
Gwerth y Gymraeg i'r sector bwyd a diod yng Nghymru

Adroddiad ymchwil



Comisiynydd y
Gymraeg
Welsh Language
Commissioner

The value of the Welsh language to the food and drink sector in Wales

Research report

Rhagfyr 2014
December 2014



Cynnwys

Contents

1

Rhagair	3
Foreword	4
Cyflwyniad	5
Introduction	6
Pwynt gwerthu unigryw (USP)	12
Unique selling point	13
Cyfathrebu â chwsmeriaid	20
Communicating with customers	21
Teyrngarwch cwsmeriaid	28
Customer loyalty	29
Cynnyrch lleol, cynnyrch o Gymru	34
Local produce, produce from Wales	35

Rhagair

2



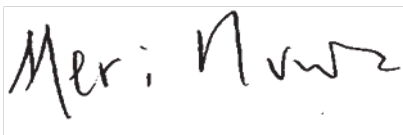
Elfen bwysig o'm gwaith fel Comisiynydd yw hybu defnydd o'r Gymraeg gan fusnesau.

Wrth i mi a'r swyddogion gwrdd â chwmnïau, mae'n fanteisiol ein bod yn gallu troi at dystiolaeth sy'n dangos y gallai defnyddio'r Gymraeg fod o fudd masnachol.

Dewiswyd canolbwyntio'r maes ymchwil ar y diwydiant bwyd a diod gan ei fod nid yn unig yn gyflogwr o bwys sy'n cyfrannu'n helaeth tuag at yr economi, ond gan fod y cynnyrch hefyd yn dibynnu'n fawr ar becynnu a hyrwyddo mewn marchnad gystadleuol.

Fy ngobaith yw y bydd y dystiolaeth yr ydym wedi ei chasglu yn cryfhau'r neges i fusnesau eraill y gallai'r Gymraeg fod o fudd ac o fantais iddynt.

Cam cychwynol yw'r gwaith ymchwil hwn ac wrth i ni barhau â'n trafodaethau er mwyn hybu defnydd o'r Gymraeg ymysg busnesau, byddwn yn mynd ati i gasglu rhagor o dystiolaeth ynglŷn â'r cyfleoedd y mae'r iaith yn eu cynnig.



Meri Huws

Comisiynydd y Gymraeg

Foreword

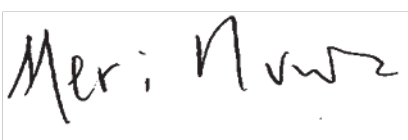
An important part of my work as Commissioner is to promote the use of the Welsh language by businesses.

When my officers and I meet with companies, it is useful to show that using the Welsh language can be of commercial value.

We chose to focus our research on the food and drinks industry not only because it is a major employer that contributes significantly to the Welsh economy, but also because the product depends heavily on packaging and promotion in a competitive market.

I hope that the evidence we have gathered strengthens our message to other businesses that using the Welsh language can be advantageous and beneficial to them.

This research is a starting point and we will continue our discussions with businesses to promote the use of the language and gather more evidence about the opportunities it can offer.



Meri Huws

Comisiynydd y Gymraeg



Cyflwyniad

4

Nod

Nod yr ymchwil hwn oedd casglu tystiolaeth anecdotaidd gan fusnesau a fyddai'n rhoi blas o'r defnydd o'r Gymraeg gan gwmnïau yn y sector bwyd a diod yng Nghymru a'u rhesymau dros ei defnyddio.

Methodoleg

Fel rhan o broses ddylunio methodoleg ar gyfer y prosiect, roedd angen penderfynu ar feini prawf ar gyfer y cwmnïau a fyddai'n cymryd rhan yn yr ymchwil. Roedd hi'n angenrheidiol bod y busnesau eu hunain yn defnyddio'r Gymraeg fel rhan o frand y cwmni, trwy eu gwaith marchnata neu drwy eu cyswllt â chwsmeriaid. Roedd hefyd angen i'r cwmnïau fod yn rhai wedi hen ennill eu plwyf yng Nghymru, yn hytrach na rhai sydd newydd eu sefydlu. Byddai hyn yn sicrhau bod ganddynt brofiad o ddefnyddio'r Gymraeg dros gyfnod o amser.

Roedd hi'n bwysig hefyd cyfweld ag unigolion oedd yn gyfrifol am frand a marchnata, ac os yn bosibl â pheth chyfrifoldeb dros elfennau ariannol y cwmni.

Cynhaliwyd cyfanswm o 11 cyfweiliad ansoddol wyneb yn wyneb â chyfarwyddwyr a rheolwyr cwmnïau rhai o ddiwydiannau'r sector bwyd a diod yng Nghymru. Roedd y cyfweiliadau yn rhai lled strwythuredig, gyda'r ymchwilwyr yn dilyn canllaw trafod. Parhaodd bob cyfweiliad rhwng 30 munud ac awr o hyd.

Introduction

Aim

The aim of this research was to collect anecdotal evidence from businesses to give an idea on the use of the Welsh language by companies in the food and drink sector in Wales and their reasons for using it.

Methodology

As part of the process of drawing up a methodology for the project, it was necessary to decide on criteria for the companies that would be taking part in the research. The businesses themselves need to be using Welsh as part of the company's brand, through their marketing work or through their contact with customers. It was also necessary for the companies to be well established in Wales, rather than new start-ups. This would ensure that they had experience of using the Welsh language over a period of time.

It was also important to interview individuals with responsibilities for branding and marketing, and if possible, with some responsibility for the company's financial aspects.

A total of 11 qualitative face-to-face interviews were conducted with directors and managers of companies from industries within the food and drink sector in Wales. The interviews were semi-structured with the researchers following a discussion guide. Each interview lasted between 30 minutes and one hour in length.

Cynhaliwyd y cyfweiliadau cyntaf rhwng Ebrill a Mai 2014. Roedd y pum cyfweiliad cyntaf yn sail i'r canlyniadau interim a gyhoeddwyd gan Gomisiynydd y Gymraeg ar faes Sioe Frenhinol Cymru 2014. Cynhaliwyd yr ail gam rhwng Medi a Hydref 2014, gan sicrhau sampl o fusnesau o wahanol ardaloedd yng Nghymru a oedd yn adlewyrchu trawstoriad o'r sector bwyd a diod.

Dyma'r cwmnïau oedd yn rhan o'r ymchwil:

6

- Blas ar Fwyd – Rheolwr Gyfarwyddwr
- Caws Cenarth – Rheolwr Gyfarwyddwr
- Edwards o Gonwy – Rheolwr Gyfarwyddwr
- Llaeth y Llan – Cyfarwyddwr Marchnata, Cyfrifon a Datblygu Busnes
- Llanerch Vineyard – Rheolwr Gyfarwyddwr
- Môn ar Lwy – Rheolwr Gyfarwyddwr
- Paned Gymreig - Welsh Brew – Rheolwr Gyfarwyddwr
- Puffin Produce Cyf (Blas y Tir) – Rheolwr Gyfarwyddwr
- Siwgr a Sbeis – Rheolwr Gyfarwyddwr
- Tregroes Waffles – Rheolwr Gwerthiant
- Wright's Food Emporium – Cyfarwyddwr

Crynodeb o'r prif ganfyddiadau

Daeth sawl neges glir a chyson i'r amlwg wrth gynnal yr ymchwil hwn ar werth defnydd o'r Gymraeg gan gwmnïau yn y sector bwyd a diod yng Nghymru.

Mae ymdeimlad cryf ymysg nifer o'r cwmnïau bod brand Cymraeg a Chymreig o fantais fasnachol iddynt am ei fod:

- yn gwneud i'r cynnyrch sefyll allan
- yn cynnig cyfleoedd i werthu mewn marchnadoedd newydd.

Mae'r cwmnïau hefyd yn gweld mantais o gaffael sgiliau Cymraeg neu roi cyfleoedd i staff ddatblygu sgiliau fel bod modd

The first interviews were held between April and May 2014. The first five interviews were the basis for the interim results published by the Welsh Language Commissioner at the Royal Welsh Show 2014. The second phase was conducted between September and October 2014, ensuring a sample of businesses from various areas of Wales reflecting a cross-section of the food and drink sector.

The companies that formed part of the research were:

7

- Blas ar Fwyd – Managing Director
- Caws Cenarth – Managing Director
- Edwards of Conwy – Managing Director
- Llaeth y Llan – Director of Marketing, Accounts and Business Development
- Llanerch Vineyard – Managing Director
- Môn ar Lwy – Managing Director
- Paned Gymreig - Welsh Brew – Managing Director
- Puffin Produce Cyf (Blas y Tir) – Managing Director
- Siwgr a Sbeis – Managing Director
- Tregroes Waffles – Sales Manager
- Wright’s Food Emporium – Director

Summary of the main findings

A number of clear and consistent messages came through this research on the value of using the Welsh language by companies within the food and drink sector in Wales.

There is a strong feeling among a number of the companies that a Welsh and Welsh-language brand is of commercial advantage to them because:

- it makes the product stand out
- it offers opportunities to sell in new markets.

The companies also see the advantage of acquiring Welsh language skills or giving staff opportunities to develop skills, so

iddynt gyfathrebu â chwsmeriaid a chydweithwyr. Roedd rhai o fanteision cyfathrebu'n ddwyieithog â chwsmeriaid i'r cwmnïau hyn yn cynnwys:

- atgyfnerthu delwedd brand y cwmni
- cymorth wrth fasnachu â chwsmeriaid (busnesau a'r cyhoedd)
- rhoi cyfle i gwsmeriaid gyfathrebu yn eu dewis iaith.

8

Mae rhai cwmnïau o'r farn bod pobl yng Nghymru yn awyddus i gefnogi busnesau Cymreig a chynnig teyrngarwch iddynt, ar yr amod bod y cynnyrch ei hun yn dda. Mae cael delwedd brand Cymraeg a Chymreig yn ôl sawl cwmni:

- yn sicrhau cefnogaeth
- yn cynyddu ymwybyddiaeth o'r cynnyrch.

Yn ôl rhai cwmnïau mae defnyddio'r Gymraeg yn cryfhau'r elfennau lleol y maent yn ceisio eu cyfleu, yn ogystal â phwysleisio ansawdd y cynnyrch. Felly gall delwedd Gymraeg a Chymreig:

- atgyfnerthu tarddiad lleol y cynnyrch
- bod yn arwydd o ansawdd.

Cyd-destun - Y Gymraeg mewn busnes

Mae nod ac amcanion cwmnïau preifat yn amrywio'n sylweddol yn ddibynnol ar eu gwerthoedd a nodweddion unigol y perchnogion. I nifer, eu hamcan yw datblygu a chynyddu elw.

Gall llwyddiant cwmni arwain at ehangu o ran maint a niferoedd staff, a chynnig cyfleoedd i werthu cynnyrch mewn marchnadoedd newydd. Mae'r unigolion hynny sy'n ymwneud â datblygu'r busnes dros amser yn magu dealltwriaeth ddwys o'u cwsmeriaid craidd a'r hyn sy'n apelio atynt, gan ddatblygu dulliau marchnata i ddenu cwsmeriaid newydd ar yr un pryd.

they can communicate with customers and colleagues. Some of the advantages to the companies of being able to communicate bilingually with customers were:

- reinforcing the company's brand image
- helpful in trading with customers (businesses and the public)
- giving customers the opportunity to communicate in their chosen language.

Some companies believe that the people of Wales are keen to support Welsh businesses and offer them their loyalty, as long as the product itself is good. According to several companies, having a Welsh and Welsh-language brand image:

- secures support
- increases awareness of the product.

According to some companies, use of the Welsh language strengthens the local elements they are trying to convey, and also emphasises the quality of the products. A Welsh and Welsh-language image can therefore:

- reinforce the local origin of the product
- be a sign of distinction.

Context - The Welsh language in Business

The aims and objectives of private companies vary substantially depending on their activities and the individual characteristics of the owners. For many, their objective is to develop and increase profits.

A company's success can lead to expansion in size and staff numbers, and open up opportunities to sell products in new markets. Those individuals who are involved in the development of the business over time build a deep understanding of their core customers and what appeals to them, whilst also developing marketing methods to attract new customers.

Mae ceisio deall rôl y Gymraeg yn y cyd-destun hwn yn anodd gan fod datblygiad cwmni yn unigryw ac yn gymysgedd o ffactorau cymhleth. Mae'r dystiolaeth a gasglwyd fel rhan o'r ymchwil yn amlygu rhai manteision a buddiannau o ddefnyddio'r Gymraeg i gwmnïau yn y sector bwyd a diod yng Nghymru.

Trying to understand the role of the Welsh language in this context is difficult as the development of a company is unique and a mixture of complex factors. The evidence collected as part of the research reveals some advantages and benefits of using Welsh for companies in the food and drink sector in Wales.

Pwynt gwerthu unigryw (USP)

12

Brand yw enw, term, delwedd, symbol neu nodwedd sy'n gwahaniaethu un cwmni rhag y llall. Gall hefyd gynnwys pethau fel enw da, ymddiriedaeth ac ansawdd cynnyrch, y tri oll yn ffactorau pwysig i nifer o'r cwmnïau oedd yn rhan o'r ymchwil hwn.

Y prif fanteision o gael brand Cymraeg a Chymreig oedd ei fod:

- yn gwneud i'r nwyddau sefyll allan fel cynnyrch unigryw
- yn cynnig cyfleoedd i werthu mewn marchnadoedd newydd.

Yn y blynyddoedd diwethaf mae nifer o'r cwmnïau wedi canolbwyntio ar ddatblygu eu brand, gyda rhai enghreifftiau nodedig:

'Mae brand 'Blas y Tir' wedi bod yn llwyddiant mawr, ac roedd y gwaith a wnaethom gyda defnyddwyr yn ein cyfeirio at ddefnyddio'r iaith Gymraeg, sydd wedi gweithio... mae wedi sicrhau adwerthwyr newydd ac **wedi rhoi brand sy'n broffidiol iawn i ni**... roeddem yn gwybod bod yn rhaid i ni gael enw Cymraeg i'r brand. Er bod 75% o'n cwsmeriaid yn ddi-Gymraeg, mae'n bwysig i ni. Mae wedi gweithio i ni. Mae pobl yn ymddiried yn y brand nawr ac mae wedi gweithio'n dda iawn.'

Blas y Tir

Unique selling point (USP)

A brand is the name, term, image, symbol or feature that differentiates one company from another. It can also include things like reputation, trust and quality of produce, all three being important factors for a number of the companies that were part of this research.

The main advantages of having a Welsh and Welsh-language brand were because it:

- made the goods stand out as unique products
- offered opportunities to sell in new markets.

The focus of a number of the companies in recent years has been on developing their brand, with some notable examples:

‘The brand ‘Blas y Tir’ has been a massive success, and the consumer work that we did pointed towards using the Welsh language, which has worked... it’s got us into new retailers and **given us a brand that is very profitable**... we knew we had to have a Welsh brand name. Even thinking 75% of our customers are non-Welsh speakers, it’s important for us. It’s worked for us. People do trust the brand now and it’s worked really well.’

Blas y Tir

'Dwi'n eithaf plês sut mae'r brand wedi datblygu tu fas i Gymru...mae pobl wedi bod yn **chwilio am gynnyrch Cymraeg**, a dwi'n credu ei fod wedi bod yn ffactor mawr, a hefyd mae'n sefyll mas fwy na'r cwmnïau eraill achos bod o yn Gymraeg a bod y brand yn Gymraeg..Mae'n galetach nawr, dros y saith, wyth mlynedd diwethaf... mae mwy o gystadleuwyr allan yna yn cynhyrchu mwy o gaws.'

Caws Cenarth

'Y ffaith ydi, mi ydan ni'n wahanol. Dwi'n ymfalchïo yn y ffaith ein bod ni'n wahanol.'

Môn ar Lwy

'Mae'n **gwneud i ni sefyll allan**... yn bersonol, pan oeddwn yn byw yn Llundain, y rheswm roedd pethau'n gwerthu yw eu bod yn wahanol, mewn ieithoedd gwahanol, gyda phwynt gwahanol ar y silffoedd...pan ddois yn ôl [i'r cwmni], roeddwn yn edrych i mewn fel rhywun allanol ag yn fy marn i, doedd y 'Village Dairy' ddim yn rhoi digon o wahaniaeth i ni fel cwmni...felly wnaethon ni benderfynu ei symud o'n ôl, a'i ail frandio i gryfhau y busnes, i gryfhau'r ochr Gymraeg.'

Llaeth y Llan

Mae trosiant Llaeth y Llan wedi cynyddu 15% ers newid yn ôl i'r brand Cymraeg yn 2011 yn dilyn cyfnod fflat o ran twf. Mae'r cwmni wedi cychwyn ymgyrch farchnata newydd yn y cyfnod hwn, ac wedi creu cyfleoedd newydd i werthu ei gynnyrch mewn marchnadoedd y tu allan i Gymru, yng ngogledd orllewin Lloegr yn benodol.

Mae rhai busnesau wedi gweld eu delwedd yn datblygu dros nifer o flynyddoedd gan weld budd mewn cadw brand Cymraeg, ac yn awyddus i'w weld yn datblygu yn y dyfodol:

'I'm quite pleased with the way the brand has developed outside Wales...people have been **looking for Welsh products**, and I believe it's been a big factor, and also it stands out more than the other companies because it's in Welsh and the brand is Welsh..It is more difficult now, over the last seven, eight years... there are more competitors out there producing more cheese.'

Caws Cenarth

'The fact is, we are different. I'm proud of the fact that we are different.'

Môn ar Lwy

'It **makes us stand out**... personally, when I lived in London the reason things were selling was because they were different, in different languages, with a different point on the shelves...when I came back [to the company], I was looking in like someone from outside, and in my opinion the 'Village Dairy' was not making us sufficiently different as a company...so we decided to change it back, and to re-brand it to strengthen the business side, to strengthen the Welsh side.'

Llaeth y Llan

The turnover of Llaeth y Llan has increased 15% since changing back to the Welsh brand in 2011 following a flat period in terms of growth. The company has started a new marketing campaign during this period, and created opportunities to sell their produce in markets outside Wales, specifically in north west England.

Some businesses have seen their image develop over a number of years whilst seeing the benefit of staying with a Welsh brand, and want to see it develop in the future:

'Cariad oedd enw gwin Cariad ers erioed; rydym wedi cadw at hynny ac wedi datblygu'r brand...mae'n air neis. Mae 'Cariad suite' [ystafell i westeion y winllan] yn swnio gymaint gwell na 'Love suite'... mae'n edrych yn well ac yn swnio'n well.'

Llanerch Vineyard

'I mi mae o'n rhywbeth positif a rhywbeth sy'n bositif o fewn y busnes, mae o'n mynd i **gyfrannu at y llinell waelod**. Anodd ydi rhoi llinyn mesur a swm priodol i hynna... ond yn sicr mae o'n rhywbeth positif a ddim yn negyddol.'

Edwards o Gonwy

'Mae rhywun yn cymryd bod **effaith sylweddol** o wneud hynny [brandio dwyieithog]. Rwy'n teimlo'n gryf bod yr iaith Gymraeg wedi chwarae rhan bwysig iawn yn ein twf. Mae'r manteision wedi bod yn sylweddol i ni... yr hyn a wyddom yw bod pobl fel Tesco eisiau cefnogi brandiau Cymreig'

Paned Gymreig – Welsh Brew

Mae Paned Gymreig wedi mynd o nerth i nerth yn y blynyddoedd diwethaf yn ôl y perchennog, gan weld cynnydd mewn trosiant a thwf parhaol i'r cwmni.

Mae Blas ar Fwyd o'r farn bod y brand Cymraeg wedi bod yn hanfodol i'w ddatblygiad. Mae'r cwmni hefyd yn hyderus y bydd y newidiadau a wnaethpwyd i'r ddelwedd yn ddiweddar o gymorth iddynt i gynyddu ac i ddatblygu'r busnes ymhellach, ac ni welir unrhyw rwystrau wrth iddynt fynd â'r cynnyrch y tu hwnt i Gymru.

‘Cariad wine was always called Cariad; we’ve taken that on and developed that brand... it’s a nice word. Love suite [room for vineyard guests] wouldn’t sound good, Cariad suite does...the way it looks, the way it sounds is better.’

Llanerch Vineyard

‘To me it is something positive, and anything that is positive within the business, it’s going to **contribute to the bottom line**. It is difficult to apply a yardstick and give it a specific sum... but certainly it is something positive and not negative.’

Edwards of Conwy

‘One assumes that there was a **significant impact** of doing that [bilingual branding]. I feel very strongly that the Welsh language has played a very important part in our growth. The benefits have been very significant for us... what we know is that people like Tesco want to support Welsh brands’

Paned Gymreig – Welsh Brew

Paned Gymreig has gone from strength to strength in recent years according to the owner, seeing an increase in turnover and continuous growth for the company.

Blas ar Fwyd believes that the Welsh brand has been vital to its development. The company is also confident that changes made to the image recently will help them further increase and develop the business, and they see no obstacles in taking the produce beyond Wales.

'Fyddai Blas ar Fwyd ddim wedi datblygu pe bai ni ddim wedi bod mor bendant yn naturiol Gymreig...mae o wedi tynnu sylw bob tro... fydden ni ddim yn ei wneud o oni bai ein bod yn hyderus ein bod yn mynd i **gynyddu swm y busnes**... tydyn ni ddim yn gweld dim problem yn cario'r brand yma tu hwnt i Glawdd Offa.'

Blas ar Fwyd

I'r cwmnïau hyn mae defnyddio'r Gymraeg yn rhan o ddatblygiad naturiol eu busnes ac mae ymgorffori hynny i'w brand yn sicrhau eu bod yn unigryw ac yn wahanol i gwmnïau eraill. Nid yw'n ymddangos bod defnyddio'r iaith fel rhan o'r ddelwedd wedi bod yn rhwystr i ddatblygiad y cwmnïau hyn, ac i rai, mae wedi bod yn hollbwysig.

'Blas ar Fwyd would not have developed had we not been so definite and naturally Welsh... it has drawn attention every time...we would not do it unless we were confident we were going to **increase the sum of the business**... we see no problem in carrying this brand beyond Offa's Dyke.'

Blas ar Fwyd

To these companies the use of Welsh is part of the natural development of their business and incorporating that within their brand ensures that they are unique and different to others. It does not appear that use of the language as part of the image has been an obstacle to the development of these companies, and for some it is vital.

Cwmnïau bach a chanolig a gymerodd ran yn yr ymchwil hwn ac roedd maint eu gweithlu yn amrywio'n sylweddol. Mae'r cwmni sydd â'r gweithlu lleiaf yn cyflogi pedwar aelod o staff llawn amser (er bod y ffigur hwn yn cynyddu wrth gynnwys contractwyr), a'r mwyaf yn cyflogi tua 120. Roedd rhai cwmnïau yn rhagweithiol wrth recriwtio, gan sicrhau bod ganddynt staff sydd â'r gallu i ddarparu gwasanaeth ddwyieithog i'w cwsmeriaid.

O'r 11 cwmni oedd yn rhan o'r ymchwil, roedd chwech yn cyflogi dros 50% o staff a chanddynt sgiliau iaith Gymraeg. Yn ôl perchennog Môn ar Lwy, roedd pob un aelod o staff y cwmni yn gwbl ddwyieithog, a'u bod wedi mynd ati'n fwriadol i sicrhau bod ganddynt staff sy'n gallu cyfathrebu â'u cwsmeriaid yn Gymraeg. Mae'r cwmnïau hynny sydd ag elfennau cryf o weini ar gwsmeriaid hefyd yn dueddol o fod yn fwy rhagweithiol wrth recriwtio siaradwyr a chanddynt sgiliau iaith Gymraeg.

Yn ôl rhai, caiff yr effaith o sicrhau staff a chanddynt sgiliau iaith Gymraeg a'r gallu i ddarparu gwasanaeth dwyieithog i gwsmeriaid ei hystyried yn rhywbeth cadarnhaol. Rhai manteision o fod â'r gallu i gyfathrebu yn ddwyieithog â'u cwsmeriaid oedd:

- atgyfnerthu brand y cwmni
 - cryfhau'r ddelwedd o gwmni lleol
 - cymorth wrth fasnachu â chwsmeriaid (busnesau a'r cyhoedd)
-

Communicating with customers

The companies which took part in this research were small and medium-sized, and their workforce numbers varied considerably. The company with the smallest workforce employs four full-time members of staff (although that figure increases when you include contractors), and the largest employs approximately 120. Some of the companies were proactive in recruiting, ensuring that they have staff who have the ability to provide a bilingual service to their customers.

Of the 11 companies that were part of the research, six employed over 50% of staff with Welsh language skills. According to the owner of Môn ar Lwy, every single one of the company's staff were completely bilingual, and they deliberately set about ensuring that they had staff who can communicate with their customers in Welsh. Those companies that have a strong element of serving their customers also tend to be more proactive in recruiting staff who are Welsh speakers.

According to some, the effect of having staff with Welsh language skills who have the ability to provide a bilingual service to customers is seen as a positive one. Some advantages of having the ability to communicate bilingually with customers were:

- reinforcing the company's brand
 - strengthening the local image of the company
 - helping in trading with customers (businesses and the public)
-

-
- o rhoi cyfle i gwsmeriaid gyfathrebu yn eu dewis iaith
 - o dangos parch at y Gymraeg

'Mae'n bwysig o ran y swyddfa achos da ni'n delio gyda'r cyhoedd... a buaswn i'n disgwyl bod y cwsmeriaid yn gallu cael y gwasanaeth hwnnw trwy gyfrwng y Gymraeg.'

Siwgr a Sbeis

22

'I fi yn bendant. Mae'n gwneud **llwyth o help gyda'r gwerthiant**... mae pobl yn yr ardal yn meddwl bod y Gymraeg yn bwysig a mae'n edrych yn dda o ran *publicity* i ni...Dyw e ddim yn strategaeth i gyflogi pobl sy'n siarad Cymraeg [yn fwriadol] ond ni yn gweld *benefits*.'

Tregroes Waffles

'Mae'n neis i'r cwsmer mae'n debyg... tydw i ddim yn meddwl y bydd yn gwella eu profiad i'r graddau y byddant yn meddwl ein bod yn gwmni 5 seren yn hytrach na 4 seren, ond mae'n debyg y byddant wedi cael syrpreis neis.'

Llanerch Vineyard

'Mae gennym nifer dda o siaradwyr Cymraeg, ond pe na bai gennym, **fe fyddem yn ystyried chwilio'n benodol am siaradwyr Cymraeg**... mae gennym gynulleidfa fawr sy'n siarad Cymraeg ac mae'n bwysig iddyn nhw felly maen nhw'n ei werthfawrogi.'

Wright's Food Emporium

'Mae'n cael effaith anhygoel yn fy marn i... **mae'n creu agosatrwydd, rapport, customer return**... mae gennym deimladau cryf at yr iaith, a da ni'n blaenoriaethu'r iaith oherwydd da ni am roi statws i'r iaith.'

Môn ar Lwy

-
- o giving customers the opportunity to communicate in their chosen language
 - o showing respect for the Welsh language.

‘It is important in terms of the office because we deal with the public...and I would expect customers to be able to receive that service through the medium of Welsh.’

Siwgr a Sbeis

‘In my view, definitely. It is a **massive help with sales**... people in the area regard the Welsh language as important and it looks good in terms of publicity for us... It is not a strategy to employ Welsh speakers [intentionally] but we do see the benefits.’

Tregroes Waffles

‘It’s probably nice for the customer... I don’t think it will enhance their experience to the degree where they’ll go away thinking we’re a 5 star not a 4 stars, but they’ll probably be pleasantly surprised.’

Llanerch Vineyard

‘We’ve got a good complement of Welsh speakers, but if we didn’t, I would **consider actively seeking** out Welsh speakers... we have a huge audience that are Welsh speaking and it matters to them and they appreciate it.’

Wright’s Food Emporium

‘It has an amazing impact in my view... it **creates closeness, rapport, customer return**... we have strong feelings towards the language, and we prioritise the language because we want to give the language status.’

Môn ar Lwy

'Da ni'n chwilio hyd yn oed os nad ydym yn dweud mewn hysbyseb ein bod yn chwilio am bobl sy'n siarad Cymraeg. Rydym newydd benodi person newydd ar gyfer swydd crynhoi stoc i archebion, a doedd 'na ddim lot ynddi rhwng y ddau orau, ond mae'r ferch sydd wedi cael y swydd yn siarad Cymraeg, felly 'da ni'n **ei weld o yn fanteisiol**, hyd yn oed mewn swydd lle tydi o ddim yn hollol amlwg. Mae'r gallu i siarad Cymraeg yn mynd i hwyluso'r gwaith.'

Blas ar Fwyd

Mae Edwards o Gonwy wedi targedu disgyblion ysgol Gymraeg leol er mwyn recriwtio staff rhan amser a thymhorol. Yn ôl y cwmni, mae hyn nid yn unig yn gyfle i bobl ifanc gael profiad o weithio a datblygu sgiliau, mae hefyd yn gyfle iddynt ddefnyddio'r Gymraeg mewn cyd-destun busnes.

'Mae ganddo ni nifer sydd yn siarad Cymraeg... rhywbeth 'da ni wedi bod yn ei wneud, ers blynyddoedd lawer bellach, mae 'na ysgol Gymraeg ar y glannau yma, a be da ni wedi ei wneud yn fwriadol yw targedu'r ysgol am fyfyrwyr i ddod yma i weithio...maen nhw'n dod yma i weini yn ystod gwyliau'r haf... ac felly mae ganddo ni ganran uchel wedyn o Gymry Cymraeg eu hiaith tu ôl i'r cownteri.'

Edwards o Gonwy

I'r cwmnïau hynny a oedd yn rhan o'r ymchwil sy'n mynychu sioeau bwyd, mae'r gallu i gyfathrebu'n ddwyieithog â chwsmeriaid yn allweddol i ddelwedd y cwmni.

'Dwi'n cyflogi rhywun dros yr haf ac mi fydd y person yna yn ddwyieithog, ac mae hyn yn bwysig ar gyfer yr **ochr farchnata** ar stondinau bwyd, sioeau, y rheini sy'n cyfathrebu ar Facebook, Twitter, y wefan a drwy e-bost, mae'n bwysig cael rhywun sy'n medru cyfathrebu'n ddwyieithog.'

Llaeth y Llan

'We're looking even if we do not state in an advert that we are looking for people who speak Welsh. We've just appointed a new person to the post of collating stock for orders, and there wasn't a lot between the two best candidates, but the lady who obtained the post can speak Welsh, so we **see it as an advantage**, even in a post where it is not completely obvious. The ability to speak Welsh is going to facilitate the work.'

Blas ar Fwyd

Edwards of Conwy has targeted pupils of a local Welsh-medium school in order to recruit part-time and seasonal staff. According to the company, this is not only an opportunity for young people to gain experience of working and to develop skills, but for them to use the Welsh language in a business context.

'We have a number who do speak Welsh... something we have been doing for many years now, there is a Welsh-medium school on the coast here, and what we have deliberately done is target the school for students to come here to serve during the summer holidays... and so we then have a high percentage of Welsh speakers behind the counters.'

Edwards of Conwy

For those companies that were part of the research and attend food shows, the ability to communicate bilingually with customers is vital to the company image.

'I will be employing someone over the summer, and that person will be bilingual, and this is important on the **marketing side** on food stalls, shows, those who communicate on Facebook, Twitter, the website and by e-mail, it is important to have someone who can communicate bilingually.'

Llaeth y Llan

'Mae'n hanfodol ein bod yn siarad Cymraeg ar ein stondin yn yr holl sioeau ac mae [gennym aelod o staff] sy'n ddysgwr brwd, ond mae'n ei chael yn anodd oherwydd ein bod i ffwrdd yn aml, ond rydw i yn ei annog ac yn talu iddo ddysgu'r iaith a datblygu dealltwriaeth ohoni.'

Paned Gymreig – Welsh Brew

'Rydw i'n gwisgo'r bathodyn [Iaith Gwaith] i helpu cwsmeriaid i adnabod bo fi'n siarad Cymraeg... mae siaradwyr Cymraeg sydd yn dod i'r stondin yn tueddu siarad yn uchel so mae'n **creu awyrgylch deniadol ar y stondin.**'

Tregroes Waffles

'Pan fyddwn yn mynd i'r Sioe Frenhinol, mae gennym siaradwr Cymraeg ar y tîm bob amser.... rwy'n meddwl bod hynny'n angenrheidiol er parch i'r bobl.'

Blas y Tir

'Yn y Sioe Frenhinol, mae'n rhaid i bob un person sy'n gweithio gyda ni siarad Cymraeg. Yn y man bwyd yn y sioe, roedd pobl yn dod atom ni achos oedden ni'n siarad Cymraeg. Oedd gyda ni'r *edge*.'

Môn ar Lwy

Er nad yw'n ofynnol i'r busnesau hyn sicrhau bod ganddyn nhw staff sy'n gallu cyfathrebu â chwsmeriaid yn eu dewis iaith, ymddengys eu bod yn gweld budd i'r busnes o wneud hyn fel ffordd o ddenu teyrngarwch.

‘It is essential that we speak Welsh on our stand in all the shows and [we have a member of staff who’s a] keen learner but finds it difficult because we’re away a lot, but he’s encouraged and paid for by me to learn the language and develop an understanding of it.’

Paned Gymreig – Welsh Brew

‘I wear the badge [Working Welsh] to help customers identify me as a Welsh speaker... Welsh speakers who come to the stall tend to speak loudly **so it creates an attractive atmosphere for the stall**’.

27

Tregroes Waffles

‘When we go to the Royal Welsh Show, we always have a Welsh speaker on that team... I think it’s necessary for the respect of the people.’

Blas y Tir

‘At the Royal Welsh Show, every single person working for us has to speak Welsh. In the food section of the show, people were coming to us because we were speaking Welsh. We had the edge.’

Môn ar Lwy

While there is no requirement for these businesses to ensure that they have staff who can communicate with customers in their chosen language, it appears that they see the benefit to the business of doing this as a means of creating a loyalty attraction.

Gall sicrhau teyrngarwch cwsmeriaid fod yn fuddiol iawn i gwmnïau gan ei fod yn sicrhau gwerthiant cyson a chefnogaeth hirdymor.

Mae rhai cwmnïau o'r farn bod pobl yn awyddus i gefnogi cwmnïau o Gymru ac aros yn deyrngar iddynt, ar yr amod bod y cynnyrch ei hun yn dda. Yn ôl rhai, mae creu delwedd brand Cymraeg a Chymreig yn ffordd o:

- o sicrhau cefnogaeth
- o cynyddu ymwybyddiaeth o'r cwmni.

'Fe wnaiff pobl yng Nghymru **gefnogi** cwmnïau Cymreig – os yw'r cynnyrch yn dda, fe fyddant yn parhau'n deyrngar, os yw'n dda i ddim, fe wnânt ei daflu'n ôl i'ch wyneb chi. Mae yna lawer iawn o deyrngarwch i'n brand ni.'

Paned Gymreig – Welsh Brew

'Yn sicr mae mantais oherwydd mae'r Cymry Cymraeg wrth eu boddau ac yn teimlo'n **gefnogol** iawn ohono i a'r busnes oherwydd eu bod yn gweld rhywfaint o'r iaith ar waith yma.'

Edwards o Gonwy

'Mae'n rhyfeddol yr adwaith 'da ni'n ei gael tuag at y busnes...mae pobl yn **gwybod am ein gwasanaethau** ni, a mae hwnna yn ymwneud llawer iawn â'n Cymreictod ni.'

Blas ar Fwyd

Customer loyalty

Securing the loyalty of customers can be very beneficial to companies, as it ensures regular sales and long-term support.

Some companies believe that people are keen to support companies from Wales, and to be loyal to them, as long as the product itself is good. According to some, creating a Welsh and Welsh-language brand image is a means of:

- securing support
- increasing awareness of the company.

‘People in Wales will **support** Welsh companies - if it’s good they’ll remain loyal, if it’s rubbish they’ll fling it back in your face. We have huge loyalty to our brand.’

Paned Gymreig – Welsh Brew

‘There is certainly an advantage, because Welsh speakers enjoy it and they feel very **supportive** of me and the business because they see some of the language at work here.’

Edwards of Conwy

‘It’s amazing the reaction we get towards the business... **people know about our services**, and that is very much to do with our Welshness.’

Blas ar Fwyd

'Mae'n debyg ei fod wedi cael effaith fach, 2-3% fyddwn i'n ei ddyfalu... ond pe na fydden ni'n gwneud yr ymdrech honno, yna fe allem golli cwsmeriaid.'

Danteithion Wright's Food

Mae strategaethau marchnata pob cwmni yn amrywio'n sylweddol, gyda rhai yn hysbysebu'n gyson ar sawl plattform gwahanol, boed hynny ar y teledu, trwy eu deunydd 'pwynt gwerthiant' (sef ar silffoedd a stondinau mewn siopau), neu trwy ddefnyddio'r pecyn ei hun i gyfleu negeseuon y cwmni.

30

'Mae gyda ni deunydd *point of sale* ar gyfer siopau, lle mae'r *waffles* yn cael eu harddangos, ac mae rhain ar gael yn ddwyieithog...mae'n gwneud effaith cael e'n ddwyieithog yng Nghymru. Mae'n dangos bod ni yn ystyried y Gymraeg yn bwysig, **mae e yn bwysig bod pobl yn cysylltu brand ni gyda'r Gymraeg**....os nag o'n i'n rhoi pethau yn Gymraeg, falle bydde ni'n colli bach o neges y cwmni, a falle bydd pobl yng Nghymru yn stopio prynu ein cynnyrch'

Tregroes Waffles

'Mae pawb yng Nghymru yn ein gweld ni fel cwmni Cymraeg...da ni ddim yn *half measures*.'

Môn ar Lwy

'Mae pobl yn prynu ar *reputation* dwi'n credu.'

Caws Cenarth

Mae rhai o'r cwmnïau oedd yn rhan o'r ymchwil wedi defnyddio ac yn parhau i ddefnyddio hysbysebion i farchnata eu cynnyrch, gan dargedu siaradwyr Cymraeg a Saesneg ar yr un pryd.

'I guess it's had a marginal impact, 2-3% would be my guess....but if we weren't making that effort, then we might lose customers.'

Danteithion Wright's Food

The marketing strategies of every company vary substantially, with some advertising regularly on several different platforms, be that on television, via their sales point material (i.e. on shelves and stalls in shops), or by means of the packaging itself to convey the company's messages.

31

'We have point of sale material for shops, where the waffles are displayed, and these are available bilingually...it has an effect having them bilingually in Wales. It shows that we consider the Welsh language to be important, **it is important that people associate our brand with the Welsh language**... if we didn't have things in Welsh, we may lose some of the company's message, and perhaps people in Wales will stop buying our products'

Tregroes Waffles

'Everyone in Wales sees us as a Welsh company...we are no 'half measures'.'

Môn ar Lwy

'People buy on the basis of reputation I think.'

Caws Cenarth

Some of the companies that were part of the research have used, and continue to use advertisements to market their products, targeting Welsh and English speakers at the same time.

'Mae hynny wedi dylanwadu arnaf i ail-gyfeirio fy mhecynnau a'm negeseuon er mwyn cyrraedd cynulleidfa ehangach, a hysbysebu ar S4C... beth fyddwn yn ei wneud nawr yw ymgyrchu o gwmpas y Chwe Gwlad sy'n cael cynulleidfa ifanc niferus yn ogystal â'r gynulleidfa draddodiadol, felly mae'n rhan o fy mhroses i o feddwl, sef sut mae defnyddio'r iaith Gymraeg i **gynyddu ac ehangu apêl ein brand.**'

Paned Gymreig – Welsh Brew

32

'Roedden ni eisiau targedu pethau lle roedd Cymry Cymraeg a Chymry di-Gymraeg yn gwyllo'r teledu, ac un o'r pethau oedd yn denu Cymry di-Gymraeg i S4C oedd rygbi (dan 20 oed), ac mae llawer iawn o Gymry di-Gymraeg yn gwyllo hwnna oherwydd mai dim ond S4C sy'n ei ddarlledu o.'

Edwards o Gonwy

‘That has influenced me to re-address my packaging and messaging to a broader audience, and our placement on S4C advertising... what we will do now is a campaign around the Six nations which has a lot of young audience as well as the traditional audience, so it is very much a part of my thinking of how we use the Welsh language to **accelerate and broaden our appeal of the brand.**’

Paned Gymreig – Welsh Brew

33

‘We’ve wanted to target things when Welsh speakers and non-Welsh speakers watch television, and one of the things that attracted non-Welsh speakers to S4C was rugby (under 20), and a lot of non-Welsh speaking Welsh people watch that because only S4C broadcasts it.’

Edwards of Conwy

Cynnyrch lleol, cynnyrch o Gymru

34

Yn ystod y gwaith ymchwil, pwysleisiodd sawl cwmni bwysigrwydd yr elfen 'leol' i'w cynnyrch a'u brand. Yn yr un modd, roedd sicrhau y nodir yn glir ei fod yn gynnyrch o Gymru ac o ansawdd uchel hefyd yn hanfodol.

Yn ôl sawl cwmni, mae defnyddio'r Gymraeg yn atgyfnerthu'r elfennau lleol y maent yn ceisio eu cyfleu gan:

- atgyfnerthu tarddiad lleol y cynnyrch
- dangos arwydd o ansawdd.

'Dwi'n credu bod gwerth mewn cadw'r enw mor Gymraeg â phosib, mae'n rhoi ychydig bach o **provenance i'r cynnyrch...** da ni'n trio cael cymaint o enwau Cymraeg ar y cynnyrch fel bo nhw'n gwybod mai o Gymru mae'n dod.'

Caws Cenarth

'Heb os nac oni bai, hwn [Newid yn ôl i'r brand Cymraeg] wnaeth helpu i ail greu'r cynnwrf a mwy o ddiddordeb yn ôl, hefyd rydym wedi rhoi'r ffaith ei fod yn cael ei greu yng Nghymru yn glir ar y pot.'

Llaeth y Llan

Local produce, produce from Wales

During the research, several companies emphasised the importance of the 'local' element to their product and brand. Similarly, it was also vitally important to ensure that it was made clear that it was produce from Wales and of high quality.

Several companies said that using the Welsh language strengthens the local elements they are trying to convey by:

- reinforcing the local source of the product
- showing a sign of quality.

'I think there is value in keeping the name as Welsh as possible, which gives a little bit of **provenance to the product**... we're trying to have as many Welsh names as possible on the products, so that they know that they come from Wales.'

Caws Cenarth

'There's no doubt about it, this [Changing back to the Welsh brand] helped recreate excitement and brought back more of an interest, also, we've put the fact that it is created in Wales clearly on the pot.'

Llaeth y Llan

'Pam ddim faswn i'n dweud? Mae o yn rhywbeth positif, ac fel bwydydd rhanbarthol cyn belled a mae Prydain yn y cwestiwn, mae o'n rhoi **rhywbeth ychwanegol** dwi'n credu iddo fo. Ychydig iawn o gwmnïau sydd efo unrhyw Gymraeg ar eu pagedi.'

Edwards o Gonwy

'Rydyn ni wedi ein gwreiddio yng Ngorllewin Cymru, yn gwmni o Sir Benfro yng ngwir ystyr y gair...rydyn ni'n falch o fod yn fusnes Cymreig... wrth i'r cwmni symud yn ei flaen, mae'r iaith yn rhan bwysig ohono. **Fe wnaethom ei defnyddio yn y brandio'n fwriadol.**'

Blas y Tir

'Y peth cyntaf yw'r apêl weledol; mae pobl yn yfed gyda'u llygaid...ond yr hyn mae llawer o bobl yn ei wneud yng Nghymru yw **cefnogi cynnyrch Cymreig.**'

Paned Gymreig – Welsh Brew

'Mae strap line Blas ar Fwyd yn newid i Calon Bwyd Cymru er mwyn egluro cymaint mwy o bwylais 'da ni'n ei roi ar fwydydd Cymreig erbyn hyn.'

Blas ar Fwyd

Yn yr un modd, mae Tregroes Waffles yn cysylltu pwysigrwydd cynnyrch o Gymru â defnyddio'r Gymraeg:

'Mae cwmnïau'n teimlo'r **pwysigrwydd o werthu cynnyrch Cymraeg**, so mae'n edrych yn dda bod ni'n gallu siarad Cymraeg.'

Tregroes Waffles

'Roedd o'n bwysig i mi ddechrau fo (cael enw Cymraeg), neu bydde fe'n groes i bob dim dwi'n neud. Roedd o hefyd yn bwysig i nheulu i, i nghymdeithas i, roedd o'n bwysig i Fôn, i **genhadu dros fwyd lleol, cynnyrch lleol** ond trwy'r iaith Gymraeg.'

Môn ar Lwy

‘Why not I would say? It is something positive, and as regional foods, as far as Britain is concerned, it gives **something extra** to it I think. Very few companies have any Welsh at all on their packaging.’

Edwards of Conwy

‘We are very much embedded in West Wales, very much a Pembrokeshire company... we’re proud to be a Welsh business...as the company moves forward, the language is an important part of it. **We used it in the branding deliberately.**’

Blas y Tir

‘The first thing is the visual appeal; people drink with their eyes...but the thing a lot of people do in Wales is **support a Welsh product.**’

Paned Gymreig – Welsh Brew

‘The Blas ar Fwyd strap line is changing to Calon Bwyd Cymru, in order to explain how much emphasis we now place on Welsh foods.’

Blas ar Fwyd

Similarly, Tregroes Waffles link the importance of Welsh products with use of the Welsh language:

‘Companies feel the **importance of selling Welsh produce**, so it looks good that we can speak Welsh.’

Tregroes Waffles

‘It was important to me to start off (having a Welsh name), or it would be contrary to everything I do. It was also important to my family, my community, it was important for Anglesey, **to be an advocate of local food, local produce** but through the medium of Welsh.’

Môn ar Lwy

'Mae'r brandio **nawr yn cynnwys Cymraeg** lle nad oedd yn y gorffennol...nid yn gymaint i ddenu unrhyw un ar sail defnyddio'r iaith Gymraeg, oherwydd rydyn ni'n ceisio denu pobl ar sail ansawdd y bwyd a'r diod yr ydym yn eu cynnig.'

Wright's Food Emporium

Gobaith nifer helaeth o'r cwmnïau yw parhau i gynyddu'r defnydd o'r Gymraeg yn raddol, boed hynny fel rhan o'i strategaeth farchnata, wrth atgyfnerthu eu brand, wrth bwysleisio tarddiad lleol y cynnyrch, neu wrth edrych ar anghenion sgiliau gweithlu'r dyfodol.

Mae'r Gymraeg yn hanfodol i ddatblygiad nifer o'r cwmnïau hyn, ac wrth iddynt ehangu i werthu mewn ardaloedd y tu hwnt i Gymru, maent wedi gweld gwerth masnachol o fod â hunaniaeth Gymraeg a Chymreig.

‘The branding **now incorporates Welsh** when it didn’t in the past...it’s not so much to attract anyone on the basis of using the Welsh language, because we’re trying to attract people on the basis of the quality food and drink that we offer.’

Wright’s Food Emporium

The majority of the companies hope to continue to gradually increase the use of the Welsh language, whether as part of their marketing strategy, in reinforcing the brand, in emphasising the local source of the product, or in looking at the needs in terms of the skills of the future workforce.

The Welsh language is vital to the development of a number of these companies, and as they expand to sell in areas beyond Wales, they have seen the commercial value of having a Welsh and Welsh-language identity.

Cysylltu

Contact

40

Siambrau'r Farchnad
5-7 Heol Eglwys Fair
Caerdydd CF10 1AT

0845 6033 221
post@comisiynyddygybraeg.org
@ComyGymraeg

comisiynyddygybraeg.org

Market Chambers
5-7 St Mary Street
Cardiff CF10 1AT

0845 6033 221
post@welshlanguagecommissioner.org
@ComyGymraeg

comisiynyddygybraeg.org



Comisiynydd y
Gymraeg
Welsh Language
Commissioner