en l'article 18 esmenta clarament:

*“Llengua de l'etiquetatge:*

*Les indicacions obligatòries de l'etiquetatge dels productes alimentaris que es comercialitzen a Espanya s'expressaran, com a mínim, en la llengua espanyola oficial de l'Estat.*

*Tot allò previst en l'apartat anterior no serà d'aplicació als productes tradicionals elaborats i distribuïts exclusivament dins l'àmbit d'una Comunitat Autònoma amb llengua oficial pròpia.”*

Certament la situació de l'Estat espanyol en aquest punt és una excepció. Com hem dit, no hi ha en cap país desenvolupat de tradició democràtica amb comunitats lingüístiques pròpies amb tants milions de parlants i tanta vitalitat de la llengua que tingui un grau tan baix de presència d'aquestes llengües en l'etiquetatge. Aquesta anomalia pel que fa a l'Estat espanyol es fa extensiva a la vegada fins i tot respecte a d'altres països menys desenvolupats on hi ha coneixement suficient escrit de les diferents llengües. El ciutadà català, com a membre de la comunitat lingüística no normalitzada més important dins l'Estat espanyol n'és el primer perjudicat. Dins la Unió Europea no hi ha cap altre cas d'una llengua parlada per més de 7 milions de parlants que no sigui plenament present en l'etiquetatge. De fet, llevat del cas de l'Estat espanyol, no hi ha cap llengua parlada i escrita per més de 200.000 parlants (dades

2006) que no sigui plenament present en l'etiquetatge de tots els productes de gran consum. En el següent quadre, extret d'un treball de recerca elaborat el 2004 per la Plataforma per la Llengua, es mostra l'actuació excepcional de grans empreses respecte el consumidor català, en comparació a d'altres grups de consumidors igual o més minoritaris, i que, com el català, les respectives llengües tenen rang d'oficialitat o cooficialitat en els territoris corresponents.

	Barcelona		Altres indrets	ús de totes les llengües oficials	Llengües emprades
	ús de totes les llengües oficials	llengües emprades			
Patates Lays	No	castellà	Zagreb- Croàcia	Sí	serbocroat, ucraïnès, polonès, estonià, letó, lituà, hongarès, rus
Aspirina	No	castellà	Brussel·les- Bèlgica	Sí	francès, alemany, neerlandès
logurt Danone	No	castellà	Hèlsinki- Finlàndia	Sí	finès, suec, anglès
Cervesa Heineken	No	castellà, anglès	Zuric-Suïssa	Sí	francès, alemany, anglès
Puré Maggi	No	castellà	Zuric-Suïssa	Sí	francès, alemany, italià
Cerals Kellogg's	No	castellà, portuguès	Tallinn-Estònia	Sí	estonià, lituà, rus, eslovac, eslovè, turc, macedoni, polonès, romanès, serbocroat, hongarès, letó, búlgar, txec, anglès
Coca-cola	No	castellà	Quebec-Canadà	Sí	anglès, francès
Tònica Schweppes	No	castellà	Tallinn- Estònia	Sí	estonià, lituà, letó, suec, finès, noruec
Galetes PIM's de Lu	No	castellà, anglès, danès, noruec, suec, finès, italià	Brussel·les- Bèlgica	Sí	Neerlandès, francès, alemany
Xocolata Nestlé-Kit-Kat	No	Castellà, grec, anglès, alemany, portuguès, italià, neerlandès, francès, eslovè.	Copenhaguen Dinamarca	Sí	danès, italià, suec, finès, portuguès, espanyol, francès, alemany, hongarès

Cal recordar que mentre hi ha més de 7 milions de parlants de català a l'Estat espanyol, a Croàcia només al voltant de 4 milions i mig parlen serbo-croat, a Bèlgica, al voltant de 6 milions parlen neerlandès, 4 milions francès i 100.000 alemany, a Finlàndia uns 5 milions parlen finès i uns 300.000 parlen suec, a Suïssa, uns 4 milions parlen alemany, més d'un milió parlen francès i uns 250.000 italià, a Estònia, menys d'un milió parlen estonià, al Quebec (Canadà), uns 6 milions parlen francès, i a Dinamarca, al voltant de 5 milions parlen danès. En la majoria d'aquestes situacions, com en el cas català, els parlants tenen ple coneixement d'altres llengües molt més parlades a nivell internacional o dins el propi país, i per tant el plurilingüisme o bilingüisme pel que fa al coneixement de llengües entre llurs ciutadans també és un fet.

Tanmateix, a l'Estat espanyol, el plurilingüisme en l'etiquetatge existeix, per bé l'aplicació és totalment diferent respecte a les opcions lingüístiques que es produeixen a la resta d'Europa. Seguidament exposarem alguns exemples d'aquest plurilingüisme particular.



L'any 2004 la Plataforma per la Llengua va realitzar un estudi sobre les llengües en l'etiquetatge de productes de marca blanca a Catalunya: *Les llengües d'ús en l'etiquetatge dels productes de marca blanca de supermercats i hipermercats a Catalunya. Tardor 2004*. En aquest estudi es feia evident que l'ús del plurilingüisme era ben diferent segons les marques blanques. Només algunes empreses catalanes empraven el català en tots els productes; Bon Preu per exemple. Sorlidiscau l'emprava pràcticament en tots els productes (ara el 2007 ja l'empra en tots els productes), i també era força estès a Condis i Caprabo. Eroski majoritàriament etiquetava en quatre idiomes entre ells el català (a 2007 altres empreses de distribució s'han afegit també a l'etiquetatge en català). D'altres ho feien només en castellà (com Mercadona o Supersol). El portuguès, l'anglès i el grec curiosament també eren força emprats. Així el plurilingüisme de DIA consistia majoritàriament en productes etiquetats a la vegada en castellà, portuguès i grec. El Corte Inglés, que de moment està implantat només a l'Estat espanyol i Portugal, etiquetava majoritàriament en castellà, portuguès i anglès, tot i que posteriorment a l'estudi ha començat a etiquetar en català aquells pocs productes que preveu la legislació.

Tanmateix hi havia casos d'ús de moltíssimes llengües en una mateixa etiqueta, però que no empraven la llengua oficial i pròpia del lloc de venda (el català), però sí en llengües que ni tan sols tenien la meitat del nombre de parlants en el lloc d'origen, o que fins i tot existia un desconeixement molt més gran entre la població dels territoris on era oficial (com és el cas del letó). Així algun producte de Lidl podia estar etiquetat en 20 llengües diferents (castellà, portuguès, anglès, francès, alemany, grec, neerlandès, italià, finès, suec, noruec, danès, polonès, txec, eslovac, hongarès, romanès, búlgar, lituà, letó) però en cap cas en català. Així mateix Carrefour també tenia productes etiquetats en moltes llengües però no pas en català; per exemple en castellà, portuguès, anglès, francès, alemany, grec, neerlandès, italià, txec, polonès, eslovac i turc. Caprabo, etiquetava a Catalunya només en català, o només en castellà, o puntualment en ambdues llengües. Però en els supermercats de fora de l'àmbit lingüístic català no apareixia mai el català; tot estava etiquetat exclusivament en castellà. En general la primera llengua emprada a Catalunya en l'etiquetatge de marques blanques era el castellà i en segon lloc el portuguès.

### **3) L'evolució positiva de l'etiquetatge en català, sobretot els darrers anys.**

Existeix un creixement sostingut malgrat no tenir cap recolzament legal a diferència de la resta d'empresaris europeus. Així hi tot el creixement es veu frenat per la manca d'una legislació com succeeix en els altres casos comparables.

L'empresari català pateix una discriminació clara que contribueix a posar traves al procés de competitivitat i a la voluntat de servir al client del propi empresariat. Els empresaris catalans que volen donar una bona qualitat del producte en l'etiquetatge i etiquetar en català es veuen deseparats sotmesos a ésser titllats, sense una llei que recolzi aquesta qualitat del producte equiparant les regles del joc per a tots els productors, tal i com passa a la resta de la Unió Europea. El govern ha primat puntuals pensaments ideològics de persones concretes per sobre de la lògica del mercat, dels drets del consumidor i la competitivitat de l'empresariat català. Així i tot, l'etiquetatge en català, tot i partir d'una situació molt desfavorable, ha tingut, i està tenint, un creixement molt substancial, justament, i de manera més pronunciada, en els darrers anys. Lluny d'aquells inicis on l'etiquetatge en català restava restringit al producte artesanal, ara com ara el català és present, i cada vegada més, en tots els sectors, fins i tot en els productes de grans multinacionals. En aquests moments podem afirmar que hom pot trobar qualsevol tipus de producte etiquetat en català. Així trobem des d'aparells de telefonia mòbil amb les instruccions en català, fins a jocs infantils, aigües, refrescs, cerveses, productes alimentaris de tota mena, electrodomèstics, ferreteria... El sector més endarrerit, on hi ha més dèficits d'atenció al client en aquest aspecte és encara el farmacèutic (que és on per altra banda hi ha més traves legals), tot i que també s'hi troben alguns productes. Aquest impuls també és evident cada cop més en la gran diversitat de productes etiquetats en català de marca blanca de supermercats i hipermercats. Fins i tot distribuïdores no catalanes ja l'estan introduint en l'etiquetatge. Hi ha, a més, una dada prou significativa pel que fa l'etiquetatge en català: es pot dir que no hi ha retrocessos. El nombre de productes s'incrementa any rere any, i un cop un producte afegeix el català en l'etiquetatge ja no es fa enrere.

L'ADEC (Associació de Defensa de l'Etiquetatge en Català) elabora periòdicament un catàleg d'empreses que etiqueten en català. A desgrat que no hi són totes, sí que hi està comptabilitzada una bona part. Per posar algunes dades, l'any 1989 hi havia 308 empreses en el catàleg. El 1994 n'eren 647, el 1997 1046 i el 2004 1717. L'any 2000 no hi havia cap cervesa en català. Actualment hi ha com a mínim 6 empreses que etiqueten els seus productes en català, algunes de manera exclusiva. Pel que fa a les llets envasades el creixement també ha estat espectacular. Llevat d'un cas isolat (Leche Pascual), la totalitat de la resta d'empreses amb plantes embotelladores al nostre país etiqueten ara en català. Si ens fixem en els productors capdavanters del sector de begudes, per exemple, les empreses amb seu a Catalunya i amb més de 100 milions d'euros de facturació anual, 5 de 8 (un 62%) estan ja

etiquetant en català. A més, de les que l'estan introduint, totes tenen el primer producte en vendes de l'empresa, el número u, etiquetat en català (aquest és el cas de Damm, Codorníu, freixenet, Torres i Vichy Catalan).

Potser on hi ha hagut un seguiment més clar ha estat en els caves i vins catalans de denominació d'origen. Segons dades de la Plataforma per la Llengua, a partir dels estudis periòdics que realitza, l'augment en aquest sector en els darrers anys ha estat molt notable. L'any 2003 un 25% dels vins i caves catalans de denominació d'origen venuts en supermercats i hipermercats estaven etiquetats en català. El 2006 aquest percentatge se situava al 90%. És a dir, això correspon a més d'un 300% de creixement de l'etiquetatge en català en només tres anys. Actualitzant les dades per als 30 vins i caves catalans més venuts, segons dades també de la Plataforma per la Llengua, mentre el 2001 només un estava etiquetat em català (3%), el 2007 ja en són 29 (97%).

En definitiva cada cop hi ha més empreses, especialment grans empreses i multinacionals, algunes de les primeres del seu sector, que s'estan modernitzant, i per tant adequant el serveis vers el consumidor d'acord amb el segle que estem vivint; etiquetant en català. Naturalment encara hi ha molta feina per normalitzar i per tant moltes empreses que continuen tenint dèficits importants vers el client, però el creixement és prou notable, i si no ho és més és justament per aquesta situació excepcional a nivell legal.

#### **4) Opinió i percepció del consumidor pel que fa a l'etiquetatge en català**

Tots els estudis realitzats fins ara avalen amb escreix la voluntat del consumidor de consumir productes etiquetats en català. Fins i tot a nivell de tot l'Estat espanyol en termes generals la percepció també és positiva. Malauradament els estudis es van realitzar fa uns anys quan la consciència lingüística pel que fa a l'etiquetatge no era tan present com ara. Ara el consumidor català és molt més sensible en aquestes qüestions i els resultats encara serien probablement molt més positius (properament hi ha intenció d'actualitzar les dades dels estudis). A nivell de l'Estat espanyol no hi ha cap rebuig real mentre hi sigui present també el castellà. Si hi ha hagut campanyes de boicots davant els productes catalans, no han estat mai per raó de llengua, i han tingut sovint un efecte rebot encara més positiu en el consum a Catalunya. Una coneguda cadena de supermercats, amb establiments arreu de Catalunya, assegurava que havia registrat per la campanya de Nadal del 2005 un increment del 10,4% en les vendes de cava català. Mentre els vins de la denominació d'origen Rioja havien experimentat un increment de vendes del 0,84%, els vins Penedès havien crescut un 20,96%, i la resta de vins catalans un 19,56%. Així mateix s'havien esgotat tots els lots de productes de Nadal etiquetats en català. Per contra, per posar un exemple gràfic, quan una coneguda marca de caves va introduir el català, conjuntament amb el castellà, en els seus productes l'any 2002 (tots els distribuïts a l'Estat espanyol), i en concret en el producte estrella de l'empresa, va augmentar vendes respecte a l'exercici anterior (més d'un 7,6%), fins i tot a la resta de l'Estat espanyol. Per tant l'etiquetatge no va afectar per a res a la recepció per part del consumidor.

Per a una informació més detallada podeu llegir el següent text:

Evidentment l'etiquetatge en català constitueix un canvi per una empresa si encara no el contempla. Cal tenir en compte que la pràctica empresarial té en compte un cert risc. Això és encara més exagerat a mesura que les empreses són més potents en el mercat. Un tipus de publicitat i la promoció d'un equip esportiu davant d'un altre són riscos que afronta l'empresa i que és conscient que comporten grans pèrdues de clients però que en beneficien d'altres, potser més estables i estratègicament convenients. La inclusió de l'etiquetatge en català no presenta ni de lluny els riscos normals que qualsevol empresa assumeix amb tota normalitat. Fins i tot en el cas de no fer diferenciació d'estocs per tot l'Estat espanyol, en el supòsit d'un rebuig anecdòtic en el començament del canvi, comercialment no justifica la percepció positiva d'una part més important de consumidors, i per tant el guany en termes generals, i la normalització de la compra poc temps després fins i tot dels casos anecdòtics que haurien pogut mostrar un rebuig en el primer moment. L'etiquetatge en català està molt lluny dels riscos normals que ha d'assolir una empresa. En situacions similars les empreses etiqueten en llengües comparables al català, fins i tot en llocs on sí que hi ha hagut una forta confrontació lingüística, ja que tenen el precepte lingüístic com una part indefugible i no plantejable; un dret del consumidor que cal assumir, com s'assumeixen els drets laborals dels treballadors o altres drets bàsics de les persones. I a la llarga, fins i tot en aquests casos extrems, ha estat econòmicament afavoridor. Si el canvi, com és el cas de l'etiquetatge en català, és coherent amb les necessitats i valors dels mercats, acaba essent un guany per l'empresa. Una bona

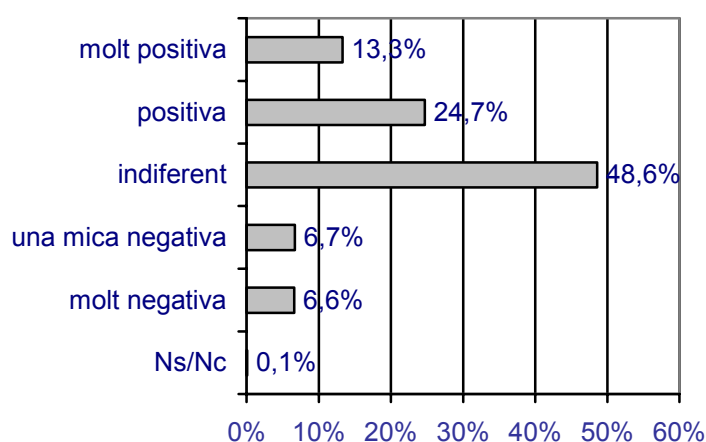
política de comunicació vers el client, l'aplicació d'un codi ètic, afavoreix el prestigi de l'empresa; i a la llarga aquesta actitud és positiva fins i tot davant d'una suposada part de la població que primer hagués mostrat rebuig.

Seguidament us mostrem les dades d'alguns estudis realitzats que poden ser d'interès.

En l'estudi *Estudio Omnibus Nacional Individuos: Etiqueta*, fet per DYM per a Alta Definición el 1990 a 2000 entrevistats d'arreu de l'Estat espanyol, es demanava (de manera directa i per tant induïda) la reacció davant d'un etiquetatge multilingüe castellà, gallec, català i basc, d'un producte que l'entrevistat comprés habitualment. Només un 6,6% tenien una reacció molt negativa; un 6,7% la tenien una mica negativa, davant un 24,7% que la tenien positiva i un 13,3% molt positiva. Un 48,6% eren indiferents. Però fins i tot d'entre els que tenien una reacció una mica negativa o molt negativa, només un 46,1% deien que el deixarien de comprar. Per tant tenint en compte la pregunta induïda i que fins i tot aquells que no els agradava aquest etiquetatge majoritàriament el continuarien comprant, no es pot parlar de cap impacte negatiu. Així doncs, un 86,7% dels ciutadans espanyols considerava que l'etiqueta amb les quatre llengües oficials a l'Estat espanyol no era negativa. Per un 38% era positiva, davant un 13,3% que la consideraven negativa. Però en la gent jove l'actitud vers el multilingüisme encara era més positiva. Per altra banda l'etiquetatge multilingüe era el preferit a Espanya, enfront del monolingüe en castellà; tot el contrari que la política d'etiquetatge majoritària en aquests moments.

En l'estudi es formulava aquesta pregunta amb respostes suggerides:

*“Quan vostè observa en un supermercat que un producte dels que consumeix està etiquetat no solament en castellà, sinó també en gallec, català i basc, quina és la seva valoració?”*

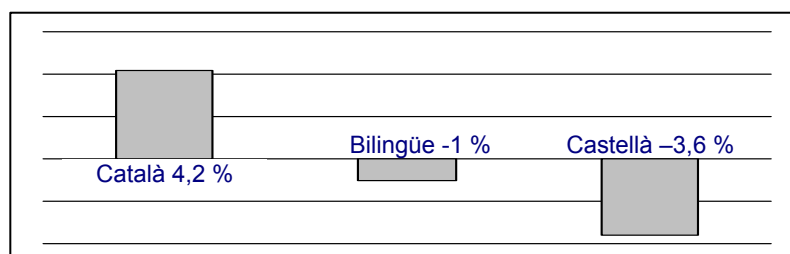


L'any 1992 es va realitzar l'estudi *Actituds dels consumidors catalans davant l'ús comercial del català*, a càrrec de l'Institut de Sociolingüística Catalana. En aquest estudi l'ús del català en l'etiquetatge es confirmava també com un element positiu per als consumidors catalans. Segons aquest estudi les preferències dels consumidors catalans respecte la llengua en l'etiquetatge es distribueixen de la manera següent: la preferència pel català l'expressava un 46% de la població, seguit d'un 29% que s'expressava com a indiferent a la llengua que s'usi, i en últim lloc un 25% que s'estimava més l'etiqueta en llengua castellana. Per veure quin és el grau de notorietat envers la llengua en l'etiqueta, també es demanava als mateixos consumidors enquestats que es manifestessin sobre la importància que atribueixen a l'ús d'una llengua o una altra. La distribució de les respostes reflectia que els partidaris del català expressaven un percentatge més alt de "molt important" i "força important" que els partidaris del castellà. Mentre en el primer grup era de l'ordre del 61,1% en el segon només arribava al 21,6%. Per tant, creuant les dades sobre les preferències i la importància donada a la llengua en l'etiquetatge, es podia afirmar que més

d'una tercera part del total de la població preferia el català en l'etiquetatge i a més atorgava "molta" o "força importància" a aquesta qüestió. Pel que fa al record de la llengua de l'etiqueta (en un exercici entre tres dissenys d'ampolles d'aigües) un percentatge important (més d'un 60%) no s'hi havia fixat. Tanmateix el grup sensibilitzat a favor de l'etiquetatge en català s'hi fixava en major grau que no pas el que no ho era.

Justament explicarem el cas d'aquest experiment ja que es tractava d'una prova molt objectiva en què l'enquestador no suggereix el tema lingüístic i per tant reproduceix una compra molt més real, on el consumidor respon de manera molt més propera com si es trobés a l'establiment. La resposta era per tant molt més espontània. S'avaluava fins a quin punt la llengua influeix o no en les decisions que es prenen en aquest context, i si els consumidors en la compra real veritablement es decantaven més per una llengua que una altra. Per respondre aquesta pregunta es va realitzar un test a les 1000 persones entrevistades que consistia en un fals pretext d'envàs per a una nova marca d'aigua mineral. L'entrevistat desconeixia totalment l'objectiu de l'experiment, només sabia que es tractava d'analitzar el consum. Es demanava la seva col·laboració a l'hora de triar el disseny més adequat fent la pregunta: "A partir d'aquests dissenys, digui, si us plau, quina de les tres ampolles seria més probable que vostè comprés", sense mencionar res de la llengua. Dels tres envasos diferents d'aigua es va combinar la forma i la llengua a l'etiqueta, de manera que en van sortir 36 làmines diferents que es van repartir aleatòriament entre la mostra. Es va poder veure si hi havia un efecte subliminal de la llengua en la decisió dels consumidor. Efectivament, els resultats d'aquest experiment demostraven que, malgrat l'efecte rellevant del disseny de l'envàs, existia un influència lingüística: els envasos etiquetats en català eren escollits per un 37,5%; en bilingüe, per un 32,5%, i en castellà per un 29,7%. Donat que el valor esperat, sense tenir amb compte la qüestió de la llengua, era d'un 33% i la variació respecte aquest valor ens diu si hi ha preferències (positives o negatives) idiomàtiques. Aquests resultats permetien afirmar que la llengua en l'etiqueta tenia una influència significativa a l'hora de triar un envàs o un altre. I que el català era el més favorable. En termes econòmics el següent gràfic expressa clarament el guany econòmic o les pèrdues que una empresa pot tenir en funció si etiqueta en català, bilingüe o castellà a Catalunya. La resposta (pels consumidors de Catalunya) sempre és clarament més favorable a l'etiquetatge monolingüe català, i la comercialment menys rentable, amb escreix, és la monolingüe castellana, totalment desaconsellable en termes econòmics.

% de variació respecte el valor esperat (33%) que indica si hi ha preferències positives o negatives idiomàtiques.



En aquest mateix estudi de l'any 1992 es va elaborar un coeficient per mesurar la incidència comercial del català a partir de les respostes del qüestionari. Aquest n'era el resultat:

<b>Incidència del català en el consum</b>	<b>Distribució de la població (en %)</b>
Incidència molt afavoridora del consum	14%
Incidència afavoridora del consum	35%
Incidència neutra	32%
Incidència desafavoridora del consum	14%
Incidència molt desafavoridora del consum	5%

Finalment mostrem un darrer gràfic d'un estudi més recent, de l'any 1999, on resta palès que un 81,6% dels ciutadans enquestats considera que la presència comercial del català és molt o bastant escassa i que el 71,4% consideren que hauria d'augmentar.

<b>“Quina hauria de ser la presència del català en les etiquetes dels productes de consum?”</b>	
Hauria d'augmentar	71,4%
S'hauria de quedar igual	22,8%
Hauria de disminuir	1,3%
NS/NC	4,5%

Font: GABISE, *Llengua i activitat econòmica a Catalunya*, 1999.

## **5) El cost d'etiquetar en català**

El català no presenta cap problema addicional de costos en referència a altres llengües. Si es pot fer la despesa per etiquetar en castellà, danès, eslovè o grec, també es pot fer en català.

El cost d'etiquetar en català es pot considerar ínfim, o fins i tot pràcticament nul si a l'etiqueta hi ha poca informació i se n'han de fer milers. De fet és la mateixa despesa que es fa per qualsevol altra llengua. L'argument pel qual no es pot etiquetar en català per raons de costos de l'etiqueta no té cap mena de fonament. El cost no és significatiu. Si un productor és capaç de fer les despesa d'etiquetar en castellà pot fer-la també per al català. Especialment les empreses grosses ja de per sí fan renovacions periòdiques en els dissenys dels envasos i de les etiquetes; aprofitar aquestes renovacions per incloure el català encara fa més insignificant aquesta inversió. Entra dins els efectes conjunturals perfectament assumibles per les empreses. En el mateix grau en què s'inclou una o altres llengües en l'etiquetatge també es pot incloure el català. La llengua catalana no presenta en aquest sentit cap complexitat afegida i existeixen totes les màximes facilitats per fer-ne una traducció correcta.



## **6) Les competències de la Generalitat de Catalunya i la incapacitat per redreçar una situació excepcional**

El govern català té plenes competències per obligar a etiquetar en català les dades bàsiques obligatòries dels productes en els mateixos termes en què es fa amb el castellà i per tots els casos comparables, però no ho ha fet

Tanmateix, més enllà de fer palesa aquesta excepcionalitat, i dels molts dèficits existents en d'altres camps, voldríem insistir que precisament en l'etiquetatge el Govern català en té plenes competències, i que la potestat per normalitzar el català i els drets dels ciutadans respecte a la resta d'europaus recau en la voluntat de l'administració catalana. Cal remarcar que fins i tot el Tribunal Constitucional s'ha decantat per reconèixer aquesta competència, com és ben patent en la Sentència 147/1996, de 19 de setembre de 1996 (suplement del BOE núm. 254, de 21 d'octubre), on permetia a les Comunitats Autònomes, i per tant al Govern de la Generalitat, establir la necessitat que els productes estiguessin etiquetats també en la llengua pròpia de la comunitat. El Parlament de Catalunya l'any 1993 va aprovar la Llei 3/1993 de l'Estatut del Consumidor de 5 de març, on es reconeix el dret dels consumidors de rebre l'etiquetatge en català, concretament en l'article 26 del Capítol IV sobre Drets lingüístics dels consumidors. Aquesta era la manera de normalitzar la situació. Només calia donar compliment del dret perquè, en les mateixos termes que el castellà, passés a ésser obligatori per les empreses i es pogués sancionar (tal i com preveuen les lleis d'aquest tipus a la resta de la Unió Europea i la mateixa llei espanyola pel que fa el castellà). Però el Govern català, tot i estar obligat per la Llei, no ha fet ús d'aquesta competència relegant la llengua catalana a un caràcter excepcional en l'àmbit legal. Però sí que ho han fet d'altres comunitats autònomes. Aquest és el cas per exemple de la Llei 11/1998 de 9 de juliol, de Protecció dels Consumidors i Usuaris de la Comunitat de Madrid, on en l'article 3 s'obliga a etiquetar com a mínim en castellà. Així en aquesta comunitat hi ha una doble obligatorietat d'etiquetar en aquesta llengua; per la llei de la comunitat autònoma, exercint les pròpies competències, i per les múltiples lleis de l'estat que obliguen el castellà segons cada tipus de producte.

## 7) La legislació en etiquetatge pel que fa al català

Reglamentacions i drets dels consumidors reconeguts legalment i vigents pel que fa a l'ús del català en l'etiquetatge.

L'any 1993 el Parlament de Catalunya va aprovar la Llei 3/1993 de l'Estatut del Consumidor de 5 de març, on es reconeix el dret dels consumidors de rebre l'etiquetatge en català, concretament en l'article 26 del Capítol IV sobre Drets lingüístics dels consumidors, on es diu que:

*“Els consumidors tenen dret a rebre en català les informacions pertinents per al consum i l'ús dels béns, els productes i els serveis, i especialment les dades obligatòries relacionades directament amb la salvaguarda de llur salut i seguretat”.*

En la Disposició Transitòria primera també s'exposa que:

*“l'Administració de la Generalitat, les corporacions locals i les entitats autònomes, les empreses i les altres entitats i institucions que en depenen han de donar compliment al que estableix l'article 26 en el termini d'un any de l'entrada en vigor de la Llei. Aquest termini també s'aplica a les empreses que, sota qualsevol fórmula administrativa de gestió indirecta, presten serveis públics que són competència de la Generalitat o de l'Administració local”.*

És ben clar que el dret a rebre, per exemple, les instruccions d'un producte o com a mínim les dades obligatòries en l'etiquetatge d'aquest està reconegut per l'Estatut del Consumidor de des de fa més de 13 anys. Tanmateix, com deien, el Govern català encara no ha establert aquest deure. És en aquest sentit que el 2001 el Parlament de Catalunya va aprovar la Moció 98/VI (BOPC del 18 de juny del 2001), on en l'apartat 2.d s'especificava que durant l'any 2001 s'elaboraria un programa específic de desplegament de l'article 34 de la Llei 1/1998 de Política lingüística i de l'article 26 de la Llei 3/1993 de l'Estatut del consumidor, amb l'objectiu de fomentar l'ús del català en l'etiquetatge de productes i l'edició de catàlegs, manuals i altres materials informatius destinats als consumidors. Malgrat això, encara no s'han aplicat tampoc els compromisos fixats per la moció tot i que el termini era dins el període de l'any 2001.

Per altra banda l'article 30.1 de la Llei de política lingüística exposa que *“les empreses públiques de la Generalitat i de les corporacions locals, i també les seves empreses concessionàries que gestionen o exploten el servei concedit, han d'emprar normalment el català en llurs actuacions i documentació internes i en la retolació, en les instruccions d'ús, en l'etiquetatge i en l'embalatge dels productes o els serveis que produeixin o ofereixin”.* A la pràctica, la concessió d'aquest punt no s'ha donat fins a l'Acord de Govern del 30 de novembre del 2004, però només s'ha aplicat parcialment.

Dins la mateixa Llei, en el punt 34.2 s'especifica que *“Les dades obligatòries i les informacions voluntàries addicionals que figuren en l'etiquetatge de productes catalans que gaudeixen de denominació d'origen, de denominació comarcal o de denominació de qualitat i dels productes artesanals que es distribueixen en l'àmbit territorial de Catalunya han d'ésser necessàriament, com a mínim en català”*. Sortosament en aquest cas la majoria de productes ja acompleixen la llei, però aquells que no ho fan no han rebut cap sanció tot i que estan àmpliament previstes i especificades.

El punt 3 del mateix article 34 esmenta que *“El Govern de la Generalitat ha de regular per reglament la informació a les persones consumidores i usuàries de sectors determinats, i l'etiquetatge i les instruccions d'ús dels productes industrials o comercials que es distribueixen en l'àmbit territorial de Catalunya, d'una manera especial els dels productes alimentaris envasats, els perillosos i els tòxics, i també el tabac, per garantir-hi la presència progressiva del català, seguint els principis d'aquesta Llei, de les normes de la Unió Europea i de la resta de l'ordenament jurídic”*. Actualment encara no s'ha desenvolupat aquest reglament (d'altra banda ja especificat en l'Estatut del consumidor del 1993) per tal de desplegar i aplicar la Llei, tot i que ja han passat més de 8 anys des de la publicació de la legislació.

## **8) El no compliment de la Llei per part del Govern català**

**El govern català està obligat a desenvolupar aquesta reglamentació en virtut de la mateixa llei**

La situació ens preocupa, i per això demanem que el Govern de la Generalitat de Catalunya doni compliment a la legislació vigent i que no l'ignori. Creiem que cal donar compliment als drets del consumidor i equiparar en aquest aspecte la llei catalana a les normatives ja expressades per altres comunitats autònomes, a la vegada que el català ha de tenir la mateixa situació legal, com a mínim, que l'altra llengua cooficial a Catalunya, el castellà; aquest no és només l'esperit de l'Estatut del consumidor, sinó que ho és de l'Estatut de Catalunya, i anar en contra d'aquest principi seria no aplicar el mateix Estatut. És el mateix govern de la Generalitat que no compleix la legislació vigent en matèria d'ús de la llengua catalana en aquest àmbit. Per bé que en d'altres àmbits aquest govern s'ha proposat ésser molt estricte en l'acompliment de la Llei, pel que fa a la legislació que afecta el català, i en concret l'etiquetatge, la llei no s'aplica ni es desenvolupa.

En definitiva, a nivell legal es donen tot un seguit de contradiccions. La protecció dels drets del consumidor catalanoparlant no estan reconeguts per l'estat, per contra, sí que defensa i garanteix els drets de la població castellanoparlant. Aquests drets resten relegats a les competències de la Generalitat de Catalunya que tampoc les exerceix. L'excepció en l'etiquetatge té una continuïtat clara en l'excepció legal a l'Estat espanyol i a Catalunya: hi ha un desequilibri en la protecció dels drets lingüístics dels consumidors depenent de la llengua pròpia que empren, tot i el pes poblacional que representen.

## 9) Els objectius en la presentació de la sol·licitud

Què pretén aquesta iniciativa.

Ateses les circumstàncies excepcionals de la situació i la inactivitat en l'afer per part dels diferents governs de la Generalitat de Catalunya, aquestes entitats han decidit d'interposar un escrit en via administrativa instant al govern de la Generalitat, amb el President de la Generalitat al capdavant, perquè actuï.

En l'escrit, les quatre associacions fonamenten jurídicament la denúncia en l'existència d'una situació de vulneració de la legalitat pel fet que l'administració ha omès les tasques que li venen conferides per una norma de rang legal, com és l'Estatut del Consumidor, i pels principis rectors de l'activitat administrativa, segons els quals cal que la Generalitat adopti un paper actiu en defensa de la llengua i cultura catalanes en l'àmbit socioeconòmic, amb l'objectiu de corregir la situació de desigualtat en què es troba la llengua catalana.

Les entitats signants demanem que en l'aplicació del principi de legalitat en l'àmbit de l'etiquetatge no s'utilitzi un doble barem: un pel que fa a la presència del castellà, en què l'acompliment de la Llei és molt estricte i d'on se'n deriven de manera directa les sancions previstes; i un altre pel que fa al català, on no s'aplica la Llei, i a on es dóna la circumstància que, fins i tot en els casos en què aquesta preveu sancions (és a dir, només en l'àmbit dels productes catalans artesanals o amb denominacions d'origen i de qualitat), no es tramiten les reclamacions que fan els consumidors, ni per tant, s'apliquen les corresponents multes derivades de la infracció. Així, en l'etiquetatge, l'aplicació de la Llei per obligar a utilitzar la llengua castellana s'aplica per imperatiu legal, mentre que això no passa en el cas del català., malgrat que el Govern entri en negociacions amb les empreses per tal de sensibilitzar-les o fins i tot promocionar-les davant dels consumidors.

Des d'aquesta vessant entenem que la submissió al principi de legalitat implica un deure actiu per part de l'administració d'intervenir en defensa dels interessos col·lectius, i la defensa de la llengua i cultura catalana és un d'aquests objectius, consagrat a l'Estatut d'Autonomia de Catalunya i a la Constitució Espanyola, a més del propi mandat que fa l'Estatut del Consumidor. Una vegada interposat aquest escrit, demanaríem que l'administració actués, especialment desenvolupant una norma de rang reglamentari per part del govern.

En funció del desenvolupament d'aquesta petició, resten aquestes vies d'actuació:

- a) L'administració actua garantint els drets del consumidor contemplats en la Llei. Per tant l'objectiu de l'escrit s'hauria assolit.
- b) L'administració no adopta cap tipus d'iniciativa dirigida a donar solució a la sol·licitud o bé omet el document i no dóna una resposta per escrit en el termini fixat per la llei (3 mesos). Llavors hi ha un termini fixat per la llei per interposar una demanda contenciosa-administrativa.

c) L'administració de manera expressa desestima l'escrit. Igualment hi ha un termini fixat per la llei, un cop rebuda la notificació, per interposar una demanda contenciosa-administrativa.

Tanmateix l'objectiu d'aquesta sol·licitud no és pas interposar una demanda contenciosa-administrativa, sinó que apel·lant a la responsabilitat del govern, fer que aquest actuï de manera seriosa amb l'objectiu de normalitzar la situació del català equiparant-lo com a mínim en aquest aspecte amb el castellà. De manera que demanaríem un diàleg constructiu per tal que aquesta situació anòmala i excepcional en l'ús del català en l'etiquetatge no es perllongui en el temps.