

LBF RETAILERS

F O R T H E F U T U R E

Nº359 / V.6 [2023] www.retailersforthefuture.com



DESDE 1795



FLOR DE COPAN®

Hecho a Mano
Honduras

EL ALMA DE HONDURAS



Las Autoridades Sanitarias advierten que fumar perjudica gravemente su salud y la de los que están a su alrededor.

DESCUBRE EL ALMA DE HONDURAS EN TODAS SUS VERSIONES



PERLA
40 x 102 mm



SHORT MAGNUM
60 x 102 mm



GORDITO
55 x 120 mm



ROTHSCHILD
50 x 127 mm



TITÁN
60 x 152 mm

DESDE 1795



FLOR DE COPÁN, marca de cigarros premium hechos a mano en Honduras, llegó a España en febrero de 2023 y desde entonces se ha situado entre las marcas no cubanas más vendidas del mercado, con más de 200.000 cigarros vendidos en 9 meses.

Este año celebra su 20 aniversario y ofrece a los aficionados un refinado blend que unifica lo mejor de las regiones tabaqueras más exclusivas del país. La región del Valle de Copán reúne algunas de las condiciones más propicias para el cultivo de tabaco - clima húmedo y fértiles suelos - dando como resultado un tipo de tabaco cada vez más apreciado que alcanza su máxima expresión en **FLOR DE COPÁN**.

Fortaleza: suave a media.

Aroma: intenso y refinado, muy agradable, con toques amaderados y tostados, notas de cedro, frutos secos y vainilla.

Sabor: amaderado, tostado, con ligeras puntas dulces con postgusto a cedro, nueces, café, vainilla y canela.

Tripa: Honduras y Nicaragua.

Capote: Nicaragua.

Capa: Connecticut de Ecuador.

Si quiere ser atendido por la fuerza de ventas de Tabacalera, por favor envíe un email a: atencionclientetabacalera@tabacaleracigar.com

Las Autoridades Sanitarias advierten que fumar perjudica gravemente su salud y la de los que están a su alrededor.

DESDE 1795



VITOLA	MEDIDAS	ENVASE	PVP	SAP
Perla	40 x 102 mm	Estuche de 25 cigs.	3,20 €/cig.	3512488
Rothschild	50 x 127 mm	Estuche de 20 cigs.	5,80 €/cig.	3512489
Short Magnum	60 x 102 mm	Estuche de 20 cigs.	5,60 €/cig.	3512490
Gordito	55 x 120 mm	Estuche de 20 cigs.	6,20 €/cig.	3512487
Titán	60 x 152 mm	Estuche de 20 cigs.	7,90 €/cig.	3512491

LBF RETAILERS
FOR THE FUTURE

Nº359 / V.6 [2023] www.retailersforthefuture.com



Las Autoridades Sanitarias advierten que fumar perjudica gravemente su salud y la de los que están a su alrededor.

LOS TOP MUNDIALES DEL VAPEO EN ESPAÑA



¿TIENES OTRO NEGOCIO Y QUIERES DIGITALIZARLO CON STRATOR?

Strator es la solución 360 para cualquier negocio; incluye productos y servicios que cubren las necesidades de cualquier sector



Adaptamos nuestro hardware y software a los negocios del sector retail

Mantenemos a nuestros clientes en el centro con una atención directa y personalizada gracias a nuestros consultores y servicio de atención telefónica



Para más información, contacta con tu consultor de Strator o escríbenos a strator@logista.es

L&M RED AHORA ES MARLBORO CRAFTED



Fumar perjudica gravemente su salud y la de los que están a su alrededor

L&M RED AHORA ES MARLBORO CRAFTED

MARLBORO CRAFTED



Marlboro Crafted

**CÓDIGO LOGISTA KS20
3508834**



Marlboro Crafted Largo

**CÓDIGO LOGISTA LARGO
3512318**



**L&M RED AHORA SE VISTE DE MARLBORO,
SIN CAMBIAR EL PRODUCTO.**

Fumar perjudica gravemente su salud y la de los que están a su alrededor

MARLBORO CRAFTED

¡L&M RED SE VISTE DE MARLBORO CRAFTED!

¿Y qué encontrarán los consumidores en este cambio?

Un producto 100% Marlboro, la marca más querida y valorada del mercado. Con un paquete de tabaco más asequible, como nos estaban pidiendo y, además, ¡ambos productos comparten la misma mezcla!

*Recuerda que a partir de ahora tendrás que pasar tu pedido habitual de L&M Red a través de los códigos Logista de Marlboro Crafted.

**Fumar perjudica gravemente su salud
y la de los que están a su alrededor**



SUMARIO

6	EDITORIAL. El vapeo, protagonista
8	REPORTAJE. Strator Fest, nuevo éxito de la feria de Logista Strator
12	REPORTAJE VIII Congreso Frente al Contrabando de Tabaco: Aumenta la fabricación y comercialización ilegal de picadura
18	REPORTAJE Según Cochrane, cigarrillos electrónicos para dejar de fumar
28	REPORTAJE. Imprescindible InterTabac 2023
30	REPORTAJE. Imprescindible InterTabac 2023
40	REPORTAJE. Imprescindible InterTabac 2023
50	REPORTAJE. Imprescindible InterTabac 2023
54	REPORTAJE. Imprescindible InterTabac 2023
58	REPORTAJE. Imprescindible InterTabac 2023
64	REPORTAJE. Imprescindible InterTabac 2023
86	REPORTAJE. Imprescindible InterTabac 2023
90	REPORTAJE. Imprescindible InterTabac 2023
96	REPORTAJE. Imprescindible InterTabac 2023
100	REPORTAJE. Imprescindible InterTabac 2023
102	REPORTAJE. Imprescindible InterTabac 2023
106	REPORTAJE. Imprescindible InterTabac 2023
108	REPORTAJE. Imprescindible InterTabac 2023



NUEVA FAMILIA

Winston Selection

Elegir bien cuesta poco



CÓDIGO LOGISTA
3514558

CÓDIGO LOGISTA
3514559



4.70 €

4.50 €



El segmento de precio más económico representa un 42%* de las ventas en estanco y creciendo.

*Fuente: Estimaciones internas.



Con esta nueva extensión de la familia Winston, atendemos la demanda de tus consumidores más sensibles al precio y que buscan una alternativa más económica.



Dentro de este segmento, las marcas de precio más bajo crecen de manera muy acelerada.



Gracias a su **precio competitivo**, con Winston Selection generarás **volumen adicional** a tus ventas y a un precio más rentable.



Winston es **marca líder** del mercado, gracias a su gran **calidad** y **portafolio competitivo**.



Podrás atraer nuevos consumidores manteniendo la misma **calidad Winston** de siempre.



Winston amplia su portfolio con una **NUEVA** familia, teniendo **una opción para cada tipo de consumidor**.

El humo del tabaco contiene más de 70 sustancias cancerígenas.

El humo del tabaco contiene más de 70 sustancias cancerígenas.

DIRECTOR

Raúl Rodríguez de Alba

raul.rodriguez@amediciones.es

REDACCIÓN

Lorenzo Cardaña

lorenzo.cardena@amediciones.es

Karina Conde - Generación W

generacionw@amediciones.es

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Pablo Pereda

pablo.pereda@amediciones.es

PUBLICIDAD

publicaciones@amediciones.es

ADMINISTRACIÓN

José Carlos Gómez

josecarlos@amediciones.es

COLABORADORES

Ángel Antonio García Muñoz, Álvaro

Muñoz Robledano, David Cagigas,

Patricia Moreno.

IMPRESIÓN Y FOTOMECAÁNICA

JOMAGAR

DEPÓSITO LEGAL

M - 1406 - 1994. ISSN 2341-3131

DIRECCIÓN WEB

www.retailersforthefuture.com

Am & Reyes
PUBLICACIONES

EDITA

Av. de Manoteras, 24. 28050 (Madrid)

Telfs. 91 716 02 25 Fax 91 657 39 33

www.amediciones.es

A.M. & REYES PUBLICACIONES, S.A.

CONSEJERO DELEGADO

Raimundo de los Reyes-García Martínez

raimundo.reyes@amediciones.es

DIRECTOR EDITORIAL

Raúl Rodríguez de Alba

RETAILERS LBF respeta las opiniones de sus colaboradores, pero no se identifica necesariamente con ellas. Autoriza la reproducción citando la procedencia.

RETAILERS LBF se reserva el derecho de editar, corregir o abreviar cualquier material aceptado para su publicación.

RETAILERS LBF es una publicación destinada exclusivamente a los profesionales del comercio de tabaco, disponible únicamente bajo suscripción.

Usted tiene derecho a acceder a la información que le concierne, recopilada en nuestro fichero, y a cancelarla y/o rectificarla en caso de ser errónea. El envío de estos datos personales supone el consentimiento para que AM y Reyes Publicaciones los incorpore a su fichero automatizado e intransferible de los cuales será responsable para comunicarse con usted en el futuro.

EDITORIAL

RAÚL RODRÍGUEZ DE ALBA

Director

El vapeo, protagonista

Estamos siendo testigos en nuestros tiempos del cambio que está experimentando el sector. Si bien los cigarrillos electrónicos ya se nos presentaron hace más de una década de una forma un tanto confusa –pocos sabían qué eran y cómo iban a ser recibidos entre los consumidores–, no ha sido hasta hace unos cinco años, y en especial después de la pandemia, cuando el vapeo ha tomado auténtica carta de naturaleza y ser una industria que ha reunido todos los mimbres que hacen que pueda afirmarse que ha llegado para quedarse.

La última feria InterTabac, que se celebró el pasado mes de septiembre en Dortmund (Alemania), el gran foro del tabaco mundial en el que se da cita todo aquel que tiene un nombre en este sector, es claro ejemplo de este hecho. No en vano, 150 de los 680 expositores internacionales de la feria, casi una cuarta parte, han sido empresas dedicadas a los productos de nueva generación, los llamados NGP. O por decirlo de otra forma, de los diez pabellones que componían la muestra, seis y buena parte de los pasillos y accesos al certamen estaban dedicados a estos productos de nueva generación, entre los que se encuentran los productos sin combustión y todo lo relacionado con el vapeo, cigarrillos electrónicos y líquidos electrónicos, así como los llamados productos de potencial riesgo reducido (PRRP), como el snus y el CBD. Es decir, mucho de lo que se va a vender con normalidad en los estancos en la siguiente década.

La popularidad entre los consumidores de estos productos de nueva generación está ya más que demostrada, pero en la feria se vio que es una industria pujante y de futuro y, como decimos, el simple hecho de darse un paseo por el inmenso espacio dedicado en los pabellones de Intertabac a estos productos sirve para darse cuenta del nuevo mundo que viene ya al estanco y hace que merezca la pena visitar la feria en años venideros para estar al tanto de las novedades y tendencias de una industria en constante evolución.

Haciéndonos eco de ello, en esta edición dedicamos un amplio espacio a hablar de ellos y de quiénes son los top vapers mundiales que ya están en España.

Ello sin olvidar la repercusión que han adquirido igualmente en las más recientes convocatorias de los Premios Retailers de LBF-Retailers for the Future, como sucederá también en la edición de 2024, con numerosas categorías que reflejan el impacto de esta industria de los productos de nueva generación en la Red de Expendedurías de Tabaco y Timbre.

Para responder a cualquier duda sobre cómo participar en la 11ª edición de los Premios Retailers, en las páginas de esta revista los lectores podrán encontrar amplia información sobre esta convocatoria, los requisitos para la presentación de las candidaturas, los plazos, la elección de los finalistas y la elección de los ganadores de cada una de las quince categorías a las que se puede optar. Todo lo que hay que saber para no perderselos.



L&M RED AHORA ES MARLBORO CRAFTED

¿Y QUÉ ENCONTRARÁN LOS CONSUMIDORES CON ESTE CAMBIO?

Un producto 100% Marlboro, la marca más querida y valorada del mercado. Con un paquete de tabaco más asequible, como nos estaban pidiendo y, además, jambos productos comparten la misma mezcla!

*Recuerda que a partir de ahora tendrás que pasar tu pedido habitual de L&M Red a través de los códigos Logista de Marlboro Crafted.

MARLBORO

CRAFTED

Fumar perjudica gravemente su salud y la de los que están a su alrededor

En la Casa de Burgos, en Madrid

Strator **FEST** NUEVO ÉXITO DE LA FERIA DE LOGISTA STRATOR

Las instalaciones y jardines de la Casa de Burgos, en la Casa de Campo de Madrid, acogieron una nueva edición de Strator Fest, la feria tecnológica de Logista Strator. De esta forma, Madrid toma el relevo de Valencia y Málaga –donde se celebraron la primera y segunda ediciones respectivamente– y lo ha hecho cosechando otro rotundo éxito tanto de convocatoria entre el sector del estanco como de partners expositores que no hace sino refrendar a Strator como plataforma tecnológica líder en el sector del estanco.

Durante el evento se llevó a cabo una demostración práctica de la plataforma tecnológica Strator y todos los productos, servicios e integraciones disponibles en su portfolio para mostrar su avance y crecimiento, con soluciones que cubren las necesidades de cualquier negocio.

A lo largo de la presentación,

Strator Fest, además de mostrar toda la oferta de productos y servicios de Logista Strator, es un foro en el que compartir opiniones, puntos de vista y conocer las demandas de los clientes del sector.

a la que acudieron cerca de cuatrocientas personas procedentes de la capital y de sus provincias limítrofes, más de 20 expositores mostraron soluciones para la gestión de efectivo, control horario, conveniencia, tesorería, etiquetas

electrónicas, creación de páginas web, recargas electrónicas, lotería, cobro de facturas y hasta retirada de efectivo, obras, reformas e

tas. Los servicios de Consultoría que ofrece la compañía permiten a cada retailer encontrar soluciones para cualquiera de las áreas de gestión



interiorismo, entre otras funciones. También destacaron especialmente los productos muy vinculados a los estancos como los humidores o las banderolas.

Logista Strator es el referente en el sector para los clientes minoris-

que quiere mejorar: gestión de efectivo, seguridad, stocks, formación, marketing e interiorismo, ampliación de negocio... En este sentido, durante la Feria se presentaron los nuevos servicios integrados con el TPV Logista Strator, Nacex by Logista y

Los servicios de consultoría que ofrece Logista Strator permiten a cada retailer encontrar soluciones para cualquiera de las áreas de gestión que quiere mejorar: gestión de efectivo, seguridad, stocks, formación, marketing e interiorismo, ampliación de negocio...

SOBRE LOGISTA STRATOR

Logista Strator es la plataforma tecnológica especializada en la gestión del retail perteneciente a Logista, que ofrece la mejor solución para cada cliente, adaptándose a las necesidades y asesorando de una manera personalizada.

Con una visión 360, se ha consolidado como la solución integral para cualquier negocio, integrando los productos líderes para la gestión del efectivo, control horario, telemetría, etiquetas electrónicas y seguridad, además de servicios que aportan valor al negocio de sus clientes como el cobro de facturas, contenidos electrónicos o conveniencia, creación de páginas web o reformas, entre otros.



Kiosnet, así como una pantalla Led para dar visibilidad a cada pequeño negocio. Estos servicios completan un abanico de grandes oportunidades para los clientes que consolidan, de nuevo, a Logista Strator, como la Compañía de referencia y la solución 360 en el sector.

La participación de los asistentes y la colaboración de los partners y del equipo Logista Strator fueron clave para que el encuentro fuera todo un éxito. El aperitivo

Más de 20 expositores mostraron soluciones para la gestión de efectivo, control horario, conveniencia, tesorería, etiquetas electrónicas, creación de páginas web, recargas electrónicas, lotería, cobro de facturas y hasta retirada de efectivo, obras, reformas e interiorismo, entre otras funciones.

en el patio exterior puso el broche final a una jornada que combinó un ambiente festivo, familiar y profesional. Un punto de encuentro entre clientes con sus



mejores asesores: los consultores de Strator.

Strator FEST es sin duda una demostración de que, en ocasiones, trabajo y placer pueden ir unidos de la mano.



Logista STRATOR

SOLUCIÓN ^{360°} PARA TU NEGOCIO



www.tpvstrator.es



91 481 68 68



strator@logista.es

Altadis presenta el VIII Congreso Frente al Contrabando de Tabaco

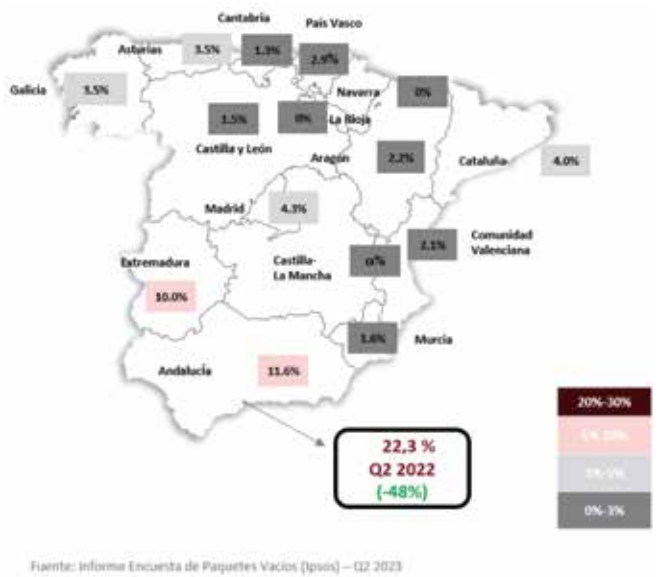
Aumentan las falsificaciones y las operaciones contra fábricas ilegales destinadas a picadura

Según los últimos datos disponibles, correspondientes al primer semestre de 2023 de la Encuesta de Paquetes Vacíos (EPS), elaborada por la consultora IPSOS, el volumen de consumo de tabaco no doméstico en España ha descendido hasta situarse en un 4,7%, porcentaje que confirma la tendencia de reducción del comercio ilícito de cigarrillos que se observa en esta Encuesta. Por contra, destaca el incremento de las falsificaciones de cigarrillos que han aumentado su peso en 12 puntos en el total del comercio ilícito, pasando de representar un 13,6% en el primer semestre de 2022, a un 25,5% en el primer semestre de 2023. Sin duda, éste es el más perjudicial de todos los tipos de comercio ilícito de tabaco por la falta de controles sanitarios y de calidad.

Esta tendencia coincide, según señalan desde Altadis, con la registrada en otros países de la Unión Europea, que también han visto cómo aumenta el peso de las falsificaciones de cigarrillos, siendo Francia y Grecia los mercados con mayor volumen de falsificaciones.

Según Rocío Ingelmo, directora de Asuntos Legales y Corporativos de Altadis. *“valoramos positivamente estos datos, ya que el comercio ilícito de cigarrillos se ha reducido más de la mitad en menos de diez años. Sin embargo, estamos preocupados por el auge de las falsificaciones no sólo de cigarrillos sino también de picadura de liar”.*

El fenómeno de las fábricas ilegales de producción de tabaco se consolida este 2023. En todo 2022 se dismantelaron 19 fábricas ilegales, de las que sólo 2 estaban destinadas a la producción de pica-



El volumen de comercio ilícito de tabaco en España desciende nuevamente en el primer semestre de 2023 hasta situarse en un 4,7%, porcentaje que confirma la tendencia de reducción del comercio ilícito de cigarrillos observado en la EPS de IPSOS.

Según explica Rocío Ingelmo, *“valoramos positivamente estos datos, ya que el comercio ilícito de cigarrillos se ha reducido más de la mitad en menos de diez años. Sin embargo, estamos preocupados por el auge de las falsificaciones no sólo de cigarrillos sino también de picadura de liar”.*



dura de liar, las cuales se encontraban en Andalucía. Sin embargo, en sólo los seis primeros meses de este año, las instalaciones clandestinas dismanteladas han ascendido a 15, de las cuales 8 estaban destinadas a producir picadura y se ubicaban en Andalucía.

Andalucía sigue siendo la Comunidad Autónoma con mayor consumo de cigarrillos procedentes del comercio ilícito, con un 11,6% sobre el volumen total, en el primer semestre de 2023. Aunque, al igual que la media nacional, se observa una tendencia a la baja. Le sigue Extremadura con un 10% y Madrid con un 4,3%.

La Encuesta de Paquetes Vacíos (EPS) se hace en todos los países de la Unión Europea financiada por las cuatro grandes tabaqueras. *“En España esta estadística se hace dos veces al año (mayo y octubre son los meses de toma de muestras) y lo que nos dice es que el comercio ilícito de cigarrillos es de un 4,7% sobre el total”*, explica Rocío Ingelmo. Argumentó que este descenso se ha debido en los últimos años a, entre otros factores, la salida de la crisis económica de principios de la década pasada y a que no ha habido un incremento relevante en los precios de venta de tabaco y, por tanto, no ha aumentado el atractivo de adquirirlo en otros mercados. Puso el ejemplo de Francia, donde han aumentado las falsificaciones y el comercio ilícito ya supera el 25% por las políticas agresivas que se han aplicado en contra del tabaco, como el empaquetado genérico y subidas muy significativas del precio.

SE DISPARA LA PICADURA DE TABACO DECOMISADA

La novedad este año, según exponen en Altadis, es el creciente número de instalaciones clandestinas dedicadas a la picadura de tabaco, así como las operaciones realizadas por el Departamento de Aduanas de la AEAT, Guardia Civil y Policía Nacional que han con-



llevado el dismantelamiento de organizaciones dedicadas a la producción, distribución y venta ilegal de picadura, algunas de ellas basadas en nuevos modelos de distribución a través de servicios de paquetería.

Según datos del Comisionado para el Mercado de Tabacos, el volumen de picadura de liar incautada en el primer semestre de 2023 ha crecido un 34% respecto al mismo periodo de 2022, pasando de casi 117 toneladas de entonces a cerca de 157 en este periodo de 2023.

Si tenemos en cuenta los tres últimos años, el crecimiento de las aprehensiones de picadura de liar ha sido de un 678%.

VIII CONGRESO FRENTE AL CONTRABANDO DE TABACO

Rocío Ingelmo ha señalado que precisamente por su actualidad, el auge de las operaciones contra el comercio ilícito de picadura de liar, así como las medidas que se ponen en práctica para detectar su venta fraudulenta a través de Internet y su distribución mediante servicios de paquetería, éste es el tema de la octava edición del Congreso Nacional Frente al Contrabando de Tabaco, organizado por Altadis.



Ubicaciones operaciones de comercio ilícito de picadura de liar (Enero-Junio 2023)



VIII Congreso Frente al Contrabando de Tabaco

Aumenta la fabricación y comercialización ilegal de picadura con hoja de tabaco del este europeo

Más de 210 asistentes, entre representantes de la Agencia Tributaria, Guardia Civil, Policía Nacional, Administración General del Estado, empresas y expendedores se han dado cita en el VIII Congreso Frente al Contrabando de Tabaco, organizado por Altadis-Imperial Brands y celebrado en la Real Fábrica de Tapices, en Madrid, que ha puesto el foco en las principales operaciones llevadas a cabo contra la fabricación ilícita de tabaco, así como su comercialización ilegal en Internet y distribución por mensajería.

Como expuso Jerome du Chaffaut, presidente ejecutivo de Altadis durante su discurso de apertura en el que es su primer Congreso Frente al Contrabando de Tabaco desde que accediera a su cargo, éste es “muestra del compromiso de Altadis con la lucha contra el comercio ilícito porque con el contrabando perdemos todos: supone pérdidas millonarias en términos de destrucción de empleo y recaudación fiscal, y supone un problema de salud pública por la falta de controles. La temática este año muestra que aquellos que buscan operar al margen de la ley siempre encuentran nuevas fórmulas como la comercialización ilegal por Internet y su distribución por mensajería, pero afortunadamente contamos con las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, la Agencia Estatal de la Administración Tributaria y las empresas y organizaciones que con su trabajo están contribuyendo a la solución de este problema”.

Señaló que el lema elegido para esta edición –“Con el contrabando perdemos todos”– responde a que es un problema cuyas “consecuencias afectan a todo nuestro sector, desde el agricultor hasta los estanqueros, pasando por empresas de primera transformación como Cetarsa, fabricantes como Altadis y distribuidores como Logista. El contrabando destruye empleo



en un sector que genera 53.000 puestos de trabajo. Supone un problema de salud pública por la falta de controles de calidad y sanitarios que conlleva, especialmente el tabaco falsificado.



“Este congreso es muestra del compromiso de ALTADIS con la lucha contra el comercio ilícito porque con el contrabando perdemos todos: supone pérdidas millonarias en términos de destrucción de empleo y recaudación fiscal, y supone un problema de salud pública por la falta de controles”, explicó Jerome du Chaffaut, presidente ejecutivo de Altadis.

de 525 millones de euros, un descenso que se explica por la reducción en el conjunto global del comercio ilícito de tabaco, especialmente en el de cigarrillos”.

Hizo mención también a algunos de los últimos datos dados a conocer sobre el mercado ilegal: “El volumen de comercio ilícito de cigarrillos disminuye cada año y en el primer semestre de 2023 se sitúa en un 4,7%, según la Encuesta de Paquetes Vacíos realizada por la consultora IPSOS. Sin duda, estas cifras son el resultado de la gran labor que efectivos de la Agencia Tributaria, en concreto de su Servicio de Vigilancia Aduanera, de la Guardia Civil y de la Policía Nacional están realizando para poner freno a este problema social que nos afecta a todos”.

“El fenómeno de las fábricas ilegales de producción de tabaco –continuó– se cerró en este 2023 con quince instalaciones dismanteladas entre enero y junio. En 2022 se dismantelaron en total diecinueve fábricas ilegales, con sólo dos de ellas destinadas a la producción de picadura de liar, mientras que según hemos podido ver de las quince instalaciones clandestinas dismanteladas entre enero y junio de este año, ocho estaban destinadas a producción de picadura de liar. Este incremento del número de instalaciones clandestinas destinadas a picadura tiene reflejo en el volumen total de picadura decomisada en España, el cual se ha disparado en los últimos años, pasando de veinte toneladas incautadas en el primer semestre de 2020, a 156 toneladas en los mismos seis primeros meses de 2023”.

Implica pérdidas de recaudación fiscal para el Estado y las Comunidades Autónomas. En 2021 esta pérdida recaudatoria se estimó en 900 millones de euros. En 2022 la estimación fue



Participantes y premiados en el VIII Congreso Frente al Contrabando. Beatriz Ageitos, José Antonio Gómez, Rocio Ingelmo, Esteban Ávila Solana, Diego Abel Redondo, Jerome du Chaffaut, Andrés Martínez Sutil, Emilio Rodríguez, Felipe Nieto-García Asenjo, José Luis Gómez Pidal, Águeda García-Agulló y Gerard Guiu.



Participantes en las dos mesas redondas que contemplaba el Congreso. A la izquierda, Rocio Ingelmo, Felipe Nieto-García Asenjo, Beatriz Ageitos y Diego Abel Redondo. A la derecha, Rocio Ingelmo, Pablo Rebollo, Águeda García-Agulló y Gerard Guiu.

PRIMERA MESA REDONDA

Bajo el título “Principales operaciones contra la fabricación clandestina y el comercio ilegal de la picadura de tabaco” se celebró la primera mesa redonda de este VIII Congreso, en la que intervinieron Beatriz Ageitos, jefa del Área de Investigación Aduanera de la Subdirección General de Operaciones (SGO) de la Agencia Tributaria; el comandante Diego Abel Redondo, del Departamento de Investigación Económica y Anticorrupción de la Unidad Central Operativa de la Guardia Civil; y el inspector Felipe Nieto-García Asenjo, de la Sección de Propiedad Industrial e Intelectual de la Policía Nacional.

Los expertos han coincidido en señalar que se ha producido un aumento de las instalaciones dedicadas a la producción fraudulenta de picadura, cuya hoja de tabaco procede fundamentalmente de países del este de Europa. No sólo la hoja de tabaco es de fuera de nuestro país, sino también la maquinaria, las herramientas y la propia organización clandestina, por lo que la coordinación operativa internacional es fundamental, han señalado los expertos.

Según han explicado los representantes de la Agencia Tributaria, Guardia Civil y Policía Nacional, dichas operaciones tienen un nexo común: su carácter internacional, que son fruto de largas investigaciones y la cada vez mayor sofisticación de



las organizaciones criminales, que además cuentan con amplios recursos.

También han destacado que es fundamental la labor de concienciación sobre la gravedad de las consecuencias del contrabando de tabaco porque en España existe la percepción de que no es un delito grave y los contrabandistas se aprovechan de ello, cuando es ya conocido que el contrabando de tabaco es fuente de financiación para organizaciones criminales internacionales.

PREMIOS POR LA LUCHA CONTRA EL COMERCIO ILÍCITO DE TABACO

Como ya es habitual en el contexto de este Congreso contra el Contrabando de Tabaco, al término de la jornada se hizo entrega de los Premios No Contrabando, que reconocen el papel de los efectivos de la Guardia Civil, la Policía Nacional y de la Agencia Tributaria en la lucha contra esta actividad ilegal. El primer galardón lo recibió el inspector de la Policía Nacional Felipe Nieto-García Asenjo, de la Sección de Propiedad

Industrial e Intelectual de Policía Nacional, que lo recibió de manos del inspector jefe de la Sección de Propiedad Industrial e Intelectual de la Policía Nacional, José Luis Gómez Pidal. El segundo premio lo recibió Andrés Martínez Sutil, técnico en Investigación del Área Regional de Vigilancia Aduanera de la Dependencia Regional de Aduanas e Impuestos especiales de Madrid de la Agencia Tributaria, y lo entregó Emilio

Rodríguez, jefe de la Dependencia Regional de Aduanas e I.E.E. Delegación Especial de Madrid de la Agencia Tributaria. El tercer galardón fue para el comandante Diego Abel Redondo, del Departamento de Investigación Económica y Anticorrupción de la Unidad Central Operativa de la Guardia Civil, quien lo recibió del coronel Esteban Ávila Solana, jefe del Servicio Fiscal de la Dirección General de la Guardia Civil.



TECNOLOGÍA FRENTE AL CONTRABANDO

En la segunda mesa –“Comercio ilegal: freno a la venta ilegal en Internet y la importancia de las empresas de paquetería”– intervinieron Gerard Guiu Ribé, director general de la Asociación Nacional en Defensa de la Marca (ANDEMA); Águeda García-Agulló, directora general de la Mesa del Tabaco; y Pablo Rebollo, director general de Nacex, quienes explicaron las medidas que adoptan las empresas para poner freno a la comercialización y distribución ilegal, en donde la aplicación de ciberseguridad y tecnología cobran cada vez más relevancia.

Gerard Guiu comentó que ANDEMA es una institución para la defensa de los intereses de fabricantes y consumidores y para ello trabajan en tres frentes: una actividad jurídica mediante la que intentar persuadir al legislador para que sea sensible a las peticiones de las marcas; una actividad institucional con la que se relacionan con los sectores; y una actividad de formación con el Consejo General del Poder Judicial, con la Fiscalía, con policías locales, con Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado. “Y la divulgación y sensibilización, que es una de nuestras actividades más importantes y en la que hemos puesto especial acento”. Dio datos como que en España se están perdiendo más de 50.000 empleos por las falsificaciones, que hay más de 2.200 millones de euros de pérdidas en sectores clave. “Uno de los objetivos que tenemos a medio y largo plazo es que consigamos la misma conciencia que se ha conseguido con la sostenibilidad, que comprar falsificaciones no sea algo moderno, que no sea fashion, que cuando se compra una falsificación se sea consciente de que se está perjudicando a las empresas”.

Águeda García-Agulló aseguró que la Mesa del Tabaco ya venía trabajando en relación al comercio ilícito, pero en 2021 se reflexionó para ver qué hacer para apoyar la actividad de los socios de la organización contra este comercio ilícito, por lo que se llegó a un acuerdo con la Agencia Tributaria y “se inició un proyecto de inteligencia artificial a través del cual se monitorizan las ventas de tabaco de liar en las páginas web y nos ha



“La concienciación del consumo original es lo que queremos hacer todos. Desde Altadis-Imperial Brands llevamos años trabajando en la lucha contra el comercio ilícito. Y lo hacemos por dos vías: colaborando con la Agencia Estatal de Administración Tributaria y las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado; y concienciando a la ciudadanía del impacto negativo que tiene en nuestra sociedad”, ha explicado Rocío Ingelmo.

sorprendido el descaro y la cantidad de webs que encontramos que venden tabaco de liar en diferentes formas”. Dijo que en 2022 se hicieron 2.223 capturas de ventas de hoja de tabaco consiguiéndose desactivar más del 90% del contenido fraudulento detectado y aseguró que en 2023 ya se están superando estas cifras. “

Pablo Rebollo desterró la idea que pueda haber de que las empresas de paquetería son parte activa de esta actividad ilícita, cuando en realidad son parte absolutamente pasiva porque cuando se transporta cualquier tipo de paquete “no conocemos el contenido de ese paquete”. Como empresa del Grupo Logista, explicó que Nacex se apoya en el conocimiento que Logista tiene del mercado de tabaco y se ha desarrollado una tecnología muy activa para trabajar muy de cerca con los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado. “Obviamente –dijo– no podemos pedir al Servicio Cinológico de la Guardia Civil que sus perros supervisen si los paquetes son susceptibles de llevar tabaco. Tampoco podemos escanear todos los paquetes, ya que somos capaces de clasificar más de 200.000 paquetes en una hora”. “Tenemos una inversión enorme en tecnología. No somos ya sólo una empresa de transporte, sino que hoy en día somos una empresa digital en la que manejamos una gran cantidad de información con una trazabilidad total”. Se refirió al big data y a la inteligencia artificial como herramientas para mejorar los procesos. “Para nosotros la ciberseguridad es clave y España ya es el tercer país del mundo en ciberataques y una empresa como Logista recibe unos quinientos ciberataques cada mes”, concluyó.

Finalmente, para cerrar las intervenciones del VIII Congreso Frente al Contrabando de Tabaco, José Antonio Gómez, responsable de seguridad de la información y director del Máster en Ciberseguridad de la Universidad de Córdoba, se refirió a este campo y cómo la tecnología es una herramienta válida para frenar el comercio ilícito de tabaco, haciendo mención a los procedimientos que nos ofrece la tecnología para investigar la procedencia ilícita de estos productos, los foros en los que se mueven, las personas que los compran y venden, así como las plataformas que se utilizan.

José Antonio Gómez presentó una ponencia sobre ciberseguridad y contrabando de tabaco.



EL ESTANCO ES ESENCIAL PARA GARANTIZAR QUE EL CLIENTE RECIBA LOS MEJORES PRODUCTOS

FUYL

Dinner Lady, la galardonada firma británica de productos de vapeo, acaba de lanzar FUYL tanto en cigarrillo electrónico desechable como en sistema POD de Recambio para responder a la creciente demanda de los consumidores como al cambio en sus hábitos de consumo. Para ello, el estanco es esencial como vía para garantizar que sus clientes reciban los mejores productos disponibles.

Dinner Lady está presente en 115 mercados internacionales con sus productos de vapeo, lo que hace que se encuentre en una posición única para analizar el mercado.

○ Dentro del contexto europeo, ¿qué importancia otorga su empresa al mercado español?

Consideramos España uno de los mercados más importantes en Europa, con más de 12.000 estancos establecidos. Al igual que en muchos

son negocios familiares con una larga relación con sus clientes, quienes confían en sus consejos y recomendaciones sobre productos actuales y nuevos, como FUYL. Dinner Lady cree que son fundamentales para garantizar que los consumidores reciban esas recomendaciones y un asesoramiento correcto a la hora de elegir productos para vapear.

Todos los e-líquidos Dinner Lady se fabrican en Reino Unido en nuestras propias instalaciones utilizando ingredientes de primera calidad para garantizar una completa conformidad al mercado español.



otros mercados europeos, el comportamiento de los consumidores está cambiando rápidamente, ya que muchos consumidores adultos españoles adoptan el vapeo como alternativa a los productos tradicionales. Dinner Lady cuenta con una gama de productos de vapeo de alta calidad y completamente conforme, como FUYL, nuestra gama más reciente, que permitirá a los estancos atraer una parte del mercado y ofrecer a sus clientes un producto de vapeo de alta calidad.

○ ¿Cuál es el papel que juega el estanco en el conjunto de sus marcas en comparación con otros canales de venta?

Los estancos son muy importantes en el mercado español. Muchos

Por ejemplo, la nueva gama FUYL de Dinner Lady cuenta con nuestras últimas opciones de sabor en una nueva forma.

Dinner Lady ha ganado más de 50 premios internacionales por nuestros perfiles de sabores y somos famosos por ofrecer una experiencia superior de vapeo. De hecho, hemos recibido el premio de Líder de la Industria por segundo año consecutivo por establecer estándares de cumplimiento en el mercado global de vapeo. Creemos que los estancos son esenciales para garantizar que sus clientes reciban los mejores productos disponibles y garantizados de la actualidad.

○ ¿Cuáles son las tendencias en el segmento para el próximo año?

¡ DISPONIBLE PRONTO !

FUYL POD

El Nuevo Estilo para Vapear



- 800 Caladas por Pod
- 10 Genuinos sabores Dinner Lady
- Disponible en 20mg y 0mg

POWERED BY
DINNER LADY



UK MADE
E-LIQUID

Forma y Función con Estilo



Mesh Coil

Para optimizar el rendimiento del sabor

Corte y Acabado de Diamante

Colores atractivos y un acabado único

Batería 500 mAh

Consistencia en la potencia

2ml Capacidad

Gran capacidad y conforme a España y UE

CONFORME A TPD • CAPACIDAD 2ML
HASTA 800 CALADAS • E-LIQUIDO FABRICADO EN UK

6 Sabores Distintivos



DISPONIBLE EN 0MG

Watermelon Ice

Una nueva versión de nuestro famoso sabor de sandía, con melón dulce y sandía crujiente



Vanilla Tobacco

Vainilla cremosa y tabaco combinado. Sabroso y ligeramente dulce.



Blueberry Ice

Arándanos maduros y endulzados, servidos con un toque de hielo.



DISPONIBLE EN 0MG

Cherry Cotton

Un sabor a tarta y jugosas cerezas combinado con dulce de algodón.



Pineapple Peach Mango

Dulce Melocotón y Mangos combinados con una fresca tarta de Piña.



Spearmint Menthol

Una increíble fusión de hierbabuena, eucalipto y mentol. El vapor perfecto para todo el día de los perfiles mentolados.

FUYL

El Nuevo Estilo para Vapear

¡NUEVO!



- Hasta 800 Caladas
- 6 Genuinos sabores Dinner Lady
- Disponible en 20mg y 0mg

POWERED BY
DINNER LADY



UK MADE
E-LIQUID

A MEDIDA QUE LOS CONSUMIDORES ADULTOS VAN DESCUBRIENDO NUESTROS PRODUCTOS EN EL ESTANCO, SE HAN VUELTO MUY FIELES A NUESTRA MARCA Y HAN CREADO UNA RELACIÓN QUE HA GENERADO NUEVAS E IMPORTANTES OPORTUNIDADES DE VENTA TANTO PARA LOS ESTANCOS, SUS CLIENTES Y NOSOTROS.

Como marca global, Dinner Lady se encuentra en una posición única para ver cómo evoluciona el vapeo, satisfacer las necesidades cambiantes del consumidor y los requisitos normativos. Contamos con un amplio programa de desarrollo de nuevos productos diseñado para garantizar a los estancos que continúen satisfaciendo las necesidades de sus clientes a medida que cambia el mercado.

Este año, hemos lanzado FUYL con nueva forma prismática y nueva gama de productos, incluyendo cigarrillos electrónicos desechables y PODS de Recambio, diseñada para ofrecer al consumidor actual la última innovación disponible en el mercado.

En otros mercados donde los estancos son el principal canal de venta, Dinner Lady ha desarrollado productos y gamas personalizadas para atender las preferencias cambiantes de consumidores y creando oportunidades de venta adicionales.

○ ¿Cree que los vapeadores juegan un importante papel en la reducción del daño del tabaco?

Muchos consumidores han reconocido que el vapeo ofrece una alternativa muy eficaz y que reproduce más fielmente la experiencia de fumar de productos tradicionales y consideran que vapear es preferible, ya que los aromas son agradables y hay menos regusto y olor.

○ ¿Cómo está siendo la evolución en ventas de los vapeadores de sus marcas en este 2023 respecto al año anterior? ¿Puede ofrecernos cifras de ventas?

Dinner Lady y nuestros productos de vapeo se han hecho cada vez más populares en muchos mercados a medida que el vapeo ha sido adoptado por estancos y minoristas modernos. Dinner Lady está establecida y reconocida por sus productos de primera calidad que ofrecen una experiencia superior de vapeo.

Con FUYL queremos satisfacer la creciente demanda y cambios en los hábitos de consumo. A medida que los consumidores adultos han ido descubriendo nuestros productos en los estancos, se han vuelto muy fieles a nuestra marca y han creado una relación que ha generado nuevas e importantes oportunidades de venta tanto para los estancos, sus clientes y nosotros.

○ ¿Tiene su empresa programas de formación sobre vapeo para el sector del estanco?

Ofrecemos formación personalizada para nuestros socios y les apoyamos con una serie de materiales formativos, educativos e informativos sobre nuestra marca y nuestras gamas de productos.



DINNER LADY, APUESTA LÍDER

○ ¿Cuáles son los principales argumentos de venta de sus marcas?

Dinner Lady es la marca líder mundial de e-líquido y es famosa por la calidad superior de nuestros productos de vapeo. Somos una de las pocas marcas que utiliza su propio e-líquido en sus productos de vapeo. Nuestro e-líquido se fabrica bajo nuestro control, dentro de nuestras propias instalaciones en Reino Unido, y es completamente conforme a los estándares en los mercados internacionales. Hemos ganado más de 50 premios internacionales por nuestros sabores y 5 premios a la trayectoria en el sector como Líder del sector, Mejor marca mundial, Mejor marca del Reino Unido y el primer premio Hall of Fame por dar forma y liderar el sector mundial del vapeo, valorado en 30.000 millones de dólares.

Nuestros productos se pueden encontrar en todo el mundo en estancos, tiendas de conveniencia, gasolineras, tiendas libres de impuestos y aeropuertos. Entre nuestros socios se encuentran algunos de los mayores líderes mundiales del sector minorista moderno. Se espera que el nuevo sistema FUYL POD de Recambio de Dinner Lady sea muy popular entre consumidores adultos en España, ya que proporciona la mejor experiencia de vapeo, comodidad, asequibilidad y formato del dispositivo.

○ ¿De qué forma la cada vez mayor profesionalización del estanco en este segmento está ayudando a su crecimiento?

Los estancos se están convirtiendo en minoristas modernos y eficaces y la presentación de los productos y el servicio al cliente han evolucionado para competir con minoristas modernos. Los consumidores esperan que su estanco les ofrezca los mejores productos y marcas, como Dinner Lady. Los clientes escuchan y confían en las recomendaciones de su estanco local a la hora de elegir productos.

La nueva gama FUYL es una oferta de primera calidad, perfectamente adecuada para muchos estancos en España, hoy en día.





EL MERCADO ESPAÑOL TIENE UN POTENCIAL DE CRECIMIENTO MUY GRANDE

Conscientes de la tendencia hacia el uso de cigarrillos electrónicos desechables en los mercados occidentales, en Aroma King decidieron dar el paso para entrar en ese segmento con una marca propia después de años dedicados a productos para fumar sin nicotina, específicamente cartuchos y cápsulas aromatizantes, así como líquidos de la más alta calidad.

En mayo de 2021, Aroma King lanzó su primer dispositivo desechable y desde entonces no ha dejado de marcar tendencia dentro de la industria. Presentes en España desde hace dos años, el crecimiento de la marca ha sido exponencial, algo que esperan siga ocurriendo en años venideros por el gran potencial de crecimiento que ven en el mercado español.

EL ESTANCO ES EL CANAL DE VENTA MÁS FUERTE QUE TENEMOS, YA QUE EL VAPEO ESTÁ TOTALMENTE VINCULADO AL MUNDO DEL FUMADOR. LA SERIEDAD, CONTROL E IMPLICACIÓN QUE TIENEN LOS ESTANCOS CON ESTE TIPO DE PRODUCTOS ES LA MISMA QUE QUIERE TRANSMITIR AROMA KING.

○ Dentro del contexto europeo, ¿qué importancia otorga su empresa al mercado español?

En este momento estamos dando mucha prioridad al mercado español, ya que tiene un potencial de crecimiento muy grande y está directamente vinculado con el mercado sudamericano. En estos momentos hemos abierto una oficina en Madrid para hacer todo tipo de acciones de marketing y dar un soporte proactivo a todos nuestros clientes.

○ ¿Cuál es el papel que juega el estanco en el conjunto de sus marcas en comparación con otros canales de venta?

Ahora mismo el estanco es el canal de venta más fuerte que tenemos, ya que el vapeo está totalmente vinculado al mundo del fumador. Es cierto que tenemos otros canales de negocio,



pero la seriedad, control e implicación que tienen los estancos con este tipo de productos es la misma que quiere transmitir Aroma King es por esa razón que queremos y estamos apostando por este canal. En consideración a la sostenibilidad medioambiental, se establecerá papeleras de reciclaje para nuestros cigarrillos electrónicos en los estancos. Animamos a todos a desechar sus dispo-

LA PROFESIONALIZACIÓN DE LOS ESTANCOS LES ESTÁ LLEVANDO A UN MAYOR CONTROL Y UNA MEJOR GESTIÓN TANTO LOGÍSTICA COMO DE ATENCIÓN AL CLIENTE. EL PROPIO VENDEDOR ESTÁ ADQUIRIENDO UN ALTO GRADO DE CONOCIMIENTO DE LOS PRODUCTOS QUE VENDE, DANDO ASÍ UNA ATENCIÓN MUCHO MÁS PERSONALIZADA Y FIABLE.

sitivos usados en los contenedores designados cuando adquieran otros nuevos. Juntos, todos podemos contribuir a un planeta más verde.

○ ¿Cuáles son las tendencias en el segmento para este año que viene?

La tendencia del consumo de estos dispositivos es al alza y creemos firmemente que vamos a tener un incremento en el consumo de entre un 50 y un 100%.

○ ¿Cree que los vapeadores juegan un importante papel en la reducción del daño del tabaco?

No hay ninguna duda que el vapeador es una herramienta clave para aquellos que pretenden dejar de fumar, e incluso



para aquellos que fuman ocasionalmente y quieren evitar los efectos nocivos del tabaco. La prueba de esto la tenemos con el Reino Unido, que ha hecho una campaña contra el tabaco regalando 1 millón de vapeadores electrónicos a todos sus ciudadanos.

○ ¿Cómo está siendo la evolución en ventas de los vapeadores de sus marcas en este 2023 respecto al año anterior? ¿Puede ofrecernos cifras de ventas?

En 2022 estábamos vendiendo, de media, medio millón de unidades mensuales de nuestra marca; este año 2023 hemos duplicado las ventas y tenemos previsión de volver a hacer lo mismo en 2024.

○ ¿Tiene su empresa programas de formación sobre vapeo para el sector del estanco?

Hemos empezado a dar formaciones a los distribuidores para resolver todas sus dudas, ampliar un poco la información técnica y mantenerlos al día de las estrategias de marketing que la marca lleva a cabo. De igual manera, estamos desarrollando un blog de noticias enfocado a estancieros y consumidores para tenerlos más conectados a la marca, lanzamientos, desarrollos, novedades, etc. donde podremos resolver cualquier duda que les surja. Ya se puede acceder a la web: www.aromakinginformacion.com

○ ¿De qué forma la cada vez mayor profesionalización del estanco en este segmento está ayudando a su crecimiento?



AROMA KING, LA MEJOR MARCA Y DE MÁS CALIDAD

○ ¿Cuáles son los principales argumentos de venta de sus marcas?

Aroma King es indiscutiblemente la mejor marca y de más calidad del mercado por varias razones:

1. Somos una de las marcas más grandes en Europa de vapeadores electrónicos.
2. Los líquidos que utilizamos son los de la más alta calidad, fabricados y diseñados por Aroma King.
3. Los materiales que utilizamos son de la más alta calidad.
4. Somos la marca con más tipos de dispositivos diferentes del mercado.
5. Somos la marca con más variedad de sabores del mercado.
6. Nuestros controles de calidad son muy exigentes y contamos con todas las certificaciones europeas.

A parte de todos estos puntos, tenemos un equipo de I+D muy potente que mantiene la marca en la vanguardia del mundo de los vapeadores, desarrollando nuevos dispositivos con la tecnología más puntera y con fórmulas propias.



La profesionalización de los estancos les está llevando a un mayor control y una mejor gestión tanto logística como de atención al cliente. El propio vendedor está adquiriendo un alto grado de conocimiento de los productos que vende, dando así una atención mucho más personalizada y fiable. Todo esto desemboca en una mayor fidelización tanto de cliente como de proveedor que les permite aumentar considerablemente las ventas. En este caso, creemos que los Pods han ayudado mucho en este aspecto, ya que es un producto novedoso con una nueva tecnología que ha obligado a reinventar el sector de los productos relacionados con el tabaco, tanto en conocimiento como en gestión.



PRIMERO
EN EL
MUNDO 2 ml
999 PUFFS

CERAMIC COIL
FEELM
MAX
TECHNOLOGY

NUEVA
TECNOLOGÍA



POD DESECHABLE
**COSMIC
MAX
BOX**

24 SABORES

NICOTINA: 20 mg/ml

Capacidad de la batería: 550 mAh

Capacidad: 2

Resistencia: 1.4 Ω

WWW.SYMETRICUS.COM

ESPECIFICACIÓN

999
VAPING PUFFS

2 ml
CAPACIDAD LÍQUIDA

20 mg/ml
NICOTINA

550 mAh

BATERIA
CERAMIC COIL
COIL

1.4 ohm
RESISTANCE

ACERO INOXIDABLE + PC
(food grade)

MATERIAL

30 g

PESO NETO



24 Sabores

UNIT PACKAGING
1 pc

DISPLAY
10 pcs

MASTER CARTON
400 pcs

TAMAÑO: 33x28x135,5 mm

TAMAÑO: 145,5x69x137,5 mm

TAMAÑO: 58x235x188 mm

Nicotina 20 mg/ml



AROMA
KING



Equipamos a los Estancos con los que colaboramos con papeleras especiales en los que los clientes pueden tirar los cigarrillos electrónicos usados, que luego se reciclan. Así garantizamos un futuro mejor para nuestro planeta.

Equipamos a los Estancos con las que colaboramos con papeleras especiales en los que los clientes pueden tirar los cigarrillos electrónicos usados, que luego se reciclan. Así garantizamos un futuro mejor para nuestro planeta.



King's Wear es una marca de ropa única que rompe todas las convenciones y le permite expresar su individualidad a través de gráficos únicos. Hechos únicamente con materiales de la más alta calidad, te ayudarán a convertirte en el rey de tu propio estilo en el mundo de la moda urbana.



EL MERCADO ESPAÑOL ES UN COMPONENTE ESENCIAL DE NUESTRA ESTRATEGIA EUROPEA

Nacida en 2018 –celebran ahora su quinto aniversario–, ELFBAR se ha convertido en una de las marcas líderes en Europa y su crecimiento anual está fuera de toda duda. A ella se unió posteriormente la marca Lost Mary para, de forma conjunta, ofrecer al consumidor una innumerable oferta de vapeadores. Y España es un componente esencial de su estrategia en Europa.

Para consolidar su desarrollo en nuestro país, ELFBAR y Lost Mary están comprometidas en continuar invirtiendo en su desarrollo y crecimiento en el futuro, como aseguran en esta entrevista.

○ Dentro del contexto europeo, ¿qué importancia otorga su empresa al mercado español?

ELFBAR reconoce la importancia del mercado español dentro del contexto europeo. A pesar de que nuestra presencia en el mercado europeo en su conjunto es significativa y nos hemos posicionado como una de las marcas de vapor desechables más destacadas internacionalmente, el mercado español tiene un valor estratégico para nosotros.

Como marca de vapeo, estamos orgullosos de ocupar una posición de liderazgo en Europa, clasificándonos consistentemente entre las tres principales marcas tanto en dispositivos abiertos como cerrados. Sin embargo, lo que hace que nuestra presencia en España sea aún más relevante es que, como marca de dispositivos desechables, nos hemos consolidado como la opción número uno en Europa. En España, con su creciente interés en los productos de vapeo, hemos invertido considerablemente para mantener y expandir nuestro liderazgo, adaptando nuestra estrategia de marketing y distribución para ofrecer una experiencia excepcional a nuestros clientes en España, incluyendo una



amplia disponibilidad de productos, soporte al cliente en español y cumplimiento con las regulaciones locales.

○ ¿Qué papel que juega el estanco en el conjunto de sus marcas en comparación con otros canales de venta?

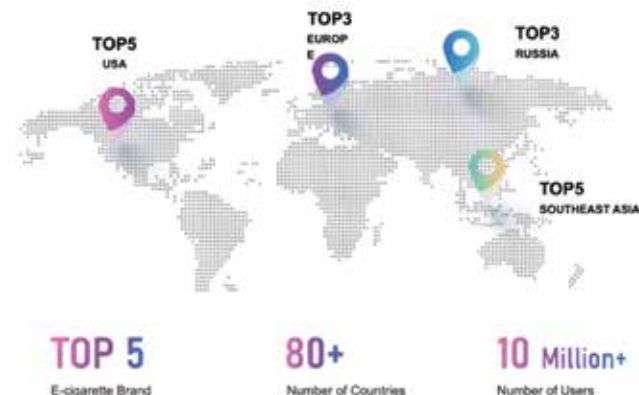
Juega un papel fundamental en el conjunto de nuestras marcas, ELFBAR y Lost Mary. Reconocemos y valoramos su importancia estratégica en nuestra estrategia de distribución en España. Los estancos desempeñan un papel esencial en la distribución de nuestros productos de vapeo, ya que son un punto de venta crucial para los consumidores de estos productos. Tanto ELFBAR como Lost Mary han establecido relaciones sólidas y colaborativas con importantes distribuidores del sector de los estancos que desempeñan un papel clave en la distribución de nuestros productos, asegurando su disponibilidad en una amplia red de estancos en todo el país. El estanco tiene una larga tradición y es un canal altamente regulado y confiable para los consumidores. Nuestra colaboración con distribuidores del sector nos permite llegar de manera efectiva a los consumidores y proporcionarles acceso a productos de alta calidad y una variedad de opciones. Por tanto, el estanco es un componente esencial de nuestra estrategia de distribución en España y colaboramos estrechamente con importantes distribuidores dentro de este sector para asegurar que nuestros productos estén disponibles para los consumidores en todo el país.

○ ¿Cuáles son las tendencias en el segmento para el próximo año?

Nuestra principal prioridad es el bienestar y la satisfacción de nuestros clientes. Estamos comprometidos en ofrecer productos de alta calidad que no solo cumplan con las expectativas de nuestros consumidores, sino que también contribuyan a mejorar su calidad de vida.

Para el próximo año, estamos entusiasmados por las tendencias que estamos viendo en el segmento de los vapeadores desechables y trabajamos en el desarrollo de nuevos productos innovadores que reflejen las últimas tendencias y las preferencias de los consumidores. Estos nuevos lanzamientos, junto con los ya introducidos este año, están diseñados para proporcionar una experiencia de vapeo excepcional y satisfacer las necesidades de aquellos que eligen nuestros productos.

Creemos firmemente que nuestros vapeadores desechables no sólo



LO QUE HACE QUE NUESTRA PRESENCIA EN EL MERCADO ESPAÑOL SEA AÚN MÁS RELEVANTE ES QUE, COMO MARCA DE DISPOSITIVOS DESECHABLES, NOS HEMOS CONSOLIDADO COMO LA OPCIÓN NÚMERO UNO EN EL MERCADO EUROPEO.

son una opción conveniente, sino que también pueden contribuir a la mejora de la calidad de vida de las personas que buscan alternativas al tabaco tradicional. Estamos emocionados por lo que el próximo año tiene reservado para nuestros clientes y esperamos seguir siendo una marca en la que puedan confiar para su experiencia de vapeo.

○ ¿Cree que los vapeadores juegan un importante papel en la reducción del daño del tabaco?

Nuestra máxima prioridad es el bienestar de los consumidores. Creemos firmemente que los vapeadores pueden desempeñar un papel importante en la reducción del daño asociado al tabaco tradicional.

Comprendemos plenamente los riesgos significativos para la salud que conlleva el tabaquismo debido a la combustión y las sustancias químicas tóxicas presentes en los productos del tabaco. Por esta razón, hemos diseñado nuestros productos de vapeo desechables como una alternativa más saludable para los fumadores adultos que desean dejar de fumar tabaco convencional.

Numerosos estudios sugieren que el vapeo es una opción potencialmente menos dañina en comparación con fumar cigarrillos convencionales. Los vapeadores funcionan calentando un líquido que contiene



nicotina, pero sin la combustión del tabaco, lo que reduce la exposición a muchas de las sustancias nocivas asociadas al humo del tabaco.

Es importante destacar que nuestros productos están destinados exclusivamente a adultos que ya son fumadores o usuarios de productos de tabaco. No promovemos el uso entre jóvenes o no fumadores, y apoyamos medidas reguladoras adecuadas para proteger la salud pública. Nuestra misión es proporcionar productos de alta calidad que ayuden a mejorar la salud y el bienestar de nuestros consumidores, brindando una alternativa más segura al tabaquismo convencional.

○ ¿De qué forma la cada vez mayor profesionalización del estanco en este segmento está ayudando a su crecimiento?

La creciente profesionalización del sector del estanco en el segmento del vapeo está teniendo un impacto significativo y positivo en el crecimiento de nuestro negocio. Esta evolución en el sector del estanco ha aportado beneficios importantes para ELFBAR y Lost Mary.



REFERENTES EN EL SECTOR

○ ¿Cómo está siendo la evolución en ventas de los vapeadores de sus marcas en 2023 respecto a 2022?

En 2022, ELFBAR y Lost Mary dieron un paso importante en su desarrollo al realizar su implantación en el mercado. Durante esta primera etapa, se estableció una presencia sólida y se introdujeron con éxito sus productos de vapeo desechables en un mercado competitivo. Esta fase inicial de implantación implicó la expansión de la presencia de ambas marcas en el mercado español y europeo. En 2023, estamos enfocados en un proceso de posicionamiento y consolidación continuo. Este trabajo estratégico busca fortalecer la posición de ambas marcas y establecerlas como referentes en el sector de los productos de vapeo desechables. Se están implementando estrategias de marketing, distribución y servicio al cliente diseñadas para satisfacer las necesidades de los consumidores y ofrecer una experiencia excepcional. El enfoque principal es ofrecer productos de alta calidad que se adapten a las preferencias de los consumidores, al tiempo que se promueve la seguridad y se cumplen las regulaciones aplicables. El objetivo es asegurar que ELFBAR y Lost Mary sigan siendo opciones confiables y preferidas para los fumadores adultos que buscan alternativas al tabaco tradicional. Este proceso de posicionamiento y consolidación es esencial para el crecimiento sostenible de ambas marcas y contribuir a la misión de mejorar la calidad de vida de los consumidores. ELFBAR y Lost Mary continúan comprometidos con la innovación y la excelencia en la industria del vapeo desechable a medida que avanzan en su desarrollo en el mercado español y europeo.

En primer lugar, la profesionalización del estanco significa que están mejor capacitados y equipados para asesorar a los clientes sobre productos de vapeo, incluyendo nuestras marcas, y mayor comprensión de los productos y las necesidades de los consumidores ha mejorado la experiencia del cliente y aumentado la confianza en nuestros productos.

Además, la profesionalización del estanco ha impulsado la adopción de prácticas de venta responsable y el cumplimiento de regulaciones. Esto garantiza que nuestros productos se vendan de manera adecuada y legal, protegiendo tanto a los consumidores como a nuestras marcas.

ELFBAR 600V2

¡ESTRENO AHORA!

CON BOBINA DE MALLA

El éxito clásico de ELFBAR, ELFBAR 600, ha sido actualizado con una nueva apariencia metálica y un poder de sabor mejorado por QUAQ Tech, brindándole la mejor experiencia de vapeo.

Desarrollado por QUAD Mesh---Sensación en boca completamente mejorada

0.1s

Activación instantánea de

97%

Favorece la consistencia

45%*

Reproducción de Sabor



Mesh Coil



quaq



ELFBAR
600V2

8 NEW
FLAVOURS

Apple Peach
Banana Ice
Blue Razz Lemonade
Blueberry
Blueberry Raspberry
Blueberry Sour Raspberry
Cherry
Cherry Cola
Cola
P&B Clouds
Elturbo Ice
Grape
Kiwi Passion Fruit Guava
Mad Blue
Pink Grapefruit

Pink Lemonade
Strawberry Ice
Strawberry Kiwi
Strawberry Raspberry Cherry Ice
Watermelon
Apple Watermelon
Banana Mango
Blueberry Kiwi
Grape Raspberry
Golden Kiwi
Lemon Lime
Mojito
Rinbo Clouds
Watermelon BO



LANZAMIENTO DE LOST MARY BM600S

El clásico LOST MARY BM600 desechable en forma de caja ha sido actualizado por QUAQ Tech: bobina de malla avanzada e integración de potencia atomizadora para satisfacer su gusto más exigente.



MALLA QUAQ

Disfrute de una intensa explosión de sabor con la resistencia de malla impulsada por QUAQ.



QUAQ CELL

Integra revolucionariamente la batería en *PCBA para formar un módulo de energía eficiente, facilitando el camino para la automatización total en la fabricación. *PCBA: conjunto de placa de circuito impreso.



8 Sabores
Nuevos



Apple
Watermelon

Banana
Break

Berry Apple
Peach

Berry
Combos

Lemon
Lime

Pina Kiwi
Lemonade

Straw Golden
Pina

Strawnana
Blackcurrant

18+

Este producto contiene nicotina, una sustancia muy adictiva.

18+

Este producto contiene nicotina, una sustancia altamente adictiva.

Según una revisión de Cochrane (www.cochrane.org)

CIGARRILLOS ELECTRÓNICOS PARA DEJAR DE FUMAR



Cochrane, una red internacional con sede en el Reino Unido y miembro del National Council for Voluntary Organizations del Reino Unido, ha publicado una revisión del estudio “¿Los cigarrillos electrónicos pueden ayudar a las personas a dejar de fumar y tienen algún efecto no deseado cuando se utilizan para este propósito?”. Como conclusión, Cochrane señala que los cigarrillos electrónicos con nicotina pueden ayudar a las personas a dejar de fumar durante al menos seis meses y que las pruebas muestran que funcionan mejor que el tratamiento de reemplazo de nicotina y probablemente mejor que los cigarrillos electrónicos sin nicotina.

Según Cochrane, los cigarrillos electrónicos son dispositivos electrónicos manuales para vapear que producen un aerosol por el calentamiento de un líquido y algunas personas que fuman los utilizan para dejar de fumar o reducir el consumo de tabaco, aunque algunas organizaciones, grupos de apoyo y responsables de políticas sanitarias los desaconsejan, citando la falta de evidencia de eficacia y seguridad. Las personas que fuman, los profesionales sanitarios y los reguladores quieren saber si los cigarrillos electrónicos podrían ayudar a las personas a dejar de fumar y si es seguro utilizarlos para este objetivo.

Con estos antecedentes, entre las conclusiones que destacan los autores de esta revisión de Cochrane, se dice que existe evidencia de certeza alta de que los cigarrillos electrónicos con

La revisión de Cochrane incluyó 78 estudios completados que representan a 22 052 participantes. De ellos, 34 se realizaron en los EE.UU., 16 en el Reino Unido y otros 8 en Italia.

nicotina aumentan las tasas de abandono en comparación con el TRN (terapias de sustitución de nicotina) y evidencia de certeza moderada de que aumentan las tasas de abandono en comparación con los cigarrillos electrónicos sin nicotina. La evidencia que compara los cigarrillos electrónicos con nicotina con la atención habitual/ningún tratamiento también indica un efecto beneficioso, pero la certeza es menor y se necesitan más estudios para confirmar la magnitud del efecto. Asimismo, destaca que no se detectó evidencia de efectos perjudi-

ciales graves con los cigarrillos electrónicos con nicotina, pero el seguimiento más largo fue de dos años y el número de estudios fue pequeño.

RESULTADOS

Las personas tienen más probabilidades de dejar de fumar durante al menos seis meses con el uso de los cigarrillos electrónicos con nicotina que con el uso del tratamiento de reemplazo de nicotina (seis estudios; 2378 personas) o que con los cigarrillos electrónicos sin nicotina (cinco estudios; 1447 personas).

Los cigarrillos electrónicos con nicotina podrían ayudar a más personas a dejar de fumar que ningún apoyo o apoyo conductual solo (siete estudios; 3126 personas).

Por cada 100 personas que utilizan cigarrillos electrónicos con nicotina para dejar de fumar, entre 8 y 12 podrían dejar de fumar de forma exitosa, en comparación con solo 6 de cada 100 personas que utilizan el tratamiento de reemplazo de nicotina, 7 de cada 100 que utilizan cigarrillos electrónicos sin nicotina, o 4 de cada 100 personas que no reciben apoyo o que solamente reciben apoyo conductual.

No se sabe con certeza si hay una diferencia entre la cantidad de efectos no deseados que se producen al utilizar los cigarrillos electrónicos con nicotina en comparación con el tratamiento de reemplazo de nicotina, ningún apoyo o apoyo conductual solo. Hubo algunas evidencias de que los efectos no deseados no graves fueron



más frecuentes en grupos que utilizaban cigarrillos electrónicos con nicotina en comparación con ningún apoyo o apoyo conductual solo. En los estudios que comparan los cigarrillos electrónicos con nicotina con el tratamiento de reemplazo de nicotina se informó de un bajo número de efectos no deseados, incluidos los efectos no deseados graves. Es probable que no haya una diferencia en la cantidad de efectos no deseados no graves que presentan las personas al utilizar los cigarrillos electrónicos con nicotina en comparación con los cigarrillos electrónicos sin nicotina.

Los efectos no deseados más frecuentes de los cigarrillos electrónicos con nicotina fueron la irritación de la garganta o la boca, dolor de cabeza, tos y mareo. Estos efectos se redujeron con el tiempo a medida que las personas continuaron usando los cigarrillos electrónicos con nicotina.

MENSAJES CLAVE

Los cigarrillos electrónicos con nicotina pueden ayudar a las personas a dejar de fumar durante al menos seis meses. Las pruebas muestran que funcionan mejor que el tratamiento de reemplazo de nicotina, y probablemente mejor que los cigarrillos electrónicos sin nicotina.

Podrían funcionar mejor que ningún apoyo o el apoyo conductual solo y podrían no asociarse con efectos no deseados graves.

Sin embargo, todavía se necesitan más pruebas, en especial sobre los efectos de los nuevos tipos de

Cochrane es una organización independiente, diversa y global que colabora para producir evidencia resumida fiable, hacerla accesible a todo el mundo y promover su uso.

cigarrillos electrónicos que tienen una mejor liberación de nicotina que los cigarrillos electrónicos más antiguos, ya que una mejor liberación de la nicotina podría ayudar a más personas a dejar de fumar.

COCHRANE

Cochrane está dirigido a todas aquellas personas interesadas en utilizar información de alta calidad para tomar decisiones en salud. Ya sean profesional clínico, paciente o cuidador, investigador, o responsable de políticas sanitarias, la evidencia Cochrane es una potente herramienta para mejorar los conocimientos sanitarios y la toma de decisiones.

Los miembros y seguidores de Cochrane provienen de más de 190 países de todo el mundo. Investigadores, profesionales sanitarios, pacientes, cuidadores y ciudadanos interesados en mejorar los resultados en salud de todas las personas, en cualquier lugar del mundo, la red mundial independiente Cochrane, con más de 30 años de trabajo, recopila y resume la mejor evidencia de la investigación para ayudar a tomar decisiones informadas sobre tratamientos. Cochrane no acepta financiación comercial ni conflictiva y para ella es vital generar información de calidad y fiable, trabajando libremente, sin restricciones por intereses comerciales y económicos.

METODOLOGÍA

Para realizar esta revisión, Cochrane buscó estudios que analizaran el uso de los cigarrillos electrónicos para ayudar a las personas a dejar de fumar. Se buscaron ensayos controlados aleatorizados en los que los tratamientos que las personas recibieron se decidieron al azar. Este tipo de estudios suele proporcionar la evidencia más fiable sobre los efectos de un tratamiento. También se buscaron estudios en los que todos recibieron un tratamiento con cigarrillos electrónicos.

Con ello se trataba de determinar cuántas personas dejaron de fumar durante al menos seis meses; y cuántas personas tuvieron efectos no deseados, notificados al menos después de una semana de uso.

Se encontraron 78 estudios, que incluyeron a 22 052 adultos fumadores. Los estudios compararon los cigarrillos electrónicos con el tratamiento de reemplazo de nicotina (TRN), como parches o chicles; vareniclina (un medicamento que ayuda a dejar de fumar); cigarrillos electrónicos sin nicotina; otro tipo de cigarrillos electrónicos con nicotina (p.ej., dispositivos pod, dispositivos más nuevos); apoyo conductual, como asesoramiento o consejo; o ningún apoyo para dejar de fumar. La mayoría de los estudios se realizaron en los EE.UU. (34 estudios), el Reino Unido (16) e Italia (8).

Se realizaron búsquedas en el Registro especializado del Grupo Cochrane de Tabaquismo (Cochrane Tobacco Addiction Group), en el Registro Cochrane central de ensayos controlados (Cochrane Central Register of Controlled Trials, CENTRAL), en MEDLINE, Embase y PsycINFO hasta el 1 de julio de 2022, y se verificaron las referencias y se estableció contacto con los autores de los estudios.



Celebrado en Seúl (Corea del Sur)

GTNF 2023: CAMBIAR LA CONVERSACIÓN, CAMBIAR EL RESULTADO

El GTNF 2023 (Global Tobacco and Nicotine Forum) se ha celebrado del 19 al 21 de septiembre en Seúl, Corea del Sur, bajo el título genérico “Cambiar la conversación. Cambiar el resultado” y ha reunido nuevamente a expertos en salud pública, académicos, políticos, formuladores de políticas y líderes de la industria para compartir sus ideas sobre cómo lograr los objetivos globales de reducción de los daños del tabaco.



El Foro Mundial sobre Tabaco y Nicotina (GTNF), fundada en Río de Janeiro en 2008, es la principal conferencia anual del mundo que debate el futuro de las industrias del tabaco y la nicotina. El GTNF es el intercambio global de opiniones e ideas entre expertos en salud pública, representantes gubernamentales, la industria y los inversores.

Los temas sobre los que se ha discutido a lo largo de los tres días que ha durado el encuentro han incluido el entorno regulatorio global, incluida la próxima conferencia del Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control del Tabaco (CMCT) en Panamá (COP10), dejar de fumar y prevenir el acceso de los jóvenes a la nicotina, la sostenibilidad del tabaco y cuestiones medioambientales (incluidos los dispositivos desecha-



bles), el abordaje de la información errónea sobre la nicotina y una comunicación sanitaria eficaz y el futuro de la nicotina, incluidos los productos de próxima generación (NGP).

El encuentro se ha celebrado en un momento en el que han trascendido informaciones como que el gobierno del Reino Unido consultará sobre propuestas para prohibir los vaporizadores desechables. Pero también en un momento en el que la Organización Mundial de la Salud (OMS) está presionando para prohibir el vapeo, regularlo y gravarlo de la misma manera que los cigarrillos combustibles.

Varios han sido los paneles, mesas redondas, debates y conferencias presentados a lo largo de los tres días que ha durado el encuentro y en el que han intervenido numerosos representantes de la industria tabaquera con intereses en el vapeo. De estas

zadores desechables. Pero también en un momento en el que la Organización Mundial de la Salud (OMS) está presionando para prohibir el vapeo, regularlo y gravarlo de la misma manera que los cigarrillos combustibles.

Varios han sido los paneles, mesas redondas, debates y conferencias presentados a lo largo de los tres días que ha durado el encuentro y en el que han intervenido numerosos representantes de la industria tabaquera con intereses en el vapeo. De estas

intervenciones ofrecemos un resumen en las próximas líneas.

Brian A King, director del Centro de Productos de Tabaco de la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) de Estados Unidos, brindó una descripción general y una actualización sobre los enfoques de trabajo actuales de su equipo, sus principales prioridades y los próximos

pasos en términos de regulación para la industria. King comenzó celebrando la gran y positiva disminución del tabaquismo en los Estados Unidos, que actualmente asciende al 11,5 por ciento, pero reflexionó sobre los desafíos actuales tanto en materia de salud como de política económica. Luego destacó cuatro prioridades clave que la FDA tiene en torno al tabaco: revisión

BRIAN A. KING INFORMÓ QUE LA FDA ACEPTÓ MÁS DE 9.000 SOLICITUDES DE PRODUCTOS DE NICOTINA SIN TABACO Y RECHAZÓ MÁS DE 925.000.

de solicitudes de productos de tabaco; ejecución y cumplimiento; normas y orientación; y educación de EE. UU.

King continuó exponiendo más detalles sobre el progreso de la FDA en el tratamiento de la solicitud previa a la comercialización del tabaco (PMTA) y la acumulación de productos de nicotina sin tabaco.

Señaló que el uso de cigarrillos electrónicos, que recordó a la audiencia que la FDA trata como igual que el tabaco a menos que exista un reclamo terapéutico, alcanzó su punto máximo en 2019 y la cantidad de niños que los usan se ha reducido a la mitad desde entonces.

Ofreció una visión general del estado actual de las solicitudes de PMTA desde 2009, que abarca alrededor de 26 millones de productos, predominantemente cigarrillos electrónicos. Entre estos, 23 productos de cigarrillos electrónicos obtuvieron autorizaciones de comercialización, todos ellos con sabor a tabaco. Sin embargo, millones de solicitudes fueron rechazadas en diversas etapas debido a multitud de motivos. Señaló la importancia de fundamentar las solicitudes con evidencia científica sólida para que la FDA las considere.

King continuó repasando el progreso de las solicitudes de productos de nicotina sin tabaco, donde la FDA aceptó más de 9.000 productos para su revisión y rechazó más de 925.000.

También destacó la importancia

de la educación a la hora de comunicarse con los usuarios de nicotina y lo que la FDA está haciendo al respecto, especialmente el uso de anuncios digitales. Señaló la campaña “El costo real” lanzada en enero de 2023 que se centró en los “efectos negativos del tabaquismo y la abstinencia en la salud mental”; desde entonces, su equipo ha ampliado esta campaña a los cigarri-



Arriba, Brian A King, director del Centro de Productos de Tabaco de la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) de Estados Unidos; y, abajo, Eve Wang, directora ejecutiva de Smoore International y vicepresidenta de Shenzhen Smoore Technology Co.



llos electrónicos. Además de eso, King explicó cómo la FDA se está centrando en los jóvenes indios americanos y nativos de Alaska.

Finalmente, habló sobre su compromiso con la participación de las partes interesadas. Lo demostró al describir el desarrollo de un nuevo plan estratégico que considerará las contribuciones de las partes interesadas de

la industria. Junto con esto, habrá un nuevo director del Centro de Políticas y Asociaciones.

Por su parte, Eve Wang, directora ejecutiva de Smoore International y vicepresidenta de Shenzhen Smoore Technology Co., comenzó describiendo la industria del vapeo como joven, pero en rápida evolución y crecimiento. Expuso la escala actual del mercado y su potencial de crecimiento futuro, junto con los desafíos que enfrenta la industria; Wang argumentó que mejorar la tecnología para hacer que el vapeo sea más eficiente ayudaría a abordar algunos de estos problemas. Finalizó llamando a la industria a seguir innovando y añadiendo que deberían tomar en serio su responsabilidad social.

Señaló que la industria se enfrentaba a una serie de desafíos complejos, como el uso por parte de los jóvenes, el impacto ambiental y una regulación cada vez mayor. Como resultado, el vapeo ha llamado la atención de los reguladores de muchos países y explicó que uno de los métodos de Smoore para abordar estos desafíos era hacer que el vapeo fuera más eficiente. Había dos enfoques para esto: eficiencia y atomización. Esto se traduciría en una mejor experiencia de

EVE WANG SEÑALÓ QUE LA INDUSTRIA SE ENFRENTABA A UNA SERIE DE DESAFÍOS COMPLEJOS, COMO EL USO POR PARTE DE LOS JÓVENES, EL IMPACTO AMBIENTAL Y UNA REGULACIÓN CADA VEZ MAYOR. COMO RESULTADO, EL VAPEO HA LLAMADO LA ATENCIÓN DE LOS REGULADORES DE MUCHOS PAÍSES.

usuario al aumentar la asequibilidad, el sabor y el ciclo de vida del vaporizador, al tiempo que disminuiría el impacto ambiental.

Wang pidió a las partes interesadas innovar y tomar en serio su responsabilidad social. Sólo entonces, dijo, se logrará un equilibrio entre la experiencia del usuario y la solución de los desafíos que enfrenta la industria.

Kingsley Wheaton, director de Estrategia y Crecimiento de BAT UN PLAN DE CINCO PASOS PARA UNA MEJOR REGULACIÓN DEL SECTOR DEL VAPOR

El discurso de Kingsley Wheaton en el seno del GTNF 2023 fue pronunciado en su nombre por el director Global de Comunicaciones Empresariales de BAT, Jonathan Atwood, y presentó un plan sobre cómo los reguladores y los gobiernos podrían mejorar regular los productos de vapeo y ayudar a los fumadores a cambiar a productos de menor riesgo*†.

El discurso de Kingsley Wheaton explicó cómo el plan de regulación de cinco pasos de BAT podría ayudar a lograr el equilibrio adecuado entre la reducción de daños y la mitigación de consecuencias no deseadas, incluido el acceso de menores de edad a los productos.

El líder de BAT añadió además que los actores imprudentes en el mercado deben ser penalizados cuando no respetan las reglas.

Kingsley Wheaton, director de estrategia y crecimiento de BAT, dijo: *“Hay cinco áreas en las que se podría considerar más en términos de regulación. Estas son las áreas que los reguladores deberían explorar y establecer una regulación inteligente que sea adecuada para su mercado”*.

“En primer lugar, la tecnología y la funcionalidad del dispositivo: los productos de vapeo sólo deben ser accesibles para adultos. Tanto la prevención como la restricción de menores de edad son cruciales. La tecnología en los



Arriba, Kingsley Wheaton, cuyo discurso fue presentado por Jonathan Atwood, a la izquierda.



salvaguardias razonables en el punto de venta ayudarían a garantizar que estos productos se vendan únicamente a consumidores adultos. Se deben considerar seriamente soluciones como las licencias minoristas y las tecnologías de reconocimiento facial”.

“Por último, aplicación de la ley y sanciones: los gobiernos deben ejercer su poder y garantizar que los consumidores compren productos legítimos. Estas medidas deben aplicarse rigurosamente y quienes no las cumplan deben enfrentarse a sanciones significativas”.

El señor Wheaton añadió: *“Que no queden dudas sobre lo que significa BAT: un futuro en el que se adopten alternativas de riesgo reducido*† al tabaquismo. Un futuro donde la innovación prospere y donde millones de consumidores sean libres de elegir entre una variedad de alternativas. Hacemos un llamado a los gobiernos, reguladores y pares de la industria para unirse hacia un entorno sostenible y progresista en el que estos productos se vendan y comercialicen de manera responsable”*.

**Basado en el peso de la evidencia y suponiendo un abandono completo del hábito de fumar cigarrillos. Estos productos no están exentos de riesgos y son adictivos.*

† El producto de vapor Vuse (incluidos Alto, Solo, Ciro y Vibe) y ciertos productos, incluidos Velo, Grizzly, Kodiak y Camel Snus, que se venden en los EE. UU., están sujetos a la regulación de la FDA y no se aceptarán afirmaciones de riesgo reducido sobre estos productos sin autorización de la agencia.

SEGÚN KINGSLEY WHEATON, “HAY CINCO ÁREAS EN LAS QUE SE PODRÍA CONSIDERAR MÁS EN TÉRMINOS DE REGULACIÓN. ESTAS SON LAS ÁREAS QUE LOS REGULADORES DEBERÍAN EXPLORAR Y ESTABLECER UNA REGULACIÓN INTELIGENTE QUE SEA ADECUADA PARA SU MERCADO”.

dispositivos, cuando se aplica y se hace cumplir en mercados enteros, podría ayudar en este sentido”.

“En segundo lugar, se necesita más reconocimiento de que los sabores son un importante impulsor de adopción para los fumadores que buscan alternativas. Sin embargo, los sabores de los productos de vapeo no deberían resultar especialmente atractivos para los menores de edad”.

“En tercer lugar está el nivel de fabricación y de importación: garantizar, en primer lugar, que los productos que no cumplan las normas no puedan llegar al mercado”.

“En cuarto lugar, donde ya no existen restricciones, es posible que los reguladores quieran analizar quién debería poder vender productos de vapor y dónde. Unas

REGULACIÓN: PERSPECTIVAS INTERNACIONALES

David Bertram, director de EUK Consulting, abrió el panel con comentarios sobre cómo la industria se encuentra en un punto de inflexión con una regulación cada vez más estricta en torno a la nicotina y los productos de tabaco.

Adam Afriyie, miembro del Parlamento por Windsor, Reino Unido, presentó una perspectiva positiva del enfoque actual del Reino Unido respecto del vapeo, con cinco razones por las que está funcionando:

1. El Reino Unido opera según el principio de reducción de daños en lugar del principio de precaución.
2. Los vaporizadores se tratan como productos de consumo más que como productos médicos. Esto significa que pasan por el proceso regulatorio correcto y exhaustivo con la agencia de Normas Comerciales actuando como agente de aplicación.
3. Los organismos públicos reciben la tarea y el poder de educar y difundir información basada en evidencia, con lo que la información llega correctamente al consumidor.
4. El Reino Unido se ha asegurado de que el vapeo sea un tema no partidista y el gobierno tome decisiones sobre investigación, evidencia, consultas y revisiones independientes.
5. El enfoque del Reino Unido es dinámico y responde cuando el mundo cambia.

Afriyie criticó la posición de la OMS sobre el vapeo, pues le preocupa que la OMS confundiera vapear con fumar. Sin embargo, señaló que es difícil saberlo, ya que muchas de las decisiones al respecto se toman a puerta cerrada. Con la COP10 acercándose, Afriyie brindó información sobre cómo cree que la delegación del Reino Unido debería abordar la conferencia y que esperaba que esta delegación se sintiera lo suficientemente envalentonada como para impulsar la reducción de daños en la conferencia, así como para pedir más transparencia en torno a la posición

ADAM AFRIYIE CRITICÓ LA POSICIÓN DE LA OMS SOBRE EL VAPEO Y SEÑALÓ QUE LE PREOCUPABA QUE LA OMS CONFUNDIERA VAPEAR CON FUMAR. SIN EMBARGO, SEÑALÓ QUE ES DIFÍCIL SABERLO YA QUE MUCHAS DE LAS DECISIONES AL RESPECTO SE TOMAN A PUERTA CERRADA.

de la OMS y el proceso de toma de decisiones.

Ming Deng, jefe del Estudio de la Industria de NGP de la Universidad de Yunnan, ofreció una visión de la regulación asiática y la innovación en productos de próxima generación. Señaló que Asia es un continente diverso y que no existe una experiencia universal en torno a la regulación de próxima generación. Dio el ejemplo de Corea del Sur, que tiene leyes muy



Componentes del panel sobre la regulación del vapeo y las perspectivas internacionales.

estrictas sobre el vapeo y el tabaquismo en público.

En cuanto a la innovación, Deng sugirió que los últimos veinte años en la industria del tabaco y la nicotina han sido inusualmente dinámicos en comparación con los dos siglos anteriores, debido principalmente a la innovación en la industria. Como resultado, por primera vez, los reguladores, los consumidores y la industria no se conocen entre sí como lo hacían en la era de los combustibles.

Dave Dobbins, ex director de operaciones de American Legacy

Foundation/Truth Initiative, brindó una descripción general del panorama regulatorio en los Estados Unidos. Continuó criticando el enfoque actual de la FDA y brindó algunas ideas sobre cómo cree que pueden mejorar. Al despejar el campo y permitir únicamente productos de fabricantes regulados, la FDA podría crear un mercado más eficaz que les permitiría abordar cuestiones como el vapeo juvenil. También señaló que se necesita un mercado regulado fuerte, ya que la aplicación de la ley por sí sola no funciona. En cuanto a las cuestiones relacionadas con el mercado negro, fue claro en que la evidencia es concluyente y los enfoques de reducción de daños, como el del Reino Unido, funcionan mejor.

Marina Foltea, experta en derecho comercial internacional y fundadora y directora general de Trade Pacts Consultancy, describió las situaciones

complejas del enfoque de la UE respecto del tabaco y la nicotina. En la UE, afirmó, los combustibles tienen medidas muy restrictivas. Sin embargo, muchos países de todo el mundo buscan un modelo en la UE.

Kezia Purick, miembro de la Asamblea Legislativa del Territorio del Norte por Goyder, Australia, señaló que el enfoque de los formuladores de políticas australianos respecto del vapeo se centra principalmente en el problema de la salud. Destacó que el contexto regulatorio australiano proviene de un contexto de regulación histórica-

HABLANDO DE LA COP10

En este panel intervinieron Flora Okereke, jefa de perspectivas y conocimientos regulatorios globales de BAT; y Derek Yach, defensor de la salud mundial.

Flora Okereke comenzó sugiriendo que la COP10 es una oportunidad para la industria debido a los puntos en común entre esta y los funcionarios de salud pública sobre el deseo de reducir el consumo de cigarrillos. Con tantos delegados de países y organizaciones, dijo que no hay mejor oportunidad para aumentar la reducción del daño del tabaco que la COP10. Señaló que ya existe una disposición en el Convenio Marco para el Control del Tabaco (CMCT) que menciona la reducción de daños, lo que significa que existe la posibilidad de que los estados miembros exploren formas alternativas de reducir el tabaquismo. Si bien esta disposición nunca se ha discutido en una COP, Okereke argumentó que ahora las condiciones son adecuadas y los consumidores están felices de usar alternativas a los cigarrillos y hay una variedad de ejemplos de países con estrategias exitosas de reducción de daños.

Okereke continuó discutiendo la posición actual de la OMS sobre los productos con daños reducidos y explicó que son escépticos sobre el papel de estos productos en la cesación. A la OMS también le preocupa el acceso de los jóvenes; los no fumadores que los utilizan; y una dependencia y adicción más amplias a la nicotina. Como resultado, la OMS ha mantenido su posición de tratar los productos de riesgo reducido de la misma manera que el tabaco, especialmente desde una perspectiva regulatoria. Dado que el poder de toma de decisiones, por consenso sin objeciones, recae en los estados miembros, Okereke instó a los delegados a utilizar este poder para impulsar decisiones positivas sobre la reducción de daños y pedir una evaluación independiente del papel que pueden desempeñar los productos de riesgo reducido en la cesación.

A pesar del sentimiento común de apatía, Okereke pidió más acción por parte de la industria con respecto a la COP10, ya que la OMS es buena para trasladar lo que se discute al nivel nacional. Destacó que la mejor manera de defender la posición liderada por la ciencia de la industria era influir en los legisladores y delegados para que puedan emitir un juicio equilibrado. Dado que la reducción de daños es una cuestión de tecnología, ciencia e innovación, argumentó, los actores responsables de estas áreas deberían tener voz en la COP10 y más allá. Finalmente, instó a la industria a actuar y convertir las discusiones en políticas tangibles dentro del entorno político.

Derek Yach identificó dos obstáculos hoy para quienes abogan por estrategias de reducción de daños: el crecimiento de la desinformación. Esto les da a los profesionales de la salud una visión incorrecta del daño de la nicotina. Y la falta de compromiso. Yach argumentó que ha habido una grave mala interpretación del artículo 5.3, ya que los Estados miembros creen que esto significa que no hay compromiso ni discusión



Flora Okereke y Derek Yach disertaron sobre la COP10 a celebrar en Panamá.



FLORA OKEREKE PIDIÓ MÁS ACCIÓN POR PARTE DE LA INDUSTRIA CON RESPECTO A LA COP10, YA QUE LA OMS ES BUENA PARA TRASLADAR LO QUE SE DISCUTE AL NIVEL NACIONAL.

con la industria. Contrastó las COP sobre el cambio climático con las del tabaco. El primero da la bienvenida a todas las partes interesadas que tengan un interés material en el tema, incluidos la energía, el petróleo, el gas y el transporte. En su opinión, por el contrario, la secretaría del CMCT ha ido más allá de su mandato legal y ha redactado directrices que no tenían derecho a hacer, lo que deja a la industria al margen.

Yach pidió a los gobiernos con enfoques exitosos de reducción de daños, como el Reino Unido, EE. UU., Japón y Suecia, que informen con orgullo sobre el progreso que han logrado, como lo harían en la COP27 y la COP28 con respecto al cambio climático.

Yach propuso algunos enfoques clave que, en su opinión, la industria debería adoptar en conjunto:

- Abordar el acceso de los jóvenes al tabaco y la nicotina comprometiéndose a eliminarlos.
- Consideremos ejemplos históricos de cuando el sector privado cooperó exitosamente con la OMS. Yach puso el ejemplo de Merck, que se comprometió a eliminar la ceguera de los ríos mediante el suministro de determinados medicamentos; sugirió que la industria tabacalera debería comprometerse a aprovechar el uso de bolsas de nicotina y snus para eliminar el cáncer oral en el sur de Asia, ya que esto actuaría como un sorprendente una medida audaz que sería bienvenida por la comunidad internacional.

mente estricta en la que el alcohol y el tabaco suelen ser los primeros a los que se les aplican impuestos más altos cuando el gobierno quiere aumentar los ingresos. Sugirió que la regulación sobre el vapeo sólo se fortalecerá y la principal preocupación será el vapeo en las escuelas y sus altos niveles entre los pueblos indígenas.

EL USO JUVENIL ES RESPONSABILIDAD DE TODOS

Stacy Ehrlich, socia de Kleinfeld Kaplan and Becker LLP, abrió el panel reconociendo que, si bien la mayoría de la gente estaría de acuerdo en que los jóvenes no deberían consumir sustancias adictivas, era difícil lograr un equilibrio entre prevenir el consumo entre los jóvenes y guiar a los fumadores hacia el continuo de riesgo.

Jasjit S. Ahluwalia, profesor de Ciencias Sociales y del Comportamiento y profesor de Medicina en el Centro de Estudios sobre Alcohol y Adicciones de la Facultad de Salud Pública de la Universidad de Brown y la Facultad de Medicina Alpert, comenzó reconociendo que la adicción al tabaco es una enfermedad pediátrica. También señaló que muchas enfermedades resultantes del consumo de tabaco eran efectivamente causadas por el hombre, como la EPOC, ya que el 95 por ciento de los casos eran resultado del consumo de tabaco. Ahluwalia argumentó que el uso de tabaco y nicotina por parte de los jóvenes no era ético, ya que son consumidores desinformados. Ahluwalia destacó la magnitud de la desinformación comunicada a través de campañas contra el tabaquismo y el vapeo, y destacó el papel de los medios de comunicación en la tergiversación de la ciencia.

Afirmó que la industria debía centrarse en innovar con productos mejores y más seguros y pidió a la FDA que apruebe nuevos medicamentos para dejar de fumar. Sobre la cuestión de los sabores, argumentó que a los adultos también les gustan los sabores, sugiriendo que la FDA debería permitir más sabores. Finalmente, afirmó que el objetivo de cero uso por parte de los jóvenes no era realista ni razonable.

Brian A. King, director del



Panel en el que se debatió que el uso de vapeadores entre los jóvenes es responsabilidad de todos.

Centro de Productos de Tabaco de la Administración de Alimentos y Medicamentos de EE. UU., comenzó explicando que la prevención entre los jóvenes es fundamental para la FDA, ya que 9 de cada 10 fumadores adultos comenzaron a fumar antes de los 18 años. Señaló que los jóvenes estaban usando una variedad de productos diferentes, con el uso de los cigarrillos electrónicos son particularmente prominentes y que las cifras sobre el uso de los jóvenes muestran un aumento de los signos de dependencia.

King explicó que la FDA tuvo que sopesar el riesgo general del consumo entre jóvenes y el beneficio para los fumadores adultos al decidir si aprobaba nuevos productos. Estuvo de acuerdo en que era importante garantizar que los fumadores adultos no tuvieran miedo de utilizar cigarrillos electrónicos, pero afirmó que la prioridad era abandonar los productos que provocaban la iniciación en los jóvenes. Creía

COLIN MENDELSON COMENZÓ SEÑALANDO QUE LA POLÍTICA ACTUAL SOBRE EL VAPEO ESTABA IMPULSADA EN GRAN MEDIDA POR LOS TEMORES SOBRE EL VAPEO ENTRE LOS JÓVENES, MÁS QUE POR LA EVIDENCIA CIENTÍFICA. ADOPTÓ UNA POSTURA PRAGMÁTICA Y AFIRMÓ QUE, SI BIEN LOS NIÑOS NO DEBERÍAN VAPEAR NI FUMAR, ALGUNOS LO HARÁN.

que era posible llevar a cabo una prevención significativa entre los jóvenes y al mismo tiempo hacer que los fumadores adultos pasaran a alternativas menos dañinas.

Sostuvo que la intención de la FDA no era penalizar a las empresas, sino que tenía que implementar las regulaciones según lo exigía el Congreso. Sobre el tema de los sabores, afirmó que aún no había visto que la ciencia mostrara su impacto diferencial, pero estaba abierto a aprobar más sabores si ese fuera el caso.

Colin Mendelsohn, médico generalista y presidente fundador de la Asociación Australiana para la Reducción de los Daños del Tabaco, comenzó señalando que la política actual sobre el vapeo estaba impulsada en gran medida por los temores sobre el vapeo entre los jóvenes, más que por la evidencia científica. Afirmó que, si bien los niños no deberían vapear ni fumar, algunos lo harán y argumentó que la mayoría de los jóvenes que vapeaban era experimental y que el vapeo frecuente era raro: sólo el 3 por ciento de los niños que vapeaban lo hacían con frecuencia y la mitad también eran fumadores, lo que demuestra que el vapeo no era una puerta de entrada.

Mendelsohn notó los beneficios de la nicotina: alivia la presión, la ansiedad y la depresión y al mismo tiempo mejora la atención, la cognición y el control del peso. Al realizar un aná-

lisis de riesgo-beneficio, Mendelsohn argumentó que, si bien no toleraba el uso por parte de menores, los beneficios del vapeo superaban con creces los riesgos a nivel poblacional, siendo la desviación del tabaquismo mortal el factor más importante.

Stefanie Miller, vicepresidenta de participación externa de Juul Labs Inc., expresó su creencia de que un papel clave de los fabricantes es prevenir el uso entre los jóvenes y describió el plan de Juul para hacerlo. La primera parte de este plan es limitar el atractivo de sus productos para los jóvenes. El siguiente se centra en restringir el acceso a los productos en el punto de venta y utilizar tecnología en el dispositivo. La última parte del plan era la aplicación de la ley, garantizando que terceros no vendieran productos falsificados a los jóvenes. Sobre la cuestión de los sabores, Miller señaló que, si bien Juul quería ofrecer más sabores a los adultos, era necesario dificultar el acceso de los jóvenes a ellos antes de que pudieran comercializarse.

REFORZANDO LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

Mark Littlewood, director general del Instituto de Asuntos Económicos, abrió el panel afirmando que la investigación decente es complicada, calificada y matizada. También señaló que la investigación es abierta y casi nunca completa. Concluyó el panel preguntando si, con respecto a la reducción del daño del tabaco, existe una política basada en evidencia o evidencia basada en políticas.

Kai-Jen Chuang, profesor del Departamento de Salud Pública de la Universidad Médica de Taipei, afirmó que debe romperse la división entre la salud pública y la industria. Explicó que conceptos como la reducción de los daños del tabaco no eran comunes en todos los países, como por ejemplo en Taiwán, y sugirió que los investigadores en este campo debían asistir a conferencias de salud pública para presentar estos estudios sobre la reducción del daño del tabaco, además de traducir sus artículos a otros idiomas.

Konstantinos Farsalinos, investigador principal de la Escuela de Salud

Pública de la Universidad de West Attica, explicó que, si bien la incertidumbre era inherente a la ciencia y al progreso humano, se estaba utilizando y abusando de ella en el caso de la reducción de los daños del tabaco. Las decisiones sobre la reducción de los daños del tabaco a menudo se basaban en la ignorancia, más que en los conocimientos actuales. En cuanto a cómo se comunica y refuerza la investigación, Farsalinos señaló que la indus-



Mark Littlewood, Marewa Glover, Kai-Jen Chuang, Riccardo Polosa y Konstantinos Farsalinos debatieron cómo reforzar la investigación científica.

tría tenía muchos datos, pero no los había implementado exitosamente en la toma de decisiones. También explicó que la mentalidad cerrada entre los científicos era un gran problema, por lo que era importante dirigirse a todos a la hora de comunicar los resultados de los estudios.

Marewa Glover, directora del

RICCARDO POLOSA CREE QUE LA CIENCIA ES CLARA EN CUANTO A QUE LOS COMBUSTIBLES SON SIGNIFICATIVAMENTE MÁS DAÑINOS QUE LAS ALTERNATIVAS, PERO LOS CIENTÍFICOS NECESITAN PASAR DE MIRAR EL RIESGO RELATIVO DE LOS NUEVOS PRODUCTOS A SU RIESGO ABSOLUTO. HECHO ESTO, LA INDUSTRIA ESTARÍA EN MEJOR POSICIÓN PARA CONVENCER AL PÚBLICO, REGULADORES Y GOBIERNOS.

Centro de Excelencia en Investigación sobre Soberanía Indígena y Tabaquismo, señaló que tanto aquellos a favor como en contra de la reducción del daño del tabaco creían que la evidencia científica debería impulsar las políticas. Sostuvo que algunos de los que estaban en contra de la reducción de daños del tabaco estaban manipulando las herramientas de la ciencia para impulsar una agenda sesgada. También señaló que los científicos

cos deben demostrar la solidez de sus investigaciones en sus artículos, para que los analistas de políticas puedan apreciar su importancia.

Riccardo Polosa, profesor titular de Medicina Interna de la Universidad de Catania y fundador del Centro de Excelencia para la Aceleración de la Reducción de Daños, destacó que la investigación debe ser replicable. Expuso que la ciencia es clara en cuanto a que los combustibles son significativamente más dañinos que las alternativas, pero los científicos necesitaban pasar de mirar el riesgo relativo de los productos de nueva generación a su riesgo absoluto. Una vez hecho esto, la industria estaría en mejor posición para convencer al público, a los reguladores y a los gobiernos. Polosa sugirió que era fácil combatir la "ciencia basura" en este campo, pero que se necesitaba tiempo, energía y voluntad por parte de los profesionales para hacerlo.

THE
VAPOUROUND
GLOBAL AWARDS
2023

PRODUCTO REVELACIÓN
DEL AÑO

Waka
Empowered by RELX

PRODUCTO REVELACIÓN DEL AÑO
2023 Vapouround Global Awards

Haz tu pedido de
RELX y WAKA en: Sugar Land

ATING BAR

ASIÁTICO. MÍSTICO. EXÓTICO

TU BOCA SE VOLVERÁ LOCA

Una nueva marca de vapers llega a España de
tierras lejanas. Máximo sabor en cada calada.

Pídelo en hola@ating-bar.com

Distribuido por
Luis Gómez Aragón S.L.
tlf. 954 18 20 32

ATING BAR

600 PUFF

INFINIDAD DE SABORES

2% NICOTINA

420 MAH

2 ML

ATING
BAR

GLASS
ROUND
GRAFFITI



LGA

DESDE 1984
AVANZANDO JUNTOS

Dortmund (Alemania)

IMPRESCINDIBLE INTERTABAC 2023

Del 14 al 16 de septiembre, la feria Intertabac de Dortmund, Alemania, volvió a demostrar que es la cita anual imprescindible para todos los que, de forma directa o indirecta, tiene relación profesional con el tabaco. Según los datos de la organización de Intertabac 2023, la feria comercial más importante del sector del tabaco a nivel mundial, la afluencia de expositores y visitantes ha recuperado en la edición de este año las cifras anteriores a la pandemia.

Por Javier Blanco Urgoiti

Así es. La feria de Dortmund consiguió congregarse, entre el 14 y el 16 de septiembre, a 680 expositores, procedentes de 60 países del mundo, que ocuparon diez pabellones de la feria y atrajeron a alrededor de 12.000 visitantes internacionales. Son datos que convierten Intertabac, la feria de Dortmund (Alemania), en la cita anual imprescindible de la industria del tabaco, pero ¿de qué industria estamos hablando?

De la más tradicional, de la de toda la vida, pero también de la que está llegando y la que vendrá. Intertabac 2023 no es sólo ya la feria en la que se juntan los profesionales del tabaco de toda la vida; no es sólo

un espacio de contacto y ampliación internacional de la distribución y venta de productos de tabaco; no sólo sirve para juntar asociaciones, organizar congresos y reuniones, compartir experiencias y soluciones a problemas comunes. Además de todo eso, que hace de Intertabac el gran foro del

tabaco mundial, la feria es un escaparate de tendencias: lo que pasará en el futuro, ya se ha visto en Intertabac.

No en vano, 150 de esos 680 expositores internacionales, casi una cuarta parte, son empresas dedicadas a los productos de nueva generación, es decir, mucho de lo que se va a ven-

der con normalidad en los estancos (españoles y del mundo entero) en la siguiente década. Al fin y al cabo, Intertabac, como feria, sólo tiene sentido si acaba siendo un adelanto de lo que será en el futuro la exposición de venta de una tienda de tabaco: sus expositores ofrecen a la vista del profesional inquieto aquello que será popular a partir del año que viene y, por tanto, quien desee adelantarse

La feria de Dortmund ha conseguido congregarse, según datos de la organización, a 680 expositores procedentes de 60 países del mundo que ocuparon diez pabellones del recinto ferial y atrajeron a alrededor de 12.000 visitantes internacionales.

y estar preparado para la demanda del futuro, debe, sin duda, visitar Intertabac.

NUEVA GENERACIÓN

De este modo, los diez pabellones de Intertabac (e Intersupply) 2023 daban testimonio del momento por el





Varias imágenes de los stands que mostraban algunas marcas. Arriba, el equipo Internacional de Landewyck en su stand, con sus marcas de tabaco tradicional, celebrando el 25 aniversario de Elixir, y con sus NGPs, como las bolsitas de nicotina Thor.



que pasa la industria proveedora del estanco. La parte más tradicional del sector, el tabaco de toda la vida, tenía su espacio de exposición en los pabellones 4, 5 y 7, dedicados, sobre todo, al cigarro premium y sus complementos, humidores, artículos de fumador, con una presencia fuerte tanto de cigarrillos, tabaco mecanizado, cigarrillos y picadura de liar y algo, no demasiado, pero también de tabaco de pipa. Es la parte de la feria más familiar y cercana para el minorista tradicional, con productos que ya tienen una demanda estable en los mercados. En este sentido, se hacía particularmente interesante para los ojos de los estancieros el pabellón 6, donde exponían las empre-

MIKE TYSON Y SIDO

InterTabac 2023 contó este año con la presencia de estrellas invitadas como el boxeador Mike Tyson y el rapero alemán Sido.

El primero, numerosas veces campeón del mundo de peso pesado de boxeo, era la segunda vez que visitaba InterTabac y en esta ocasión presentó la Colección Tyson 2.0 en el stand 5.D14 del pabellón 5 de FUTUROLA, mientras que el segundo, cuyo nombre real es Paul Hartmut Würdig, ganador de premios internacionales como un Echo y el MTV Europe Music Award, estuvo invitado en el stand del expositor Budwerk – Value Venture (Stand 8.D10 en el pabellón 8).



sas suministradoras de equipamiento para tiendas, que ofrecían una visión completa del desarrollo actual del uso del espacio comercial.

Casi todo el resto de los otros seis pabellones e, increíblemente, buena parte de los pasillos y accesos a la feria, como si la organización se hubiera visto desbordada a la hora de ofrecer espacios, estaba dedicado a productos de nueva generación, los llamados NGP. Dentro de esta nueva categoría, de creciente popularidad entre los consumidores, se encuentran los productos sin combustión y todo lo relacionado con el vapeo, cigarrillos electrónicos y líquidos electrónicos, así como los llamados productos de potencial riesgo reducido (PRRP), como el snus y el CBD y, por supuesto, la shisha, que ocupaba el pabellón 8.

La popularidad entre los consumidores de estos productos de nueva generación está ya más que demostrada, pero en la feria se vio que es

una industria pujante y de futuro.

También es cierto que la oferta de esta clase de bienes de consumo va un paso por delante de las legislaciones, pero eso también proporciona una gran oportunidad de negocio para el estanco. El simple hecho

de darse un paseo por el inmenso espacio dedicado en los pabellones de Intertabac a los productos de nueva generación sirve para darse cuenta del nuevo mundo que viene ya al estanco y hace que merezca la pena visitar la feria en 2024.

“JUNTOS PARA EL MAÑANA”

Bajo este nuevo lema, las ferias gemelas se han centrado en temas de importancia futura, así como en cuestiones que actualmente ocupan la mente de la industria y los visitantes profesionales se han beneficiado no sólo del aporte de conocimientos de primer nivel en diez salas de exposición, sino también de



INTERTABAC 2024

Intertabac ya tiene fechas y sede para su edición de 2024. La ciudad alemana de Dortmund volverá a acoger la gran cita de las tendencias de la industria del tabaco y afines entre los días 19 y 21 de septiembre del año próximo. La visita es imprescindible, pero no sólo para altos ejecutivos y directivos de la industria, sino también, y muy especialmente, para las pequeñas tiendas a pie de calle, los minoristas, que son, en definitiva, el espacio donde todo este futuro se materializa.

Recorrer la feria ofrece, en este sentido, una doble visión al profesional del tabaco que sienta inquietud por el futuro de su negocio. Sin duda, la visita a los pabellones más tradicionales es importante, porque se puede percibir el camino por el que van a discurrir productos que todavía tienen una gran demanda en el estanco, aunque, en líneas generales, se puede considerar que es un mercado ya maduro. Por otro lado, la visita a los pabellones de productos de nueva generación es esencial. El estancero más tradicional no podrá dejar de sentir que camina por otro mundo mientras asiste al variado desfile de productos sin combustión, vapores, cigarrillos electrónicos... Un mundo que vendrá, aunque en buena medida es ya una realidad incontestable. Eso será, en septiembre del año que viene, Intertabac 2024: la cita ineludible con el futuro del sector del tabaco.

la oportunidad única de interactuar con los principales actores de la citada industria.

Además de los numerosos expositores, productos y tendencias, los participantes han podido disfrutar de un programa completo que cubre todos los temas de interés actuales y los desafíos que enfrenta toda la industria.

En el segmento clásico, por ejemplo, se ha podido degustar, fumar y beber en Cigar Pairings durante los tres días. Los maridajes, que incluían una selección de bebidas espirituosas proporcionada por el proveedor de

Además de los numerosos expositores, productos y tendencias, los visitantes tuvieron acceso a un amplio programa que cubre todos los temas de interés actuales, con conferencias, mesas redondas, maridajes, presentaciones...

y expertos compartieron sus puntos de vista y brindaron información valiosa sobre cómo se está desarrollando la THR (reducción del daño del tabaco) en diferentes países y cuáles son los próximos pasos que debe tomar la

Además, Mercedes Vázquez y Daniel Green del ITGA profundizarán sobre los desafíos de los productores de tabaco y la situación de la cosecha en 2023. En otros paneles y conferencias magistrales, los expertos se centraron en las tendencias y previsiones para 2024 en todos los ámbitos que abarcan las ferias gemelas.

El variado programa de las ferias gemelas culminó con la ceremonia de entrega de premios InterTabac Star, en la que los asistentes seleccionan a los candidatos y se premiaron los productos que atrajeron más votos.



bebidas espirituosas premium y comida mexicana Sierra Madre, combinaron marcas internacionales de ron premium y cigarrillos premium para crear sensaciones de sabor estimulantes.

También hubo una interesante programación en el espacio NGP, como las presentaciones Speed Fire, donde las empresas de NGP presentaron las últimas innovaciones.

Otro punto culminante del viernes fue la mesa redonda sobre 'Productos de riesgo reducido: la siguiente etapa: opiniones de la industria y los expertos'. En este panel de discusión, representantes de la industria de las principales empresas

industria. En este panel participaron Aron Byrne-Carter (NGP Trends), Ian Fearon (McKinney Regulatory Science Advisors / whatIF? Consulting Ltd), Alexander K Nussbaum (Philip Morris) y Chenxing Pei (SMOORE).

El simple hecho de darse un paseo por el inmenso espacio dedicado en los pabellones de Intertabac a los productos de nueva generación sirve para darse cuenta del nuevo mundo que viene ya al estanco y hace que merezca la pena visitar la feria en 2024.

Sabine Loos, directora general de Westfahlenhallen Unternehmensgruppe, propietaria y operadora del recinto Messe Dortmund que acoge las ferias InterTabac e InterSupply, ha señalado: "En Messe Dortmund esperamos con gran entusiasmo las numerosas innovaciones de productos que siempre se mostrarán en el evento, así como la oportunidad de establecer valiosos contactos y entablar conversaciones con personas líderes del sector. Creo firmemente que vamos a aprovechar los éxitos del año pasado y subrayar una vez más nuestro estatus como foro líder mundial para la industria".

LAS ASOCIACIONES DE LA INDUSTRIA TABAQUERA PIDEN MODERACIÓN A LOS POLÍTICOS

Representantes de la industria de productos del tabaco y nuevos productos de nicotina pidieron una política que muestre más confianza y respeto por los consumidores adultos responsables, refuerce la protección de los menores en un contexto específico de manera más decidida y tiene en cuenta las preocupaciones de las empresas y empleados de una industria diversa.

Prohibiciones de publicidad de gran alcance, aumentos de impuestos, prohibiciones de aromas: los fabricantes, minoristas y también los consumidores de productos de tabaco, cigarrillos electrónicos y otros productos de nicotina han tenido que adaptarse recientemente a multitud de nuevas regulaciones y restricciones en Alemania. La Comisión de la UE en Bruselas está preparando enmiendas a la Directiva sobre impuestos al tabaco y a la Directiva sobre productos del tabaco de la UE, que amenazan con endurecer aún más las normas.

En este contexto, el director general de la Asociación Alemana de Tabacos, Michael von Foerster, pidió un retorno más decidido al modelo de consumidor responsable: "Un adulto informado que lía un cigarrillo, disfruta de un cigarrillo, fuma una pipa o consume tabaco tiene derecho a hacerlo sin paternalismo gubernamental mediante nuevos acosos y restricciones". En lugar de seguir ajustando las regulaciones, cree que se necesita urgentemente una mayor confianza en las decisiones informadas de los consumidores, no sólo en el sector tabaquero.

Los defensores de nuevas prohibiciones de la publicidad del tabaco señalan un supuesto aumento del número de fumadores, especialmente entre los menores, como resultado de la crisis del coronavirus. Estos resultados del llamado estudio DEBRA se contradicen con la importante caída de más del 8 por ciento en las ventas de cigarrillos el año pasado, explicó Jan Mücke, director general de la Asociación Alemana de la Industria del Tabaco y Nuevos Productos, quien pidió una base fáctica y sólida como requisito previo para un renovado debate sobre la regulación: "Las decisiones políticas de gran alcance no pueden discutirse sobre la base de una encuesta que, dado el pequeño tamaño de la muestra, no tiene validez y no resiste el escrutinio".

Mücke dejó claro que los productos del tabaco, los cigarrillos electrónicos y otros productos con nicotina no deben estar en manos de niños y jóvenes. "Apoyamos un refuerzo específico de la protección de los menores, por ejemplo, mediante un control más intensivo de la prohibición de venta de estos productos a menores. Por otra parte, las prohibiciones arbitrarias no añadirían ningún valor a la protección de los menores y, en última instancia, serían contraproducentes", afirmó. "La prohibición de sabores en los cigarrillos electrónicos no aleja a los jóvenes de la nicotina, sino que sólo impide que los adultos fumadores cambien a estos productos alternativos de bajas emisiones".

Bodo Mehrlein, director general de la Asociación Fede-

ral de la Industria del Tabaco, exigió también en vista de la difícil situación económica en la que se encuentra Alemania que las empresas del sector que directa, indirecta e inductivamente aseguran el empleo de unas 350.000 personas en la industria y el comercio, no deberían verse sofocados aún más por medidas adicionales. Por ejemplo, la industria del tabaco, caracterizada por empresas medianas, ya se enfrenta al desafío de instalar un costoso sistema de trazabilidad para controlar la cadena de suministro de aquí a 2024, explicó Mehrlein: "Las empresas medianas tienen que desembolsar mucho dinero en una medida que no cumple en modo alguno el objetivo de luchar contra el contrabando



"Un adulto informado que lía un cigarrillo, disfruta de un cigarrillo, fuma una pipa o consume tabaco tiene derecho a hacerlo sin paternalismo gubernamental mediante nuevos acosos y restricciones", afirmó el director general de la Asociación Alemana de Tabacos, Michael von Foerster.

de tabaco, ya que no se conoce ningún contrabando significativo de puros y puritos". También subrayó que, según las estadísticas oficiales, estos productos son fumados en su mayoría sólo ocasionalmente por consumidores de mayor edad y tampoco son un producto de entrada.

Se señaló que el comercio minorista de tabaco sigue sometido a una enorme presión debido a los costes explosivos y los bajos beneficios, de modo que la viabilidad económica de muchos lugares está en riesgo. Torsten Löffler, presidente de la asociación federal de comerciantes de tabaco, advirtió urgentemente contra nuevas cargas para las pequeñas empresas: "Quiénes exigen la prohibición de la publicidad del tabaco en las tiendas quieren prohibir la comunicación de productos legales, evitar la competencia y la diversidad, poniendo así en peligro la existencia de las empresas y los puestos de trabajo de los empleados". El comercio especializado, señaló, garantiza una aplicación coherente de la protección de los menores y, por tanto, debe reforzarse y prepararse para el futuro.

Presentada en el contexto de InterTabac 2023

NACE LA GLOBAL VAPE ALLIANCE

Acaba de ver la luz la nueva Alianza Global de Vapeo –Global Vape Alliance, por sus siglas en inglés– y lo ha hecho en el contexto de la Feria InterTabac 2023 celebrada en Dortmund (Alemania). La Global Vape Alliance reúne por primera vez a los principales organismos internacionales de vapeo, incluido el Comité de la Industria de Cigarrillos Electrónicos de la Cámara de Comercio de Electrónica de China (ECCC), la Asociación de Tecnología de Vapor de EE. UU. (VTA), la Asociación de la Industria de Vaping del Reino Unido (UKVIA) y la Alianza Europea Independiente de Vapeo (IEVA).

El lanzamiento de la Global Vape Alliance ha estado marcado con una Declaración histórica para lograr un cambio responsable y positivo en una escala global. Una declaración innovadora para fomentar la colaboración, promover prácticas responsables y defender la causa de la reducción de daños en la industria del vapeo.

La histórica Declaración tiene como objetivo subrayar el poder de la unidad dentro de la industria del vapeo. Al unirse bajo su paraguas, los líderes de la industria se comprometerán a lograr un cambio responsable y positivo a escala global, lo que significará una nueva era en la dedicación de la industria a la salud pública, la sostenibilidad ambiental y el bienestar de los fumadores que buscan alternativas a los productos de tabaco tradicionales.

La Global Vape Alliance cree firmemente que la unidad y la cooperación dentro de la industria del vapeo pueden conducir a un mundo sin fumar.

“Nuestro objetivo es claro: lograr un impacto significativo en la salud pública, apoyar a quienes desean dejar de fumar y contribuir a un futuro sostenible y respetuoso con el medio ambiente. Con esta declaración, estamos combinando las fuerzas internacionales de la industria para lograr objetivos importantes en beneficio de los consumidores”, ha afirmado Dustin Dahlmann, presidente de la



Alianza Europea Independiente de Vapeo.

Will Ao, secretario general de las ECCC, ha señalado: “Creo que la firma de la declaración guiará a la industria mundial del vapeo hacia un futuro de desarrollo saludable y prosperidad. En este sentido, ECCC seguirá profundizando la cooperación con otros socios”.

Por su parte, John Dunne, director general de la Asociación de la Industria del Vapeo del Reino

Con la Global Vape Alliance los líderes de la industria se comprometerán a lograr un cambio responsable y positivo a escala global, lo que significará una nueva era en la dedicación de la industria a la salud pública, la sostenibilidad ambiental y el bienestar de los fumadores que buscan alternativas a los productos de tabaco tradicionales.

Unido, ha dicho: “El sector del vapeo está entrando en un capítulo crítico de su historia con un mayor escrutinio por parte de los responsables políticos, reguladores, funcionarios de salud pública, académicos y activistas. Tiene que ponerse de pie y ser contado, mostrar un liderazgo fuerte y los mayores niveles de responsabilidad. El lanzamiento de la Global Vape Alliance y la Declaración tienen como objetivo mostrar al mundo que estamos comprometidos con los mejores estándares, prácticas y, sobre todo, hacer historia del tabaquismo”.

Tony Abboud, director ejecutivo de la Vapor Technology Association, ha apuntado: “A pesar del enorme cuerpo científico que ha declarado que vapear nicotina es dramáticamente más seguro que fumar, los detractores de la industria del vapor en todo el mundo impulsan una narrativa dramáticamente mal informada.

Para Dustin Dahlmann, presidente de IEVA, el objetivo de la Global Vape Alliance es lograr un impacto significativo en la salud pública, apoyar a quienes desean dejar de fumar y contribuir a un futuro sostenible y respetuoso con el medio ambiente.

Al declarar un compromiso compartido para promover la ciencia sólida, la información veraz y el compromiso con regulaciones significativas, los líderes de la industria de todo el mundo pueden servir mejor a las empresas y, lo que es más importante, a millones de consumidores que utilizan productos de vapeo para reducir y/o dejar de fumar cigarrillos”.

Para obtener más información sobre la Declaración de Global Vape Alliance, visite el sitio web de Global Vaping Alliance.

LA DECLARACIÓN DE LA GLOBAL VAPE ALLIANCE

Los aspectos más destacados de la Declaración de la Alianza Global de Vapeo que se ha constituido durante la celebración de la Feria InterTabac 2023 incluyen:

- **Cumplimiento normativo:** La Alianza facilitará el intercambio de mejores prácticas para garantizar que las empresas miembro cumplan con las leyes, regulaciones y estándares de la industria existentes, con un fuerte enfoque en el marketing responsable y la protección de los jóvenes.
- **Promoción de la industria:** La Alianza tiene como objetivo elevar el profesionalismo, la importancia y la sostenibilidad de la industria del vapeo fomentando la comunicación entre las partes interesadas de la industria y fomentando la innovación tecnológica.
- **Salud pública:** Haciendo hincapié en la reducción de daños, la Alianza promoverá activamente la adopción de productos de vapeo entre los fumadores convencionales para reducir los daños, al tiempo que proporcionará abiertamente información sobre su impacto en la salud física.
- **Protección del medio ambiente:** en la búsqueda de un futuro más verde, la Alianza abogará por estrategias ecológicas, promoverá el reciclaje, el diseño con bajas emisiones de carbono e instará al cumplimiento de las leyes ambientales.

Si desea leer la Declaración completa: globalvapealliance.com/the-declaration

¿Aún NO conoces nuestra página web?

Suscríbete y accede a todo el contenido cuando quieras



RETAILERS
FOR THE FUTURE

www.retailersforthefuture.com

LO QUE NO HAY QUE PERDERSE PARA NO ESTAR PERDIDO

Para estar al corriente de los principales eventos comerciales del sector del vapeo y del cigarrillos electrónico, para conocer las últimas novedades en el mercado de las marcas más representativas de este sector, estar atento a las últimas tendencias, productos y modas, tenemos la suerte en España de contar con una completa lista de ferias del vapeo, como son EVO NXT (Málaga), Vapexpo Spain (Madrid) y Shisha Messe (Sevilla) que nos tienen a la última sobre este segmento. Pero también son relevantes otra serie de certámenes más allá de nuestras fronteras, entre las que destaca por derecho propio InterTabac, que anualmente se celebra en la ciudad de Dortmund (Alemania), una cita imprescindible para el sector del tabaco y los productos de nueva generación.

Por tanto, a lo largo del próximo año 2024, no van a faltar oportunidades para ser conscientes de todo cuanto rodea al mundo del vapeo y trasladar a nuestra oferta del estanco las nuevas propuestas que presentan las grandes marcas del sector, que no dudan en acudir a estos eventos profesionales conscientes de su trascendencia.

A ellas se une asimismo otra serie de certáme-

nes que tienen lugar dentro del continente europeo –también existen otras a lo largo de todo el mundo–, además de otras citas de la más diversa naturaleza donde el gran público puede conocer y acceder al vapeo de una forma fácil y amena.

Así es que, si lo que queremos es vapear, oportunidades para saber qué, cómo, dónde o por qué no van a faltar.

EVO NXT

Fecha:
5 y 6 de abril de 2024

Lugar: Málaga.

Recinto ferial:
Palacio de Ferias y Congre-
sos de Málaga (FYCMA).

Organizador:
Messe Dortmund.

Más información:
www.evo-nxt.com

VAPEXPO SPAIN

Fecha:
1 y 2 de junio 2024

Lugar: Madrid.

Recinto ferial:
Pabellón de Cristal
de la Casa de Campo.

Organizador: Vapexpo
International Vape Exhibition.

Más información:
www.vapexpo-spain.com

INTERTABAC INTERSUPPLY

Fecha:
19-21 de septiembre 2024

Lugar: Dortmund (Alemania).

Recinto ferial: Westfalenhallen
Dortmund.

Organizador: Messe Dort-
mund GmbH.

Más información:
www.intertabac.de

SHISHA MESSE

Fecha:
14-16 de junio 2024

Lugar: Sevilla.

Recinto ferial:
Palacio de Exposiciones y Congresos
(FIBES).

Organizador: Shisha Messe.

Más información:
shishamesse.de/es/sevilla

OTROS CERTÁMENES Y EVENTOS

Otros certámenes de vapeo que, por proximidad, pueden ser de interés:

- **Vapexpo Francia (París, Francia)**
23 al 25 marzo 2024
vapexpo-france.com
 - **World Vape Show Varsaw (Varsovia, Polonia)**
8 de mayo 2024
worldvapeshow.com/mtb/wvs-mtb-poland
 - **GlobalVapeExpo Moscú (Rusia)**
20-21 Abril 2024
globalvapexpo.com/en
 - **ShishaMesse Frankfurt (Alemania)**
26 al 28 Abril 2024
shishamesse.de/es/frankfurt
 - **The Hall of Vape Stuttgart (Alemania)**
Mayo 2024
www.the-hall-of-vape.de
 - **World Vape Show Birmingham (Reino Unido)**
8 de mayo 2024
worldvapeshow.com/mtb
 - **Vapitaly (IECIE) Verona, Italia**
25 al 27 mayo 2024
www.vapitaly.com
 - **VAPEXPRO Peristeri (Grecia)**
4-5 octubre 2024
www.vapexpro.com/vapexpro-greece
- Sin fecha concreta para 2024:
- VAPEXPRO Poland (Varsovia, Polonia)
 - Vaper Expo UK (Birmingham, Reino Unido)
 - World Tobacco Expo Europe (Sofía, Bulgaria)

Además de las ferias de vapeo propiamente dichas, algunas de las más importantes marcas de vapeadores y cigarrillos electrónicos participan en otra serie de eventos de la más diversa índole que se celebran en nuestra geografía, como Sun&Snow, en Sierra Nevada (Granada), Warm up Festival (Murcia), Animal Sound (Murcia), Low Festival (Benidorm, Alicante), Fan Futura (San Javier, Murcia), Mad Urban Fest (Málaga), Aquasella (Asturias), Riverland (Arriendas, Asturias), Mad Cool (Madrid), Arenal Sound (Burriana, Castellón), Dreambeach (Palomares, Almería), Paellas Festival (Alicante), Ultra Beach Costa del Sol (Fuengirola, Málaga), Medussa Festival (Cullera, Valencia)...



Directora Internacional de
Ciencia y Asuntos Públicos de BAT

DANIELLE TOWER

Un Mañana Mejor (A Better Tomorrow™) es la estrategia global de BAT. Basándose en ella, la compañía trabaja para reducir el impacto de su negocio en la salud. Sobre cómo se persigue este objetivo y cómo se desarrollan sus productos de potencial riesgo reducido conversamos con Danielle Tower, quien nos confirma que estas prioridades estratégicas, de crecimiento y de inversión están transformando BAT en una empresa de productos de consumo multicategoría centrada en el consumidor del futuro. La directora internacional de Ciencias y Asuntos Públicos afirma además que el objetivo de la empresa es contar con 50 millones de consumidores de productos sin combustión en 2030 y adelantar a 2025 sus objetivos medioambientales para 2030.

Con el fin de reducir el impacto del negocio de BAT en la salud, la compañía está acelerando e invirtiendo todos sus esfuerzos en la transformación de los cigarrillos de combustión hacia diferentes productos de potencial riesgo, como los dispositivos de vapeo o los productos de tabaco calentado. “Esto es lo que significa ‘Un Mañana Mejor’ (A Better Tomorrow™), nuestra estrategia global”, comenta Danielle Tower.

○ ¿Cuáles son los pasos que sigue la empresa en el desarrollo de un nuevo producto con un potencial riesgo reducido?

Para ayudar a determinar el potencial de riesgo reducido de nuestros productos, los sometemos a nuestro marco de evaluación científica de nueve pasos, revisado por expertos.

Entre otras cosas, analizamos lo que hay en el vapor y, utilizando robots de vapeo y tejido humano, evaluamos lo que ocurre cuando las células se exponen a ese vapor. También realizamos estudios para explicar el impacto de nuestros productos en el mundo real. El último, publicado en la revista Internal and Emergency Medicine, compara las mediciones clínicas de usuarios exclusivos de Vuse con las de fumadores actuales. Los resultados muestran que los usuarios adultos de nuestra marca de vapeo obtuvieron resultados significativamente mejores que los fumadores en biomarcadores relevantes para las enfermedades relacionadas con el tabaquismo. En el caso de los tóxicos presentes en el humo del cigarrillo identificados por la Organización Mundial de la Salud, los niveles de exposición fueron significativamente inferiores en los usuarios de Vuse en comparación con los fumadores. Adicionalmente, se encontraron diferencias favorables entre los usuarios de Vuse con respecto a los fumadores en los siete biomarcadores que miden el potencial daño y que son relevantes para las enfermedades relacionadas con el tabaquismo.

○ ¿Qué papel desempeña la innovación en la creación o evolución de este tipo de productos?

La innovación es clave en nuestra estrategia “Un Mañana Mejor”. Es un engranaje fundamental de nuestra rueda y está impulsando el desarrollo de estos productos de nueva categoría.

El compromiso con el I+D forma parte de ella y es una piedra angular para que nuestro negocio evolucione y se adapte a las demandas de nuestros consumidores, con una gama de productos innovadores, menos nocivos que los cigarrillos convencionales y basados en pruebas científicas. Nuestros productos ya están disponibles en muchos países de todo el mundo. Y esto ha sido posible gracias a la innovación.

En la actualidad, operamos en un amplio espectro de campos científicos, como la biología molecular, la toxicología y la química, y es esta amplitud de conocimientos la que alimenta la innovación y el aprendizaje que nos distinguen como líderes del sector.

“Somos conscientes de que las necesidades de los consumidores adultos evolucionan constantemente y, hoy en día, cada vez son más los usuarios que buscan alternativas menos perjudiciales para su salud”, afirma Danielle Tower. “Una evolución que también se nota en nuestro sector y que supone para BAT contar con 22,5 millones de consumidores adultos en nuevas categorías”.

Nuestra inversión supera los 400 millones de euros. Empleamos a más de 1.500 especialistas en I+D de 40 nacionalidades en nuestros centros de innovación. Muchos de ellos se centran en la investigación y el desarrollo de productos de nueva categoría.

Nuestro principal centro de I+D se encuentra en Southampton (Reino Unido) y cuenta con el apoyo de equipos de I+D en todo el mundo. Además, tenemos más de 40 toxicólogos, 600 científicos e ingenieros y 200 colaboradores internos en nuestra compañía. Y también hemos inaugurado recientemente en Trieste nuestro “A Better Tomorrow Innovation Hub”, un nuevo centro global de producción e innovación de BAT Italia dedicado a nuevas categorías de productos con riesgo potencialmente reducido.

○ ¿Qué tecnología utiliza para fabricar sus productos de riesgo potencialmente reducido?

Nuestro objetivo no es necesariamente ser los primeros en el mercado, sino ser los mejores. Se trata de acertar con los productos, es decir, ofrecer a los fumadores una experiencia con alternativas potencialmente menos perjudiciales que fumar, y con productos excepcionales. Nuestra principal preocupación y compromiso es ofrecer a los consumidores productos cuya seguridad esté garantizada. Para ello, aplicamos normas de calidad y seguridad muy estrictas.

Utilizamos una amplia gama de técnicas analíticas y tecnología de laboratorio especializada para analizar rigurosamente lo que contiene y produce cada producto, así como los efectos biológicos a corto plazo asociados a ellos. Nuestro centro de innovación de última generación está revolucionando la forma en que se diseñan, desarrollan y prueban los dispositivos recargables.

Hemos invertido en el desarrollo de sofisticadas herramientas y técnicas de prueba de baterías que garanticen la seguridad de todos los dispositivos habilitados que llegan a nuestros consumidores. Tam-

bién hemos invertido en herramientas analíticas avanzadas, como los calorímetros de velocidad acelerada (ARC, por sus siglas en inglés), para estudiar las reacciones reversibles que se producen dentro de una batería y comprender cómo controlar el dispositivo de forma segura.

Todos los elementos de un dispositivo, incluida la batería y la electrónica, se evalúan metódicamente. En BAT trabajamos continuamente en proyectos (como McLaren Applied Technologies) para acceder a tecnología punta que nos ayude en el desarrollo de nuestras nuevas categorías. Además, apoyamos activamente el desarrollo de estándares de calidad y seguridad para toda la industria y participamos en organismos reguladores internacionales a este respecto.

“NUESTRA TRANSFORMACIÓN HACIA UN MAÑANA MEJOR NOS CONVIERTE EN UNA EMPRESA CENTRADA EN LA TECNOLOGÍA Y LA INNOVACIÓN”

○ ¿Cuál es el proceso creativo a la hora de diseñar sus nuevas categorías?

El proceso creativo forma parte de nuestra evolución como empresa para responder a las necesidades de los consumidores, seguir el ritmo de un mercado en constante evolución y también cumplir nuestros estándares de sostenibilidad y calidad. Hemos pasado de ser una empresa dedicada únicamente a la fabricación de cigarrillos tradicionales (papel, tabaco y filtro) a una empresa centrada en dispositivos tecnológicos con un potencial de reducción del riesgo y con una vida útil más similar a la de un teléfono móvil.

La innovación es una parte esencial de esta transformación.

Actualmente, lanzamos nuevas mejoras y dispositivos cada 6-8 meses para mantenernos a la vanguardia del sector y satisfacer las preferencias de nuestros clientes.

Hemos experimentado una transformación muy grande en poco tiempo convirtiéndonos en una auténtica empresa multicategoría.

○ ¿Cómo mide el interés del consumidor por las nuevas categorías?

Somos conscientes de que las necesidades de los consumidores adultos evolucionan constantemente y, hoy en día, cada vez son más los usuarios que buscan alternativas menos perjudiciales para su salud. En general, nos preocupamos más por cuidar nuestra salud y bienestar, mejorando los hábitos alimenticios, aumentando el ejercicio físico y prestando más atención al bienestar emocional. Una evolución que también se nota en nuestro sector, con este cambio en los hábitos de consumo que, en el caso de BAT, supone contar con 22,5 millones de consumidores adultos en nuevas categorías.

Con el desarrollo de estos nuevos productos, pretendemos dar respuesta a esta creciente demanda de nuestros consumidores adultos y, al mismo tiempo, ofrecer a los usuarios de cigarrillos convencionales una alternativa con un impacto mucho menos nocivo para su salud.

Nuestro objetivo también es el de identificar lo que quieren los consumidores potenciales, determinar qué barreras existen para satisfacer sus necesidades y trabajar para superarlas con soluciones innovadoras que también encajen con los compromisos de BAT con la sostenibilidad y la reducción de nuestro impacto en la salud.

○ Desde el punto de vista de la innovación, ¿en qué están trabajando actualmente y cuáles son los retos futuros de la empresa?

Nuestro objetivo es contar con 50 millones de consumido-



"A Better Tomorrow Innovation Hub", un nuevo centro global de producción e innovación de BAT Italia ubicado en la ciudad de Trieste y dedicado a nuevas categorías de productos con riesgo potencialmente reducido.

res de productos sin combustión en 2030 (frente a los 22,5 millones actuales) y adelantar a 2025 nuestros objetivos medioambientales de 2030, como, por ejemplo, alcanzar la neutralidad de carbono.

En términos de ingresos, en el primer semestre de 2023, las ventas de productos sin combustión crecieron un 18,4%, hasta los 2.594 millones de euros. En las nuevas categorías, que incluyen los productos de vapeo y de tabaco calentado, entre otros, nos gustaría alcanzar los 5.000 millones de libras en 2025.

Estamos observando que los productos que van más allá del tabaco y la nicotina acabarán desempeñando un papel clave en nuestro futuro. Un buen ejemplo es la experiencia de Suecia. El país escandinavo ha conseguido convertirse en el primer país libre de humo del mundo, con una tasa de tabaquismo inferior al 5% establecido por la OMS, en gran parte gracias a la adopción de alternativas a los cigarrillos convencionales como el snus, los productos modernos de nicotina oral o los cigarrillos electrónicos.

En nuestro caso, estamos construyendo e impulsando nuevas capacidades, con un claro enfoque en lo digital y en nuestros proyectos de investigación, ciencia e innovación. Nuestra transformación nos está haciendo pasar de ser una empresa conocida por el tabaco a otra centrada en la tecnología y la innovación.

Nuestras prioridades estratégicas, de crecimiento y de inversión están transformando BAT en una empresa de productos de consumo multicategoría centrada en el consumidor del futuro. Estamos convencidos de que las empresas sostenibles son empresas con futuro y llevamos este mensaje en nuestro ADN. Trabajamos a diario en esta línea, con muchas novedades en el horizonte que, espero, podremos anunciar en los próximos meses.

"Nuestro objetivo no es necesariamente ser los primeros en el mercado, sino ser los mejores. Se trata de acertar con los productos, es decir, ofrecer a los fumadores una experiencia con alternativas potencialmente menos perjudiciales que fumar, y con productos excepcionales", explica Danielle Tower.

Ya puedes hacer tu PEDIDO DE CESTAS

Solo en www.logistaretail.es



Para más información, contacta con tu comercial o en el teléfono gratuito de atención al cliente 900 338 327

Síguenos en Facebook 

www.logistaretail.es

Logista
RETAIL

Pide a los gobiernos adoptar alternativas libres de humo para acabar con los cigarrillos más rápidamente

Jacek Olczak, CEO de PMI: “Se ha perdido demasiado tiempo”

El director ejecutivo (CEO) de Philip Morris International (PMI), Jacek Olczak, ha señalado durante una transmisión realizada a través de Reuters (@ReutersPlus) en X (anteriormente Twitter) que, si bien existen limitaciones para cualquier análisis hipotético, los ejemplos del mundo real de países que aceptan la reducción del daño del tabaco confirman su impacto positivo. Olczak ha dicho que es posible reducir diez veces las muertes atribuibles al tabaquismo si las personas que fuman actualmente cambiaran a productos libres de humo.

En su discurso, de Jacek Olczak ha explicado el papel que pueden desempeñar los productos sin humo para acabar con el tabaquismo en todo el mundo y las consecuencias humanas de la inacción.

“Durante más de una década, PMI ha defendido un futuro sin humo. Habiendo invertido más de 10.500 millones de dólares para investigar, desarrollar y comercializar científicamente productos libres de humo (que hoy representan más de un tercio de nuestros ingresos netos totales), estamos viviendo este futuro”, ha dicho Olczak en su discurso. “Sin embargo, inexplicablemente, hay países estancados en el pasado donde los fumadores pueden acceder fácilmente a los cigarrillos (la forma más dañina de consumo de nicotina), pero no a la mejor opción de alternativas libres de humo”.

Utilizando los datos, estimaciones y metodologías de la Organización Mundial de la Salud, junto con otros datos de terceros, PMI calculó el impacto potencial en la salud pública de que los fumadores del mundo cambien de cigarrillos a productos menos dañinos y libres de humo. El modelo hipotético muestra que si se supone que los productos libres de humo son un 80 por ciento de menor riesgo que los cigarrillos y si las personas que actualmente fuman cambiaran a ellos por completo, entonces, a lo largo de su vida, existe la posibilidad de una reducción diez veces mayor en las muertes atribuibles al tabaquismo, en



comparación con las medidas históricas de control del tabaco por sí solas.

En el comunicado de PMI que da a conocer este discurso de su CEO, se señala que en un mundo que exige cambios, la gente cuenta

Para Jacek Olczak, inexplicablemente, hay países estancados en el pasado donde los fumadores pueden acceder fácilmente a los cigarrillos (la forma más dañina de consumo de nicotina) pero no a la mejor opción de alternativas libres de humo.

con que sus gobiernos se mantengan al día con los avances tecnológicos y al mismo tiempo garanticen que las innovaciones estén reguladas adecuadamente. Según una nueva encuesta internacional realizada por la firma de investigación independiente Povaddo para PMI, más de la mitad de los encuestados a nivel mundial (56 por ciento) creen que su gobierno debe considerar el papel que pueden desempeñar mejores alternativas, como los cigarrillos electrónicos y los productos de tabaco calentados, en la erradicación del consumo de cigarrillos en su país.

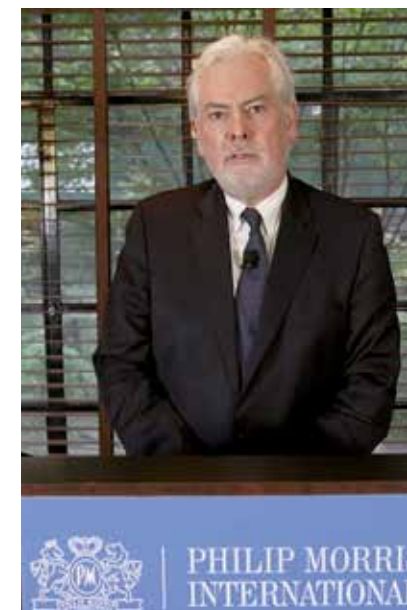
Además, 8 de cada 10 encuestados a nivel mundial (82 por ciento) coinciden en que estarían algo o mucho enojados, frustrados o molestos al saber que un avance que podría ayudar a abordar un problema social no se puso a disposición del público debido a la inacción del gobierno, y el 88 por ciento está de acuerdo en que las autoridades de salud pública deberían adoptar plenamente y tratar de aprender de la evidencia y los datos de otros países.

Olczak ha explicado que, si bien existen limitaciones para cualquier análisis hipotético, los ejemplos del mundo real de países que aceptan la reducción del daño del tabaco confirman su impacto positivo.

Los datos de salud pública muestran¹, por ejemplo, que un país como Suecia tiene una de las tasas de tabaquismo más bajas del mundo desarrollado, con sólo el 5,8 por cien-

“Hace décadas, nuestra industria enfrentó el desafío de hacer que los cigarrillos fueran menos dañinos. Lo hemos logrado al crear alternativas con base científica que eliminan la combustión, el principal factor de las enfermedades relacionadas con el tabaquismo”, ha afirmado Jacek Olczak, CEO de PMI, quien añade que “ya no se trata de si las alternativas libres de humo son mejores que fumar cigarrillos; es una cuestión de cuánto”.

to. Esto se debe en gran medida a la disponibilidad de snus, un producto de tabaco oral húmedo, que los hombres suecos comenzaron a consumir hace décadas. Hoy en día, las tasas de mortalidad masculina debida al tabaco son mucho más bajas en Suecia² en comparación con otros países de la Unión Europea, donde el snus está prohibido. Poniendo esto en perspectiva, la Comisión Sueca del Snus estima que cada año se podrían haber evitado más de 350.000 muertes de hombres atribuibles al tabaquismo si los demás países de la Unión Europea hubieran igualado la tasa de morta-



lidad relacionada con el tabaco de Suecia.

También hay pruebas convincentes del Japón. En 2019, cinco años después de que se introdujeran los productos de tabaco calentado en ese país, estudios independientes³ mostraron una disminución sin precedentes en las ventas de cigarrillos. El Reino Unido, que ha adoptado productos libres de humo para ayudar a los adultos a abandonar los cigarrillos, también ha visto caer significativamente las tasas de tabaquismo⁴.

“Las innovaciones se convierten en avances cuando abordan problemas



En www.pmi.com/rethinkdisruption, se puede conocer la posible reducción de las muertes atribuibles al tabaquismo en una serie de países seleccionados, entre ellos España.

METODOLOGÍA DE LA ENCUESTA

Povaddo realizó la encuesta en línea en nombre de PMI entre el 30 de marzo y el 20 de abril de 2023. La encuesta se realizó entre 30,591 adultos de la población general de 21 años o más en 15 países: Argentina, Austria, Brasil, Colombia, República Dominicana, Malasia, México, Pakistán, Filipinas, Serbia, Sudáfrica, Corea del Sur, Túnez, Reino Unido y Estados Unidos. Se recogieron aproximadamente 2.000 entrevistas en cada país. Los datos se han ponderado por edad, sexo y uso de productos de nicotina por mercado para que coincidan con las estadísticas nacionales. Los resultados son precisos con un margen de error de +/- 1 por ciento.

existentes y ofrecen mejoras. Hace décadas, nuestra industria enfrentó el desafío de hacer que los cigarrillos fueran menos dañinos. Lo hemos logrado al crear alternativas con base científica que eliminan la combustión, el principal factor de las enfermedades relacionadas con el tabaquismo”, ha afirmado Olczak. “Ya no se trata de si las alternativas libres de humo son mejores que fumar cigarrillos; es una cuestión de cuánto”.

Para obtener información adicional sobre el modelo hipotético de PMI, ésta está disponible en pmi.com/rethinkdisruption.

Puede ver la transmisión del discurso de Jacek Olczak a través de Reuters (@ReutersPlus) en X (anteriormente Twitter).

1 Swedish National Public Health Survey

2 Lars M. Ramström: National availability of snus is clearly associated with lower rates of mortality attributable to tobacco—while country-level implementation of WHO tobacco control measures is not, Global Forum on Nicotine 2022

3 National Health and Nutrition Survey, Japan

4 Smoking Habits in the UK and Constituent Countries, 2021 dataset edition

Desarrollada por Povaddo para Philip Morris Spain

Los barceloneses, a favor del acceso a información veraz sobre alternativas sin humo

Una nueva encuesta encargada por Philip Morris Spain y realizada por la empresa de investigación independiente Povaddo, aborda la posición de los ciudadanos respecto del papel de las alternativas sin humo en relación a temas de la salud pública y revela un interés general por adoptar un enfoque más avanzado para reducir el daño que provocan los cigarrillos en la sociedad.

De hecho, el 65% de los barceloneses afirma que, si hay posibilidad de acabar con los cigarrillos en un plazo de 10-15 años –ya sea porque los fumadores abandonen su hábito o porque opten por cambiar a mejores alternativas científicamente validadas– las autoridades deberían dedicar tiempo y recursos para hacerlo realidad.

La encuesta, realizada en 12 ciudades de España; Alicante, Barcelona, Bilbao, Gijón, Málaga, Mallorca, Murcia, San Sebastián, Sevilla, Valencia, Vigo y

La encuesta revela que siete de cada diez fumadores en Barcelona serían más propensos a considerar cambiar a productos alternativos, como los cigarrillos electrónicos o los productos de calentamiento de tabaco, si tuvieran claridad sobre cómo se diferencian de los cigarrillos tradicionales y sobre la ciencia que los respalda.



PHILIP MORRIS INTERNATIONAL: POR UN FUTURO SIN HUMO

Philip Morris International (PMI) es una compañía tabaquera líder en el ámbito internacional que trabaja para ofrecer un futuro sin humo y que desarrolla su cartera a largo plazo para incluir productos más allá del sector del tabaco y la nicotina. La actual cartera de productos de la compañía consiste principalmente en cigarrillos y productos sin humo. Desde 2008, PMI ha invertido más de 10.500 millones de dólares en el desarrollo, la fundamentación científica y la comercialización de productos innovadores sin humo para adultos que, de otro modo, continuarían fumando, con el objetivo de poner fin definitivamente a la venta de cigarrillos. Esto incluye la creación de capacidades de evaluación científica de primer nivel mundial, especialmente en las áreas de toxicología de sistemas preclínicos, investigación clínica y conductual, así como estudios posteriores a la comercialización. En noviembre de 2022, PMI adquirió Swedish Match –líder en la administración oral de nicotina– creando un gigante mundial libre de humo liderado por nuestra marca de calentamiento de tabaco y la marca ZYN. La Administración de Alimentos y Medicamentos de Estados Unidos (FDA) ha autorizado la comercialización de versiones de los dispositivos y consumibles Plataforma 1 de PMI y el Snus General de Swedish Match, como productos de tabaco de riesgo modificado (MRTP).

A 31 de junio de 2023, los productos sin combustión de PMI estaban a la venta en 80 mercados, y la compañía estima que aproximadamente 19.4 millones de adultos en todo el mundo ya se han pasado a su dispositivo de calentamiento de tabaco y han dejado de fumar. Los productos sin combustión representaron aproximadamente el 35.4% de los ingresos netos totales de PMI en el segundo trimestre. Con una sólida base y una importante experiencia en ciencias de la vida, PMI anunció en febrero de 2021 su ambición de expandirse a las áreas de bienestar y atención sanitaria, a través de su filial Vectura Fertin Pharma, con la intención de mejorar la calidad de vida a través del aporte de experiencias de salud integradas. Para más información, visite www.pmi.com y www.pmiscience.com.

Zaragoza, contó con una muestra total de 2.412 personas. En Barcelona, el estudio revela la confusión que existe en torno a las alternativas sin humo, ya que cuatro de cada diez encuestados afirman haber recibido información contradictoria o poco clara sobre los cigarrillos electrónicos o los productos de calentamiento de tabaco, en los últimos seis meses. Y en este sentido, siete de cada diez barceloneses considerarían cambiar a estas alternativas si tuvieran más claridad sobre sus diferencias con el cigarrillo tradicional y la ciencia que las respalda.

Adicionalmente, la encuesta ha aportado los siguientes datos:

- El 74% de los barceloneses admite que los fumadores deberían tener acceso e información precisa sobre aquellas alternativas sin humo que acrediten científicamente ser una mejor opción en comparación con seguir fumando.
- Siete de cada diez barceloneses consideran que animar a aquellos adultos que, de otro modo, seguirían fumando a optar por alternativas sin humo puede contribuir a los esfuerzos dirigidos a reducir los daños provocados por el tabaquismo.
- El 68% de los barceloneses admite que las autoridades deberían plantearse el papel de las alternativas sin combustión a la hora de conseguir el objetivo de un país sin humo.

CAMBIO EN EL ENFOQUE SOCIAL DE LA REDUCCIÓN DEL DAÑO EN TABAQUISMO

La mayoría de los adultos encuestados desea que se produzca un cambio en el enfoque social de la reducción del daño en tabaquismo, incluyendo una mayor colaboración entre las autoridades y las compañías tabaqueras. De hecho, seis de cada diez (el 66%) barceloneses apoyan la colaboración entre tabaqueras, autoridades, reguladores y expertos en salud pública para garantizar que los fumadores puedan tener acceso y disponer de información fiable sobre las alternativas sin humo, que han demostrado científicamente ser mejores que el cigarrillo. Del mismo modo, alrededor de nueve de cada diez encuestados (95%) en Barcelona creen que los gobiernos tienen la responsabilidad de aprovechar los desarrollos científicos y tecnológicos más recientes.

“Lo mejor que puede hacer un fumador es dejar de fumar, pero ¿qué pasa con los que no abandonan el hábito? Es evidente que tienen derecho a tener información clara y rigurosa sobre la ciencia que avala a las alternativas libres de humo, pero lamentablemente sigue habiendo mucha confusión y desinformación alrededor de estas”, afirma Daniel Cuevas, director general de Philip Morris para España y Portugal. “El cambio real a un futuro libre de humo de los cigarrillos solamente llegará si somos capaces de avanzar juntos –industria, administraciones, medios de comunicación y consumidores y sociedad en general– con la involucración de todos los agentes. Países como Italia, Portugal o Grecia ya lo están haciendo y, en España, nece-



“El cambio real a un futuro libre de humo de los cigarrillos solamente llegará si somos capaces de avanzar juntos –industria, administraciones, medios de comunicación y consumidores y sociedad en general– con la involucración de todos los agentes”, señala Daniel Cuevas, director general de Philip Morris para España y Portugal.

sitamos dar un paso al frente para avanzar a la velocidad de nuestros vecinos europeos”.

METODOLOGÍA DE LA ENCUESTA

En la encuesta online de Philip Morris realizada por Povaddo han participado un total de 2.412 adultos mayores de 21 años procedentes de 12 ciudades españolas; Alicante, Barcelona, Bilbao, Gijón, Málaga, Mallorca, Murcia, San Sebastián, Sevilla, Valencia, Vigo y Zaragoza.

ESTANCOSYLOTERIAS
Servicios de Mediación.

TRASPASOS, ASESORÍA JURÍDICA, GESTORÍA Y OTROS SERVICIOS
Hemos gestionado más de 1.000 Expedientes de Estancos y Loterías LAE en toda España.

Quieres saber, Cuánto Vale Tu Estanco?
No pierdas tu tiempo, solicítanos una Valoración y luego Fija el **PRECIO**, que nosotros te lo **VENDEMOS**.

¿Deudas con Logista, Hacienda, Seg. Social?
Sabemos cómo negociar tus Deudas y evitar el Embargo de tu Licencia. Podemos salvar tu Negocio de la Subasta

Más de 25 años de experiencia y tradición nos avalan

Whatsapp: 665.67.29.77
Tel: 910228779 / 931158113

LO QUE HAY QUE SABER PARA NO PERDÉRSELOS

PREMIOS 2024
RETAILERS
FOR THE FUTURE

La 11ª Edición de los Premios Retailers 2024 que otorga la revista LBF-Retailers for the Future, la revista de referencia del sector del tabaco en España, ya están en marcha. Quince van a ser los estancos reconocidos por estos galardones y por el conjunto del sector tabaquero español, pero cómo se puede participar y poder ser uno de los elegidos. Para responder a ésta y otras dudas sobre la convocatoria de 2024, desde LBF-Retailers for the Future se han establecido una serie de criterios que recogemos en estas páginas y que esperamos que contribuyan al éxito creciente de este gran acontecimiento para el mundo del estanco en nuestro país.

El primer paso de esta 11ª Edición de los Premios Retailers ha sido el de la propia convocatoria con la publicación de las categorías a las que se podrán optar, como ya pudieron conocer nuestros lectores en el último número de la revista LBF-Retailers for the Future en estas mismas páginas y que volvemos a reproducir.

PRESENTACIÓN DE CANDIDATURAS

Para la presentación de candidaturas se establece un plazo que va del **15 de enero al 15 de marzo**.

Como ya viene haciéndose en las últimas ediciones de los Premios

Retailers, existen dos fórmulas para la presentación de las candidaturas a cada una de las categorías en las que se encuentran divididos los galardones:



• En nombre propio

En este caso, es el titular del estanco el que presenta su candidatura a una o varias categorías. Para la presentación, LBF va a establecer un cuestionario a través de su página web retailersforthefuture.com en el que el interesado ha de completar todos los campos que se exigen para darse de alta como candidato. La no correcta o incompleta cumplimentación de este cuestionario podrá ocasionar la desestimación de la candidatura.

• Por recomendación

Por esta vía, cualquier estanco puede ser presentado a los Premios Retailers en una sola categoría por quien lo considere oportuno, bien sea otro estanco, una asociación profesional del estanco o una compañía patrocinadora, si bien ha de ser indefectiblemente el titular del estanco elegido quien debe cumplimentar el cuestionario al que se accede desde la página web de LBF. Se desestimarán igualmente aquellas candidaturas que no cumplan los requisitos exigidos en el formulario establecido para el alta oficial como candidato.

Quien decida presentar a un estanco por recomendación deberá

Quince fueron los estancos premiados durante la última edición de los Premios Retailers en 2023.

comunicárselo al titular del estanco, así como facilitarle la forma de presentar su candidatura oficialmente (se facilitará un código QR de acceso directo al formulario de inscripción en la web). En el caso de que la candidatura sea presentada por una compañía patrocinadora, como vía de fidelización de dichos estancos, lo recomendable es que sea su fuerza de ventas quien lleve a cabo esta gestión, realizando un seguimiento de ésta a fin de que el candidato lleve a término su presentación oficial. Desde LBF se informará a las compañías de la recepción de las candidaturas presentadas por recomendación con el fin de que tengan constancia de ello y, en caso contrario, puedan seguir realizando las

El plazo de presentación de candidaturas a los Premios Retailers 2024, bien sea en nombre propio o por recomendación, deberá realizarse entre el 15 de enero y el 15 de marzo de 2024, siendo obligatorio en ambos casos la correcta cumplimentación del cuestionario que se publicará en la web retailersforthefuture.com

gestiones necesarias para que dicha presentación sea realizada por el candidato propuesto.

ELECCIÓN DE FINALISTAS

Tres candidaturas correctamente inscritas serán elegidas para cada categoría de los Premios Retailers. La elección de dichas candidaturas se llevará a cabo una vez haya finalizado el plazo de inscripción por un Comité de Selección cuya composición se dará a conocer debidamente en el mes de enero de 2024.

La elección de finalistas quedará cerrada el 29 de marzo y se dará a conocer debidamente a través de newsletters que se enviarán a toda la base de datos de estancos durante los meses de abril/mayo, en la propia página web retailersforthefuture.com, así como en la edición de mayo de la revista LBF-Retailers for the Future.

CATEGORÍAS DE LOS PREMIOS 2024

1.- Estanco con mejor imagen al consumidor

Premio al estanco que tanto por su trayectoria, como por la personalidad de su titular y empleados, su presentación, su concepto de empresa se haya convertido en un referente tanto para el resto de estancos como para los consumidores.

2.- A la transformación de estanco convencional a Retailer for The Future

Premio a la transformación del estanco de cara a un posicionamiento con vistas a la perpetuación de la actividad del negocio con la incorporación de nuevos productos y servicios compatibles con la de venta de tabacos y productos de riesgo reducido.

3.- Mejor estanco de productos de tabaco calentado

Premio al estanco con mejor oferta de productos de tabaco calentado, tanto en lo que se refiere a los dispositivos como a los consumibles, así como su presencia diferenciada dentro del establecimiento.

4.- Estanco más innovador de nueva apertura

Premio a estancieros recién llegados al colectivo que hayan presentado nuevas y diferentes iniciativas que les posicionan como referente de otros estancos en materia de negocio y productos, de aplicación de tecnologías, servicios, etc.

5.- Estanco con mejor adaptación a las nuevas tecnologías

Premio que se otorga al estanco que haya introducido de forma más eficiente las últimas tecnologías (informatización, digitalización, software...) en relación con los procesos de gestión del establecimiento.

6.- Estanco con mejor visual merchandising de productos de riesgo reducido

Premio que quiere reconocer el esfuerzo del punto de venta por mostrar toda su oferta de productos de riesgo reducido, así como la calidad de su presentación a través de vitrinas, expositores, lineales...

7.- Estanco con mejor servicio al consumidor en productos de riesgo reducido

Premio al estanco que haya mostrado su compromiso hacia el cliente mediante un servicio personalizado y profesional a través de un equipo humano bien formado en productos de riesgo reducido.

8.- Estanco con la oferta más completa de vapers

Premio al estanco que presente la más interesante oferta de vapeadores tanto desechables como recargables, así como de todos los productos consumibles necesarios para su funcionamiento (líquidos, resistencias, atomizadores...)

9.- Estanco con mejor oferta de productos de conveniencia

Premio al estanco con mejor y diferenciada oferta de artículos que no son de tabaco ni productos de riesgo reducido y se convierten en una alternativa para el cliente, que los adquiere en él aunque no sea consumidor de productos del tabaco.

10.- Estanco con mejor cava de cigarros

Premio que reconoce al estanco que cuente en sus instalaciones con una cava de cigarros que resulte atrayente para sus clientes tanto por su diseño como por la variedad de producto ofertado, su cuidado, mantenimiento y atención especializada.

11.- Estanco con mejor oferta de accesorios y complementos de lujo

Premio al estanco que apuesta por productos de cualquier índole de una categoría superior que les hace diferenciarse del resto, al mismo tiempo que requieren de una mayor profesionalización para su venta.

12.- Estanco con mejor oferta de artículos para el fumador y sus marcas

Premio al estanco con una variada oferta de artículos para el fumador y sus marcas, tanto clásicas como modernas, desde encendedores a ceniceros, pitilleras, fundas, boquillas, filtros... así como otros productos de marca orientados a estilo de vida.

13.- Estanco con mejor oferta de picadura de liar, pipa o shisha

Premio al estanco que tenga una especial atención a los productos de shisha y tabaco de shisha, sus accesorios, las comunidades de consumidores, la oferta para celebraciones y fiestas.

14.- Premio Generación W a la mujer estancuera

Premio en reconocimiento a una titular de estanco que se haya convertido en referente o imagen de igualdad de la mujer dentro del sector.

15.- Premio a toda una vida dedicada al estanco

Premio al estanco o su titular por su trayectoria a lo largo de los años, el relevo generacional, la continuidad de la actividad del establecimiento e implicación en el cambio del sector.

VOTACIONES

La votación para la elección del ganador de cada una de las categorías se abrirá en el mes de abril, cerrándose una semana antes de la celebración de la Gala de Entrega de los Premios Retailers 2024.

En estas votaciones, completamente anónimas, podrá participar cualquier persona que acredite su pertenencia al sector, bien sean estanqueros, bien sean fabricantes, distribuidores, organizaciones e instituciones del sector y empresas cuyos artículos son susceptibles de venta en la red de expendedurías.

El resultado de las votaciones y, por tanto, los ganadores de cada categoría se darán a conocer en la Gala de Entrega de los Premios Retailers 2024.

PATROCINADORES Y COLABORADORES

A partir de este mes de noviembre de 2023 se abre la reserva de patrocinios de las distintas categorías y de las colaboraciones en esta convocatoria a las empresas interesadas.

En el caso de los patrocinios y una vez que ya han sido definidas las categorías de los Premios Retailers 2024, LBF las dará a conocer a las empresas del sector para que éstas puedan optar a su patrocinio en función de los intereses que cada compañía tenga, debiendo decidir su elección y hacer su reserva, como señalamos, en el mes de noviembre de este año, debiéndose realizar el pago estipulado de la misma hasta cuatro meses antes de la celebración de la Gala de Entrega de los Premios.

El precio de los patrocinios en esta 11ª Edición de los Premios Retailers podrá verse

incrementado en la cuantía necesaria para cubrir los costes de desplazamiento y alojamiento de los finalistas que residan fuera de Madrid. De esta forma se garantizará el desplazamiento de todos los finalistas el día de celebración de la Gala de Entrega de galardones sin que suponga para ellos coste alguno. No obstante, LBF trabajará en la búsqueda de un patrocinador que asuma dichos desplazamientos, lo que de llevarse a cabo supondría que no se incrementarían los citados precios del resto de patrocinadores.

Asimismo, para las empresas u organizaciones que quieran participar en esta 11ª edición como colaboradores, se establece un periodo de reserva de tal condición entre los meses de octubre y diciembre de 2023, siendo igualmente el periodo de cobro desde el momento de la reserva hasta cuatro meses antes de la celebración de la Gala de Entrega de los Premios.



A lo largo de noviembre y diciembre de 2023 se abre el plazo para las entidades que quieran participar como patrocinador o colaborador en esta 11ª Edición de los Premios Retailers.

GALA DE ENTREGA DE LOS PREMIOS

La organización de los Premios Retailers 2024 ya está realizando la búsqueda del espacio que acogerá la Gala de Entrega de esta 11ª Edición de los galardones que, como en ocasiones anteriores y siguiendo los parámetros ya establecidos, tendrá lugar en un espacio singular a mediados del mes de mayo o primeros de junio de 2024.

Para poder asistir a la Gala de Entrega, LBF confeccionará una lista de invitados en la que tendrán prioridad las compañías patrocinadoras (10-15 invitaciones, que incluirán a los tres finalistas de la categoría que patrocinan) y las compañías colaboradoras (5 invitaciones).

PREMIOS RETAILERS

Los Premios Retailers son, desde catorce años en que se celebró su primera edición, el evento más esperado por el sector tabacquero español y con ellos se reconoce la labor diaria que los casi 13.000 estancos de la Red de Expendedurías realizan de forma cada vez más profesional.

Los Premios Retailers 2024 ya están en marcha con el claro objetivo de superar las cifras de participación y de convocatoria que tuvo la edición de 2023.

Algunos de los espacios singulares que han albergado la Gala de Entrega de los Premios en anteriores ediciones.



ROYAL RELEASE

-R-

NOT ALL CIGARS ARE CREATED EQUAL FILL YOUR TIME ROYALLY

TIME BEAUTIFULLY FILLED

#timebeautifullyfilled davidoff.com

Las Autoridades Sanitarias advierten que fumar perjudica gravemente su salud y la de los que están a su alrededor

Nueva campaña del Ministerio de Sanidad contra el tabaquismo

Y tú, ¿por qué fumas? Fumar es perjudicial, fumes lo que fumes

El Ministerio de Sanidad ha puesto en marcha una nueva campaña para la prevención del tabaquismo bajo el eslogan “Y tú, ¿por qué fumas? Fumar es perjudicial fumes lo que fumes” en la que pone nuevamente el foco en las distintas formas de consumo de nicotina y señalando que tanto el cigarrillo tradicional como los productos novedosos del tabaco son demostradamente nocivos para la salud.

La campaña del Ministerio de Sanidad está acompañada de distintos materiales de comunicación (carteles, vídeos, banners, cuñas radiofónicas e infografías) y en ella se hacen mención tanto al consumo del tabaco tradicional como a pipas de agua, cigarrillos electrónicos o vapeadores. Para el Ministerio de Sanidad, son muchas las motivaciones que llevan a consumir e incluso iniciarse en el uso del tabaco, Según señala el Ministerio, algunas son sociales –el sentido de pertenencia a grupo es importante en algunas edades, e incluso las pipas de agua se fuman en comunidad y por

diversión–; otras tienen que ver con el auto reconocimiento o búsqueda de la identidad en la adolescencia, y el papel de supuesto estatus o elegancia conferido tradicionalmente al acto de fumar. Como señala Sanidad, en los últimos tiempos se ha extendido el uso de vapeadores, concretamente los vapea-

La nueva campaña del Ministerio de Sanidad vuelve a incidir sobre las nuevas formas de consumo, especialmente entre los jóvenes, a las que coloca al mismo nivel que el tabaco tradicional.



dores desechables, que se han puesto de moda entre la población más joven por su formato moderno y sus sabores

INFOGRAFÍA

Como parte de la campaña “Y tú, ¿por qué fumas?”, es reseñable la infografía preparada por los responsables del departamento y en donde se hace especial hincapié en las nuevas formas de consumo y pretende desmontar mitos sobre el tabaco. Así, en relación con el tabaco de liar, se dice en ella que “es otro viejo conocido que se ha vuelto a poner de moda. No existen datos fiables de que resulte menos tóxico, pero sí se ha probado que contiene más alquitrán. Su consumo ha aumentado en los últimos años por ser más barato y porque se considera erróneamente que es más sano o “natural” y reduce los riesgos para la salud. Sin embargo, contiene las mismas cantidades de nicotina y produce más monóxido de carbono que el tabaco convencional”. Respecto al tabaco calentado, afirma que “su aerosol contiene sustancias tóxicas y cancerígenas, como ocurre en el tabaco tradicional de combustión. A día de hoy no existe evidencia de que su consumo sea más seguro o menos dañino que otros productos de tabaco convencional. Por tanto, tampoco puede ser recomendado como una herramienta para la cesación del consumo ni una alternativa de riesgo reducido”. En referencia al cigarrillo electrónico/vaper, la infografía recoge que “su uso se está haciendo muy popular entre los más jóvenes por contener saborizantes y aromas (dulces, frutales, mentolados, chocolate, etc.), que los hacen más atractivos.

En el aerosol se ha detectado formaldehído, acetaldehído y acroleínas, así como níquel, cromo y plomo, que proceden de reacciones químicas de los componentes del dispositivo. Estas sustancias están clasificadas como cancerígenas. Y de la pipa de agua, que “su uso se ha puesto muy de moda en los últimos años, especialmente entre los jóvenes como modo de socialización. Aunque existe la creencia de que esta forma de fumar es menos dañina, no hay pruebas de que los carcinógenos del tabaco se reduzcan al pasar por el agua del depósito de la pipa antes de ser inhalados. Lo que sí está demostrado es que la absorción de monóxido de carbono, muy dañino para el corazón, se incrementa con esta forma de fumar”.

DESMONTANDO MITOS SOBRE EL TABACO

- 1.- Los cigarrillos electrónicos NO ayudan a dejar de fumar.
- 2.- El tabaco sin combustión No es más saludable.
- 3.- El tabaco de liar No es menos tóxico.
- 4.- La shisha No es un juego, provoca adicción.
- 5.- El humo de segunda mano No es inocuo.
- 6.- El cáncer de pulmón No afecta menos a las mujeres.
- 7.- Fumar No adelgaza.
- 8.- Fumar No alivia el estrés.
- 9.- Fumar No está de moda.
- 10.- No hay excusas, No es tarde para dejar de fumar.

dulces. Apunta asimismo a que la industria tabacalera ha basado la promoción de estos productos en una supuesta “reducción de riesgos” que no es real, pero que ha sido comúnmente adoptada. Y afirma que ninguno de estos sistemas de consumo de tabaco o nicotina están exento de riesgos para la salud. Sanidad hace referencia a que en el último año se reportaron 30.196 nuevos diagnósticos de cáncer de pulmón y 8.632 fallecimientos por esta causa, según datos del Observatorio de la Asociación Española Contra el Cáncer 2022, siendo el tabaco y los nuevos productos emergentes los responsables de aproximadamente el 90% de los casos, además de producir un reconocido daño cardiovascular y respiratorio. Por ello, Sanidad afirma que “no hay ninguna motivación que lo justifique, Fumar es perjudicial, fumes lo que fumes”.



Infografía de la nueva campaña de Sanidad.

Insta al Ministerio de Salud a que rectifique la narrativa de su campaña

UPEV rechaza la nueva campaña del Ministerio de Salud de España

La Unión de Promotores y Empresarios del Vapeo (UPEV) alza la voz y rechaza de manera categórica y contundente la reciente campaña del Ministerio de Salud de España, “Y tú, ¿por qué fumas?”, que equipara de manera irresponsable y errónea fumar con vapear. Este acto no sólo constituye, según UPEV, un asalto frontal al sector del vapeo, sino también a todas las personas que ven en esta alternativa una herramienta vital para abandonar el tabaco.

Desde UPEV aseguran que la campaña demuestra una alarmante y significativa falta de distinción entre fumar y vapear; dos acciones que, por su naturaleza radicalmente distinta, son diferenciadas incluso por la Real Academia Española (RAE). Este enfoque propuesto por el Ministerio perpetúa la desinformación, obviando numerosos estudios que evidencian diferencias abismales en los riesgos para la salud entre ambas prácticas. A modo de contraste, el Reino Unido ha adoptado una postura diametralmente opuesta, respaldando el vapeo como un método eficaz y reconocido por entidades como Public Health England como un 95% menos perjudicial que fumar tabaco tradicional. Arturo Ribes, presidente de UPEV, ha manifestado con firmeza que “esta campaña refleja una lamentable y peligrosa falta de responsabilidad. No solo hace caso omiso de la ciencia y la evidencia acumulada durante años, sino que también compromete los esfuerzos de aquellos que buscan una alternativa más segura al tabaco. Es imperativo que se distingan y se comuniquen claramente los riesgos entre fumar y vapear para educar correctamente a la sociedad”.

NUEVA REGULACIÓN

Desde UPEV, exigen una regulación justa, equitativa y basada en evidencias sólidas para el sector del vapeo y defienden vehementemente el derecho de los consumidores a acceder a información veraz, clara y sin distorsiones. Instan al Ministerio de Salud a que rectifique la narrativa de su campaña y que promueva un diálogo fundamentado en estudios científicos y en la realidad de los distintos riesgos asociados al fumar y al vapear.



Además, instan con urgencia al Ministerio a colaborar de manera activa con expertos del sector para asegurar que las futuras campañas de sensibilización sean equilibradas, justas y reflejen la realidad objetiva de este producto y del sector. La confusión generada entre fumar y vapear en la campaña representa un error grave y un retroceso en la lucha contra la epidemia del tabaquismo. Exhortan a las autoridades sanitarias a comprometerse con la precisión y la evidencia en la información brindada a la sociedad, fomentando así alternativas más seguras y contribuyendo a mejorar la salud y calidad de vida de los fumadores. Mientras tanto, UPEV se mantiene inquebrantable en su compromiso de no vender productos de vapeo a menores y de concienciar a los adultos sobre el uso del vapeo exclusivamente como medio para erradicar el tabaquismo. “Nuestra misión es clara y sin ambigüedades”, afirma Ribes, “buscamos ofrecer un salvavidas para aquellos atrapados en el ciclo del tabaquismo, no a fabricar nuevos consumidores”. Desde UPEV enfatizan que están plenamente comprometido en prevenir que adultos se inicien en el vapeo si no es con el objetivo de dejar el tabaco, promoviendo el vapeo como una herramienta estratégica dirigida exclusivamente a quienes desean liberarse del hábito de fumar, y no como un pasatiempo para no fumadores o jóvenes.

Campaña "Depende de TODOS"

La Mesa del Tabaco reparte más de 100.000 ceniceros portátiles en espacios públicos

La Mesa del Tabaco ha repartido más de 100.000 ceniceros portátiles reutilizables con su campaña 'Depende de TODOS' en diferentes espacios públicos de toda España, como ciudades, playas, eventos con alta concentración de personas... La disponibilidad de estos ceniceros en el marco de las campañas de concienciación para la prevención de residuos son una de las acciones mejor valoradas por los ciudadanos para evitar las colillas en el suelo, según la experiencia adquirida con esta campaña.

En su compromiso con la sostenibilidad medioambiental, el sector del tabaco viene trabajando la concienciación ciudadana contra la basura dispersa y las colillas en el suelo desde 2018, combinando la distribución de ceniceros portátiles con la información al consumidor sobre cómo desechar correctamente los residuos. Otro de pilar de la campaña 'Depende de TODOS' es la colaboración con los ayuntamientos en los lugares en los que se desarrolla para facilitar su difusión a la ciudadanía.

"Somos un sector comprometido

En su compromiso con la sostenibilidad medioambiental, el sector del tabaco viene trabajando la concienciación ciudadana contra la basura dispersa y las colillas en el suelo desde 2018.



Este verano 2023, la campaña 'Depende de TODOS' también ha vuelto a las playas, en esta ocasión a las malagueñas de Malagueta y Misericordia, dando continuidad a las acciones de 2021 que se focalizaron en las basuras marinas en varias localidades costeras. Igualmente, en el pasado, también se han desarrollado otras accio-



con la sostenibilidad a lo largo de toda su cadena de valor y apostamos por la protección medioambiente tanto internamente en nuestras actividades agrícolas, de fabricación y distribución; como externamente, con nuestras acciones de concienciación. Como sociedad debemos entender nuestra responsabilidad y ello explica el lema de nuestra campaña, 'Depende de TODOS', indicó Águeda García-Agulló, presidenta y directora general de la Mesa del Tabaco.

EN DIFERENTES ESPACIOS PÚBLICOS

Desde diciembre de 2022, la campaña Depende de TODOS ha estado centrada en el ámbito urbano en ciudades como Cuenca, Santa Cruz de Tenerife, Santiago de Compostela, Mérida y Murcia. Además de en eventos en espacios públicos con alta concentración de personas, como la Semana Santa de

Málaga, la Batalla del Vino de Haro y los festivales musicales Warm Up en Murcia y Fan Futura Fest en San Javier. Hoy, 16 de agosto se distribuirán ceniceros portátiles en Garachico (Tenerife) durante la Romería de San Roque. Esta es una línea de trabajo que comenzó años atrás con Conciertos en la Naturaleza.

nes de sensibilización en el punto de venta.

En los próximos meses, Depende de TODOS continuará en diferentes espacios públicos. Desde la Mesa del Tabaco, queremos recordar que el residuo colilla debe depositarse en las papeleras o en el contenedor de restos.

COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

Más allá de la campaña 'Depende de TODOS', el sector lleva años trabajando en cuestiones de sostenibilidad y es que toda la cadena de valor en España está avanzando en sostenibilidad y en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) relacionados con el medioambiente. Por ejemplo, el proceso de cultivo está sustituyendo los combustibles fósiles por el uso de biomasa para el curado de la hoja, la actividad de fabricación está mejorando su consumo energético y sigue trabajando en la reducción de la emisión de gases efecto invernadero (GEI), la distribución mayorista ya recicla el 90% de los residuos generados y los envases cumplen con el Punto Verde.

LKBITRONIC

cashlogy
by Azkoyen

Escanéame

Descubre la instalación de
Cashlogy en un estanco



¿QUÉ APORTA CASHLOGY A TU ESTANCO?



Mejora la higiene

Evita el contacto con gérmenes y alérgenos.



Evita descuadres

Evita descuadres de caja y errores en los cambios.



Aporta seguridad

Protege tu negocio contra robos y hurtos.



Previene fraudes

Detecta los billetes y monedas falsas.



Práctico y cómodo

Acepta pagos y dispensa cambios a gran velocidad.



Facilita información

Mediante una APP, accede a los principales indicadores de estado de tu cajón automático.

POR RECICLAR MÁS DE 3,5 TONELADAS DE MATERIAL TEXTIL

LOGISTA, GALARDONADA CON EL PREMIO 'SCALEUPS B2B'

Logista, operador logístico líder de Europa, ha obtenido un Premio Scaleups B2B 2023, de Fundación Empresa y Sociedad, tras lograr rescatar y reciclar más de 3,5 toneladas de material procedente de sus antiguos uniformes. Para ello, la firma ha colaborado con la startup de Barcelona Circoolar, especializada en reciclaje textil y desarrollo de uniformidades éticas, sostenibles y circulares para transformar este material en mantas elaboradas en diversos talleres de Inclusión Social. El material será distribuido a personas sin hogar y en riesgo de exclusión social.

Esta iniciativa responde a la necesidad de reducir los residuos textiles, que se han convertido en un gran problema medioambiental en la actualidad. Se calcula que a nivel mundial se vierte o incinera el equivalente a un camión cargado de residuos textiles cada segundo. En España, se generan cada año 1 millón de toneladas de residuo textil, equivalente a una caravana de camiones que va desde el centro de Madrid al centro de Barcelona. Solo entre el 8-10% es reciclado.

La compañía ha querido apostar por el residuo textil como un objeto de valor social y medioambiental, convirtién-

LA COMPAÑÍA HA OBTENIDO EL PREMIO CONCEDIDO POR FUNDACIÓN EMPRESA Y SOCIEDAD TRAS COLABORAR CON LA STARTUP CIRCOOLAR PARA GENERAR MANTAS RECICLADAS A PARTIR DE SUS ANTIGUOS UNIFORMES.



SOBRE CIRCOOLAR

Circoolar es una clara apuesta por la economía circular y social en el sector de la moda corporativa: ropa laboral, uniformidades y merchandising textil elaborado bajo los principios de la economía circular y de impacto social. Soluciones textiles de origen eco-friendly, circulares y residuo cero y de impacto social a través de la confección en talleres de inserción social. Circoolar busca posicionarse como un proveedor referente B2B de la moda corporativa para empresas con sólidos compromisos de sostenibilidad, ayudándolas a minimizar el impacto medioambiental provocado por dos de los residuos más contaminantes, el plástico y el textil, a la vez que empodera a las personas y permite que las empresas vistan sus valores.



dolo en un elemento que pueda ser reutilizado y sirva para ayudar en iniciativas de inclusión social. Las mantas han sido elaboradas a base de hilo 100% trazable procedente las de viejas uniformidades recicladas, reduciendo a su vez las emisiones de CO₂.

Juan José Guajardo-Fajardo, director de Recursos Humanos, Marketing y Comunicación, ha comentado que: *"Es un orgullo recibir este reconocimiento, contribuir al desarrollo sostenible y generar un impacto positivo en la sociedad a través de esta iniciativa. Este proyecto, desarrollado junto a Circoolar, es una prueba de nuestra apuesta por la economía circular y el compromiso social"*.

"El textil es el nuevo plástico. Con Logista hemos logrado poner en marcha un proyecto con el que recuperar residuos textiles procedentes de viejas uniformidades, evitando así la generación de 3,5 toneladas de residuos. Es un orgullo poder obtener este reconocimiento tras desarrollar este proyecto de impacto social y medioambiental", ha destacado Luis Ribó, cofundador y director de Marketing de Circoolar.

LOGISTA

RENOVADA Y AMPLIADA LA LÍNEA DE CRÉDITO CON IMPERIAL BRANDS

Logista, uno de los mayores operadores logísticos de Europa especializado en la distribución a canales de proximidad, acaba de anunciar la renovación de su contrato de línea de crédito recíproca con Imperial Brands, que establece la ampliación de la cuantía máxima de la línea de crédito a 3.000 millones de euros frente a los 2.600 millones de euros contemplados previamente.

Entre las condiciones de la renovación destaca el tipo de interés de referencia de Euribor 6 meses, más un diferencial de 75 puntos básicos. A través de esta línea de crédito, Logista presentará diariamente su tesorería excedentaria a Imperial Brands o recibirá la tesorería necesaria para cumplir con sus obligaciones de pago, optimizando así su generación de caja.

Estas nuevas condiciones entrarán en vigor en junio de 2024 y desde esa fecha el contrato tendrá un periodo de obligado cumplimiento para ambas partes de tres años tras el cual se establece un preaviso de seis meses para su terminación.

Pedro Losada, director financiero corporativo de Logista, destaca *"la renovación de este acuerdo nos permite continuar generando valor para nuestros accionistas optimizando la generación de caja de Logista"*.

SOBRE LOGISTA

Logista es uno de los mayores operadores logísticos de Europa y está especializada en la distribución a canales de proximidad. Sirve regularmente a unos 200.000 puntos de venta en España, Francia, Italia, Portugal, Países Bajos y Polonia y facilita el mejor y más rápido acceso al mercado de una amplia gama de productos de conveniencia, farmacéuticos, recarga electrónica, libros, tabaco y loterías, entre otros. Destaca por ser la mayor red de transporte en España, certificada en seguridad alimentaria. Cuenta con un equipo de profesionales altamente cualificados integrado por más de 7.000 empleados directos y 15.000 colaboradores.

LOGISTA

LOGISTA LIBROS ANUNCIA LA ADQUISICIÓN DE SGEL LIBROS

Logista Libros, el mayor distribuidor independiente de libros en España, acaba de anunciar la adquisición de SGEL Libros, empresa nacional de distribución y edición de libros. SGEL Libros destaca por la distribución de publicaciones generales y libros educativos a nivel nacional. Adicionalmente la compañía cuenta con una línea de edición especializada en el sector de la enseñanza.

Actualmente, SGEL Libros distribuye a más de 8.000 puntos de venta en diferentes canales de comercialización incluyendo librerías, quioscos e hipermercados, así como distribución online gestionando más de 300.000 pedidos al año. La compañía cuenta con un almacén de 14.000m² en Guadalajara, donde alberga más de 100.000 referencias en stock, y con las últimas tecnologías que le permite la preparación y entrega de todos los pedidos a cualquier punto de venta en 24 o 48 horas. En el ejercicio fiscal 2022, SGEL Libros registró unas ventas de 50 millones de euros.

Con esta adquisición estratégica, Logista Libros afianza su liderazgo como el mayor distribuidor independiente de libros en España con la incorporación de importantes fondos editoria-



les, añadiendo también a su catálogo la distribución de libros educativos.

Íñigo Meirás, consejero delegado de Logista, ha explicado que *"esta adquisición refuerza nuestra estrategia de diversificación y crecimiento. La apuesta de la compañía por el sector del libro es clara, aumentando nuestra presencia en este mercado con el objetivo de continuar reforzando el liderazgo de Logista en el mismo"*.

Daniel Oropesa, director general de Logista Libros ha destacado que *"al incorporar a SGEL Libros fortalecemos nuestra posición de liderazgo y nuestra clara apuesta por este sector. Además, con esta adquisición mostramos nuestro compromiso de facilitar soluciones de valor añadido personalizadas a las necesidades de nuestros clientes y del mercado"*.

CERTIFICACIONES DE ‘COMPLIANCE’ PENAL, ANTISOBORNO Y DE GESTIÓN DEL CANAL DE DENUNCIAS DE BUREAU VERITAS

Logista, operador logístico líder en Europa, marca un hito significativo en su compromiso con la integridad y la ética empresarial gracias a la obtención de nuevas certificaciones. De esta forma, Logista Holdings, junto con sus filiales Logista, Logista Retail, Logista Pharma, Logista Freight, y Dronas (Nacex y Parcel), ha obtenido certificaciones clave en ‘Compliance’ Penal y Antisoborno (ambas acreditadas por la Entidad Nacional de Acreditación - ENAC) y de Gestión del Canal de Denuncias, emitidas por Bureau Veritas, entidad independiente, líder mundial en certificación, inspección y ensayos. Estas certificaciones son un testimonio del firme compromiso de Logista con el cumplimiento normativo y la responsabilidad corporativa.

Estas certificaciones fortalecen aún más la posición de Logista como líder en el mercado y subrayan su compromiso con la transparencia y la integridad en todas sus actividades. Con un enfoque inquebrantable en el cumplimiento normativo y la responsabilidad corporativa, Logista continúa demostrando su liderazgo en el sector.

Las certificaciones obtenidas por Logista abarcan tres aspectos fundamentales:

- 1.- Sistema de Gestión de ‘Compliance’ Penal conforme a UNE 19601:2017: Esta certificación refuerza la capacidad de Logista y sus filiales para prevenir y gestionar riesgos legales y penales en sus operaciones. Establece mecanismos de control interno que actúan como salvaguarda en caso de que se cometa un delito dentro de la organización.
- 2.- Sistema de Gestión Antisoborno según ISO 37001:2017: Esta certificación destaca la dedicación de Logista en prevenir el soborno y la corrupción. Demuestra la implementación de políticas y procedimientos para identificar y mitigar los riesgos asociados al soborno en todas las áreas de negocio.
- 3.- Sistema de Gestión de Canales de Denuncia según la norma de Bureau Veritas conforme a ISO 37002:2021: Esta certificación pone de manifiesto el compromiso de Logista en promover un ambiente donde los empleados se sientan seguros para denunciar posibles irregularidades. Establece procedimientos eficaces para la recepción y gestión de denuncias internas. Su consecución incrementa la eficacia del Sistema de Gestión de Compliance Penal y Antisoborno.

PARA ARTURO RAINER, ESTAS CERTIFICACIONES SON “REFLEJO DE NUESTRA CONTINUA DEDICACIÓN A OPERAR CON LOS MÁS ALTOS ESTÁNDARES ÉTICOS Y CUMPLIR CON TODAS LAS REGULACIONES APLICABLES”



De izquierda a derecha, Rafael Alemán Antón, miembro del Comité de Cumplimiento de Logista; Pedro González Colilla, director de Sostenibilidad de Bureau Veritas; Arturo Rainer Pan, Compliance Officer de Logista; Victoria Ramos López-Romero, asesor Legal de Logista; Georgette Boza Huaman, asesor Legal de Logista; David Gómez Núñez, responsable Desarrollo de Negocio de Bureau Veritas; y Bernardo Hernández Iglesias, miembro del Comité de Cumplimiento de Logista.

Bureau Veritas Iberia, S.L. llevó a cabo auditorías exhaustivas de los sistemas de gestión de ‘Compliance’ Penal, Antisoborno y Canales de Denuncia de Logista y sus filiales, destacando como punto fuerte la “alta implicación y fuerte compromiso de los actuales órganos: de Gobierno, de Compliance y Alta Dirección de la empresa en relación con el Sistema de Gestión de Compliance Penal y Antisoborno”. Estas auditorías confirmaron que estos sistemas cumplen con los rigurosos requisitos de las normas correspondientes, lo que representa un logro significativo en el ámbito empresarial.

En palabras de Arturo Rainer, Compliance Officer de Logista: “Estas certificaciones son un reflejo de nuestra continua dedicación a operar con los más altos estándares éticos y cumplir con todas las regulaciones aplicables. Estamos comprometidos en consolidar una cultura de integridad en todos nuestros negocios, y estas certificaciones demuestran nuestra diligencia en la prevención y detección de delitos dentro de la organización. Nos enorgullece ser reconocidos por Bureau Veritas por nuestros esfuerzos en gestión de riesgos penales y la formación constante de nuestros profesionales en este ámbito”.

“Con estas certificaciones, Logista demuestra su compromiso por establecer buenas prácticas internas de gestión y gobernanza y de tolerancia cero en la comisión de delitos, convirtiéndose en un referente dentro de su sector”, ha comentado Pedro González, director de Certificación de Gobierno Corporativo de Bureau Veritas, durante el acto de entrega del certificado.



Vandermarliere Cigar Family España - c/ Martínez Villergas 49, Edif. V - 1ª pta - 28027 Madrid - Tel.: +34 910 477 611 - vdm.cigar@jcortes.com

Las Autoridades Sanitarias advierten: fumar perjudica gravemente su salud y la de los que están a su alrededor.

PHILIP MORRIS

JAVIER FIGAREDO, NUEVO DIRECTOR DE RELACIONES EXTERNAS PARA ESPAÑA

La compañía Philip Morris ha nombrado a Javier Figaredo como director de Relaciones Externas en España, cargo efectivo desde el mes de agosto. De este modo, tras cinco años liderando esta función para Latinoamérica y Canadá, Figaredo vuelve a España como principal responsable de las relaciones externas de la compañía con los principales interlocutores del ámbito regulatorio y científico-médico, con el objetivo de acelerar la transformación de Philip Morris hacia la expansión de alternativas sin combustión basadas en ciencia para conseguir cuanto antes un futuro libre del humo de los cigarrillos.



Con una extensa experiencia nacional e internacional, Figaredo regresa a España para liderar el área de Asuntos Externos en un momento importante de cara a profundizar en el debate sobre el papel que los productos sin combustión pueden jugar en términos de reducción del daño. Figaredo y su equipo, liderado por Gonzalo Salafranca como director de Relaciones Gubernamentales y Asuntos Regulatorios, y Jorge Soler como director de Asuntos Científicos, seguirán trabajando fuertemente para dar a conocer la creciente evidencia científica que hay detrás de estas alternativas a los principales interlocutores del ámbito regulatorio y la comunidad médico-científica.

Tras comenzar su trayectoria profesional en el mundo

de la abogacía, ocupó diferentes puestos de responsabilidad como asesor jurídico-técnico parlamentario en el Parlamento Europeo, la REPER y el Gobierno de España. En el año 2005 se incorporó a Philip Morris Spain como responsable de Asuntos Regulatorios y Comercio Internacional para, seis años después, ser nombrado director de Asuntos Corporativos de la afiliada española. Finalmente, en 2019 se trasladó a Nueva York para dirigir como vicepresidente los Asuntos Externos de la región de Latinoamérica y Canadá.

Figaredo es licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid y tiene un Executive MBA por el Instituto de Empresa.

PHILIP MORRIS INTERNATIONAL: POR UN FUTURO SIN HUMO

Philip Morris International (PMI) es una compañía tabaquera líder en el ámbito internacional que trabaja para ofrecer un futuro sin humo y que desarrolla su cartera a largo plazo para incluir productos más allá del sector del tabaco y la nicotina. La actual cartera de productos de la compañía consiste principalmente en cigarrillos y productos sin humo. Desde 2008, PMI ha invertido más de 10.700 millones de dólares en el desarrollo, la fundamentación científica y la comercialización de productos innovadores sin humo para adultos que, de otro modo, continuarían fumando, con el objetivo de poner fin definitivamente a la venta de cigarrillos. Esto incluye la creación de capacidades de evaluación científica de primer nivel mundial, especialmente en las áreas de toxicología de sistemas pre-clínicos, investigación clínica y conductual, así como estudios posteriores a la comercialización. En noviembre de 2022, PMI adquirió Swedish Match -líder en la administración oral de nicotina- creando un gigante mundial libre de humo liderado por nuestra marca de calentamiento de tabaco y la marca ZYN. La Administración de Alimentos y Medicamentos de Estados Unidos (FDA) ha autorizado la comercialización de versiones de los dispositivos y consumibles Plataforma 1 de PMI y el Snus General de Swedish Match, como productos de tabaco de riesgo modificado (MRTP).

A 31 de junio de 2023, los productos sin combustión de PMI estaban a la venta en 80 mercados, y la compañía estima que aproximadamente 19.4 millones de adultos en todo el mundo ya se han pasado a su dispositivo de calentamiento de tabaco y han dejado de fumar. Los productos sin combustión representaron aproximadamente el 35.4% de los ingresos netos totales de PMI en el segundo trimestre. Con una sólida base y una importante experiencia en ciencias de la vida, PMI anunció en febrero de 2021 su ambición de expandirse a las áreas de bienestar y atención sanitaria, a través de su filial Vectura Fertin Pharma, con la intención de mejorar la calidad de vida a través del aporte de experiencias de salud integradas. Para más información, visite www.pmi.com y www.pmisience.com.

PARA SUS OBJETIVOS DE REDUCCIÓN DE EMISIONES DE BOSQUES, TIERRAS Y AGRICULTURA

PMI RECIBE LA VALIDACIÓN DE LA INICIATIVA DE OBJETIVOS BASADOS EN LA CIENCIA (SBTi)

Philip Morris International Inc. (PMI) ha anunciado que la iniciativa Science Based Targets (SBTi) ha verificado sus objetivos de reducción de emisiones de bosques, tierras y agricultura (FLAG). PMI es una de las pocas empresas hasta ahora que ha logrado este reconocimiento. La distinción representa un progreso continuo en la transformación para siempre de PMI y sigue a la inclusión en la lista Net Zero Leaders de Forbes como una de las empresas mejor posicionadas para la transición a una economía baja en carbono.

Los sectores agrícola y de uso de la tierra ofrecen amplias oportunidades para la eliminación de gases de efecto invernadero (GEI), como la agrosilvicultura, el secuestro de carbono en el suelo y la restauración forestal, por ejemplo. La adopción de un objetivo con base científica para bosques, tierras y agricultura ayudará a PMI a acelerar aún más sus esfuerzos para reducir las emisiones de GEI derivadas del uso de la tierra.

PMI mantiene su objetivo con base científica de alcanzar emisiones netas cero para los alcances 1, 2 y 3 para 2040, que fue validado por SBTi en julio de 2022. Como parte de su compromiso continuo de cero emisiones netas, PMI ahora se ha comprometido a reducir emisiones absolutas; las emisiones de alcance 3 relacionadas con la silvicultura, la tierra y la agricultura (FLAG) en un 33,3% para 2030, en línea con las mejores prácticas de SBTi; y todas las demás emisiones de alcance 3 en un 27,5% en el mismo plazo. El objetivo de cero emisiones netas para 2040 sigue en línea con un escenario límite de 1,5°C y PMI describe planes integrales para lograrlo en su Plan de transición hacia bajas emisiones de carbono.

“Renovamos y continuamos nuestro esfuerzo para dirigir nuestras actividades hacia la descarbonización de nuestra cadena de valor y estamos comprometidos a alinear nuestro trabajo con actualizaciones relevantes sobre metodologías internacionales, como los Objetivos basados en la ciencia para la naturaleza (SBTN) y la orientación de la SBTi sobre bosques, tierras y agricultura (FLAG) con base científica”, ha dicho Scott Coutts, vicepresidente senior de Operaciones de PMI.

“Los objetivos con base científica del SBTi sobre silvicultura, uso de la tierra y agricultura se convertirán en el estándar de oro para que las empresas del sector agrícola aceleren la reducción de emisiones y nos complace ser los primeros en adoptarlos”, ha afirmado Jennifer Motles, directora de Sostenibilidad de PMI. *“La validación del SBTi*



demuestra que nuestros objetivos están arraigados en la ciencia y alineados con el objetivo del Acuerdo Climático de París de mantener el calentamiento global en el umbral de 1,5°C, que se considera el límite más allá del cual los impactos relacionados con el clima serán catastróficos”.

Antes de la validación, PMI fue incluido en el primer ranking Net Zero Leaders de Forbes, que destaca a las 100 empresas públicas estadounidenses que mejor se están posicionando para reducir sus emisiones de GEI y, en última instancia, compensarlas para 2050. En esta clasificación, que consideró iniciativas para reducir las emisiones de carbono de las operaciones propias y las de sus proveedores, vendedores y clientes, PMI ocupó el séptimo lugar en general y el primero dentro de su grupo de pares. La clasificación también consideró la estructura de gestión de la empresa en torno a la evaluación de riesgos, la gobernanza, la estrategia y las métricas para lograr sus objetivos de descarbonización y su solidez financiera para resistir la competencia de la industria y la agitación económica.

SCIENCE BASED TARGETS (SBTi)

La iniciativa SBTi es un organismo global que permite a las empresas establecer objetivos ambiciosos de reducción de emisiones en línea con la ciencia climática más reciente. Se centra en acelerar a las empresas de todo el mundo para reducir a la mitad las emisiones antes de 2030 y lograr emisiones netas cero antes de 2050. La iniciativa es una colaboración entre CDP, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, el Instituto de Recursos Mundiales (WRI) y el Fondo Mundial para Nature (WWF) y es uno de los compromisos de la We Mean Business Coalition. La SBTi define y promueve las mejores prácticas en el establecimiento

de objetivos con base científica, ofrece recursos y orientación para reducir las barreras a la adopción y evalúa y aprueba de forma independiente los objetivos de las empresas. Según la iniciativa Science Based Targets, *“la orientación FLAG de SBTi proporciona el primer método estándar del mundo para que las empresas de sectores intensivos en tierra establezcan objetivos con base científica que incluyan reducciones y eliminaciones de emisiones terrestres. La guía permite a las empresas reducir el 22% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero procedentes de la agricultura, la silvicultura y otros usos de la tierra”.*

NUEVA EDICIÓN LIMITADA IQOS ILUMA STARDRIFT, DISEÑADA PARA BRILLAR Y CELEBRAR EL CAMBIO

IQOS ILUMA STARDRIFT es la nueva edición limitada de la marca IQOS, el innovador dispositivo de calentamiento de tabaco diseñado para aquellos fumadores adultos que buscan una alternativa mejor a los cigarrillos. Una creación joya que representa el progreso y que se materializa en una forma diferente de consumir tabaco. Con este lanzamiento, la marca celebra el cambio de los más de 27 millones de usuarios de IQOS en todo el mundo.

La edición limitada, inspirada en el profundo azul del espacio y en el brillo de las estrellas, está disponible en los tres modelos del dispositivo más novedoso de la marca: IQOS ILUMA, que calienta el tabaco –sin quemarlo– mediante un innovador sistema de inducción. La colección se completa con una amplia gama de accesorios exclusivos como aros, carcasas laterales o cubiertas que están disponibles para cada uno de los modelos.

La innovadora marca de dispositivos de calentamiento de tabaco ha presentado la nueva edición limitada este jueves en la Candlelight DJ Session by IQOS, una sesión pensada en exclusiva para la comunidad de usuarios de IQOS y que supone una reinvención de los icónicos conciertos Candlelight, iluminados por cientos de velas. De este modo, la IQOS Boutique de Serrano se convirtió en el escenario de una sesión en la que la música clásica dio paso a una nueva disciplina y las icónicas velas dejaron de quemarse para convertirse en cientos de puntos de luz generados por la tecnología LED como símbolo de la evolución e innovación que representa la marca IQOS.

Alejandro Flores, director de Marketing de IQOS para España, señala que “con esta última edición del año queremos animar a nuestros usuarios a que se sientan orgullosos de haber dejado el cigarrillo atrás y a que compartan este logro”. Y añade respecto a las Candlelight DJ Sessions by IQOS: “como marca queremos seguir generando experiencias exclusivas que nos acerquen al consumidor y, a través de las cua-

IQOS ILUMA STARDRIFT ya se puede encontrar exclusivamente en las IQOS Boutiques de Madrid, Barcelona, Valencia y Badajoz y a partir del 14 de noviembre en el resto de IQOS Boutiques, en IQOS.com y en una selección de estancos.



les, podamos demostrar que formar parte de la comunidad IQOS va mucho más allá que pasarse a calentar tabaco. Candlelight DJ Session by IQOS, es solo el principio...”.

El dispositivo IQOS, para cuya investigación científica ya se han invertido cerca de 11.000 millones de dólares, comenzó a comercializarse a finales de 2014 en Japón y en Italia y a día de hoy se encuentra disponible en más de 80 mercados en todo el mundo.



IQOS ILUMA PRIME STARDRIFT

El dispositivo más elegante y avanzado cuenta con cargador de bolsillo y dispositivo en azul oscuro, con una cubierta azul de diferentes texturas y con un anillo dorado de acabado martillado. Un diseño cuidado al detalle –con los materiales más premium– pensado para aquellos fumadores adultos y usuarios de la marca que buscan la exclusividad con la experiencia más elevada.



IQOS ILUMA STARDRIFT

El auténtico icono de la marca, que cuenta con un intenso color azul oscuro y una carcasa lateral en colores degradados. Ligero, fácil de usar y personalizable gracias a la carcasa y al anillo de la parte superior del dispositivo que se puede intercambiar por cualquiera de sus múltiples alternativas.



IQOS ILUMA ONE STARDRIFT

Para los que buscan un dispositivo práctico, “todo en uno” y con tamaño de bolsillo, pero con toda la experiencia de los 20 usos consecutivos, IQOS reinventa este modelo con una opción con cobertura azul oscura y tapa superior en dorado.



ACUERDO CON ROCKY PATEL PARA SU DISTRIBUCIÓN EXCLUSIVA EN ESPAÑA

Rocky Patel y LCT-La Casa del Tabaco han sellado un acuerdo de distribución exclusiva en España por el que los aficionados al cigarro premium van a disfrutar de una de las mejores marcas del mundo con la llegada a las cavas de tabaco nacionales de las series que presumen de ser un éxito de ventas a nivel internacional.



Con más de 25 años de trayectoria, Rocky Patel, propietario de los cigarros que llevan su nombre, ha logrado convertirse en uno de los principales actores en el mercado de cigarros premium que portan el lujo y la elegancia como estandarte.

Rocky Patel es marca, pero también es el nombre propio del creador cuya pasión por los viajes y la multiculturalidad trasladó a las ligas de tabaco creadas con el mejor tabaco de América Central (cultivado en Honduras, Costa Rica, Nicaragua y República Dominicana) que han dado singularidad a sus líneas de sabores complejos y consistencia incuestionable, adalid de gratitud y defensa entre sus innumerables aficionados.

Ocho van a ser las referencias que de momento van a ser distribuidas en España por La Casa del Tabaco:

- Rocky Patel The Edge (Short Robusto 114 mm x 54)
- Rocky Patel Vintage 1999 Connecticut (Robusto 140 mm x 50)
- Rocky Patel Vintage 1999 Connecticut (Juniors 101 mm x 38)
- Rocky Patel Vintage 1990 Broadleaf (Robusto 140 mm x 50)
- Rocky Patel Number 6 (Toro 165 mm x 52)
- Rocky Patel Grand Reserve (Toro 152 mm x 52)
- Rocky Patel Cigar Smoking World Championship (Mareva 130 mm x 42)
- Rocky Patel Sixty (Toro 165 mm x 52)

EL GUAJIRO



Un placer para todos los sentidos



Las autoridades sanitarias advierten que el tabaco perjudica gravemente su salud y la de los que están a su alrededor

SUSTITUYE EN EL CARGO A JAN VANDENNEUCKER

DANIEL EINHÄUSER ES NOMBRADO CONSEJERO DELEGADO DE LANDEWYCK TOBACCO

La compañía tabaquera de origen luxemburgués Landewyck, propietaria de Elixyr, Austin o Ducal, entre otras marcas, ha nombrado a Daniel Einhäuser nuevo consejero delegado de la compañía. Einhäuser sustituye así a Jan Vandenneucker, que tras 8 años como CEO pasa a ser miembro no ejecutivo del Consejo.

Con más de 20 años de experiencia como directivo en grandes grupos tabaqueros y otros grupos de productos de consumo de rápida rotación, Daniel Einhäuser, de origen alemán, seguirá desarrollando la rama de tabaco y productos de nueva generación de la empresa luxemburguesa a nivel internacional.

La empresa familiar Landewyck Tobacco es el quinto fabricante europeo de tabaco, por detrás de los grandes grupos multinacionales y es de las pocas tabaqueras internacionales que fabrica exclusivamente en Europa, sin deslocalizar la producción a mercados con fiscalidad y mano de obra más barata.

La compañía cuenta con fábricas en Alemania, Hungría y Luxemburgo, ésta última inaugurada el año pasado, coincidiendo con el 175 Aniversario de la empresa.

En el año 2022, Landewyck Tobacco reportó unas ventas en los mercados internacionales de 6.500 millones de cigarrillos.

España se encuentra entre sus tres principales mercados, junto con Luxemburgo y Alemania. Comenzó a operar en nuestro país con sede propia en 2012, siendo también responsables de Islas Canarias, Gibraltar, Portugal y Andorra. Durante estos años en nuestro país, Landewyck ha reforzado sus marcas más punteras, como Elixyr, Austin o Ducal con



Daniel Einhäuser, nuevo consejero delegado de Landewyck Tobacco.

nuevas e innovadoras referencias, colocándolas entre las 20 marcas de cigarrillos más vendidas en España. Además, la empresa tabaquera ha lanzado las marcas de picadura Maya y Big Ben, siendo hoy una de las pocas empresas del sector activas en cigarrillos, picadura y accesorios.

SOBRE LANDEWYCK

Heintz van Landewyck fue fundada en 1847 en Luxemburgo como un pequeño e independiente negocio familiar

que se ha convertido en una gran compañía internacional. Tiene presencia en más de 40 países incluido España. Entre el amplio abanico de marcas que produce se encuentra Elixyr, Austin, Maya, Ducal, Che y Mademoiselle. Landewyck comercializa también tabaco de picadura y todo tipo de accesorios para el fumador. La compañía está presente en España desde hace once años a través de su filial Landewyck Iberia.



NUEVO BLUE 100s

Fumar reduce la fertilidad

Ayuda para dejar de fumar:
<http://puedesDejarlo.es>

4²⁵ €

Código Logista:
3514545

Fumar mata

Austin
EST. 1839
20 BLUE 100s

Únete al Club Landewyck

Las Autoridades Sanitarias advierten:
Fumar perjudica gravemente su salud y la de los que están a su alrededor.

Desde 1975
J. Roig Pañella
Agente de la Propiedad Inmobiliaria

Experiencia, discreción y eficacia
en la venta de estancos en Cataluña y Baleares

Taquígrafo Garriga, 105 • 08029 Barcelona
Móvil: 629 478 404 • jroig@jrpimmobiliaris.com
Tf. 93 322 26 00 • www.jrpimmobiliaris.com

AROMA KING

NUEVAS OFICINAS EN MADRID Y BARCELONA

Desde su creación en 2019, Aroma King ha sido una marca con una fuerza implacable de innovación en la intersección de los negocios y la tecnología. Con una dedicación inquebrantable, el equipo ha ampliado continuamente los límites mediante la introducción de soluciones innovadoras en el ámbito de los cigarrillos electrónicos, las bolsas de nicotina y una serie de otros productos incluidos en su cartera. Ahora, Aroma King anuncia, dentro de su ambiciosa estrategia, el establecimiento de nuevas oficinas en Barcelona y Madrid.



Actualmente, la visión de Aroma King para Europa en 2024 se centra en un plan estratégico destinado a impulsar la marca a nuevas alturas no sólo dentro de Polonia (donde su cuota de mercado ya supera el 41% de todos los productos vendidos en su categoría), sino en todo el panorama europeo, con un fuerte énfasis en el vibrante mercado de España.

Uno de los pilares de esta ambiciosa estrategia es el establecimiento de nuevas oficinas en dos emblemáticas ciudades españolas –Barcelona y Madrid–, puertas de entrada a una mayor expansión. A medida que crezca el equipo de la marca en estos lugares, la firma pretende facilitar un acceso más rápido a nuevos canales de venta. Y lo que es más importante, esta expansión permitirá alinear Aroma King más estrechamente con las preferencias y hábitos de su público de la Península Ibérica.



AROMA KING HA ESTADO PRESENTE EN LA FERIA
INTERTABAC 2023, DONDE HA LLEVADO A CABO
NUMEROSOS CONTACTOS Y HA PRESENTADO SUS MÁS
NOVEDOSOS PRODUCTOS.

NOVEDADES

El equipo de Aroma King está inmerso en exhaustivos estudios de mercado y conversaciones directas con socios potenciales, muchos de los cuales se originaron en la pasada feria InterTabac 2023 de Dortmund, un evento donde el mundo pudo ser testigo de la magnitud y sofisticación de Aroma King, junto con sus marcas afiliadas, King's Coffee y King's Flow. La gran afluencia de entusiastas del vapeo en todo el mundo ha sido sin duda un testimonio de las numerosas innovaciones que Aroma King ha presentado este año, entre las que destacan dos avances revolucionarios.

En primer lugar, se han introducido elementos calefactores cerámicos en sus cigarrillos electrónicos desechables, una primicia mundial, lo que permite a los usuarios disfrutar de aproximadamente un 30% más de caladas en comparación con las alternativas Mesh Coil y Cotton Coil. Además, mejora significativamente la experiencia de sabor durante toda la vida útil del dispositivo.

La segunda innovación, quizá aún más profunda, es la introducción de una nueva sustancia que sustituye de forma segura a la nicotina tradicional en los productos a base de nicotina. Esta sustancia, denominada NONIC, proporciona al usuario experiencias comparables a las de la nicotina convencional, pero en concentraciones más bajas. NONIC es una sustancia patentada y ha recibido la

aprobación reglamentaria para su venta en toda la Unión Europea. Y lo que es más importante, al no necesitar nicotina regular, los dispositivos ya pueden contener más de 2 ml de líquido, de forma similar a los productos sin nicotina.

Como señalan desde Aroma King, en un futuro próximo estos productos estarán disponibles en todo el país a través de los estancos, ofreciendo un acceso cómodo y rápido a los productos Aroma King para todos los consumidores interesados. En conside-

ración a la sostenibilidad medioambiental, se establecerán también estaciones de reciclaje para sus cigarrillos electrónicos en los estancos, con lo que se espera poder contribuir a un planeta más verde.

Para quienes buscan una alternativa más discreta a los cigarrillos electrónicos, se ha presentado una línea de productos totalmente nueva –Aroma King Kick– con opciones que van desde producto sin nicotina, a productos con la nicotina tradicional, NONIC, todos disponibles en 12 sabores distintos.

Aroma King también ha anunciado su colaboración con DJ TAAO, que cuenta con actuaciones junto a iconos como David Guetta y Calvin Harris, ha adornado escenarios en festivales de renombre mundial, como Tomorrowland Unite, Balaton, Parookaville, Arenal Sound y FIB, con sus espectáculos en directo, en los que pasa sin problemas de los ritmos urbanos a los éxitos pop y los himnos dance, han hecho bailar de euforia a más de un millón de personas. Así con una energía compartida y un compromiso mutuo con la excelencia, Aroma King espera ser una parte inseparable de la vida nocturna y la escena del entretenimiento.

En conclusión, Aroma King sigue empeñada en superar los límites de la innovación y ofrecer experiencias excepcionales a sus clientes. El viaje no ha hecho más que empezar y les invitamos a todos a unirse a nosotros en esta extraordinaria aventura.

LKBITRONIC

900 118 694 | www.lkbitronic.com

Escanéame

Descubre la instalación de
etiquetas electrónicas en
un estanco



ETIQUETAS ELECTRÓNICAS

Tus precios siempre actualizados y sin errores



Actualizan tus precios al instante

Los precios se actualizan de forma automática, evitando errores y ahorrando la impresión unitaria de cada etiqueta.



Evitan errores y malentendidos

Informan correctamente a tus clientes y evitan fallos por no tener los precios actualizados.



Ganan agilidad y ahorran tiempo

Los cambios de precios de las etiquetas se realizan desde el software central de forma desatendida.



Muestran más información de tus productos

Comunican la información precisa que necesitan tus clientes, como son el precio, la caducidad o el stock de cada producto.



Mejoran tus estrategias de venta

Programan cambios de precios automáticos en artículos con PVP libre aplicando descuentos, etc.



**COMPATIBLES
CON CUALQUIER
SOFTWARE DE
GESTIÓN
DE ESTANCOS**



Davidoff Escurio Corona Gorda: el regreso

Una exquisita mezcla de tabacos procedentes de plantaciones de Brasil con otros de República Dominicana nos ofrece toda una gama de matices que mezclan toques picantes y dulces para obtener uno de los cigarros mejor acabados de la marca con este Davidoff Escurio Corona Gorda, un cigarro que vuelve a nuestro mercado en estas fechas.

Es destacable que los maestros tabaqueros de Davidoff hayan llegado a soluciones tan innovadoras a la hora de crear una línea como la Escurio, en la que un blended de dos tabacos como el Mata Fina y el Cubra brasileños con los más conocidos San Vicente, Piloto y Olor de tierras dominicanas consigan un cigarro redondo que ofrezca una degustación de alta exquisitez.

El tabaco Mata Fina es cultivado al sol y se usa típicamente

LOS ESCURIO DE TRIPA LARGA FUERON LANZADOS EN EL AÑO 2015 Y AL AÑO SIGUIENTE LA GAMA SE AMPLIÓ CON OTROS DOS NUEVOS FORMATOS, ENTRE LOS QUE SE ENCUENTRA ESTA CORONA GORDA DE 152 MILÍMETROS DE LONGITUD Y UN CEPHO 46 QUE PERMITE UNA BUENA ACUMULACIÓN DE HUMO EN CADA UNA DE LAS ASPIRACIONES.



El Davidoff Escurio Corona Gorda presenta una cantidad de tabacos equivalente a 12,17 gramos.

La línea Escurio de Davidoff reúne en su ligada tabacos procedentes de tres orígenes distintos: Brasil, Ecuador y República Dominicana.

mente para capas, aunque en la composición de la tripa de los Escurio aporta una intensidad entre media y fuerte, un sabor rico y es muy aromático, con una dulzura natural.

Por su parte, el Cubra presenta potentes y especiadas hojas cultivadas al sol, un tabaco criollo de origen cubano cultivado en Brasil que aporta giros picantes a la mezcla.

Los Escurio de tripa larga fueron lanzados en el año 2015 y al año siguiente la gama se amplió con otros dos nuevos formatos, entre los que se encuentra esta Corona Gorda de 152 milímetros de longitud y un cepho 46 que permite una buena acumulación de humo en cada una de las aspiraciones.

Suave a lo largo de la fumada, este Davidoff nos ofrece en sus inicios una buena sensación de la confluencia de las características de los distintos tabacos que lo componen, ya que mientras los brasileños aportan su desarrollo bien conocido, la suma de los dominicanos, típicamente componentes de los cigarros de ese origen, suponen un agregado de alto nivel.

La combustión muy uniforme, reflejo de la buena elaboración realizada en las galeras de Davidoff, hace que en los sabores de la fumada se entremezclen notas amaderadas bien presentes, unidas a otras de tipo especiado y unos rastros de pimienta notables, pero suaves.

Los tonos terrosos y los aromas de café, junto con la evolución que presenta la combustión de este cigarro, son



COMO UNA NOCHE EN RÍO, EL DAVIDOFF ESCURIO INSPIRA EL ALMA, PREMIA LOS SENTIDOS Y ENCIENDE UNA VERDADERA PASIÓN. Y AL IGUAL QUE LA COMBINACIÓN INCESANTE DE NUEVOS ENCUENTROS INUNDA LAS CALLES DE RÍO LA LLEGAR LA NOCHE CON SU CAPACIDAD DE ENTRETENIMIENTO EXCEPCIONAL, LA LÍNEA ESCURIO APORTA NUEVAS SENSACIONES, SABORES Y EXPERIENCIAS. EN DAVIDOFF SE INSPIRAN EN RÍO, EL ALMA DE BRASIL, Y EN LOS RITMOS, LA INTRIGA Y LAS EXUBERANTES EXPERIENCIAS DE SUS NOCHES.

la mejor aportación de los tabacos originarios de República Dominicana que concurren en los Escurio y en numerosos puros procedentes de ese país caribeño.

En el postgusto de esta Corona Gorda se percibe asimismo toda una espléndida confluencia de matices tabaqueros que, a lo largo de la degustación, no llegan a presentar ningún tipo de aristas en boca, lo que la hace grata y sencilla.

Otra de sus buenas características del cigarro que tenemos en esta cata es el compendio de tabacos que lo componen, ya que sus más de 12 gramos, más la habilidad de los pureros de Davidoff, nos ofrecen la enorme garantía de que no existen zonas vacías donde la combustibilidad se pueda perder.

CA FABRILIS
EXPONEMOS CALIDAD

- Fabricantes de cava y vitrinas para puros
- Diseños personalizados y a medida
- Climatización patentada (frío/humedad)
- Más de 30 años nos avalan

MARCAMOS LA DIFERENCIA
PROTEGIENDO LA ESENCIA

T. +34 676 505 420 • www.fabrilisca.com

65%/75%
HUMEDAD

16°/18°
TEMPERATURA

MADERA
NOBLE DE CEBINO

DAVIDOFF ESCURIO CORONA GORDA

FORMATO

Longitud: 152 mm.
Diámetro: 18,30 mm.
Cepho: 46
Peso: 12,17 gr.

TABACO

Tripa: Matafina y Cubra (Brasil) y San Vicente Piloto y Olor (R. Dominicana).
Capote: Cubra (Brasil).
Capa: Habana (Ecuador).

ANTES DE ENCENDER

Color: maduro claro.
Aroma: vegetal.
Gusto: dulce.

FUMADA

De inicios suaves, la evolución de la combustión nos ofrece toda una gama de rastros entre los que encontramos picantes, dulces y especiados, sin olvidar aquellos que proceden de los toques amaderados, todo ello con una percepción lineal y sin sobresaltos a lo largo de la fumada.

TIEMPO DE FUMADA: 45/50 minutos.

TIRO: Excelente.

CENIZA: Ceniza blanca y bastante consistente.

PRESENTACIÓN COMERCIAL: Cajas de 12 cigarros.

PVP: 12,20 €.

COMENTARIO

Sin duda alguna se trata de un cigarro perfecta y exquisitamente elaborado –como todos los de la factoría Davidoff–, en el que podemos discurrir con buenas expectativas de sus rastros tabaqueros sin ningún tipo de agresividad en boca.



Dos cigarros de los de mayor fortaleza (ambos de cinco sobre cinco) del vitolario de Habanos, aunque bien diferenciados entre ellos. Por una parte, el Bolívar es un figurado de vitola de galera denominado Campana, con gran carácter ya en sus inicios; y, por la otra, el Partagás, que lleva en su ligada el mayor porcentaje de tabaco ligero de la propia marca.

PARTAGÁS MILLE FLEURS

FORMATO

Longitud: 129 mm.
Diámetro: 16,67 mm.
Cepo: 42
Peso: 9,72 gr.

TABACO

Vuelta Abajo (Pinar del Río, Cuba).

ANTES DE ENCENDER

Color: colorado fuerte.
Aroma: tabaco añejado.
Gusto: especiado.

FUMADA

Ya en las primeras aspiraciones podemos comprobar el carácter fortalecido de la mezcla de tabacos que anidan en su tripa, que ofrecen una mayor fortaleza en su segundo tercio con notas de pimienta negra y algunas puntas terrosas que prosiguen al finalizar la degustación.

TIEMPO DE FUMADA

40/45 minutos.

TIRO

Perfecto.

CENIZA

Gris de tonos medios.

PRESENTACIÓN COMERCIAL

Cajas de 10 y 25 cigarros y estuches de 5 unidades.

PVP: 5,95 €.

COMENTARIO

Este habano, con ya clásico formato como Petit Coronas, nos trae en su degustación claras notas del tabaco ligero que lleva en su ligada de fortaleza 5/5, bien apreciada en cuanto que supone una fumada sabrosa, no muy larga y rica en matices.



BOLÍVAR BELICOSOS FINOS

FORMATO

Longitud: 140 mm.
Diámetro: 20,64 mm.
Cepo: 52
Peso: 12,86 gr.

TABACO

Vuelta Abajo (Pinar del Río, Cuba).

ANTES DE ENCENDER

Color: carmelita.
Aroma: tabaco muy añejado.
Gusto: heno viejo.

FUMADA

De gran carácter en las primeras aspiraciones, con toques terrosos muy definidos que evolucionan, ya en el segundo de sus tercios, con la aparición de notas picantes de pimienta negra muy presentes, junto con madera y cacao, para finalizar con más tonos terrosos y prosecución de las notas picantes.

TIEMPO DE FUMADA

55/60 minutos.

TIRO

Bueno.

CENIZA

Gris oscura.

PRESENTACIÓN COMERCIAL

Cajas de 25 cigarros.

PVP: 15,10 €.

COMENTARIO

Este habano, denominado Campana como vitola de galera, es uno de los figurados de mayor fortaleza que podemos encontrar dentro del extenso vitolario de Habanos (con cinco sobre cinco), que reúne además un buen tiro y una magnífica densidad de humo.



LIVE LIFE FROM A TO *Zino*



PARA LOS AFICIONADOS QUE BUSCAN AVENTURA, PRACTICIDAD Y PODER DISFRUTAR EN CADA OCASIÓN. LOS NUEVOS ZINO HALF CORONA EN SU LATA DE 5 UNIDADES Y PRECORTADOS PARA UN DISFRUTE INSTANTÁNEO, SON UN AUTÉNTICO GOCE DE LOS SENTIDOS PARA MOMENTOS CORTOS PERO INTENSOS.

CON NOTAS DE SABOR DE LA A A LA Z

Las Autoridades Sanitarias advierten que fumar perjudica gravemente su salud y la de los que están a su alrededor

Exclusiva mundial de la nueva vitola Hoyo de Monterrey Epicure No. 3

El Jardín de Epicure, el evento del placer y el disfrute

El Club Pasión Habanos ha vuelto a convocar a sus socios un año más para dar a conocer en exclusiva mundial una nueva vitola de Habanos. En esta ocasión se trata del nuevo Hoyo de Monterrey Epicure N° 3, un cigarro de 125 milímetros de longitud y cepo 54, que los aproximadamente 400 asistentes al evento celebrado en el espectacular recinto del Desert City, un vivero biotecnológico y jardín botánico experimental ubicado en San Sebastián de los Reyes (Madrid), pudieron disfrutar en una noche de placer y disfrute a la que se denominó “El Jardín de Epicure”.

Desde que en 2014 el Club Pasión Habanos convocará una inolvidable jornada de puertas abiertas en el Habanos Day de aquel año celebrado en un céntrico palacete de Madrid, sus socios regresan impacientes de las vacaciones estivales a sabiendas de que se aproxima un nuevo e inolvidable evento –y ya van nueve con el de este año– en el que la consigna es el disfrute, el cultivo de los placeres, la amistad, la gastronomía y el relax.

El Jardín de Epicure, como así se ha llamado este año, no podía ser menos y todos los sentidos pudieron ser recreados con la oferta preparada por el Club Pasión Habanos.

Tras la recepción de los invitados, se disfrutó de un extraordinario cóctel en los jardines de Desert

Los asistentes pudieron degustar el Hoyo de Monterrey Petit Robustos (102 mm y cepo 50), el Hoyo de Monterrey Le Hoyo Du Député (110 mm y cepo 38) y el nuevo Epicure N° 3 (125 mm y cepo 54).



City, rodeados de exuberantes cactus, donde no faltó un córner de quesos, jamón ibérico de bellota de la empresa Jamones Blázquez, caviar Nacarii, vinos de las Bodegas Raúl Pérez, cóctees de Fundador y un completo catering.

Para la cena se encontraba dispuesto el enorme vivero de



HOYO DE MONTERREY EPICURE N° 3

FORMATO

Longitud: 125 mm.

Diámetro: 21,43 mm.

Cepo: 54.

Formato: Originales.

TABACO

Capa, capote y tripa: Vuelta Abajo (Cuba).

NOTAS DE CATA

Color: Color colorado claro, fina y sedosa.

Aroma: Tostado, frutos secos y algo especiado, con recuerdos a cedro fresco, heno y vainilla.

Gusto: Algo tostado, con fondo dulzón y que deja un postgusto a nueces, puntas de café y miel.

Tiro: Perfecto.

Combustión: Pareja y homogénea.

Fortaleza: Suave a suave-media.

Tiempo de fumada: 45-55 minutos.

Presentación comercial: Cajas de 10 y 25 unidades.

Precio: 20,00 €/cigarro.



EL N° 3, CUARTO CIGARRO DE LA LÍNEA EPICURE

Juan Girón, director de Comunicación de Tabacalera, distribuidor oficial de Habanos en España, presentó la nueva vitola enmarcada dentro de la línea Epicure. Comenzó sus plabaras dando las gracias al Club Pasión Habanos la organización del evento y “a todos los especialistas de Habanos, a todos los distribuidores de distintos puntos del mundo que están hoy aquí con nosotros, al equipo que ha realizado el evento y a Habanos por la confianza en dar a Tabacalera la oportunidad de hacer un lanzamiento mundial como el de este momento”.

“Hoy –explicó– la primicia va de Hoyo de Monterrey y lo primero de esta marca es que tiene un nombre muy bonito. Es el nombre de una finca maravillosa situada en San Juan y Martínez, que es una de las zonas más increíbles y bonitas de la zona de Vuelta Abajo, que empezó en 1860 y en 1865 ya se convirtió en marca. Creo que es una marca que por derecho propio ocupa un lugar de privilegio en el portafolio de Habanos y además comparte el ADN con el resto de marcas, pero que tiene su personalidad propia al tener una fortaleza más sutil. “Como todos sabéis –continuó–, la tradición no está reñida con la innovación y todos recordamos lanzamientos como el del Petit Robusto que ya va a cumplir veinte años o el de otras vitolas muy significativas como el Hoyo de San Juan o el Hoyo de Río Seco ya en 2018”.

“Hoy –terminó– es un día grande para la línea Epicure,



compuesta por el N° 1, el N° 2 y el Especial, como vitolas de galera Gorditos, Coronas Gordas y Robustos. Hoy nace el Epicure N° 3, un tabaco figurado, lo que le confiere un toque especial dentro de la línea Epicure, con un cepo 54 y una longitud casi igual a la de un Robustos, en este caso 125 milímetros. Gran tabaco que seguro va a complementar fantásticamente al resto de la línea Epicure”.

Una línea Epicure que queda compuesta, por tanto, por el Epicure n°1, Coronas Gordas de 143 mm x 46; el Epicure n°2, Robustos de 124 mm x 50; el Epicure Especial, Gorditos de 141 mm x 50; y el Epicure N° 3, Originales de 125 mm x 54.



Desert City, con impresionantes cactus de varios metros de altura y donde los comensales fueron recibidos por Augusto González, presentador de la velada y miembro del grupo B Vocal, que amenizó el encuentro con sus melodías a capella de temas de la más diversa índole y con una buena dosis de humor, como cuando al son de la conocida canción de Raphael, “Mi gran noche”, cantaron el estribillo



“¿Qué pasará, qué misterio habrá?, ya lo dijo Epicuro. Nada hay mejor que cenar y beber y fumarse un buen puro”.

La cena estuvo protagonizada por la excelente oferta gastronómica firmada por Medems Catering y, entre plato y plato, se fusionó con atractivas actuaciones que amenizaron la velada, a cuyo término se dieron a conocer los ganadores del concurso fotográfico de la noche



en el perfil del Club, @pasionhabanos, con el hashtag #ElJardinDeEpicure, que fueron obsequiados con una caja del nuevo Hoyo de Monterrey Epicure N° 3, una botella de ron Havana Club Selección de Maestros y un encendedor de la marca S.T. Dupont.

La actuación de DJ Mateo, acompañada con la posibilidad de



maridar el Epicure N° 3 con cafés Wolstton, brandys y cócteles de Fundador, whisky Chivas 18, rones de Havana Club y combinados con ginebra Monkey 47, puso la guinda a la gran fiesta del Club Pasión Habanos en 2023, fusión de una experiencia entre música, espectáculos, gastronomía y los mejores Habanos.



Organizado por la Embajada de la República Dominicana en España

Noche de Tabaco & Ron ¡Una experiencia dominicana!

Uno de los espectaculares espacios de Fortuny Home Club fue el lugar elegido por la Embajada de la República Dominicana en España para celebrar el evento que bajo el título genérico “Noche de Tabaco & Ron ¡Una experiencia dominicana!” reunió a representantes diplomáticos de este país, un buen número de sus principales fabricantes de cigarros premium, empresas tabaqueras, importadoras, comercializadoras y distribuidoras españolas, algunos de los estancos especializados en cigarros más destacados de Madrid, prensa especializada y aficionados a los cigarros.

El objeto del encuentro no era otro que reconocer en España la labor de los tabaqueros dominicanos y agradecer a todos los que tienen que ver con el cigarro premium en nuestro país por su invaluable contribución, dedicación y pasión con esta industria.

Durante la presentación del evento, presidido por Juan Bolívar Díaz Santana, embajador de la República Dominicana ante el Reino de España, se puso de manifiesto que la industria tabaquera desempeña un papel crucial en la economía de aquel país, generando empleos y promoviendo el desarrollo de las regiones tabaqueras. Pero también que el tabaco dominicano tiene una gran importancia cultural y

tradicional y se ha convertido en un símbolo de identidad nacional y en un elemento central en la historia de la República Dominicana. Asimismo, se señaló que el tabaco dominicano ha trascendido fronteras y ha contribuido significativamente a la promoción de la cultura dominicana en el extranjero representando la pasión y la habilidad de su gente.

El embajador expresó en su intervención que “tenemos el tabaco y el ron como productos tradicionales de exportación. Estamos colocados en una zona del mundo en la que el tabaco y la caña de azúcar con la que se elabora el ron son importantes históricamente en

Abajo, Armando Díaz y José Martínez Franco, junto a Carlito Fuente, Juan Bolívar Díaz Santana, Hendrik Kelner y Ciro Cascella. En la otra imagen, Manuel López Camacho, Manuel Quesada, Carlito Fuente, Jaime de Juana, Tomás Gómez, Pedro Pablo Gamero y Raquel Quesada.



Arriba, José Manuel Vargas D'Olea, consejero de la Sección de Asuntos Comerciales e Inversión Extranjera de la Embajada; Juan Bolívar Díaz Santana, embajador de la República Dominicana; Hendrik Kelner, presidente de Procigar; y Antonio Garrido Lestache, presidente del Foro de Inversiones de España República Dominicana.

A la izquierda, Juan Bolívar Díaz Santana, embajador de República Dominicana, y Hendrik Kelner, presidente de Procigar, en sus intervenciones.

la generación de empleo. Dicen de los tabaqueros que siempre tenían visión universal y estaban siempre volcados hacia el exterior y eso hizo que desde el siglo XIX eso fuera el pensamiento avanzado. Nosotros estamos colocados, como dijo el poeta nacional dominicano

Pedro Mir, en el mismo trayecto del sol. Y eso es lo que nos permite tener un clima ideal para estas materias primas. Un país colocado en el mismo trayecto del sol, oriundo de la noche en un inverosímil archipiélago de azúcar y de alcohol. Eso dijo el poeta Pedro Mir”.

Hendrik Kelner, presidente de Procigar, dijo que “hoy celebramos el éxito y trayectoria de tres décadas de la Asociación de Productores de Cigarros Procigar. Hace treinta años, la República Dominicana exportaba 80 millones de dólares al año en tabaco y



Arriba, Eulalio Bejarano, Pepe Palacios y Alberto Lucas con su esposa. En el centro, Stephan Brichau y Juan Antonio Lucas. A la derecha, Jesús Martín Ibáñez, Manuel Quesada, Enrique Puente y Alberto Cantero.

cigarros. Treinta años después hemos multiplicado por quince esa suma, haciendo un récord el año pasado de algo más de 1.200 millones de dólares en exportación. Esto se ha logrado gracias al compromiso de cada uno de los socios de Procigar, compromiso con nuestro país, con nuestra historia, con nuestra cultura, con nuestras tradiciones y con nuestra estabilidad socioeconómica en el país”.

“El tabaco –continuó– es el producto de nuestro país de mayor permanencia y presencia. Cuando llegó Colón, ya los indios utilizaban el tabaco como parte de su cultura. Ha sido sustento durante siglos de familias, familias que han sido responsables con su dedicación, su entrega y su sacrificio de forjar



tra isla. ¿A dónde? ¿A qué destino fue? A España. Ese fue el inicio de la trayectoria que hoy, con el apoyo de todos ustedes, vamos a reforzar. Ese fue el

viva España, la Madre Patria. Y que viva la República Dominicana”.

Finalmente, José Manuel Vargas D’Oleo, consejero encargado de la Sección de Asuntos Comerciales e Inversión Extranjera, aseguró que desde que llegaron a España el embajador y él hace aproximadamente un año tenían una tarea pendiente, que era conocer a todos aquellos que en España tienen que ver con el tabaco en un momento especial como este evento. Agradeció el apoyo de Procigar en el desarrollo del evento; a Davidoff, que contó con un córner de degustación de productos de su marca y de La Aurora; a La Casa del Tabaco, que tuvo otro córner de corte y encendido de cigarros y un centro para degustación de los vinos de Bodegas



las raíces culturales de la República Dominicana creando la sociedad tabaquera, que ha sido fundamental para lo que hoy somos: el país del cigarro, el país del tabaco”.

Por ello, “queremos celebrar especialmente que, por iniciativa de nuestro presidente, Luis Abinader Corona, el Congreso de la República Dominicana declaró por ley al tabaco y al cigarro como patrimonio cultural de la República Dominicana, orgullo de todos y reconocimiento a estos cinco siglos siendo el producto de mayor presencia y permanencia en la historia. En el año 1531 se hizo la primera exportación de tabacos del mundo desde nues-

inicio. Y por eso y por la seguridad que tenemos de lo que vamos a hacer quiero terminar solamente diciendo que



Zapata; a Ron Brugal, que ofreció una degustación de cócteles y rones de la marca y en especial del ron Brugal Gran Reserva 1888; y a Torcedor de Puros, empresa de reciente creación, presente con una mesa de torcido y personalización de puros. En el evento también colaboraron Fortuny Home Club, BMI Cócteles, Jarival Gráficas, Gifinas, Abel Castillo Artesanía, Juanxo TV Audiovisual y Cigar Shop Magazine.

Al término de las intervenciones hubo una presentación de la música y el folclore de la República Dominicana con una actuación del Ballet Dominicano en Europa, con Génesis Villamán y Héctor Farias.

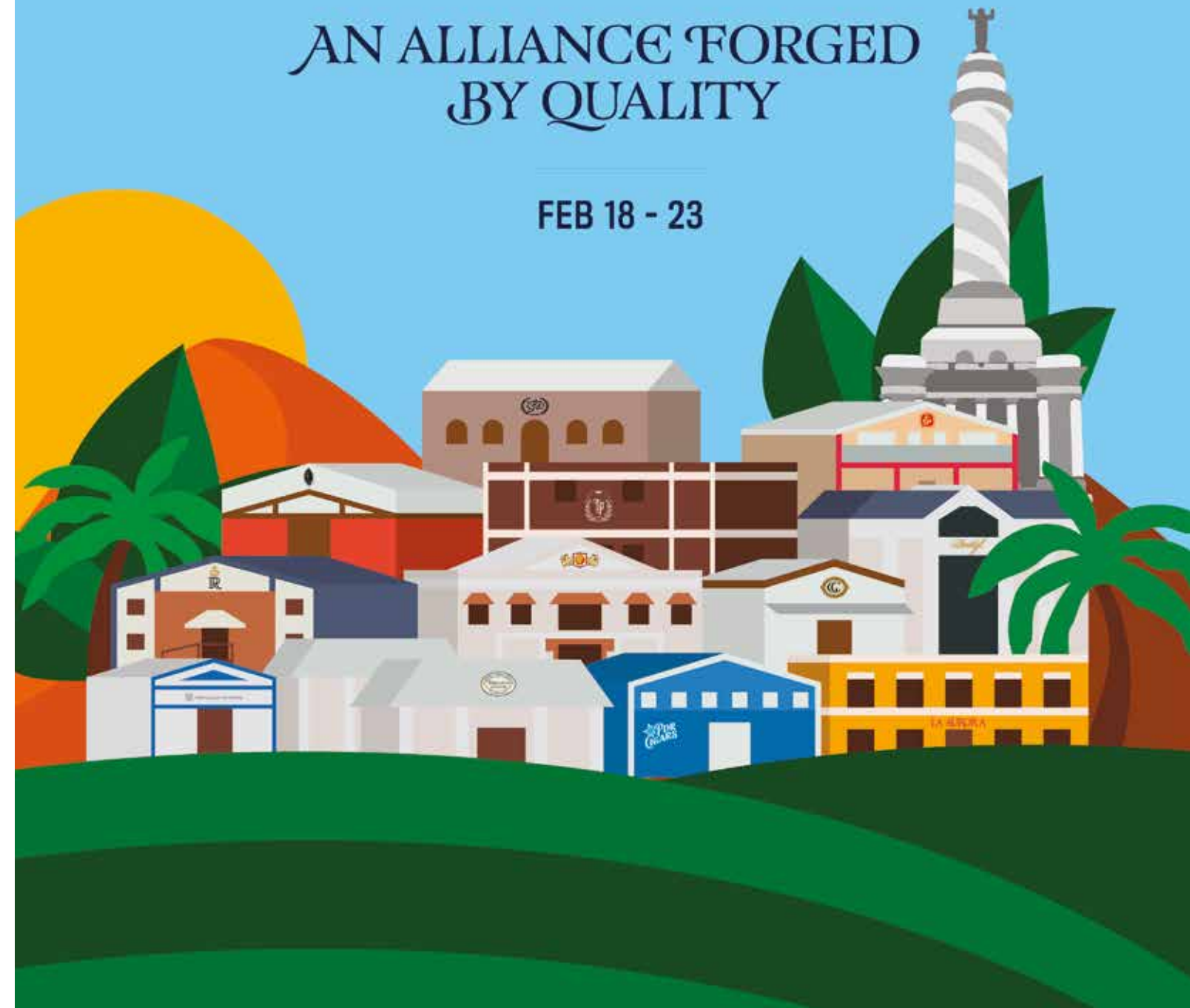


REGISTER NOW!

PROCIGAR FESTIVAL 2024

AN ALLIANCE FORGED BY QUALITY

FEB 18 - 23



Davidoff of Geneva Iberia

Un afterwork con Linus Mattisson

Poco a poco, tras la época estival, vamos recuperando el ritmo del día a día y el mes de septiembre nos devuelve a la normalidad que habremos de vivir a lo largo de una nueva temporada profesional. También nos trae esos otros momentos que vienen a ser como el descanso del guerrero tras la jornada. Así sucedió con el afterwork convocado por Davidoff of Geneva Iberia en el club Argo, en Madrid, donde un grupo de aficionados a los cigarros premium se dieron cita con Linus Mattisson, Junior Manager Product Development y Brand Ambassador de la compañía.

Durante el encuentro, los aficionados a los cigarros premium asistentes pudieron conocer más de cerca a Linus Mattisson, quien a pesar de su juventud es un enamorado del tabaco desde bien joven, cuando con apenas su mayoría de edad ya tuvo ocasión de adentrarse en este mundo de la mano de algunas de las más prestigiosas figuras del sector en República Dominicana, llegando a representar alguna marca en el mercado de su país de origen, Suecia.

Como comentó, tras esta experiencia ya inició sus contactos con Davidoff en Basilea (Suiza), donde se encuentra la sede de la compañía, pero no tuvo ocasión de incorporarse a ella hasta una reciente reestructuración interna de la misma, ya en 2022, y en la actualidad, como reconoce humildemente, sigue con su proceso de aprendizaje junto al Master Blender de Davidoff y manager de Producción, Calidad e Innovación, Pedro Pablo Pérez, y realizando constantes visitas a fábrica.

También conocieron más sobre su actividad en la empresa, en la que tiene que estar al tanto del mercado y de las novedades que se lanzan, así como probar tanto las nuevas creaciones de Davidoff como las de sus competidores.

Habló también de los lanzamientos más recientes de las marcas



del grupo y de los que están por llegar en próximas fechas tanto de Davidoff, como de Avo, Zino...; de clásicos de la compañía como las líneas

Yamasá, Escurio, Puro D'Oro...; preguntó por las preferencias de los asistentes; y contó numerosas anécdotas desde su llegada a la empresa.

Se analizaron los cambios que está experimentando el mercado mundial de cigarros premium, la incorporación de nuevos fumadores, más jóvenes y con mentalidad más abierta y con ganas de probar cosas nuevas, que habría de diferenciar entre cigarros y otros productos del tabaco de cara a futuras normativas

sobre el sector, cómo está influyendo el cambio climático en las cosechas de tabaco, cómo han subido los costes de producción en el sector, tanto de materias primas como de mano de obra, sobre las costumbres de los aficionados...

Confesó que Davidoff Signature N° 2 es uno de sus cigarros preferidos del portfolio de la compañía, aunque ha tenido la oportunidad de probar otros cigarros clásicos como el Royal Release, el Puro d'Oro o el Oro Blanco que le han agradado enormemente. Y no dudó en decir que éste es el trabajo de sus sueños.

La conversación con Linus Mattisson estuvo acompañada por la degustación del cigarro Davidoff Millennium Toro, que se pudo combi-



nar con el whisky escocés single malt The Glenmorangie 10 Años.

Junto a Linus Mattisson estuvieron presentes en el afterwork Susanne Minder, Global Partnerships, Events & Media del Grupo Oettinger Davidoff, y parte del equipo de Davidoff of Geneva Iberia, como Francisco Machado, Raúl Valiente y Javier Blanco Urgoiti.

Linus Mattisson se incorporó al Grupo Oettinger Davidoff en 2022.



DAVIDOFF MILLENNIUM TORO

FORMATO
Longitud: 152 mm.
Diámetro: 19,84 mm.
Cepo: 50.

TABACO
Capa: Connecticut Ecuador.
Capote: San Vicente Seco (República Dominicana).
Tripa: San Vicente Ligero, Piloto Seco, Híbrido Olor/Piloto Seco (República Dominicana).

NOTAS DE CATA
Color: Colorado oscuro y bien aceitada.
Aroma: A tabaco, madera de roble, dulce, especiado, con apuntes de cuero y café.
Gusto: Complejo, con notas de chocolate, café, torrefactos, caramelo, pimienta blanca, regaliz, especias, madera.
Tiro: Perfecto, con amplias bocanadas.
Combustión: Pareja y homogénea.
Ceniza: Gris clara, con rodalés, firme y duradera.
Tiempo de fumada: 55-60 minutos.
Presentación comercial: Estuche de 4 cigarros.
Precio: 23,40 €/cigarro.



The Glenmorangie 10 Single Malt Scotch Whisky



Lanzado hace más de 175 años, es la expresión original del elegante espíritu floral y la auténtica columna vertebral de la gama Glenmorangie. Glenmorangie Original se produce al casarse con el delicado espíritu que emerge de las alambiques más altos de Escocia, con barriles de roble blanco americanos de primer y segundo llenado donde se envejece durante 10 años.. El resultado es un whisky suave de color oro pálido y de aromas florales, cítricos y vainilla que te da la bienvenida con una ráfaga de cítricos y con capas de delicioso sabor, donde en primer lugar, la vainilla se detecta en la lengua antes de que se ondule a lo largo del paladar con una explosión de sabor afrutado y floral para terminar con un sabor limpio y toques de naranja y melocotón.

La Aurora 120 Aniversario y La Aurora Escogidos

La Aurora presenta sus nuevas líneas de cigarros premium

Guillermo León, presidente de La Aurora, y Gustavo Velayos, director de Ventas y Marketing, han reunido en Madrid a un selecto grupo de estancieros y amigos para presentar en primicia las dos nuevas líneas de la marca que llegan a nuestro país en estas fechas: La Aurora 120 Aniversario y La Aurora Escogidos. Dos excelentes elaboraciones de la fábrica más antigua de la República Dominicana que podremos degustar con tres vitolas cada una.

La Aurora, la fábrica más antigua de República Dominicana –fue creada el 3 de octubre de 1903 por Eduardo León Jimenes– ha aprovechado la visita a nuestro país de Guillermo León, su presidente y nieto del fundador, para presentar las dos nuevas líneas de cigarros que van a llegar a los estancos a lo largo de este mes de noviembre.

Guillermo León agradeció a los asistentes su presencia en este evento que, como dijo, para él es “revitalizante” y, confesó, “me siento como en familia con ustedes”. Se mostró satisfecho por el apoyo que recibe la marca La Aurora por parte de todos ellos y “por la amistad que siempre me brindan, ese cariño, esa sonrisa, que para mí no tiene precio”. Respecto a la línea 120 Aniversario, señaló que se probaron muchas ligas “hasta dar con la que nos gustó. Un tabaco cien por ciento

dominicano y que representa muy bien estos 120 años”. Como explicó Gustavo Velayos, anfitrión de este encuentro, “los lanzamientos que presentamos ahora son sumamente importantes. Uno, porque es el que conmemora el 120 aniversario de la fábrica de La Aurora; y, el otro, porque es una apuesta ya presente en otros mercados en los que está funcionando muy bien y que hemos decidido traer a España y al resto de Europa”. Explicó que, en



el caso del 120 Aniversario, se ha creado una gran expectación y ha habido excelentes comentarios sobre esta línea, en la que Guillermo León puso todo su amor y experiencia desde que se empezó a planificar.

Sobre La Aurora Escogidos apuntó que desde su lanzamiento en China es una línea que ha logrado unos excelentes resultados, contribuyendo a que La Aurora en Asia sea una de las marcas más vendidas y, concretamente Escogidos, sea la línea más vendida en ese continente.

El evento en que se presentaron ambas líneas contó con la presencia de un destacado grupo de estancieros de Madrid y sus alrededores, además de amigos de la compañía, y en él estuvieron también presentes Carlos Martínez y Agustín Figueras en representación de Davidoff of Geneva Iberia, la compañía que lleva las marcas de La Aurora en España.



LA AURORA 120 ANIVERSARIO

FORMATOS

Robusto: 127 mm x cepo 50. (PVP: 8,90€/cigarro).
Toro: 140 mm x cepo 54. (PVP: 9,30€/cigarro).
Churchill: 178 mm x cepo 47. (PVP: 9,70€/cigarro).

TABACO

Tripa: Piloto Cubano, Olor dominicano y Corojo dominicano (República Dominicana).
Capote: Olor dominicano (República Dominicana).
Capa: Semilla 92 de Habana Dominicana.

PRESENTACIÓN: Caja de 20 unidades.

Cigarro increíblemente único que es producto del conocimiento, la pasión, la creatividad y el deseo de excelencia que se encuentra en cada miembro de la familia La Aurora. De cuerpo medio a completo, están envueltos en una hermosa hoja de semilla 92 de Habana Dominicana que se selecciona por sus atributos aromáticos y su combustión constante, mientras que los rellenos se seleccionan para brindar una experiencia de fumar completa y equilibrada sin comprometer el sabor.



LA AURORA ESCOGIDOS

FORMATOS

Short Robusto: 101 mm x cepo 54. (PVP: 6,90€/cigarro).
Robusto: 127 mm x cepo 50. (PVP: 7,20€/cigarro).
Toro: 149 mm x cepo 52. (PVP: 7,60€/cigarro).

TABACO

Tripa: República Dominicana.
Capote: Corojo dominicano (República Dominicana).
Capa: Corojo dominicano (República Dominicana).

PRESENTACIÓN: Caja de 20 unidades.

La nueva línea La Aurora Escogidos es una obra maestra de fuerza equilibrada, que va desde el cuerpo medio hasta el completo. Su complejidad de sabores se compone de notas amaderadas que te envuelven como un cálido abrazo, seguidas de toques tostados de café cremoso. Además, notas dulces y especiadas se entrelazan manteniéndote cautivado durante toda la fumada, acompañadas de un toque de avellana y nuez, enriqueciendo esta experiencia única. El cigarro Escogidos es la elección de los verdaderos conocedores del tabaco que buscan una experiencia de sabor excepcional.





Presentado en Denia (Alicante)

Club Sibaris: un cambio de paradigma

El Club Privado de Fumadores Sibaris acaba de ser presentado en la localidad de Denia (Alicante) como un exclusivo y selecto establecimiento que pretende ser un espacio en el que los amantes a los cigarros premium tengan la oportunidad de disfrutar de los mejores humos y combinarlos con experiencias inolvidables. Por ello, como lo han definido sus responsables desde esta apertura, el Club Sibaris se levanta como un cambio de paradigma.

Este nuevo Club Sibaris se encuentra ubicado en el Paseo Saladar 103 de la bella localidad costera de Denia, en la provincia de Alicante, y ocupa un espacio que ofrece múltiples servicios a sus socios, como guarda en cuarenta taquillas para los cigarros puros y bebidas con las más óptimas y exigentes condiciones de almacenamiento, sistema de extracción de humos de última tecno-



logía, servicio de cava con los mejores cigarros premium, maridajes y bebidas, eventos, actividades, servicios digitales de entretenimiento, seguimiento en directo de competiciones deportivas, actos culturales, reservados para reuniones...

De esta presentación a puerta cerrada fueron testigos unos excepcionales invitados: algunos de los más míticos productores de cigarros

LIBRO DE HONOR DEL CLUB SIBARIS

Rubén Gisbert, presidente del Club Sibaris, presentó a los invitados a la presentación el Libro de Honor del Club que irá recogiendo las firmas de sus socios y cuya primera página dice así: "Queridos amigos, dicen que el sentimiento más noble y hermoso de una relación es la amistad, que se alimenta de experiencias compartidas en espacios de libertad. Quizá esa es la razón por la que, desde nuestra más tierna infancia, buscamos lugares especiales que nos permitan recrear y disfrutar del mundo que soñamos junto a los amigos que habitan un lugar privilegiado de nuestro corazón. El Club Sibaris es uno de esos lugares y es uno de estos sueños. Con este libro, Club Sibaris quiere homenajear a la comunidad de tabaqueros del cigarro premium, desde los maestros y artesanos de la industria hasta los profesionales y aficionados, tanto de países productores como importadores,

cuya visión, amor, pasión y coraje en la defensa del tabaco ha sabido dignificar esta industria que refleja una cultura, un modo de vida y una profesión. Todos ellos difunden un mensaje de educación, elegancia y tolerancia hacia un producto

que no sólo aviva los sentimientos y los sentidos de quien lo disfruta, sino que también facilita y fomenta las relaciones personales ya sea con amigos de toda la vida o con extraños que acaban de conocerse en cualquier parte del mundo. Porque la grandeza del tabaco no tiene fronteras".

Carlos Fuente, Rocky Patel, Jeremiah Meerapfel, Jorge Maique, Janny García, Pete Johnson, Cristal Lastra y Arthur Kemper, firmando en el Libro del Club.



Varias perspectivas de las instalaciones del Club Sibaris. Todos los asistentes a la inauguración del Club Sibaris, entre los que se encontraban reconocidas figuras mundiales de la industria del cigarro premium provenientes de los principales orígenes tabaqueros, recibieron un carnet metálico que los acredita como socios de honor vitalicios de la entidad.

premium del mundo llegados desde los más importantes orígenes, como Carlos "Carlito" Fuente y Ciro Cascella (Tabacalera Fuente), Jeremiah Meerapfel (Meerapfel Cigar), Rocky Patel (Rocky Patel Premium Cigars), Jaime y Janny García (My Father), Pete Johnson (Tatuaje Cigars), Arthur Kemper (Perdomo), Emmanuel Díaz (Tabacalera Díaz Cabrera), Raquel Quesada (Quesada Cigars), Cristal Lastra y Aldo Puncioni (J.C. Newman), Jorge Maique (E.P. Carrillo) y Thomas A.K. Gryson (Vandermarilere Cigar Family), además de otras personalidades relacionadas con el cigarro,

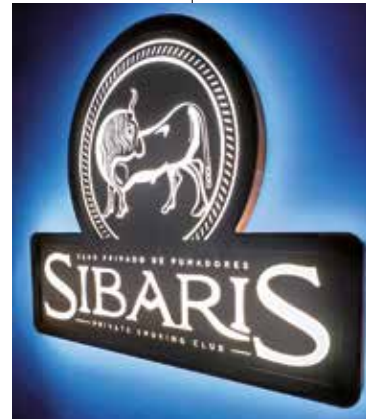
DECÁLOGO DEL CLUB SIBARIS

Inspirándose en Ernest Hemingway, uno de los grandes nombres de la literatura y amante del tabaco premium, el Club Sibaris ha elaborado su propio Decálogo para los amantes del buen fumar:

- 1.- Prueba siempre que puedas algo nuevo: un cigarro, un maridaje, un lugar.
- 2.- Permanece enamorado de la vida y sus placeres.
- 3.- Fomenta el encuentro con otros aficionados.
- 4.- El tiempo y la vida son limitados; disfruta de ellos.
- 5.- Practica la tolerancia y abre tu mente a nuevas experiencias.
- 6.- Siéntete orgulloso de tus gestos y preferencias.
- 7.- Sigue el impulso de tu corazón.
- 8.- Agradece el trabajo de los creadores.
- 9.- Trata con cariño a tu familia y a sus amigos.
- 10.- Defiende tu libertad de disfrutar.

entre ellas Benjamin Patock (Boveda), Sasja, Tamara y Buffie Van Hoorsen y Fred Oranje (Cigaragua) y Reinhold y Martine Widmayer (Cigar Journal).

Sibaris es un club que tiene como nexos de unión entre sus asociados la pasión por el mundo del tabaco puro. En él los miembros encuentran un refugio donde, con las máximas calidades, confort e innovación tecnológica, pueden disfrutar de los buenos humos que conlleva este apasionante mundo tan arraigado en las raíces de la cultura española.



Asociarse al Club Sibaris, que puede llevarse a cabo a través de su página web (<https://sibarisclub.com/inscripcion/>), ofrece la permanente y constante posibilidad de disfrutar de un espacio de libertad pensado y concebido para el máximo disfrute de la experiencia de fumar un cigarro puro, sin restricciones ni incomodidades.

El Club Sibaris está presidido por Rubén Gisbert que, como él mismo se define “soy un simple artesano del derecho, que estoy enamorado de este mundo, que quiero aprender de este mundo, que llevo muchos años en él y hoy

me siento muy honrado de participar junto a todos ustedes de esta fantástica experiencia”.

Como explicó “creo que éste puede ser el principal lugar donde reivindicar un cambio de paradigma en el consumo de tabaco. Un sitio donde en definitiva los amantes del tabaco premium se unan y tengan un espacio en el que disfrutar”. “Van a ver en primicia y a experimentar hoy algo que creemos que es el futuro para el mundo del tabaco premium”, añadió.

“Creo que es importantísimo y fundamental –continuó– que exista una alternativa y un cambio de paradigma en el Siglo XXI de hermanamiento entre estas tierras donde se elaboran tan grandes cigarros y España. Sibaris pretende ser ese espacio”.



RETAILERS

F O R T H E F U T U R E

EN TU BOLSILLO

DISFRUTA DE TODA LA INFORMACIÓN DEL SECTOR DEL ESTANCO EN TU MÓVIL CON NUESTRA APP.

* App gratuita compatible con IOS y Android



ESCANEA EL CÓDIGO Y DESCÁRGALA PARA QUE NUNCA DEJES DE ESTAR AL TANTO DE TODAS LAS NOVEDADES DEL SECTOR.



ACCEDER A:

PRODUCTOS
NOVEDADES LEGALES
NOTICIAS Y REPORTAJES
REVISTA LBF FORMATO MÓVIL
CONSULTORIO PARA ESTANQUEROS





Miguel Hedilla de Rojas
Abogado
Hedilla Abogados
www.hedillaabogados.com
@hedillaabogados.com

EL IMPACTO DEL IMPUESTO SOBRE LAS LABORES DEL TABACO EN LA SOCIEDAD Y LA ECONOMÍA

El impuesto sobre las labores del tabaco ha sido un tema relevante en la sociedad y la economía durante décadas. Este gravamen se aplica a los productos derivados del tabaco con el doble propósito de generar ingresos para el Estado y desalentar el consumo debido a sus efectos negativos en la salud. En este artículo, exploraremos en detalle el funcionamiento de este impuesto y su impacto en la sociedad y la economía, así como las opiniones de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y las tendencias actuales en el consumo de tabaco.

El impuesto sobre las labores del tabaco se establece con dos objetivos claros. En primer lugar, generar ingresos para el Estado. Cada vez que un consumidor adquiere un producto de tabaco, una parte significativa de su costo se destina a las arcas públicas. En España, aproximadamente el 78,4% del precio de una cajetilla de tabaco va a parar al Estado.

En segundo lugar, tiene la intención de desalentar el consumo de tabaco, cuyos efectos negativos en la salud son ampliamente reconocidos y un aumento en el precio a través del impuesto puede disuadir a las personas, especialmente a los jóvenes, de fumar.

La OMS respalda la idea de que aumentar los impuestos al tabaco es una medida efectiva para reducir su consumo y argumenta que un aumento de precios puede llevar a una disminución en el número de fumadores, especialmente los jóvenes, que a menudo son más sensibles a los cambios en el costo de los productos.

Es importante destacar que el impuesto sobre las labores del tabaco no se aplica únicamente a

los cigarrillos. También se extiende a otros productos derivados del tabaco, como cigarros, picadura para liar y tabaco de pipa. Sin embargo, productos a base de tabaco que no se fuman, como el rapé o el tabaco para mascar, no están sujetos a este impuesto.

Traslado del costo al consumidor

Aunque el impuesto se carga al fabricante o importador, este costo adicional se traslada al precio final del producto. En última instancia, son los consumidores quienes asumen el gravamen, ya que los precios de los productos de tabaco aumentan como resultado del impuesto.

Excepciones geográficas

Si bien el Impuesto Especial sobre las Labores del Tabaco se aplica en la Península e Islas Baleares, existen excepciones geográficas. Las Islas Canarias, Ceu-

ta y Melilla están exentas de este impuesto, lo que crea diferencias en los precios de los productos de tabaco entre estas regiones.

Impacto en los estancos

Los estancos, al igual que cualquier otro negocio, deben enfrentarse a varios impuestos, incluyendo el Impuesto Especial sobre las Labores del Tabaco, el IVA, el Impuesto de Sociedades y otros gravámenes locales relacionados con la contratación de empleados. Esto tiene un impacto significativo en la operación de estos establecimientos.

CONCLUSIÓN

El impuesto sobre las labores del tabaco desempeña un papel esencial en la sociedad y la economía. A través de la generación de ingresos y la desincentivación del consumo, este impuesto tiene un impacto significativo en la salud pública y las finanzas del Estado. A medida que las tendencias en el consumo de tabaco evolucionan, es fundamental mantener un equilibrio entre los ingresos y la protección de la salud de la población.

Ingresos generados por el impuesto

El impuesto al tabaco es una fuente significativa de ingresos para el Estado. España recauda más de 9.100 millones de euros al año gracias a este impuesto. En comparación con otros productos gravados, como el alcohol o los combustibles, el tabaco aporta una cantidad considerable de ingresos al Estado.

A pesar de los ingresos elevados generados por el impuesto al tabaco, ha habido una tendencia decreciente en el consumo de tabaco a lo largo del tiempo debido a una combinación de factores, que incluyen campañas de concienciación, aumentos de precios y restricciones en lugares públicos. Estas medidas han impactado positivamente en la salud pública, pero también han afectado la recaudación total.



Logista
STRATOR

ESTE ESPACIO ESTÁ SIENDO REFORMADO POR STRATOR

Si tu negocio también necesita un pequeño cambio o una reforma integral, contacta con strator@logista.es



 Gift Card

Una tarjeta regalo para todo en Apple.

Regala productos, apps, juegos,
música y mucho más.



Todo Apple en
una tarjeta regalo



TM y © 2022 Apple Inc. Todos los derechos reservados.

Logista