vinetur

I gruppi del whiskey irlandese lanciano un piano da 3 milioni di euro per India e Giappone

L’UE finanzierà l’80% del programma triennale, la prima campagna promozionale cofinanziata a includere distillati irlandesi

venerdì 13 novembre 2026



Bord Bia e l’Irish Whiskey Association hanno annunciato giovedì 12 novembre una campagna da 3 milioni di euro per promuovere il whiskey irlandese e altri distillati europei a indicazione geografica in India e Giappone. L’iniziativa rientra in un programma triennale che dovrebbe partire nel 2027.

La campagna, denominata Spirits of Europe – GI, è finanziata con 2,4 milioni di euro dall'Unione europea e 600.000 euro dal settore, secondo una nota pubblicata da Ibec, l'organizzazione imprenditoriale irlandese di cui fa parte Drinks Ireland. L'UE coprirà quindi l'80% del budget e il settore il restante 20%.

Il programma non è riservato al solo whiskey irlandese. Comprende i distillati europei tutelati dalle norme sulle indicazioni geografiche, anche se gli organizzatori hanno dichiarato che il whiskey irlandese sarà uno dei principali punti di riferimento. La cifra annunciata è un budget promozionale, non un dato sulle vendite o sulle esportazioni né una garanzia di ricavi futuri.

Bord Bia, l'Irish Food Board, e l'Irish Whiskey Association hanno dichiarato che la campagna si rivolgerà ad acquirenti, distributori, grossisti, bartender e altri decisori del canale horeca in entrambi i Paesi. I fondi serviranno a finanziare specialisti di mercato dedicati in India e Giappone, la partecipazione a fiere di settore e attività sui media commerciali rivolte agli acquirenti professionali.

Gli organizzatori l'hanno definita la prima campagna promozionale cofinanziata dall'UE a includere distillati irlandesi. I fondi sono stati ottenuti attraverso il programma europeo Enjoy, it's from Europe, che sostiene progetti volti ad aprire nuovi mercati, diversificare i rapporti commerciali e promuovere gli standard dell'UE in materia di qualità, sicurezza e sostenibilità.

Secondo la nota, la domanda è stata presentata nell'ambito della categoria Third Country - All Markets e ha ottenuto i finanziamenti al termine di una selezione competitiva. Il gruppo ha dichiarato che le candidature presentate in quella categoria sono state 97, di cui 25 approvate.

L'annuncio riflette il più ampio impegno dei produttori di whiskey irlandese a ridurre la dipendenza dai principali mercati di esportazione tradizionali. Stati Uniti, Unione europea e Regno Unito restano i mercati di maggior valore per il settore, ma i produttori irlandesi guardano sempre più all'Asia per crescere.

Nel 2025 le esportazioni di whiskey irlandese hanno raggiunto un valore di 930 milioni di euro, pari al 43% delle esportazioni complessive di bevande dell'Irlanda, secondo la nota. L'Irish Whiskey Association ha inoltre dichiarato che il 95% del whiskey distillato in Irlanda viene esportato.

L'India è già una destinazione importante per la categoria. Citando i dati di IWSR, gli organizzatori hanno dichiarato che l'India è il secondo mercato per volume del whiskey irlandese e che le vendite nel Paese sono cresciute di oltre dodici volte negli ultimi cinque anni. Secondo quanto riferito, questa espansione è avvenuta nonostante un dazio del 150% sulle esportazioni verso l'India.

La nota ha inoltre collegato la campagna ai cambiamenti commerciali attesi tra India e UE. Secondo il testo, l'accordo di libero scambio tra India e UE, concluso di recente, dovrebbe entrare in vigore nel 2027, dimezzando subito il dazio e riducendolo poi al 40% nei sette anni successivi. Se la tabella di marcia sarà rispettata, dazi più bassi potrebbero migliorare la competitività del whiskey irlandese importato in quello che il settore definisce il più grande mercato del whiskey al mondo.

Il Giappone è un mercato più piccolo dell'India in termini di volume, ma i produttori lo considerano comunque un'importante opportunità di crescita. La nota, citando ancora IWSR, ha riferito che dal 2020 i volumi di vendita del whiskey irlandese in Giappone sono aumentati del 305%. Il Paese vanta una lunga tradizione di produzione di whiskey, ma negli ultimi anni importatori e consumatori hanno mostrato un interesse crescente anche per i prodotti di altri Paesi produttori.

La tutela delle indicazioni geografiche è centrale nel messaggio della campagna. La protezione delle indicazioni geografiche stabilisce regole sull'origine e sugli standard di produzione e limita l'uso dei nomi tutelati. Per il whiskey irlandese, questa tutela serve a salvaguardare le modalità di produzione e commercializzazione del prodotto sui mercati di esportazione.

I gruppi promotori hanno presentato la campagna sia come iniziativa commerciale sia come attività di informazione sui mercati. In concreto, gran parte della spesa sembra destinata ai canali commerciali più che alla pubblicità rivolta al pubblico generale. Il personale dedicato nei due mercati dovrebbe lavorare direttamente con distributori e

altri partner commerciali, mentre fiere e media specializzati mirano ad accrescere la visibilità tra gli acquirenti del settore.

Il budget di 3 milioni di euro è ripartito su tre anni, ma gli organizzatori non hanno pubblicato una suddivisione annuale o per Paese. Non hanno neppure fornito un budget precedente comparabile per iniziative simili in India o Giappone. L'annuncio indica quindi chiaramente l'importo complessivo e la struttura dei finanziamenti, ma non specifica quanto sarà speso in ciascun mercato né quali attività riceveranno la quota maggiore.

La campagna offre inoltre un'indicazione del ruolo del sostegno pubblico nell'espansione del settore in Asia. Con l'UE che mette a disposizione quattro euro per ogni euro versato dal settore, il progetto mostra il livello di sostegno istituzionale disponibile per la promozione delle esportazioni quando i produttori riescono a ottenere cofinanziamenti attraverso Bruxelles.

L'annuncio è stato diffuso da organizzazioni strettamente legate al settore e alla promozione di cibo e bevande irlandesi. Bord Bia è l'agenzia statale irlandese che promuove i prodotti alimentari e le bevande nel Paese e all'estero. L'Irish Whiskey Association rappresenta distillerie, imbottigliatori e proprietari di marchi in tutta l'isola d'Irlanda. Ibec, che ha pubblicato la nota, è la principale organizzazione irlandese di imprese e datori di lavoro.

L'annuncio non chiarisce quanta attività aggiuntiva la campagna riuscirà a generare. I programmi promozionali possono aumentare la notorietà e aiutare i distributori a entrare in un mercato o a espandervisi, ma non garantiscono un incremento delle vendite. È un aspetto particolarmente rilevante in questo caso, poiché il programma comprende un gruppo più ampio di distillati europei a indicazione geografica, anche se il whiskey irlandese dovrebbe essere il principale beneficiario in termini di visibilità.

La portata dei finanziamenti e la scelta di India e Giappone indicano comunque dove il settore vede le prossime opportunità. Dopo anni di crescita nei mercati occidentali consolidati, i produttori di whiskey irlandese stanno investendo nuove risorse in due destinazioni asiatiche dove le vendite sono già in aumento e le condizioni commerciali potrebbero diventare più favorevoli a partire dal 2027.