vinetur

La UE aporta 2,4 millones a una campaña para abrir mercado al whiskey irlandés en India y Japón

El sector aportará 600.000 euros a un plan que también promocionará otros espirituosos europeos con indicación geográfica

viernes 13 de noviembre de 2026



Bord Bia, el organismo público irlandés de promoción alimentaria y de bebidas, e Irish Whiskey Association anunciaron este jueves, 12 de noviembre, una campaña de tres años con un presupuesto de 3 millones de euros para impulsar los espirituosos europeos con indicación geográfica en India y Japón, con especial atención al whiskey

irlandés.

La financiación procederá en un 80% de la Unión Europea, que aportará 2,4 millones de euros, mientras que el sector asumirá los 600.000 euros restantes. El reparto equivale a cuatro euros comunitarios por cada euro puesto por la industria. Las dos entidades sitúan el arranque del programa en 2027.

La iniciativa, denominada Spirits of Europe – GI, es la primera campaña promocional cofinanciada por la UE en la que participan espirituosos irlandeses. El dinero servirá para contratar especialistas comerciales en India y Japón, acudir a ferias y desarrollar acciones dirigidas a compradores, distribuidores, mayoristas, cocteleros y responsables del canal de hostelería.

Bord Bia e Irish Whiskey Association explican que el objetivo es dar a conocer la indicación geográfica del whiskey irlandés y la variedad de esta categoría en dos plazas asiáticas que el sector considera prioritarias para diversificar ventas. La campaña también promocionará otros espirituosos europeos con indicación geográfica, por lo que el presupuesto anunciado no puede atribuirse por completo al whiskey irlandés.

El programa forma parte de la política europea Enjoy, it’s from Europe, orientada a abrir nuevos mercados, diversificar socios comerciales y dar a conocer los estándares de calidad, seguridad y sostenibilidad de la UE. La solicitud irlandesa fue aprobada tras un proceso competitivo: la línea para terceros países recibió 97 peticiones y financió 25, según informan las entidades promotoras.

La indicación geográfica del whiskey irlandés protege su nombre, su origen y sus normas de producción. Ese sello tiene un peso económico claro para la industria. Bord Bia recuerda que las exportaciones de whiskey irlandés alcanzaron 930 millones de euros en 2025, el 43% del total de las exportaciones irlandesas de bebidas. Estados Unidos, la UE y el Reino Unido siguen siendo sus principales destinos por valor, aunque las destilerías llevan años buscando una base comercial más amplia.

India aparece como una de las apuestas del sector. Los datos de IWSR citados por Bord Bia y la asociación sitúan a ese país como el segundo mercado del whiskey irlandés por volumen. En los últimos cinco años, las ventas se han multiplicado por más de doce,

pese a un arancel del 150% sobre las exportaciones a India. Las entidades añaden que el acuerdo de libre comercio entre la UE y la India, cerrado recientemente y pendiente de entrada en vigor en 2027, reducirá ese gravamen a la mitad de forma inmediata y lo llevará al 40% en los siete años siguientes.

Japón es la otra pieza del plan. IWSR cifra en un 305% el aumento del volumen vendido desde 2020. Bord Bia señala que se trata de un mercado con larga tradición de destilación de whiskey, pero que en los últimos años también ha incorporado referencias de otros países productores consolidados.

El ministro irlandés de Agricultura, Alimentación y Mar, Martin Heydon, valoró la inversión como un apoyo a un sector con peso en las exportaciones agroalimentarias del país y con presencia laboral en zonas rurales. Jim O'Toole, director general de Bord Bia, afirmó que India y Japón ofrecen margen para ampliar el conocimiento de la categoría. Eoin Ó Catháin, director de Irish Whiskey Association, añadió que el 95% del whiskey irlandés destilado se vende fuera de Irlanda y vinculó una parte del avance futuro de la industria a su implantación en ambos mercados asiáticos.

La dotación anunciada corresponde al presupuesto del plan para tres años. No equivale a gasto ya ejecutado ni garantiza por sí misma un aumento de ingresos o de exportaciones, aunque sí fija la magnitud del respaldo europeo y sectorial a la apertura comercial en India y Japón.