vinetur

Grupos de whiskey irlandês lançam campanha de 3 milhões de euros na Índia e no Japão

A UE financiará 80% do programa de três anos, a primeira campanha de promoção cofinanciada a incluir bebidas espirituosas irlandesas

sexta-feira, 13 de novembro de 2026



A Bord Bia e a Irish Whiskey Association anunciaram na quinta-feira, 12 de novembro, uma campanha de 3 milhões de euros para promover o whiskey irlandês e outras bebidas espirituosas europeias com indicação geográfica na Índia e no Japão. A iniciativa integra um programa de três anos, com início previsto para 2027.

A campanha, designada Spirits of Europe – GI, é financiada com 2,4 milhões de euros da União Europeia e 600 000 euros do setor, segundo um comunicado divulgado pela Ibec, a organização empresarial irlandesa que integra a Drinks Ireland. Isto significa que a UE assegura 80% do orçamento e o setor os restantes 20%.

O programa não se limita ao whiskey irlandês. Abrange bebidas espirituosas europeias protegidas pelas regras relativas às indicações geográficas, embora os organizadores tenham afirmado que o whiskey irlandês será um dos principais focos. O montante anunciado corresponde a um orçamento de promoção, não a uma estimativa de vendas ou exportações, nem a receitas futuras garantidas.

A Bord Bia, o organismo irlandês para a promoção dos produtos alimentares, e a Irish Whiskey Association afirmaram que a campanha se dirigirá a compradores, distribuidores, grossistas, bartenders e outros decisores do canal horeca nos dois países. O financiamento cobrirá a contratação de especialistas de mercado na Índia e no Japão, a participação em feiras comerciais e ações em meios de comunicação especializados, dirigidas a compradores profissionais.

Os organizadores descreveram a iniciativa como a primeira campanha de promoção cofinanciada pela UE a incluir bebidas espirituosas irlandesas. O financiamento foi obtido através da política da UE Enjoy, it’s from Europe, que apoia projetos destinados a abrir mercados, diversificar relações comerciais e promover os padrões da UE em matéria de qualidade, segurança e sustentabilidade.

Segundo o comunicado, a candidatura foi apresentada na categoria Third Country - All Markets e obteve financiamento num processo competitivo. O grupo afirmou que foram apresentadas 97 candidaturas nessa categoria e que 25 foram aprovadas.

O anúncio reflete um esforço mais amplo dos produtores de whiskey irlandês para reduzirem a dependência dos seus principais destinos de exportação tradicionais. Os Estados Unidos, a União Europeia e o Reino Unido continuam a ser os maiores mercados do setor em valor, mas os produtores irlandeses têm procurado cada vez mais oportunidades de crescimento na Ásia.

As exportações de whiskey irlandês atingiram 930 milhões de euros em 2025, representando 43% do total das exportações irlandesas de bebidas, segundo o comunicado. A Irish Whiskey Association afirmou também que 95% do whiskey destilado na Irlanda é exportado.

A Índia já é um destino importante para esta categoria. Citando dados da IWSR, os organizadores afirmaram que a Índia é o segundo maior mercado de whiskey irlandês em volume e que as vendas no país aumentaram mais de 12 vezes nos últimos cinco anos. Segundo os mesmos, este crescimento ocorreu apesar de uma tarifa de 150% sobre as exportações para a Índia.

O comunicado relacionou também a campanha com as alterações comerciais previstas entre a Índia e a UE. Segundo o texto, espera-se que o acordo de comércio livre entre a Índia e a UE, recentemente concluído, entre em vigor em 2027, reduzindo imediatamente a tarifa para metade e baixando-a depois para 40% ao longo dos sete anos seguintes. Se este calendário se concretizar, a redução dos direitos aduaneiros poderá melhorar a posição competitiva do whiskey irlandês importado naquele que o setor descreve como o maior mercado de whiskey do mundo.

O Japão é um mercado de menor dimensão do que a Índia em volume, mas os produtores também o consideram uma importante oportunidade de crescimento. O comunicado, citando novamente a IWSR, indicou que o volume de vendas de whiskey irlandês no Japão aumentou 305% desde 2020. O Japão tem uma indústria nacional de whiskey consolidada, mas, nos últimos anos, os importadores e consumidores têm demonstrado também um interesse crescente em produtos de outros países produtores.

O uso do estatuto de indicação geográfica é central na mensagem da campanha. A proteção das indicações geográficas estabelece regras de origem e de produção e limita o uso de nomes protegidos. No caso do whiskey irlandês, este estatuto visa salvaguardar a forma como o produto é produzido e comercializado nos mercados de exportação.

As organizações responsáveis pelo projeto apresentaram a campanha tanto como uma iniciativa comercial como uma ação de informação sobre o mercado. Na prática, grande parte da despesa parece destinar-se aos canais comerciais, mais do que à publicidade dirigida ao público em geral. Prevê-se que os profissionais destacados em cada mercado trabalhem diretamente com distribuidores e outros parceiros comerciais, enquanto as feiras e os meios de comunicação especializados deverão dar visibilidade aos produtos junto dos compradores do setor.

O orçamento de 3 milhões de euros será repartido por três anos, mas os organizadores não divulgaram a distribuição anual nem por país. Também não apresentaram um orçamento anterior comparável para iniciativas semelhantes na Índia ou no Japão. Assim, o anúncio indica claramente o montante total e a estrutura de financiamento, mas não esclarece quanto será gasto em cada mercado nem quais as atividades que receberão a maior parcela.

A campanha permite também avaliar a importância do apoio público à expansão do setor na Ásia. Com a UE a contribuir com quatro euros por cada euro investido pelo setor, o projeto mostra o nível de apoio oficial disponível para a promoção das exportações quando os produtores conseguem obter cofinanciamento através de Bruxelas.

O anúncio foi feito por organizações estreitamente ligadas ao setor e à promoção dos alimentos e bebidas irlandeses. A Bord Bia é a agência estatal irlandesa responsável pela promoção de alimentos e bebidas, na Irlanda e no estrangeiro. A Irish Whiskey Association representa destiladores, engarrafadores e proprietários de marcas de toda a ilha da Irlanda. A Ibec, que divulgou o comunicado, é a principal organização empresarial e patronal da Irlanda.

O anúncio não permite determinar quanto negócio adicional a campanha irá gerar. Os programas de promoção podem aumentar a notoriedade e ajudar os distribuidores a entrar num mercado ou a expandir a sua atividade, mas não garantem um aumento das vendas. Este aspeto é particularmente relevante neste caso, uma vez que o programa abrange um conjunto mais amplo de bebidas espirituosas europeias com indicação geográfica, ainda que se espere que o whiskey irlandês seja o principal beneficiário em termos de visibilidade.

Ainda assim, a dimensão do financiamento e a escolha da Índia e do Japão evidenciam onde o setor vê as próximas oportunidades. Após anos de crescimento nos mercados ocidentais consolidados, os produtores de whiskey irlandês estão agora a canalizar novos recursos para dois destinos asiáticos onde as vendas já têm vindo a aumentar e onde as condições comerciais poderão tornar-se mais favoráveis a partir de 2027.