

reunir amb els viticultors el passat 11 de setembre, durant la mobilització a Gandesa, i assegura que ja va traslladar la situació que es viu a la Terra Alta als directius de la Conselleria d'Agricultura. **"És fonamental escoltar els productors i les seues demandes. Des del departament, en breu s'elaborarà un pla d'actuació per a la vinya i el vi, amb la col·laboració de totes les parts, per a donar resposta a la situació complexa que viuen els viticultors"**, ha destacat Espanya.

ARRANCAR VINYA Davant la sobreoferta de raïm, tant des d'Unió de Pagesos com des del departament de defensa, la necessitat d'eliminar part de la superfície de vinya al país. **"Calen incentius per a l'arrancada de vinya, però ha de ser de la forma més beneficiosa possible des del punt de vista social, afavorint que hi hagen bons ajuts, i amb prioritat per als pagesos de més edat que es vulguen retirar"**, ha argumentat Piñol. El portaveu d'Unió de Pagesos, però, ha reiterat que **"les zones d'arrancada haurien de reconvertir-se després a nous cultius, com ametlles o olivers, i preservar així el mosaic agroforestal"**. Per a equilibrar l'oferta i la demanda, des del sindicat calculen que seria necessari arrancar unes 10.000 hectàrees de vinya, de les 55.000 que hi ha al país. És més del 18 % de la superfície de vinya que hi ha actualment al país.

La Comissió Europea ha aprovat ja un pla d'ajudes per als agricultors que opten per arrancar les vinyes de les seues explotacions. L'objectiu és eliminar l'excedent i equilibrar l'oferta i la demanda davant el desajust que viu el sector en diferents països europeus. Esta nova política comunitària suposa un gir radical respecte als últims anys, on s'ha fomentat l'expansió controlada de noves zones productives a les denominacions d'origen europees.

El nou pla d'acció del Departament d'Agricultura preveu nous ajuts per als pagesos que vulguen arrancar la vinya i optar a nous cultius. Segons Antoni Espanya, **"l'ajut per a l'arrancada i la reconversió de les explotacions serà una part important, ja que és una mesura clara i reclamada pel sector per tal de reduir la sobreoferta de cara als pròxims anys"**. Se preveu que el pla es faça públic en els mesos entrants i que els nous ajuts per a l'arrancada i reconversió arriben abans de la campanya de l'any vinent. ■

El nombre de consumidors de vi cau, especialment entre els joves

Batea A. P.

El consum de vi i cava cau de forma sostinguda a Catalunya. Els cellers veuen com cada cop hi ha menys demanda de vi dins el mercat català i, any a any, és més difícil donar sortida al producte. La caiguda ha sigut especialment significativa en els darrers sis anys i afecta pràcticament tots els productes (vi blanc, negre, rosat i dolç), mentre que els principals consumidors són les generacions de més edat.

Segons dades del Baròmetre català del consum i les vivències envers el vi, que elabora l'INCAVI, el 2019, el 29 % de la població consumia vi o cava almenys un cop per setmana. En només sis anys, esta xifra ha caigut deu punts i el 2025 —l'última observació de l'estudi— només el 19 % de la població diu que consumix vi de forma setmanal.

La davallada pot ser més acusada de cara als pròxims anys, ja que les generacions més joves són les que consumixen menys vi i cava. Segons l'Institut Català del Vi, només un 11 % dels joves entre 18 i 30 anys beuen vi o cava cada setmana. És una xifra molt inferior a la de la cohort d'entre 46 i 65 anys, en què el consum setmanal de vi se situa en el 26 % de la població. Les generacions més joves, a més, tenen més població que no beu alcohol. Un 22 % se declara abstèmia, mentre que el percentatge és del 12 % en la població de 31 a 46 anys i del 8 % entre la de 46 a 65 anys. El nombre de consumidors ocasionals de vi i cava, ja siga amb periodicitat mensual o anual, se manté en xifres similars entre les tres cohorts.

Per tipus de producte, el vi negre és el que perd més consumidors setmanals. El 2019, un 21 % de la població assegurava que consumia vi negre pràcticament cada setmana, i esta xifra ha caigut fins al 13 % l'any 2025. La davallada és més sostinguda en altres elaboracions. El vi blanc ha passat de consumir-se setmanalment per un 11 % de la població el 2019 a un 8 % l'any 2025, i el consum de vi rosat i vi dolç ha patit una reducció testimonial.

Pel que fa a les dades de població amb un consum ocasional de vi

Consum de vi almenys un cop l'any

Producte	2019	2022	2025
Blanc	71 %	69 %	67 %
Negre	68 %	66 %	62 %
Rosat	50 %	45 %	44 %
Dolç	45 %	39 %	38 %

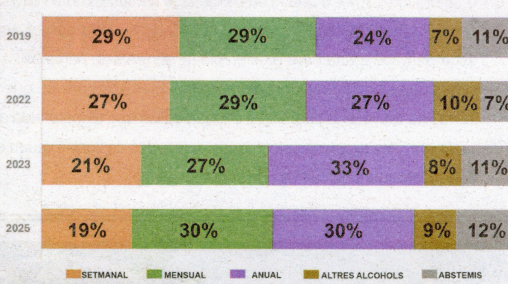


Consum de vi de forma setmanal

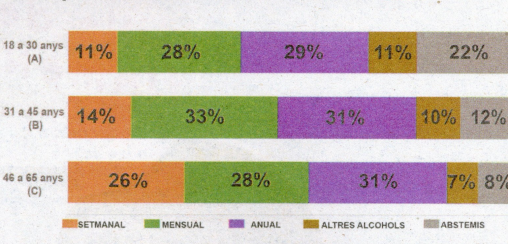
Producte	2019	2022	2025
Blanc	11 %	9 %	8 %
Negre	21 %	16 %	13 %
Rosat	4 %	3 %	3 %
Dolç	2 %	2 %	2 %



Freqüència de consum de vi i cava



Perfil per edats del consum del vi i cava 2025



FONT BARÒMETRE CATALÀ SOBRE EL CONSUM I VIVÈNCIES ENVERS EL VI (INCAVI)

—mensual o anual— la tendència també baixa en els últims anys. L'opció preferida per al consum ocasional és el vi blanc. El 2019, un 71 % de la població major d'edat assegurava beure'n almenys una vegada a l'any. El 2025, esta xifra cau fins al 67 %. La segona opció és el vi negre: el 2025, un 62 % de la població el consumia almenys una vegada a l'any, mentre que el 2019 ho feia un 68 %.

Les dades de consum també s'han reduït pel que fa al vi rosat i el vi dolç. El 2019, la mitat de la població major d'edat reconeixia que consumia vi rosat almenys una vegada l'any i, el 2025, la xifra ha disminuït fins al 44 %. De la mateixa manera, el vi dolç era consumit anualment per un 45 % de la població el 2019 i el 2025 ho era per un 38 %.

L'INCAVI ha començat a observar les tendències de consum de vi des-

alcoholitzat i de vi amb baix contingut d'alcohol. Se tracta de noves tendències de consum encara molt reduïdes, però s'observarà també la seua evolució de cara als pròxims anys.

NOUS MERCATS Davant la reducció del consum, el sector del vi opta per reactivar la demanda del consum intern amb noves eines de promoció i estudia també la introducció de nous mercats. Antoni Espanya assegura que **"el nou pla d'acció del vi destinarà més esforços a la promoció del vi català i la seua introducció als mercats internacionals"**. El Govern també vol incentivar els esdeveniments enològics i de promoció del vi de proximitat, com la Setmana del Vi Català o les diferents fires que s'organitzen arreu del país.

Des de la DO Terra Alta reivindiquen també la necessitat d'augmentar la demanda de vi català. **"El vi forma part de la dieta mediterrània i cal fomentar-ne el consum de forma saludable i responsable"**, argumenta Rosa Caballé. La presidenta de la DO assegura que **"el vi és un producte de proximitat a Catalunya i un sector econòmic important"** i ha destacat la importància de promoure'n el consum **"com a part de la cultura catalana i mediterrània"**. Tot i el component alcohòlic, Caballé reivindica que el vi **"és un producte saludable"** i assegura que el seu consum responsable és més convenient que altres productes amb una demanda creixent en els últims anys, com és el cas de les begudes energètiques i ensucrades.

Tot i la davallada en la demanda, en els últims anys, la Denominació d'Origen Terra Alta s'ha situat com la tercera DO catalana amb més demanda al país, segons dades de l'Informe Nielsen de 2025. El 3,7 % dels vins que es van comercialitzar a Catalunya —tant a través de l'hostaleria com als comerços d'alimentació— portaven el segell de la DO Terra Alta. Només la van superar la DO Penedès, amb un 8,1 % del volum de vendes, i la DO Catalunya, que lidera el rànquing amb un 14,8 %. ■