vinetur

Polonia y Alemania estudian subidas fiscales que encarecerían el whisky de Estados Unidos

Las propuestas prevén alzas de hasta el 20% en dos mercados clave para los destilados estadounidenses

jueves 8 de octubre de 2026



La American Whiskey Association ha puesto el foco en Polonia y Alemania por dos propuestas fiscales que, si salen adelante, encarecerían la venta de destilados a partir de 2027 en dos plazas con peso para el whisky de Estados Unidos. La organización

informó este miércoles, 7 de octubre, de que su presidente y consejero delegado, Michael Bilello, viaja a Varsovia y Berlín con una agenda centrada en exportación, relaciones comerciales y acceso al mercado.

La asociación vincula ese viaje con su estrategia exterior para ampliar la presencia del whisky estadounidense en Europa y para intervenir en debates regulatorios que, a su juicio, pueden limitar la actividad de productores, importadores y hostelería. En ese marco, Bilello participará primero en una delegación del sector de bebidas espirituosas de Estados Unidos en Varsovia y después acudirá a Bar Convent Berlin, la feria profesional de bares y bebidas que se celebrará del próximo 12 al 14 de octubre en la capital alemana.

Polonia se ha convertido en uno de los mercados europeos que más interesan a la organización. La American Whiskey Association afirma que el whisky de Estados Unidos ya es la segunda categoría de whisky por volumen en el país, solo por detrás del escocés, y la tercera categoría de bebidas espirituosas en conjunto, tras el vodka y el propio whisky escocés. Entre 2020 y 2025, el volumen creció a una tasa compuesta anual del 5,7%, hasta situarse en torno a 1,36 millones de cajas de nueve litros en 2025.

Con esos datos sobre la mesa, la patronal considera que Polonia ofrece margen para seguir ganando cuota. Bilello sostiene que ese mercado muestra lo que puede ocurrir cuando el whisky estadounidense tiene la opción de competir y de formar una base de consumidores. A su juicio, Varsovia es una plaza que conviene atender ahora porque la demanda sube y porque allí se están definiendo normas que condicionarán el acceso al mercado en los próximos años.

La visita a Polonia incluye una cata profesional con productores de Estados Unidos, importadores y distribuidores polacos y de Europa del Este, minoristas, profesionales de hostelería, bartenders y medios especializados. También figura una recepción en la residencia del embajador de Estados Unidos en Polonia, con miembros de la comunidad diplomática y responsables del segmento de destilados premium del país. El programa suma además una sesión informativa sobre el mercado polaco y de Europa del Este con la oficina del USDA/FAS en Varsovia y visitas a comercios.

El elemento más sensible del viaje está en la política fiscal. El Gobierno polaco ha propuesto elevar en 2027 el impuesto especial sobre el alcohol etílico desde 8.811 eslotis hasta 10.109 eslotis por hectolitro de alcohol puro. Eso equivale, según la asociación, a un alza próxima al 15%. Además, se estudian otras medidas que ampliarían las restricciones sobre promoción de bebidas alcohólicas y sobre prácticas comerciales ordinarias, junto con la implantación obligatoria de pictogramas en los productos con alcohol.

La American Whiskey Association sostiene que los objetivos de salud pública deben aplicarse sin introducir trabas innecesarias para las marcas importadas y sin romper la previsibilidad del mercado. Bilello asegura que el sector estadounidense no reclama un trato especial, sino una oportunidad justa para entrar en el país, trabajar con socios locales y llegar al consumidor polaco.

Alemania ocupa un lugar distinto en la estrategia del grupo. No es un mercado emergente para el whisky estadounidense, sino una plaza ya consolidada. La organización cifra en alrededor de 2,26 millones de cajas de nueve litros el volumen vendido en 2025, lo que representa cerca del 40% del mercado alemán del whisky. Solo el escocés se sitúa por delante. La asociación añade que, pese a las presiones recientes sobre el conjunto del mercado alemán de bebidas alcohólicas, las previsiones del sector apuntan a una mejora del whisky de Estados Unidos hasta 2030 si se mantiene un marco competitivo y previsible.

El motivo de alarma en Berlín es la ley de acompañamiento presupuestario para 2027. Esa propuesta del Gobierno alemán plantea subidas del 20% en los impuestos aplicables a los destilados, al vino espumoso, a los productos intermedios y a los “alcopops”, una categoría limitada de bebidas mezcladas listas para consumir con menos del 10% de alcohol, a partir del 1 de enero de 2027. La American Whiskey Association respalda las gestiones de sus socios alemanes para que los responsables políticos valoren el efecto económico y comercial de la medida.

Bilello afirma que un incremento del 20% en la fiscalidad de los destilados elevaría el coste en toda la categoría en un momento en el que productores, importadores y negocios de hostelería tratan de reforzar el mercado. Añade que Alemania es una plaza

importante para el whisky estadounidense y que el sector necesita un entorno previsible para invertir y para mantener la oferta al consumidor.

La agenda de Berlín incluye la participación de Bilello en las actividades sectoriales organizadas en el espacio patrocinado por DISCUS en Messe Berlin y un desayuno con medios internacionales el próximo 13 de octubre sobre bebidas espirituosas de Estados Unidos y el mercado europeo. La feria reunirá, según la organización citada por la asociación, a propietarios de bares, bartenders, distribuidores y fabricantes de casi 90 países en su vigésimo aniversario.

El debate fiscal en Polonia y Alemania va más allá del whisky estadounidense. Si esas propuestas avanzan en sus términos actuales, pueden presionar al alza los precios finales, estrechar márgenes de importadores, distribuidores y hostelería y complicar la planificación comercial de varias categorías de bebidas, desde los destilados hasta el vino espumoso y algunas mezclas listas para consumir. En dos mercados de referencia dentro de Europa, cualquier cambio tributario de ese tamaño puede alterar surtidos, inversión promocional y ritmo de entrada de nuevas marcas.

La American Whiskey Association se presenta como la voz del whisky estadounidense y agrupa a productores de la categoría junto con empresas de su cadena de suministro, desde agricultores y bosques de roble blanco hasta tonelerías, destilerías y negocios de hostelería. Bilello resume la misión exterior del grupo con una idea: abrir puertas, retirar barreras y dejar después que el producto gane terreno en el mercado.