

FIRA MerCAT

El «Compromís de Girona», per l'etiquetatge en català



MIQUEL POCH és tinent d'alcaldia
de l'Ajuntament de Girona

Fa anys que la Plataforma per la Llengua i l'Associació en Defensa de l'Etiquetatge en Català (ADEC) promouen la campanya «A taula, en català», que pretén comprometre les administracions públiques i les entitats del país a favor de l'etiquetatge en la nostra llengua. En aquests moments unes tres-centes institucions hi estan adherides: ajuntaments, consells comarcals, diputacions, universitats, associacions, i la Generalitat de Catalunya en el seu conjunt.

Des de l'Ajuntament de Girona, en el marc de la fira mercat De Tot Cat, vam tenir la pensada de fer un acte públic que donés visibilitat a aquesta campanya i que servís per posar un nou gra de sorra a la tasca normalitzadora en el camp empresarial. En aquest context, va sorgir la idea del que hem anomenat «Compromís de Girona», que serà un acte públic, que celebrarem a l'Auditori Palau de Congressos el 4 de juny al matí, obert a totes les institucions que ja han signat la moció de la campanya.

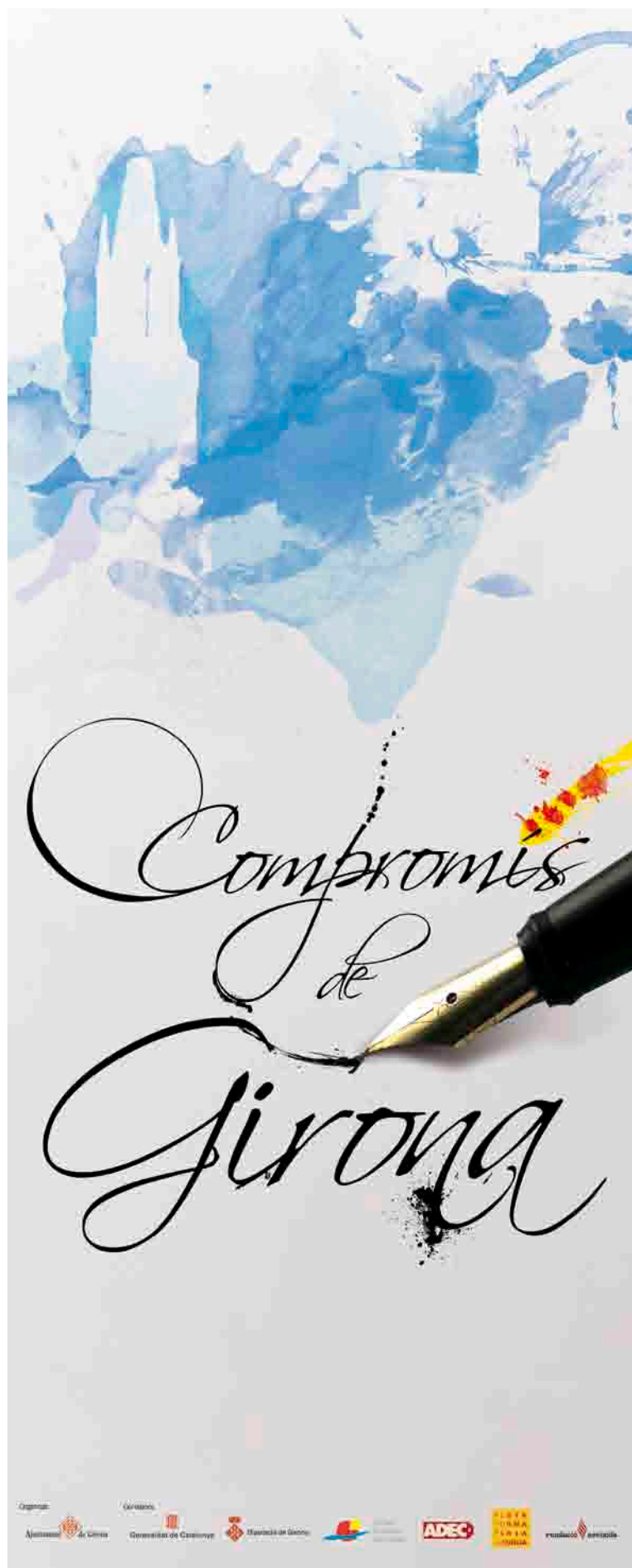
En aquests moments ja tenim una cinquantena d'institucions confirmades i esperem, encara, noves adhesions. Aprofitem l'avinentesa per a fer una crida a tothom que ens vulgui acompanyar en aquest acte, perquè encara hi ha temps d'inscriure's. Està confirmada, també, l'assistència del conseller Josep Hugué, que des del primer moment va donar suport decidit i efectiu a aquesta iniciativa de l'Ajuntament de Girona. Durant l'acte, que serà presentat per l'actor Pep Plaza, el filòsof Josep Maria Terricabras hi farà una conferència. Parlaran, també, els representants de l'ADEC i de la Plataforma per la Llengua.

Fira MerCat vol contribuir a la normalització del català en el món empresarial

En començar l'acte es projectarà un audiovisual, realitzat expressament per aquesta ocasió, fruit d'un llarg treball de recerca, titulat *Quan les nostres àvies compraven en català*, que pretén mostrar les empreses que, amb tota normalitat, etiquetaven en català abans de la guerra. Els assistents a l'acte rebran una còpia d'aquesta pel·lícula, que conté imatges antigues de gran bellesa.

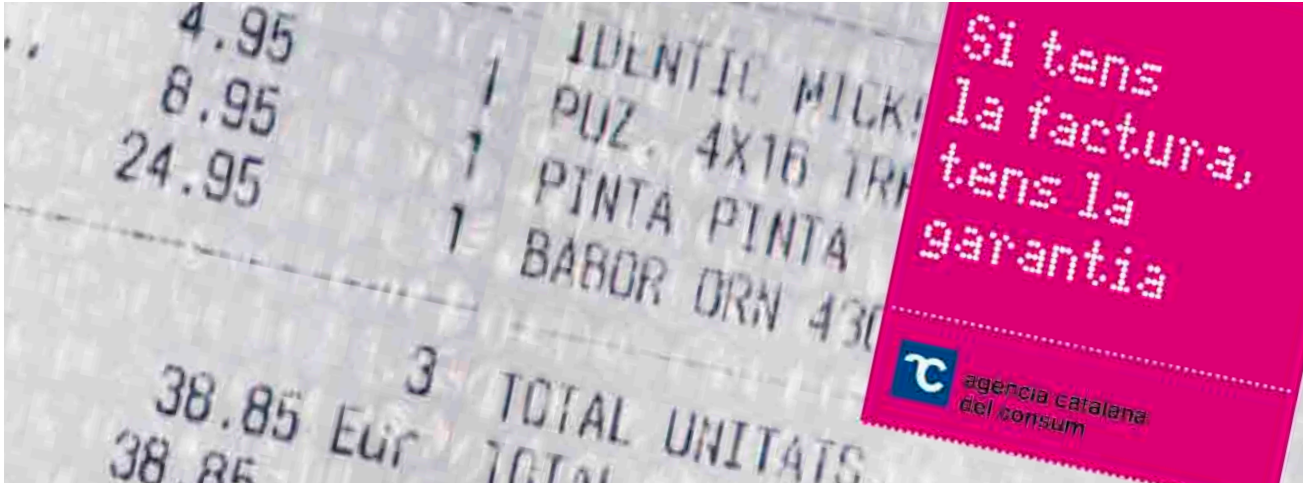
Un dret dels consumidors
Francesc Ferrer i Gironès, a qui vaig tenir l'honor de succeir com a regidor a l'Ajuntament de Girona, havia escrit: «Els poders polítics sobirans en el tema lingüístic no poden estar subjectes als interessos dels mercaders insolidaris i irrespectuosos, atès que els drets dels consumidors estan per damunt d'ells i són motiu de protecció per l'administració que els ha de garantir.» Aquestes paraules ens haurien de fer pensar.

En definitiva, el missatge que volem llançar amb aquesta fira mercat i amb aquest acte de compromís és clar: el dia que les institucions públiques d'aquest país vulguin —és a dir, quan exigeixin que els productes que comprin i els serveis que contractin incorporin la nostra llengua—, el català quedarà normalitzat en el camp empresarial en molt poc temps. Així de fàcil. Des de Girona hem posat una primera pedra, si voleu, però ara necessitem la complicitat de tothom. Els optimistes sempre tenen un projecte, els pessimistes sempre tenen una excusa. Ara toca l'optimisme.



AGÈNCIA CATALANA DEL CONSUM

Una administració forta al servei dels consumidors



CARLES SORIANO és tècnic de Consum de la Generalitat de Catalunya

L'Agència Catalana del Consum (ACC), des de la seva creació, ja fa més de 5 anys, segueix esmerçant esforços per ser un organisme de referència europeu, en l'àmbit dels drets de les persones consumidores i usuàries.

Un dels eixos de treball, amb una clara vocació de servei públic, és el de solucionar els problemes de la gent. En aquest sentit l'ACC disposa d'un servei per resoldre els conflictes entre les empreses i les persones consumidores. D'aquesta manera, l'administració es posa al costat dels consumidors —que són la part feble de la relació de consum— per ajudar-los a fer valdre els seus drets.

En 5 anys de vida, l'ACC ha respost més de 500.000 consultes de consumidors i s'han gestionat

més de 50.000 reclamacions, amb augments molt significatius. Per exemple, l'any 2004 es van rebre 6.821 reclamacions mentre que l'any 2009 han estat 15.088. Aquest increment és provocat per 2 motius: en primer lloc per una major conscienciació de la ciutadania sobre els seus drets i una major visibilitat de l'ACC, i d'altra banda, per la situació de crisi econòmica en la qual estem immersos, que fa que el ciutadà reclami amb major mesura per defensar els seus interessos.

Mediació i arbitratge

L'ACC disposa de dos mecanismes per resoldre els conflictes: la mediació i l'arbitratge. La tramitació de la reclamació a través de la via de la mediació és una forma ràpida de promoure l'acord. D'aquesta manera s'intenta ajustar els interessos de les dues parts. D'altra banda, l'arbitratge és un mecanisme de resolució de conflictes que substitueix la via judicial, però manté la mateixa força jurídica que una sentència i amb els

avantatges que es un procés gratuït per a les dues parts (consumidor i empresa), més ràpid i més entenedor. Les empreses i els consumidors estan obligats a acceptar el laude. El foment de l'arbitratge és una línia estratègica del Govern i, per tant, des de l'ACC es treballa per promoure l'adhesió a l'arbitratge entre tots els sectors empresarials.

El nombre de reclamacions és un dels indicadors que permet deduir quins són els sectors que presenten més conflictivitat entre les empreses i els consumidors, però no l'únic. Aquest indicador permet a l'ACC prioritzar les campanyes inspectores, per tal d'aconseguir un mercat més disciplinat en què es garanteixi la lliure competència.

Si en la dècada dels 90 les principals reclamacions eren derivades dels sectors tradicionals com ara el sector del pa, tintorereries, tallers de cotxes, mobles o electrodomèstics, observem com l'any 2005 el sector de la telefonia i Internet es posicionava com el que rebia més reclamacions, amb un 42% del total. De l'any 2009 cal destacar el creixement de les reclamacions envers les companyies aèries, que van arribar al 17% de les reclamacions. Tot i això, el sector de la telefonia i Internet continuava al capdavant, amb un 33% del total. Així, veiem que la tipologia de les empreses amb què la Generalitat es relaciona per gestionar les reclamacions ha canviat molt i, per tant, ens cal una administració de Consum forta i potent per garantir els drets de les persones consumidores.

El 2004 l'ACC va rebre 6.821 reclamacions, el 2009 van ser 15.088

L'APUNT

Drets i societat de consum

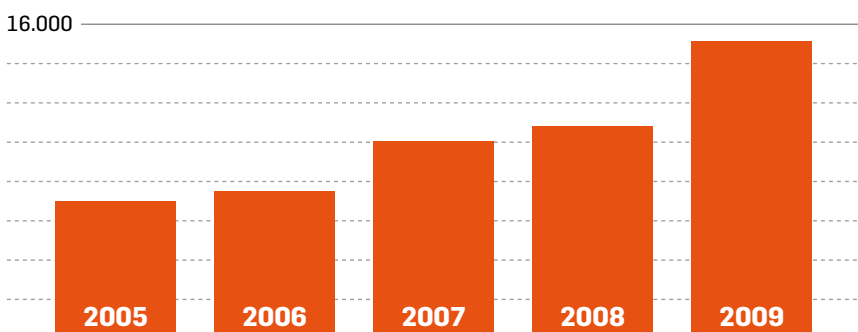
» El consum de productes i serveis és un fet tan nuclear en la nostra economia que és precisament aquest terme el que defineix el nostre model de societat: som la societat de consum. La globalització, els constants avenços tecnològics i les noves estratègies de comercialització, posen al nostre abast cada cop més productes i serveis més complexos, que d'una banda satisfan millor les nostres necessitats, però de l'altra ens comporten més maldecaps a l'hora de consumir-los o utilitzar-los. Els drets dels consumidors només es donen en societats econòmicament avançades. En el nostre país tan sols fa 20 anys que disposem de normativa que ens els reconeix i ens els empara, però així i tot s'ha anat avançant i als tradicionals drets a la salut, a la seguretat, als interessos econòmics, a la tutela i la representació, s'hi han afegit d'altres com els drets lingüístics. Des de l'Agència Catalana del Consum acabem de portar al Parlament una nova Llei, el Codi de Consum que aprofundirà i ampliarà aquests drets per facilitar-nos un consum més responsable i segur.

Albert Orts

Vocal de Política Econòmica de la Sectorial de Comerç, Consum i Turisme



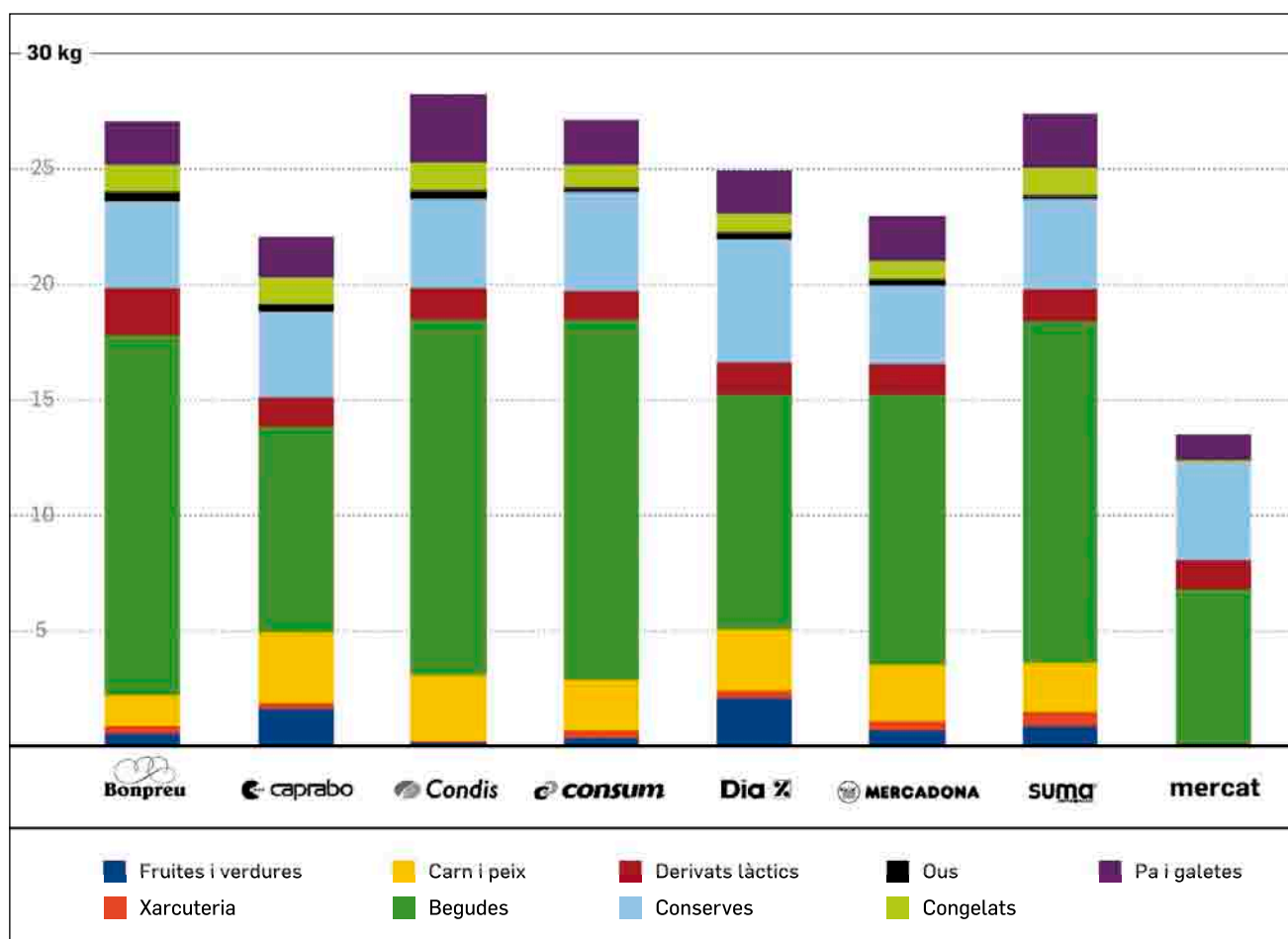
Evolució del nombre de reclamacions presentades



Font: Agència Catalana del Consum.

SUPERMERCATS VS. MERCAT TRADICIONAL

Envasos: producció anual de residus per persona



Residus generats pels envasos en la compra d'una cistella estàndard de la compra.

Font: Agència Catalana de Consum – Generalitat de Catalunya.

El context

L'Agència Catalana del Consum ha dut a terme un estudi per analitzar l'augment de la generació de residus, concretament d'envasos, derivat dels actuals canvis en el consum i en la distribució dels productes. Bona part dels envasos derivats d'aquestes noves pràctiques són innecessaris i responen únicament a necessitats de màrqueting. L'estudi analitza la composició dels envasos i embolcalls de la cistella estàndard de la compra d'aliments. Per tal d'aconseguir que les dades siguin al màxim de comparables s'han establert tres grans criteris: mínima producció de residus d'envasos, responsabilitat de la cadena i reciclabilitat de l'envàs. En aquesta gràfica us presentem una comparativa entre els residus anuals per persona generats pels envasos dels principals supermercats de Catalunya i els que es generen als mercats tradicionals.

PER UN CONSUM RESPONSABLE I SOSTENIBLE

Canviar els hàbits de consum



VÍCTOR MITJANS és Coordinador d'estudis de la Fundació per a la Prevenció de Residus i Consum

Barcelona, 1973
Llicenciat en Ciències Ambientals per la UAB i en Ciències Biològiques per la UB. Ha estat tècnic de medi ambient a l'Ajuntament del Papiol, i secretari del Centre d'Ecologia i Projectes Alternatius (CEPA).

En els darrers temps el creixement de la quota de compra en supermercats i grans superfícies, la desaparició dels envasos reutilitzables, l'abandonament de l'oferta de productes frescos a granel en supermercats, l'augment del consum de productes precuinats, etc., han comportat un augment de la producció de residus d'envasos a Catalunya, que ara representen el 25% dels quatre milions anuals de residus municipals que es produeixen.

Un estudi realitzat per la Fundació per a la Prevenció de Residus (FPRC) per encàrrec de l'Agència Catalana del Consum (ACC) conclou que prop del 5% del pes de la compra habitual d'aliments i refrescos

«Els supermercats poden arribar a produir fins a un 70% més de residus que el comerç local»

està format per envasos. D'altra banda, els supermercats poden arribar a produir fins a un 70% més de residus que el comerç local. La creixent dificultat de comprar productes frescos sense envasar i el sobreenvasat de molts productes contribueix a aquesta situació.

D'altra banda, el comerç de proximitat contribueix molt menys

que els supermercats a les emissions de CO₂ derivades dels processos productius d'envasos. Aquestes poden variar entre 10kg anuals en el comerç local i 50 kg en el cas d'alguns supermercats.

L'adopció de mesures de prevenció de residus en els establiments podria modificar aquesta situació. Per exemple, la possibilitat de comprar producte fresc a granel permetria reduir al voltant d'un 10% la producció de residus mentre que consumir envasos reutilitzables en el cas de les begudes la reduiria en un mínim d'un 40%. Aquestes mesures permetrien, a més, garantir el dret dels consumidors a fer una compra sense residus innecessaris.