



## PRENTSA OHARRA

### **Tokiko merkataritzan eta ostalaritzan euskararen erabilera sustatzeko "Eskatu, eskaini euskaraz" kanpainak bikoiztu egin du parte hartzen duen udalen kopurua**

- **Guztira 124 udalerrri batu dira kanpainara**

*Donostia 2022/12/01*

"Eskatu, eskaini euskaraz" Kultura eta Hizkuntza Politika sailak hirugarren urtez merkataritzan eta ostalaritzan euskararen erabilera sustatzeko sentsibilizatzeko martxan jarritako kanpaina da. Eredu sozioekonomikoan euskara sustatzeko planaren helburuei erantzuten dion kanpaina da. Batetik herritarrak, kontsumitzaileak, aktibatu nahi ditu euskara erosketan edo kontsumitzean erabiltzera. Eta bestetik, jardura ekonomikoan herrian duten merkataritza eta ostalaritza gonbidatu nahi ditu euskaraz gerturatzen zaion herritarrari euskaraz keinu egitera.

Donostiako udaletxean aurkeztu da kanpainaren hirugarren edizioa eta Euskal Autonomia Erkidegoko hiru foru aldundiak, udalek (EUDEL eta UEMA), mankomunitate eta kuadrillek bat egin dute egitasmoarekin. Horrela elkarlanean eta koordinazioan oinarritutako kanpaina da gaur aurkeztutakoa. Aurten gainera merkataritzaz gain ostalaritzara ere zabalduta da. Aurten 124 udalerrri batu dira kanpainara, iazkoaren bikoitza: Arabako 8k, Bizkaiko 22k eta Gipuzkoako 14k. Gainera UEMA Udalerri Euskaldunen Mankomunitateko EAEko 80 udalerriek ere bat egin dute kanpainarekin.

Gaurko aurkezpenaren Kultura eta Hizkuntza Politikako sailburu Bingen Zupiriak, Donostiako Alkate Eneko Goiak, Gipuzkoako Foru Aldundiko Hizkuntza Berdintasuneko zuzendari Garbiñe Mendizabalek, Eusko Jaurlaritzako Merkataritza zuzendari Elena Morenok eta merkataritza eta ostalaritza elkarteetako ordezkariak parte hartu dute.

Bingen Zupiria Kultura eta Hizkuntza Politikako sailburuak aipatu duenez lankidetzan eta elkarlanean oinarritutako kanpaina da honakoa: "elkarlana beste erakundeekin, lankidetzan bezeroak hurbiletik ezagutzen dituzten merkataritza eta ostalaritza elkarteekin. Herri bakoitzaren lan ohiturak, kanpaina motak... errespetatzeko ahaleginaz eratu da aurtengo kanpaina ere. Denentzat ona izango den kanpaina bateratua. Udalerriekin eta merkataritza nahiz ostalaritza elkarteekin adostutako kanpaina bat da. Guztiaren adostasuna eta esker ona jaso duena. Lankidetzaren eraginkor baten adierazle". Zupiriak gaineratu duenez "euskara zeharkako politika den neurrian Eusko Jaurlaritzako Turismo, Merkataritza eta Kontsumo sailarekin ere lankidetzan estua izan dugu". Kultura eta Hizkuntza Politikako sailburuarentzat Euskaraldiak proposatzen duen praktika sozialari jarraipena emateko aukera ematen duen kanpaina ere bada "Ahobizi edota Belarriprest rolean jarraitzeko bidea luzatzeko aukera berri bat da. Abenduan zehar jarraitu ahal izango dena".

Donostiako Alkateak, Eneko Goiak, azaldu duenez Gabon bezpera "saltokietan hartu-eman ugariak garaia da, eta hor hizkuntzak berebiziko garrantzia du". Horregatik, Euskaraldian hartutako joerari eusteko gonbitea luzatu du, eta "gure gizarte ohitura honetan euskara bidelagun izanez modu aktibo eta konzientean euskaraz aritzera" dei egin du Goiak.



Gipuzkoako Foru Aldundiko Hizkuntza Berdintasuneko zuzendariak, Garbiñe Mendizabalek, nabarmendu du Euskatu Eskaini Euskaraz bezalako kanpainen “garrantzia”, herritarren, kontsumitzaileen, ostalarien eta merkatarien “kontzientziazioa eta sentsibilizazioa” bultzatzeko garaian. “Euskaraz eskaini eta eskatzean, komunitate barneko harremanak indartzen ditugu, merkatariak gertuko arreta baten alde egiten dute eta herritarrok tokiko merkataritzaren alde egiten dugu”, azpimarratu du, eta gogoratu du euskararen erabilera indartzeko garaian “denen inplikazioa” dela beharrezkoa.

Bestalde, Elena Moreno Merkataritzako zuzendariak tokiko merkataritzak Euskadiko herri eta hirietako gizartean eta bizitzan duen papera nabarmendu du. “Euskal merkatariak, egoitza fisikorik ez duten online operadore handien aurrean, beren auzoa eta beharrak ezagutzen dituzte. Halaber, badakite nola eta zein hizkuntzarekin erlazionatzen diren bezeroak, eta laguntza eta arreta espezializatua ematen diete. Orain hurbileko merkataritzari eskatzen zaiona, bilakaera horretan administrazioen laguntzarekin, rol berriekin egokitzea eta berrasmatzea da, baina hurbiltasunaren eta arreta pertsonalizatuaren funtsa galdu gabe. Pandemian zehar, hurbileko merkataritzak gure kaleei bizia emateko orduan duen garrantziaz jabetu dira herritarrek, eta gertutasunaren erosketa hori irauli egin da. Merkataritzak garrantzia hartzen du hiri-ekonomiaren ikuskeraren barruan, eta gero eta zeregin kohesionatzaileagoa du”.

Kanpaina abenduaren 4tik 31ra bitartean gauzatuko da eta koordinatua den heinean Eusko Jaurlaritzak eskainitako euskarrien zerrenda batetik, udal bakoitzak norberaren errealitatera egokitutako estrategia bat jarraituko du datozen asteetan zehar spotaren mezua gizarteratzeko helburuarekin.