vinetur

A Bushmills redesenha a garrafa do Black Bush após quase 20 anos

A embalagem mais alta e mais estreita mantém inalterada a mistura de 40% com predominância de xerez, associando o rótulo mais estreitamente aos single malts da Bushmills.

sexta-feira, 11 de setembro de 2026



A Bushmills Irish Whiskey apresentou uma garrafa redesenhada para o Black Bush, marcando a primeira grande alteração na embalagem deste uísque blended em quase 20 anos, numa altura em que a destilaria da Irlanda do Norte procura conferir a uma das suas marcas mais conhecidas uma identidade global mais forte e consistente.

A mudança foi anunciada esta semana pela Old Bushmills Distillery, no condado de Antrim, onde o whisky é produzido. A empresa afirmou que a nova garrafa tem como objetivo alinhar o Black Bush com a direção visual que adotou para a sua gama de single malts em 2021 e unificar o portfólio mais alargado da Bushmills sob um design

mais coeso.

O uísque em si não sofreu alterações. A Bushmills afirmou que o Black Bush continuará a ser produzido segundo a mesma receita, com uma elevada proporção de uísque single malt amadurecido em antigos barris de xerez Oloroso e misturado com uísque de cereais destilado em lotes. Continua a ser engarrafado com 40% de álcool por volume.

O redesenho centra-se na forma da garrafa e nos detalhes da superfície. A Bushmills afirmou que a nova garrafa do Black Bush é mais alta e mais esguia do que a versão anterior, com ombros mais largos, ângulos mais acentuados e uma rolha de madeira visível coberta por uma tampa transparente. A empresa afirmou que o objetivo era criar uma embalagem mais fácil de reconhecer, tanto nas prateleiras das lojas como nos bares.

Vários elementos inspiram-se na paisagem em redor da destilaria. A Bushmills afirmou que um recorte hexagonal na base foi inspirado nas colunas de basalto da Calçada dos Gigantes, um marco costeiro próximo da destilaria. Os rótulos seguem a forma mais angular da garrafa, e o ombro inclui uma gravação do alambique da Bushmills.

A reformulação surge num momento em que os produtores de uísque irlandês continuam a avançar de forma mais agressiva nas categorias premium e super-premium nos mercados de exportação. A Bushmills afirmou que o uísque irlandês registou uma taxa de crescimento anual composta de 9 % em valor e 7 % em volume nos últimos cinco anos, enquanto a marca Bushmills cresceu cerca de 8 % ao ano durante o mesmo período. Estes números foram fornecidos pela empresa e não foram verificados de forma independente no comunicado.

Colum Egan, mestre destilador da Old Bushmills Distillery, afirmou que a decisão visava atualizar a apresentação, em vez de alterar o líquido. Descreveu o Black Bush como um uísque caracterizado pelo seu carácter suave, associado à tripla destilação, e pelas notas mais doces de frutos secos, resultantes da influência dos barris de xerez. Afirmou que o fabricante de vidro Encirc desempenhou um papel importante na transformação dessa herança naquilo a que chamou de uma garrafa premium mais marcante.

Muiris Ó Riada, diretor de marketing internacional da Proximo Spirits, empresa-mãe da Bushmills, afirmou que o Black Bush tem registado um crescimento constante ao longo de vários anos e que o redesenho tem como objetivo proporcionar aos distribuidores e retalhistas uma história mais clara para contar nas lojas e nos bares. A Proximo Spirits é uma empresa de bebidas sediada nos EUA, com sede em Jersey City, Nova Jérsia.

A nova embalagem reflete também um esforço mais amplo da Bushmills para acentuar a distinção entre os seus blends e single malts, mantendo-os, ao mesmo tempo, visualmente ligados. A empresa tem vindo a enfatizar cada vez mais a sua longa história e o seu local de origem nos materiais de branding, à medida que a concorrência no mercado do uísque irlandês se intensifica. A Old Bushmills remonta a 1608 a sua história de destilação licenciada e descreve-se como a destilaria de uísque licenciada mais antiga do mundo.

O Black Bush ocupa há muito um lugar-chave na gama da Bushmills, uma vez que se situa entre as misturas de nível básico da empresa e os seus single malts com indicação de idade. A Bushmills descreve-o como um blend mais rico e com um sabor a malte mais proeminente do que os blends irlandeses padrão, com doçura de xerez no nariz, notas de frutos secos, uma textura sedosa e sabores a frutos secos e especiarias no paladar. A empresa afirmou que essas características sensoriais permanecem inalteradas na nova edição.

Para apoiar o relançamento, a Bushmills está também a promover uma receita simples de highball à base de Black Bush, cerveja de gengibre, sumo de limão e gelo. A empresa apresentou a bebida como uma opção fresca e equilibrada que mantém o uísque no centro da bebida. Essa abordagem enquadra-se numa tendência mais ampla do setor, em que as marcas de uísque premium procuram atrair tanto os consumidores tradicionais como aqueles que, cada vez mais, pedem bebidas longas e cocktails clássicos.

A empresa também destacou um prémio recente como parte do seu argumento a favor da posição do Black Bush no mercado. A Bushmills afirmou que o uísque ganhou uma medalha de ouro nos Irish Whiskey Awards de 2025, acrescentando que este reconhecimento, aliado ao elevado teor de malte do blend e à reputação de longa data

da destilaria, coloca-o numa posição forte no segmento dos blends irlandeses premium.

Atualmente, a Bushmills comercializa um portfólio que inclui misturas originais e premium, bem como single malts com 10, 16 e 21 anos de envelhecimento. Nos últimos anos, grande parte da atenção do público em relação à marca tem-se centrado nos seus single malts mais envelhecidos e no segmento de luxo da categoria. A reformulação do Black Bush indica que a empresa também vê margem para um maior crescimento no segmento dos blends, especialmente à medida que a «premiumização» continua a moldar os hábitos de compra no mercado global de bebidas espirituosas.

A garrafa atualizada do Black Bush está a ser lançada num momento em que a Bushmills expande as suas ambições internacionais e procura uma presença mais moderna nas prateleiras, sem alterar um uísque que há muito é um dos produtos emblemáticos da marca.