Irish whiskey, gli Stati Uniti frenano. La crescita cerca nuove rotte

Per anni gli Stati Uniti sono stati il mercato di riferimento per l'espansione dell'Irish whiskey. Ora, con le vendite americane in difficoltà, i produttori stanno cercando nuove opportunità in Europa e in Asia. **The Spirits Business**, in un approfondimento di Tom Bruce-Gardyne, racconta questo cambiamento di strategia attraverso il caso di Kinahan's, marchio irlandese che ha scelto di costruire la propria distribuzione internazionale senza puntare sul mercato statunitense. La decisione risale al 2016, quando Kinahan's ha orientato lo sviluppo verso Europa e Asia, privilegiando accordi con importatori locali e una crescita progressiva, mercato per mercato. Oggi il whiskey è distribuito in 45 Paesi, senza una presenza negli Stati Uniti. Una scelta che, alla luce delle attuali difficoltà americane, appare meno controcorrente di quanto potesse sembrare dieci anni fa. Tra i mercati da osservare c'è soprattutto la Polonia, diventata il secondo sbocco internazionale dell'Irish whiskey. La Cina rappresenta invece una delle prossime direttrici di sviluppo per Kinahan's. Zak Oganian, CEO di ORIGEN X Group, sottolinea l'importanza di individuare partner distributivi affidabili e costruire con loro relazioni durature, anziché inseguire una rapida espansione geografica. In conclusione, diversificare i mercati non significa semplicemente compensare il rallentamento di quello principale. Significa adattare distribuzione, posizionamento e investimenti a Paesi con abitudini di consumo e livelli di maturità differenti. Un percorso che richiede tempo, soprattutto per i marchi che non dispongono della forza commerciale dei grandi gruppi.