vinetur

Familia Marí Mayans viaja a Japón con su hierbas ibicencas premiadas

La firma ibicenca acudirá a ProWine Tokyo 2026 para reforzar su presencia en el mercado asiático

martes 14 de abril de 2026



La empresa ibicenca Familia Marí Mayans viajará esta semana a Japón para participar del 15 al 17 de abril en ProWine Tokyo 2026, una de las ferias internacionales de vinos y bebidas espirituosas más relevantes del mercado asiático, integrada dentro de la

marca Anuga. La cita se celebrará en el recinto ferial Tokyo Big Sight, en Tokio, y servirá para presentar sus Hierbas Ibicencas Familia Marí Mayans, reconocidas con el Premio Alimentos de España como mejor bebida espirituosa con Indicación Geográfica 2025, un galardón que otorga el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

La compañía dará a conocer este destilado tradicional en el Pabellón de España, organizado por la Cámara de Comercio de España en Japón. Allí actuará como embajadora de Ibiza y trasladará al público profesional japonés la elaboración de unas hierbas que produce íntegramente en la isla con recetas artesanas que datan de 1880. La empresa subraya que su propuesta combina botánicos locales y procesos de destilación artesanales, y que esa forma de trabajar ha permitido mantener una elaboración ligada a la tradición ibicenca.

Bartolomé y Carlos Marí Mayans, impulsores y quinta generación de la firma, señalan que asistir a ProWine Tokyo 2026 supone una ocasión para seguir posicionándose en un país que valora la cultura del detalle y las elaboraciones artesanales. La empresa recuerda que cuenta con más de un siglo de historia y que, además de proteger las recetas tradicionales de la isla, ha evolucionado para crear licores de reconocimiento internacional y situarlos en el mercado.

Familia Marí Mayans llega a Tokio después de su participación reciente en Alimentaria Barcelona, donde obtuvo una buena acogida. En la feria japonesa, orientada a profesionales, trabajará junto a su importador en Japón para establecer nuevos contactos comerciales, identificar distribuidores potenciales y ampliar su red de comercialización en la región.

La compañía ya se distribuye en el país nipón y quiere reforzar allí la presencia de su marca. Con esta acción, busca seguir impulsando su internacionalización y acercar al público asiático los sabores y la tradición de Ibiza, además de favorecer el encuentro entre culturas a través de uno de sus productos más emblemáticos.

El material informativo que la empresa presenta en Japón también pone el foco en la dimensión comercial del producto. La ficha difundida por la compañía describe las Hierbas Ibicencas como un licor premium elaborado con hierbas mediterráneas y remolacha, con 26 grados de alcohol y formato de 1.000 ml. El documento añade que

no contiene colorantes ni aromas añadidos y que se elabora con materias primas seleccionadas y métodos artesanales.

Ese mismo material sitúa el origen de la marca en la década de 1880, cuando la familia fundó la primera destilería en Ibiza. También recuerda que en 1996 el producto obtuvo la certificación de indicación geográfica de Ibiza y que en 2025 recibió el reconocimiento del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación como mejor bebida espirituosa con Indicación Geográfica dentro de los Premios Alimentos de España.

La presentación para el mercado japonés incluye además referencias al uso del producto en hostelería. La empresa lo plantea como una bebida apta para tomar sola, con soda o como base de cócteles, y la dirige a bares, restaurantes, hoteles y otros establecimientos. En su propuesta comercial, Familia Marí Mayans insiste en que el producto puede integrarse en distintas cartas y en que su perfil aromático y su versatilidad facilitan su uso en servicio.

La firma también ofrece una versión premium, la Iebas Rama 700 ml, con un precio de venta recomendado de 4.719 yenes con impuestos incluidos. Según la documentación remitida, esta referencia incorpora ramas de anís en la botella y se presenta como una línea pensada para responder a las necesidades de los establecimientos que buscan una imagen diferenciada en sala.

La presencia en ProWine Tokyo 2026 forma parte de la estrategia de expansión exterior de la empresa ibicenca, que quiere consolidar su posición en Japón y abrir nuevas vías en Asia a partir de un producto que vincula origen, tradición y distribución internacional.