

## SECTOR PRIMARIO

# La crisis del vino lastra las ventas y la exportación de las bodegas aragonesas

La DGA refuerza los fondos para el sector, con dos millones más que en 2024, para impulsar la promoción en los mercados exteriores, claves para su recuperación

Gobierno de Aragón

JORGE HERAS PASTOR  
Zaragoza

El sector del vino pasa por un momento crítico. No es un problema solo de Aragón, sino que se da a nivel nacional e internacional. Los productores y las bodegas no han acabado de levantar cabeza desde la pandemia, que marcó un punto de inflexión en el devenir de una actividad clave para la economía rural y agraria de la comunidad. La preocupación es creciente ante la caída del consumo de los últimos años, que ha derivado un derrumbe de los precios que compromete la viabilidad de las explotaciones.

Según datos de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV), en 2023 se vendieron 221 millones de hectolitros de esta bebida, un 2,6% menos que el año previo y el nivel más bajo desde el año 1996. Las heridas que dejó la pandemia, aún sin cicatriz al completo, y el cambio de hábitos del consumidor, sobre todo entre los más jóvenes, han situado al sector en una crisis existencial.

Por si fuera poco, la vuelta de Donald Trump a la presidencia de los Estados Unidos recrudece la incertidumbre ante las amenazas de aranceles a estos productos.

Las empresas vitivinícolas de Aragón no son ajenas a este escenario de adversidades. Las exportaciones de vino son un claro indicador de ello. En 2023 cayeron un 16%, hasta 95 millones de euros, la cifras más baja desde 2011 (93 millones), peor incluso que la registrada en 2020 (96,7 millones), el año más duro de la pandemia. Las ventas a terceros países han seguido bajando en 2024, aunque levemente, con un descenso del 2%, hasta 86,8 millones a falta de estabilizar los datos de diciembre.

El descenso en la comercialización se dio primero en la hostelería, por las restricciones sanitarias aplicadas entonces, pero acabó afectando a todo los canales de venta. Depende de cada zona vinícola, pero por lo general no se han logrado recuperar los volúmenes de negocio previos al socavón económico asociado al coronavirus, con una facturación entre un 10% y un 30% por debajo, según expli-



El presidente Jorge Azcón, y el consejero de Agricultura, Javier Rincón, ayer en Campo de Borja.

## Las cifras

**28.365**

La superficie de los viñedos en Aragón se situó en 28.365 hectáreas en 2024.

**798.780**

La producción de la última campaña en Aragón fue de 798.780 hectolitros de vino, casi el 90% de ellos de las denominaciones de origen.

can en el sector.

Parte de los problemas se debe al estoc de vino generado por la pandemia a nivel mundial, lo que ha llevado a que grandes productores como Francia se estén replanteando ajustar la producción y reducir la superficie de viñedo.

Está por ver si esta reestructuración acabará llegando a Aragón, donde no hay un problema general de excedentes gracias sobre todo a la merma de producción que de forma natural ha provocado la sequía. El sector cerró el año pasado con una cosecha de 108 millones de kilos, un 23% menos que 2023 (141 millones) y la cifra más baja de los últimos años, según los datos del Gobierno de Aragón.

«En la pandemia hubo una involución en el sector», apunta José Ignacio Gracia, secretario y director técnico de la Denominación de Origen Protegida Cam-

po de Borja. «Cuesta bastante recuperar los niveles de ventas, sobre todo en el exterior», destaca. A pesar de la crisis del sector, esta demarcación logró que 2024 fuera su mejor año del último lustro, con casi 15 millones de botellas venidas.

En este escenario de dificultades, el presidente de Aragón, Jorge Azcón, anunció ayer un incremento de los fondos que su gobierno destina al sector en una visita a dos bodegas de Campo de Borja. En concreto, la DGA invertirá este año 9,8 millones de euros, un 31% más que hace dos años. El objetivo es, afirmó, dar «un impulso definitivo a un sector tan importante y representativo para Aragón».

Los fondos servirán, entre otras medidas, para promocionar el vino aragonés y su calidad diferenciada en mercados nacionales e internacionales. También para apoyar a las D.O., ayudar a la industrialización y modernización del sector; acercar el vino al consumidor, especialmente a los más jóvenes. ■ #