vinetur

L’India taglierà i dazi su Scotch e gin britannici al 75% il 15 luglio

Il taglio previsto da un nuovo accordo commerciale potrebbe ridisegnare i prezzi nel vasto mercato indiano del whisky, anche se tasse e norme statali ne limiteranno i benefici

lunedì 6 luglio 2026



Il nuovo accordo commerciale tra India e Regno Unito è destinato a ridurre il dazio all’importazione indiano su Scotch whisky e gin provenienti dal Regno Unito al 75% il 15 luglio, dal 150%, con un ulteriore taglio al 40% previsto per il 2036, secondo un’analisi

pubblicata lunedì dallo studio legale Dentons Link Legal.

La modifica tariffaria fa parte del Comprehensive Economic and Trade Agreement, firmato da India e Gran Bretagna il 24 luglio 2025. L'accordo punta ad ampliare il commercio bilaterale entro il 2030 partendo da un livello che lo studio ha indicato in circa 56 miliardi di dollari. Per produttori di spirits, importatori e distributori, l'effetto immediato si farà probabilmente sentire in uno dei mercati del whisky più importanti al mondo, dove dazi doganali più bassi potrebbero ridisegnare prezzi, margini e piani di ingresso sul mercato per i marchi britannici.

L'India è già il più grande mercato mondiale dello Scotch whisky per volume. Dentons Link Legal ha affermato che le importazioni erano di circa 192 milioni di bottiglie nel 2024 e sono salite a oltre 200 milioni di bottiglie nel 2025. Questa scala aiuta a spiegare perché la riduzione tariffaria conti ben oltre la politica doganale. Potrebbe rendere più competitivi in India lo Scotch premium e il gin britannico, anche se i prezzi finali a scaffale non scenderanno in modo semplice o uniforme.

Questo perché il taglio del dazio centrale non elimina le molte altre imposte e i controlli che regolano la vendita di alcolici in India. L'alcol resta fortemente regolamentato a livello statale, e le accise imposte dai singoli stati continueranno invariati salvo diversa decisione dei governi locali. In pratica, ciò significa che qualsiasi beneficio derivante da dazi all'importazione più bassi potrebbe essere ridotto, ritardato o disomogeneo in tutta l'India a seconda di dove un prodotto viene venduto.

La struttura giuridica è centrale per capire come funziona il mercato. Nel sistema costituzionale indiano, produzione, fabbricazione, possesso, trasporto, acquisto e vendita di alcolici sono in larga misura materie di competenza statale. Ogni stato ha proprie leggi sulle accise, regole di licenza e requisiti di conformità. Alcuni stati consentono agli operatori privati di lavorare direttamente una volta ottenuti i permessi. Altri impongono alle aziende di operare tramite società statali del beverage che controllano importazioni, approvvigionamento o distribuzione.

Per i distillatori britannici e i partner importatori indiani, questo crea un quadro più complesso di quanto suggerisca il taglio tariffario in prima pagina. Un'azienda può ottenere un alleggerimento alla frontiera e continuare comunque a confrontarsi con

imposte statali elevate, sistemi di distribuzione monopolistici o approvazioni separate per magazzinaggio, trasporto e accesso al retail. Il risultato è che la strategia commerciale in India dipende spesso tanto dalla pianificazione stato per stato quanto dalla politica commerciale nazionale.

L'accordo arriva mentre i consumatori indiani hanno mostrato un crescente interesse per le bevande internazionali premium. Questa tendenza ha sostenuto importazioni più forti non solo dalla Gran Bretagna ma anche da paesi come Francia e Stati Uniti. In questo contesto, dazi più bassi su Scotch e gin potrebbero intensificare la კონკorrenza negli spirits importati e spingere i rivali a rivedere prezzi e strategia di portafoglio.

Le implicazioni si estendono all'intero business delle bevande. Gli importatori potrebbero rivedere le previsioni di volume, i distributori potrebbero rinegoziare i termini e i retailer potrebbero destinare più spazio a scaffale alle etichette importate a maggiore margine se la domanda si rafforza. Anche i produttori domestici potrebbero trovarsi di fronte a un segmento premium più competitivo, soprattutto nel whisky, dove i marchi importati godono di forte riconoscibilità tra i consumatori urbani.

Resta comunque attenuata qualsiasi aspettativa di un boom lineare dalle rigide regole indiane sulla pubblicità degli alcolici. Le norme nazionali vietano la pubblicità diretta di alcolici sulla televisione via cavo e limitano la promozione su stampa di prodotti che incoraggiano il consumo di alcol. L'India ha inoltre irrigidito la propria posizione sulla pubblicità surrogata, una pratica in cui i marchi di alcolici promuovono acqua gassata, CD musicali o altri prodotti leciti usando un branding strettamente legato alle etichette di liquori.

Secondo le regole attuali, le pubblicità possono essere considerate promozioni surrogate illecite se segnalano indirettamente un prodotto alcolico o utilizzano nomi di marca, loghi, colori o presentazioni associati a beni soggetti a restrizioni. Allo stesso tempo, gli standard indiani riconoscono alcune estensioni di marca legittime se soddisfano condizioni specifiche relative alla presenza sul mercato e alla spesa pubblicitaria proporzionale.

Le leggi statali aggiungono un ulteriore livello. In molte parti dell'India, le restrizioni si concentrano su pubblicazioni o promozioni che sollecitano il consumo di liquori piuttosto che su ogni menzione di un marchio di alcolici. Questo può lasciare spazio a forme limitate di comunicazione come la copertura editoriale, le sponsorizzazioni di eventi o le degustazioni, anche se anch'esse devono essere gestite con attenzione ai sensi della normativa locale.

La conformità alla sicurezza alimentare è un altro ostacolo importante per gli spirits importati. Le bevande alcoliche sono considerate alimenti ai sensi della legge indiana e devono rispettare standard che riguardano classificazione, gradazione alcolica, ingredienti, additivi e parametri di sicurezza. Gli importatori necessitano delle licenze appropriate nell'ambito del quadro della Food Safety and Standards Authority of India, oltre alla registrazione come importatore-esportatore.

Nei punti di ingresso, l'alcol importato è soggetto a verifica documentale, ispezione visiva e campionamento basato sul rischio attraverso il sistema indiano di sdoganamento delle importazioni alimentari. Le etichette devono includere, tra le altre informazioni, descrizione del prodotto, gradazione alcolica, quantità netta, dati dell'importatore, paese d'origine e identificazione del lotto. Sono inoltre richiesti avvertenze sanitarie e alcuni stati impongono ulteriori regole di etichettatura.

Il diritto della concorrenza è un altro ambito che sta attirando attenzione nel settore alcolico indiano. Dentons Link Legal ha segnalato recenti accuse che coinvolgono grandi operatori del settore, accusati di colludere con i rivenditori o di usare sconti e incentivi per assicurarsi uno spazio dominante sugli scaffali escludendo whisky rivali. Questi casi sottolineano che i fornitori esteri che entrano in India con condizioni tariffarie più favorevoli potrebbero comunque essere sottoposti a un attento esame delle modalità di distribuzione e dei rapporti con i retailer.

Per le aziende beverage, questo significa che l'accordo commerciale apre un'opportunità ma non una strada semplice. Dazi doganali più bassi possono migliorare i costi sbarcati per lo Scotch whisky e il gin britannico, sostenendo una distribuzione più ampia o un posizionamento premium più aggressivo. Ma questi vantaggi dipenderanno da come le aziende sapranno orientarsi tra strutture di accisa, sistemi di licenza, regole

di etichettatura e rischi concorrenziali nei diversi stati indiani.

La tempistica conta per entrambe le parti del commercio. Gli esportatori britannici di spirits hanno a lungo considerato l'India un mercato ad alto potenziale ma frenato da dazi elevati. Con il primo grande taglio del dazio che entra in vigore il 15 luglio, le aziende hanno ora una base più chiara per pianificare spedizioni, modelli di prezzo e partnership nel prossimo decennio. Anche gli importatori indiani e gli acquirenti del settore hospitality probabilmente rivedranno i portafogli mentre valutano se i dazi ridotti possano tradursi in una domanda più forte in bar, hotel e negozi al dettaglio.

Se i consumatori vedranno riduzioni di prezzo significative varierà in base al marchio e al mercato. Il dazio all'importazione è solo una parte del costo finale di una bottiglia in India. Le accise statali, le spese logistiche, i margini dei distributori e i ricarichi del retail restano tutti fattori rilevanti. Anche così, il taglio tariffario cambia abbastanza l'economia da rendere l'India un campo di battaglia ancora più importante per le aziende globali degli spirits in competizione per la crescita in Asia.

Per il whisky in particolare, il cambiamento potrebbe influenzare tutto, dai calendari di lancio ai formati delle bottiglie e alle strategie di premiumizzazione. I marchi che in passato faticavano a giustificare l'espansione a causa dei dazi elevati potrebbero ora testare una distribuzione più ampia o entrare in nuove città. Altri potrebbero usare il minore onere tariffario per proteggere i margini invece di tagliare drasticamente i prezzi.

Questo rende l'accordo importante non solo come misura commerciale ma anche come segnale per l'intero settore delle bevande. In un mercato in cui le tasse spesso determinano cosa arriva sugli scaffali e a quale prezzo, anche una riduzione parziale può modificare le decisioni di investimento lungo importazione, distribuzione e retail. Per i produttori di Scotch whisky e gin britannico che guardano alla scala dell'India e alla crescente domanda di spirits premium, il 15 luglio segna un cambiamento significativo nell'accesso al mercato, anche se molte barriere restano saldamente in vigore.