

LBF RETAILERS

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

Nº364 / V.4 [2024] www.retailersforthefuture.com

UNA EXPERIENCIA

VEEV

SUPERIOR

NUEVO

VEEVone
reutilizable, con recarga



VEEVnow
desechable, reciclable

Este producto no está exento de riesgo y con su uso se inhala nicotina, que es adictiva. Dirigido únicamente a adultos.

DISPONIBLE EN 6 SABORES*

NUEVO

UNA EXPERIENCIA

VEEV

SUPERIOR

VEEVone

reutilizable, con recarga

Con una estructura de aluminio reciclable, cuenta con una tecnología de calentamiento de cerámica compacta y un sistema para detectar cuando el nivel de líquido es bajo y así evitar el sabor a quemado.

VEEV ONE está disponible en 6 sabores y puede proporcionar hasta 1000 inhalaciones* en una sola recarga para ofrecer una experiencia duradera.

VEEVnow

desechable, reciclable

VEEV NOW es nuestro dispositivo de vapeo desechable fabricado con ingredientes de alta calidad. Su diseño es compacto y más del 80% de sus componentes son reciclables.

Dispone de Iluminación LED que indica el estado de la batería y está diseñado para prevenir las fugas de líquido.

No requiere ningún mantenimiento, limpieza, carga, ni recarga y está disponible en 6 sabores.

*Basado en una duración de calada de 1 segundo.
Los patrones de vapeo individuales pueden variar.

Tabaco Tostado. Classic Tobacco

Una experiencia clásica de sabor a tabaco tostado.



Menta y Crema. Blue Mint

Descubre una explosión refrescante de sabor con nuestro exquisito toque a menta.



Sandía. Watermelon

Una experiencia refrescante que te sumerge en la dulzura y fresca de la sandía.



Mango. Mango

Déjate llevar por una experiencia dulce y tropical con un jugoso sabor a mango.



Arándanos. Blueberry

Sumérgete en una experiencia intensa y afrutada con nuestro aroma de arándanos silvestres.



Fresa. Strawberry

Sumérgete en el intenso sabor de la fresa silvestre combinando un sabor afrutado y refrescante.



Los 6 sabores están disponibles tanto para VEEV ONE (a modo de recarga) como para VEEV NOW (a modo de dispositivo desechable).



Este producto no está exento de riesgo y con su uso se inhala nicotina, que es adictiva. Dirigido únicamente a adultos.

Este producto no está exento de riesgo y con su uso se inhala nicotina, que es adictiva. Dirigido únicamente a adultos.

La calidad
no se explica.
Se siente

Este producto no está exento de riesgo y con su uso se inhala nicotina,
que es adictiva. Dirigido únicamente a adultos.



Javier Álvarez Ballespin, director general de BAT España y Portugal

**TENEMOS UNA OPORTUNIDAD ÚNICA
PARA TRANSFORMAR LA INDUSTRIA**

SOLUCIONES AUTOMATIZADAS PARA LA GESTIÓN DEL EFECTIVO

Los cajones inteligentes de Azkoyen, integrados con Strator, son la solución perfecta para cualquier negocio. Ahorra tiempo y dinero y mejora la experiencia de cobro de tus clientes



Desde:
199€
al mes**
+ IVA

CASHLOGY

Esta cajón automatizado te permite profesionalizar y modernizar tu negocio, reduciendo tiempos en los cuadros de caja y operativa diaria, evitando colas innecesarias y reduciendo el fraude de monedas y billetes.

Desde:
281€
al mes**
+ IVA

CASHLOGY SAFE:

El cajón inteligente dotado de una caja de seguridad

Con Cashlogy SAFE, optimizarás procesos y protegerás el efectivo de tu negocio. Con esta solución automatizada para la gestión del efectivo y su caja fuerte, ganarás en tranquilidad, mientras reduces tiempos y errores en los cuadros de caja.



*Instalación, formación y mantenimiento del primer año incluidos
**Precio calculado a 6 años y variable en función de las condiciones de la financiera, de los servicios contratados y de los precios de venta al público de los productos y servicios contratados en el momento de la instalación

SUMARIO

EDITORIAL.	4
Lo hemos vuelto a hacer.	
PREMIOS RETAILERS 2024. Una Gala para recordar y un cóctel para disfrutar	6
PREMIOS RETAILERS 2024. Gala Retailers 2024, una cita imprescindible para la industria	8
PREMIOS RETAILERS 2024. Todos los premiados, uno a uno	12
PREMIOS RETAILERS 2024. Gran éxito de asistencia	42
PREMIOS RETAILERS 2024. Imágenes de una noche inolvidable	50
ENTREVISTA. Javier Álvarez Ballespín (BAT): "Tenemos una oportunidad única para transformar la industria"	58
NOTICIAS.	64
REPORTAJE. Nuevos lanzamientos de Lost Mary Tapoo Air y TP800	70
REPORTAJE. 9ª FERIA del Tabaco de Girona	72
ECOS DE EMPRESAS.	76
REPORTAJE. Puros Orígenes, viaje a la cuna del tabaco	96
REPORTAJE. Joya de Nicaragua y Drew Estate presentan su nuevo proyecto para España	102
LANZAMIENTOS.	104
REPORTAJE. El podcast de Pasión Habanos alcanza sus 200 episodios	112
REPORTAJE. "Habanos y Cerámica con arte", la nueva colección de La Cartuja de Sevilla	114
NOVEDADES. HOOSH, la shisha se reinventa	116



CATAS:
CAPITOL CASINO, DAVIDOFF ANIVERSARIO SPECIAL T,
QUAI D'ORSAY Nº 52



DIRECTOR

Raúl Rodríguez de Alba

raul.rodriguez@amediciones.es

**MANAGER DE COMUNICACIÓN EXTERNA
Y MARKETING**

Mercedes Cruz Ocaña

mercedes.cruz@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



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.

Foto de portada: Adrián Vázquez

EDITORIAL

RAÚL RODRÍGUEZ DE ALBA

Director

Lo hemos vuelto a hacer

Lo hemos vuelto a hacer. LBF Retailers for the Future ha reunido de nuevo a toda la cadena de valor del tabaco y productos afines de nuestro país. Ha sido en la Gala de Entrega de los Premios Retailers 2024, un evento que se celebró en el extraordinario escenario que es la Fundación Rafael del Pino, con posterior cóctel conmemorativo en el Morris Fortuny Home Club. Y lo hemos vuelto a hacer porque **con ésta ya son once las ocasiones en que hemos reconocido con estos galardones el valor de los estancos españoles, su excelencia y su compromiso, sin olvidar su apuesta por la innovación, “a los que todos nos debemos y que son una pieza clave para llegar a los consumidores finales”**, como afirmó durante la inauguración oficial Raimundo de los Reyes, director general de AM & Reyes Publicaciones, editora de la revista organizadora de este evento. Y once las ocasiones en que desde fabricantes de productos de tabaco, distribuidores, empresas comercializadoras y empresas de artículos de fumador y accesorios, hasta las nuevas empresas de productos de nuevo desarrollo, de desarrollo tecnológico para la gestión y administración del estanco, de organizadores de ferias tabaqueras internacionales... y, por supuesto el gremio de los estancos, se han unido en este homenaje que, en esta ocasión, ha premiado a quince establecimientos minoristas de la Red de Expendedurías de distintos puntos de nuestra geografía.

En torno a un centenar de estancos han optado en cualquiera de las quince categorías en que estaban divididos los galardones en esta XI Edición, donde solamente cuarenta y cinco establecimientos –tres por categoría– alcanzaron la condición de finalistas y, de ellos, tan sólo uno se alzó con el galardón tras la votación a la que tuvieron únicamente acceso miembros de la industria del sector en España.

Desde LBF Retailers for the Future felicitamos a los estanceros nominados –en su mayoría presentes en la Gala–. **“Gracias por vuestro esfuerzo y por acompañarnos hoy aquí. Vuestra es esta ceremonia, vuestro es este momento y vuestro es, por lo tanto, el mérito reconocido con estos premios, enhorabuena. Que esta noche sea un recordatorio de que la pasión, el trabajo duro y la perseverancia siempre serán reconocidos y celebrados por todos nosotros”**, dedicó estas palabras Raimundo de los Reyes a todos ellos.

Pero más allá del importante hecho que es en sí este reconocimiento, la reunión que supone la Gala de Entrega de los Premios Retailers –este año han asistido a ella más de 250 personas– es un punto de encuentro de todos los involucrados en este negocio que es aprovechado por todos ellos **para compartir experiencias y departir sobre la situación el mercado, perspectivas y preocupaciones en un ambiente distendido** lejos de los despachos.

Nos quedamos también con un frase de Pilar García Muñoz, la periodista y comunicadora de radio y televisión que actuó como presentadora de la Gala que, recordando su relación con el estanco, recordó cuando lo visitaba acompañando a su padre y el olor de las estanterías de madera sumándose al aroma del tabaco: **“Ya les digo yo que sí, que el estanco es un establecimiento muy evocador”**. Y tiene toda la razón.



PREMIOS 2024
RETAILERS
FOR THE FUTURE

Muchas
gracias
a todos



En esta XI Edición de los Premios Retailers for the Future 2024 quince han sido los estancos premiados.

UNA GALA PARA RECORDAR, Y UN COCKTAIL PARA DISFRUTAR

La Fundación Rafael del Pino, en Madrid, ha sido el escenario de la XI Edición de la Gala LBF – Retailers for the Future 2024, organizada por la revista LBF, el pasado 30 de mayo. Este evento, que se celebra desde 2009, reunió a más de 250 invitados de renombradas compañías del sector. Además han participado en ellos, más de un centenar estancieros a nivel nacional, compitiendo en 15 categorías diferentes.

Fotos: Adrián Vázquez

Una fecha ansiada por muchos. La Gala de Entrega de los Premios Retailers 2024 ha tenido una acogida excelente, además de ser un encuentro para todos los profesionales del sector. Por otro lado, cada una de las categorías, con tres finalistas cada una, ha sido patrocinada por compañías tales como Philip Morris, Altadis, JTI, BAT, Logista Retail, Logista Strator, MyBlu, la Unión de Estancieros, Zippo, Elfbar y Lost Mary, InterTabac & EVO Nxt, La Casa del Tabaco, Ibertabac Comercial, S.T. Dupont y RELX.



Encendedor Zippo numerado entregado a los asistentes a su llegada.



En total, quince estancos han sido reconocidos con estos prestigiosos galardones, los cuales se han seleccionado a través de los votos de numerosos profesionales del sector que, además, eligieron a los ganadores de cada categoría. Esta XI Edición no sólo celebró la excelencia en el sector, sino que también reafirmó el compromiso y la innovación de los estancieros y empresas relacionadas con el mundo del tabaco, consolidándose como un evento clave en el calendario del sector.



DISFRUTA EL VÍDEO COMPLETO



Los Premios Retailers 2024 han supuesto un éxito tanto en participación de estancos como en número de asistentes a la Gala de Entrega de estos galardones.



Se estrenó como maestra de ceremonias, Pilar García Muñiz

GALA RETAILERS 2024: UNA CITA IMPRESCINDIBLE PARA LA INDUSTRIA

La Gala ha contado con una masiva afluencia de profesionales del sector tabaquero español. En esta ocasión fue presentada por primera vez por la reconocida periodista y presentadora de televisión, Pilar García Muñiz. Entre los asistentes se encontraban representantes de estancos de diversos puntos de España, empresas fabricantes de productos del tabaco, distribuidores, empresas de productos de nueva generación de tabaco, empresas de vapeo, empresas de productos afines al estanco, así como organizaciones empresariales y del gremio.

Fotos: Adrián Vázquez

Pilar García Muñiz dio comienzo a la gala de entrega de los Premios explicando que estos galardones congregan a toda la cadena de valor del sector del tabaco en nuestro país. “Les quiero dar las gracias por estar aquí, especialmente, porque hoy es un día complicado, sé que muchos de ustedes se lo han pensado. Les doy las gracias por estar aquí en lugar de en el Bernabéu, en el concierto de Taylor Swift”, comentó con un toque de humor, “además porque la convocatoria ha sido un éxito. No sé si en el Bernabéu estarán a medio gas, pero gracias. Esperamos no defraudarles”.

Pilar García Muñiz confesó verse sorprendida cuando la editora de la revista le propuso presentar estos premios. “Realmente, mi



La XI Edición de los Premios Retailers for the Future 2024 ha sido un éxito rotundo. Más de 250 personas de toda la cadena del sector se reunieron el pasado 30 de mayo para participar en una Gala que lleva celebrándose desde 2009.

relación con el mundo del estanco, no deja de ser la de cualquier otro ciudadano. Una persona, una ciudadana, una vecina que va a su estanco más cercano a comprar lo que necesita en un momento dado: tabaco, un papel oficial, un certificado médico, el abono

Pilar García Muñiz, periodista, presentadora de televisión y locutora de radio, fue la encargada de dirigir la Gala de los Premios. En la imagen, con Raimundo de los Reyes, director general de AM & Reyes Publicaciones, editora de la revista LBF Retailers for the Future, organizadora de los Premios.

transporte para mi hijo o sellos. Pero luego, pensándolo, me vinieron muchos recuerdos. Porque el estanco es un establecimiento muy muy evocador”, afirmó. “Y me vienen una imagen –continuó– cuando yo era pequeña, acompañando a mi padre a comprar tabaco en un estanco y, además de la imagen, de ese recuerdo, me vino un olor, una mezcla de la madera que había en



el estanco, que era un local maravilloso, las estanterías y los muebles de madera, mezclado con la fragancia del tabaco. Ya les digo que sí, que el estanco es un establecimiento muy evocador”.

Aseguró haber estado leyendo mucho acerca de este sector desde que se le propuso presentar la Gala “y es sorprendente todo lo que supone tanto social como económicamente. Y, seguro que ustedes, vosotros, si me lo permitís, sabéis muchísimo mejor que yo a qué me refiero. Desde el volumen de ventas, la creación de empleo, y la recaudación de impuestos por parte del Estado. Por eso, comprendí perfectamente la importancia que tiene esta tarde, la importancia que tienen estos Premios que quieren poner en valor al estanco, a los estancos, en el contexto social y económico y, además, también proyectar un sector que ha sabido adaptarse a



los tiempos, que ha sabido enriquecerse y que ha incorporado a su catálogo un nuevo abanico de productos”.

“Y hablando de productos, también me ha sorprendido una cosa”, aclaró. “Yo, que soy un poco ratón de biblioteca, me pongo a cacharrear y a investigar, y de

pronto descubro que antes del estanco realmente había un estanco de sal, antes que el del tabaco, que data concretamente de 1564. Luego vino, eso sí, el estanco de tabaco, que se decretó en 1636 y que es una de las instituciones en vigor más antiguas del mundo, con casi 400 años de historia.

“La verdad que estoy aprendiendo mucho y estoy encantada, y seguro que más voy a aprender esta tarde con todos los finalistas, con todos los nominados, porque son gente que hace muy bien las cosas y que tienen mucho que enseñarnos”. Pilar García Muñiz finalizó con estas palabras su presentación y dio paso a Raimundo de los Reyes, director general de AM & Reyes publicaciones, editora de LBF-Retailers for the Future, para que fuera el encargado de inaugurar oficialmente la entrega de Premios, quien se dirigió a todos los asistentes para darles una calorosa bienvenida:



“Bienvenidos a todos un año más a la celebración de la XI edición de los Premios LBF Retailers for the future 2024.

Esta noche estamos todos aquí para celebrar esta undécima Gala en un año especial también para nosotros, ya que la revista está conmemorando su trigésimo aniversario con el sector desde que en 1994 creyéramos en un proyecto que a día de hoy sigue tan vivo como el de aquel primer instante”.

Respecto a los Premios, comentó que “han pasado ya 15 años desde que en 2009 se celebró la primera edición de este evento con el que se pretende reconocer la labor diaria de 13.000 estancos



de la red de expendedurías que realizan de forma cada vez más profesional y dar merecido protagonismo a sus principales actores, a los que todos nos debemos, y que son pieza clave para llegar a los consumidores finales”.

“Los estancos –prosiguió– han dejado de ser meros vendedores de productos para convertirse en asesores, confidentes y a menudo un punto de encuentro de nuestras comunidades. Brindan, por

lo tanto, un servicio esencial con dedicación y una atención cada vez más personalizada que les distingue”.

Explicó que estos Premios “pretenden poner en valor la excelencia, dedicación y pasión que cada uno de los 45 estancos finalistas que participan este año en cada una de las 15 categorías han demostrado día a día y que, sin lugar a duda, reflejan la realidad del sector del estanco en España”.

Raimundo de los Reyes felicitó a los estancueros nominados presentes por su asistencia a la Gala, lo que “es un claro indicativo del compromiso, excelencia, inno-



vacación y profesionalidad que han demostrado en este último año. Gracias por vuestro esfuerzo y por acompañarnos hoy aquí. Vuestra es esta ceremonia, vuestro es este momento y vuestro es, por lo tanto, el mérito reconocido con estos premios, enhorabuena. Que esta noche sea un recordatorio de que la pasión, el trabajo duro y la perseverancia siempre serán reconocidos y celebrados por todos nosotros”, concluyó

CIERRE DE LA GALA

Antes de dar comienzo a la entrega de Premios, Pilar García Muñiz aseguró que “un año más,

la convocatoria de estos premios Retailers for the Future vuelve a superarse así misma con mayor número de participantes y un creciente interés por parte de las empresas, por participar como colaboradores y patrocinadores de la Gala”.

La Gala se cerró con un sorteo de un encendedor de la compañía S.T. Dupont entre los finalistas de los Premios Retailers for the Future 2024.

“Una joya, una maravilla, elegante. Lo tiene todo”, comentaba Pilar García Muñiz.

El sorteo se realizó con una urna que contenía 14 bolas con el nombre de cada uno de los estancos ganadores en sus respectivas categorías. La suerte favoreció a Lucía Gimeno Giménez, de la Expendeduría 4 de Sagunto, ganadora de la categoría 9: estanco con mejor oferta de productos de conveniencia.

Con esta entrega se dio por concluida la magnífica gala Retailers. Se expresó el agradecimiento a todos –finalistas, patrocinadores, colaboradores, la Fundación Rafael del Pino, empresas que han participado en el desarrollo de la Gala y a todos los presentes–, “por asistir a ella en lugar de estar en el Bernabéu con Taylor Swift. ¡Se espera a todos el año que viene en la XII Edición!”, cerró Pilar García Muñiz.

Categoría 1.- Premio al estanco con mejor imagen al consumidor

M^a CARMEN ALABERT FERNÁNDEZ
EXPENDEDURÍA N°101 ZARAGOZA



Premio patrocinado por:

ALTADIS
AN IMPERIAL BRANDS COMPANY

¿Quién no es consciente de que la imagen lo es prácticamente todo? Con este premio se reconoce al estanco que por trayectoria, personalidad de su titular y empleados se haya convertido en un referente para compañeros de profesión y, especialmente, para el público consumidor.

Jerome du Chaffaut, presidente ejecutivo de Altadis, patrocinadora de esta categoría, entregó el premio a Ignacio Pozas en representación de M.ª Carmen Alabert Fernández, de la expendeduría n° 101 de Zaragoza.

LOS OTROS FINALISTAS

- **María Isabel García Guillen | Exp. de LOS BARREROS-CARTAGENA**
- **Manuel Muñoz Valencia | Exp. N°98 de CÓRDOBA**

JEROME DU CHAFFAUT, PRESIDENTE EJECUTIVO DE ALTADIS

Destacó que para él era un honor estar presente en este acontecimiento, “una cita que reconoce el trabajo y el esfuerzo de todos vosotros, los estancieros. Sin duda, sois la pieza fundamental de un sector, que es uno de los motores económicos de España.

Gracias Raimundo, y gracias también a todo el equipo de AM & Reyes Publicaciones, por hacer posible esta cita que ha reunido hoy a profesionales, y a estancieros de todas las regiones. Al final, ya sea Madrid, Barcelona, Salamanca, Valencia, Sevilla, Toledo o Teruel, nos une lo mismo. Es precisamente, en momentos de incertidumbre, cuando la unión se hace más necesaria.

Por nuestra parte, en Altadis Imperial Brands, lo tenemos claro. Nosotros defenderemos el sector frente a medidas desproporcionadas y cuya efectividad no esté demostrada. Y sabemos que, en este objetivo, el estancero es nuestro mejor aliado. Lo sabemos, porque desde hace casi una década trabajamos juntos para poner freno al comercio ilícito de tabaco.

“No Contrabando” se ha consolidado en estos años como el programa de referencia en la lucha contra esta actividad ilegal. Gracias a vosotros, recibimos anualmente cerca de 21.000 visitas y más de 1.200 denuncias anónimas de puntos de venta ilegales, que nosotros hacemos llegar a las autoridades competentes. Gracias a algunas de ellas se han llevado a cabo importantes operaciones.

Lo sabemos porque desde 1945 hemos avanzado juntos. En estos años hemos visto cómo el sector ha evolucionado para dar mejor experiencia al consumidor, una cualidad que para Altadis Imperial es fundamental”.



Categoría 2.- Premio a la transformación de estanco convencional a retailer for the future

JUAN CARLOS CARRETERO ARÉVALO EXPENDEDURÍA N°2 PIEDRALAVES



Premio patrocinado por:



Retailer for the future, negocios de futuro, y los estancos lo son cada vez más. El estanco, de cara a un posicionamiento con vistas a la perpetuación de la actividad del negocio está en constante evolución, con la incorporación de nuevos productos y servicios compatibles con la venta de tabaco y productos de riesgo reducido. José Antonio García, director nacional de Ventas de JTI, patrocinadora de la categoría, entregó el premio a Juan Carlos Carretero Arévalo, de la expendeduría n° 2 de Piedralaves (Ávila).

LOS OTROS FINALISTAS

- José Mariano Ramos Gálvez | Exp. N°435 de MADRID
- Oliver Fernández López | Exp. N°112 de MADRID

JOSÉ ANTONIO GARCÍA, DIRECTOR NACIONAL DE VENTAS DE JTI

“Es un honor compartir con todos vosotros esta entrega de premios. El primero en el que tengo el placer de participar. Estos premios de La Boutique del Fumador, que ya es un referente en nuestro sector, no sólo reconocen el talento y la excelencia de los estancieros, sino que también nos brinda la oportunidad de reflexionar sobre cómo queremos construir el futuro de nuestra industria.

Vivimos tiempos en los que todo avanza muy deprisa. Nuevas regulaciones, nuevas categorías, nuevos productos, también cambian, y eso es algo que nos concierne a todos, tanto a la industria, como a vosotros los estancieros, que jugáis un papel fundamental dentro de la cadena de valor.

La capacidad de adaptarse es un valor que cotiza al alza y eso es precisamente, lo que queremos reconocer con este premio y en esta categoría. En JTI, contamos con un equipo de ventas muy conectado con la red de estancos de todo el país. Ellos son nuestros ojos en la calle, los que nos permiten medir el pulso del mercado.

Gracias a ellos sabemos que detrás de cada estanco que se ha transformado en un retailer for the future se encuentran profesionales valientes, profesionales que han abrazado el cambio con determinación y sin miedo. Vosotros sois el motor de nuestro sector y la mejor garantía de un futuro prometedor para todos”.



Selection 22

Elige bien a un precio redondo



Descubre la familia Selection al completo

El humo del tabaco contiene más de
70 sustancias cancerígenas.

Categoría 3.- Premio al mejor estanco de productos de tabaco calentado

MANUEL VILLALBA GIL EXPENDEDURÍA LA CALA MARBELLA



Premio patrocinado por:



PHILIP MORRIS SPAIN

Año tras año, el tabaco calentado y sus dispositivos, con su imagen de modernidad y de exclusividad, han ido calando entre los consumidores y, cómo no, en los estancos, que los han incluido de forma muy perceptible con una visibilidad diferente que capta la atención sobre ellos nada más entrar en los establecimientos. Daniel Cuevas, presidente de Philip Morris para España, Portugal y Andorra, que patrocinaba la categoría, entregó el galardón a Manuel Villalba Gil, de la expendeduría La Cala Marbella, de Málaga.

LOS OTROS FINALISTAS

- **Xavier Domenech Droguet | Exp. N°2 de PLAYA DE ARO**
- **Óscar Ibáñez Artigas | Exp. N°53 de ZARAGOZA**

DANIEL CUEVAS, PRESIDENTE DE PHILIP MORRIS PARA ESPAÑA, PORTUGAL Y ANDORRA

“Buenas noches a todos. Muchísimas gracias a la revista Retailers for the Future, o La Boutique del Fumador, como yo recordaba que se llamaba hace años. De verdad, muchísimas gracias por esta oportunidad y por reunirnos hoy a toda la cadena de valor y a toda la familia del tabaco en un día como éste.

Quería además, dar mis más sinceras gracias a la Unión de Estanqueros por toda la colaboración que siempre nos dan y a toda la industria y, como estamos viendo, a todos los estancos.

Estamos intentando avanzar y es importante evolucionar. Un sector que lleva 400 años vendiendo tabaco a través de estancos en España y que desde Philip Morris creemos que es posible que sigáis haciéndolo durante los próximos 400. Y éste es realmente, nuestro objetivo.

Para ello, la apuesta por productos innovadores, productos que evolucionan con los tiempos, eliminando la combustión y reduciendo el riesgo, creemos que es absolutamente fundamental. Además, creemos que es muy importante la apuesta que llevamos haciendo desde hace casi 10 años en los productos como el tabaco calentado sin combustión.

Y para ello, necesitamos gente que tenga el coraje de apostar por el futuro, que tenga las ganas y la visión de mirar realmente a largo plazo y para mí es un orgullo verdadero estar hoy aquí dando el premio al mejor estanco de tabaco calentado. Enhorabuena a los tres candidatos y mi más sincera enhorabuena a todos por esas ganas y esa pasión que se demuestra todos los días”.



MARLBORO

CRAFTED

DE LA MARCA
DE CIGARRILLOS

Nº1*



*Marca de cigarrillos más vendida en España (Península y Baleares) según los datos del CMT en las estadísticas del mercado de tabacos 2022.

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

Categoría 4.- Premio al estanco más innovador de nueva apertura

CARLOTA SOLER MOLINA EXPENDEDURÍA N° 97 ZARAGOZA



Premio patrocinado por:



Tras muchos años sin concederse nuevas licencias se convocó una subasta de nuevas expendedurías. Bienvenidos los nuevos estanqueros que hacen crecer a esta gran familia. Savia nueva, como se suele decir, que se une a la de esos otros nuevos estanqueros que en los últimos años ven al estanco como un negocio de futuro, apuestan por él y exponen nuevas ideas e iniciativas en materia de negocio, productos y tecnologías, servicios y otros conceptos hasta ahora lejanos a una expendeduría. Entregó el premio Ramsés Gonzalo Tejo, jefe nacional de Ventas de BAT España, y lo recogió Carlota Soler Molina, de la expendeduría 97 de Zaragoza.

LOS OTROS FINALISTAS

- Judith García Martínez | Exp. N°4 de MATARÓ
- Jorge Juan Moya Corrales | Exp. N°863 de MADRID

RAMSÉS GONZALO TEJO, JEFE NACIONAL DE VENTAS DE BAT ESPAÑA

“Lo primero que quiero es agradecer a La Boutique del Fumador por organizar este maravilloso evento y darnos la oportunidad a toda la industria de juntarnos. Raimundo de los Reyes, muchas gracias y felicitarle por la pasión que pones en el día a día.

Quiero dar las gracias a todos los estanqueros, la labor que hacen en el día a día es una labor encomiable y dar un mensaje: la innovación y la transformación en el canal es imparable. Desde BAT, como todos sabéis estamos presentes con las nuevas tecnologías en las 5 categorías y la labor que están haciendo en todo el canal es una labor que merece todo nuestro agradecimiento.

El segundo mensaje de agradecimiento es para la competencia que nos hace ser mucho mejores en el día a día, gracias a lo bien que lo hacen.

Quiero destacar tres cosas, la creación de valor para toda la industria, el empleo y en los tiempos difíciles que corren la seguridad que dan en la venta responsable de todos los productos, algo que nos olvidamos o que lo damos por hecho, pero algo que es muy importante. Y en los tiempos que corren queremos también mandar un mensaje de unión: como industria, tenemos que remar en la misma dirección y estar juntos”.



glo



Sin humo.*
100% sabor.
Una alternativa
mejor a fumar.*

*glo™ calienta el tabaco en lugar de quemarlo. Genera aerosol de tabaco, menos olor y sin ceniza comparado con un cigarrillo. Este producto no está exento de riesgo y contiene nicotina, una sustancia adictiva.

NUEVO HYPER pro



Producto no exento de riesgos y al usarse con sticks proporciona nicotina, una sustancia adictiva

Categoría 5.- Premio al estanco con mejor adaptación a las nuevas tecnologías

FELIPE CARAPETO SÁNCHEZ-ARJONA EXPENDEDURÍA N° 75 SEVILLA



Premio patrocinado por:

Logista
STRATOR

La tecnología es innovación y ésta puede ser la manera de diferenciarnos de la oferta del resto, también de nuestros productos, de cómo los colocamos o presentamos. La introducción de nuevas tecnologías ha de realizarse de manera eficiente, la informatización, la digitalización, la aplicación de sistemas de gestión ayudan al estanco y a su mejor desarrollo. Carlos Vasques Guedes, director general de Logista Strator, patrocinadora de la categoría, hizo entrega del premio a la expendeduría 75 de Sevilla.

LOS OTROS FINALISTAS

- Enric Falcó Josa | Exp. N°2 de CUNIT
- José Antonio Alonso Paz | Exp. N°894 de MADRID

CARLOS VASQUES GUEDES, DIRECTOR GENERAL DE LOGISTA STRATOR

“El estanco es un negocio de cercanía y que tiene 400 años, y haciendo todo este camino 400 años después, que yo no los he vivido todos, he vivido esta última parte, creo que hay que destacar la voluntad de estar aquí, esos 400 años después, hablando de tecnología, de innovación, de desarrollo, de negocio y de vamos a hacer más y vamos a ser diferentes.

Desde Logista Strator nos dedicamos a la transformación digital y, a diferencia de las demás compañías que se dedican a ofrecer productos al cliente final, nosotros nos dedicamos al punto de venta. En definitiva, es tecnología y hablamos de evolucionar, de hacer más, de llevar el estanco a otro punto de innovación y de negocio. Creo que eso es importante mencionar y creo que por eso estamos aquí, celebrando ese momento de innovación que, 400 años después, se sigue pensando y moviendo. Este premio que entregamos representa todo esto”.

Strator es una empresa del Grupo Logista. Todos sus empleados, desde los desarrolladores hasta los gestores, son internos y tienen experiencia tanto en el sector del retail como en la gestión empresarial.

Más de 100 personas están dedicadas al Proyecto Strator operando dentro de una estructura europea que permite implementar rápidamente mejoras de un país en otros lugares.

Su equipo incluye desarrolladores, gestores, especialistas, personal comercial, un equipo de atención al cliente y el respaldo completo de la red de Logista, entre otros. Esto les garantiza un soporte y mejora continua manteniéndose a la vanguardia tecnológica en los puntos de venta.



Veri*Factu

Logista
STRATOR



Esta nueva normativa consiste en que los sistemas informáticos de facturación realicen la siguiente operativa automáticamente:



¡NO TE PIERDAS NUESTRAS SESIONES ONLINE Y PRESENCIALES!

Escribe a strator@logista.es y te informamos de los próximos horarios y lugares

Strator se adapta, Strator te adapta

Categoría 6.- Premio al estanco con mejor visual merchandising de productos de riesgo reducido

MARINA MONTORO LÓPEZ EXPENDEDURÍA N° 4 MAZARRÓN



Premio patrocinado por:



La visibilidad de los productos de nueva generación, también llamados productos de potencial riesgo reducido, es fundamental a la hora de su desarrollo y, obviamente, a la hora de su venta en los establecimientos que cada vez claramente apuestan más por ellos y los presentan de manera clara y contundente a través de vitrinas y expositores.

Katrin Fischer, Project director de InterTabac & EVO NXT, patrocinadora del premio, entregó el galardón a José Francisco García Subiela, en representación de Marina Montoro López, de la expendeduría 4 de Mazarrón (Murcia).

LOS OTROS FINALISTAS

- **Francesc Xavier Jiménez de la Parte | Exp. N°10 de FIGUERES**
- **Ana Mª Berruezo López | Exp. N°243 de BARCELONA**

KATRIN FISCHER, PROJECT DIRECTOR DE INTERTABAC & EVO NXT

“Señoras y señores, estimados socios y amigos, estoy encantada de hablarles hoy en los LBF Retailers for the Future Awards. Como directora de proyectos de InterTabac, InterSupply y los Festivales EVO NXT de Málaga, dirijo proyectos de impacto mundial. Nuestro objetivo es reunir a toda la industria del tabaco, incluidos los productos de nueva generación, en un mismo lugar.

Un agradecimiento especial a ti, Raimundo de los Reyes, y a AM & Reyes Publicaciones. Habéis sido parte integrante de nuestra historia de éxito durante muchos años. Nuestra cooperación con AM & Reyes Publicaciones y Messe Dortmund es crucial. Fortalece el sector y amplía nuestro alcance. Esta asociación nos permite representar eficazmente al mercado internacional. Proporciona a los comerciantes españoles excelentes oportunidades para el intercambio y la creación de redes.

En InterTabac y EVO NXT, creamos plataformas vibrantes. Éstas reúnen a minoristas de tabaco tradicionales, productores, nuevas marcas y expertos. Nos comprometemos a unir estos mundos tan diversos.

Estoy deseando continuar nuestra cooperación y escribir juntos nuevos capítulos. La concesión hoy de este Premio demuestra que estamos preparados para dar forma al futuro. Impulsemos la industria y mantengámonos a la vanguardia”.



Together for tomorrow! InterTabac 2024

World's Largest Trade Fair
for Tobacco Products and
Smoking Accessories

19 – 21
September
Messe
Dortmund
Germany



www.intertabac.com

Secure ticket now!

inter
tabac

Categoría 7.- Premio al estanco con mejor servicio al consumidor en productos de riesgo reducido

FRANCISCO JAVIER MARTÍNEZ ROMERO EXPENDEDURÍA N° 10 REUS



Premio patrocinado por:



**LOST
MARY**

Si la visualización de los productos de nueva generación en los establecimientos es clave para su comercialización, no lo es menos el compromiso del estanco hacia estos artículos a través de un servicio personalizado y profesional que solamente puede ofrecer un equipo humano bien formado en estas nuevas formas de consumo. Daniel Rodríguez, director nacional de Elfbar y Lost Mary, patrocinadora del premio, entregó el galardón a Raimundo de los Reyes, que lo recogió en nombre de la expendeduría 10 de Reus (Tarragona).

LOS OTROS FINALISTAS

- Jonathan Trillo Benitez | Exp. N°568 de MADRID
- José Luis Ballester Pons | Exp. N°7 de XATIVA

DANIEL RODRIGUEZ, DIRECTOR NACIONAL DE ELFBAR & LOST MARY

“No sé por qué, pero esta Gala pone nervioso a todo el mundo. En primer lugar, queríamos agradecer a la organización y, por supuesto, a Raimundo de los Reyes por contar con nosotros un año más para entregar uno de los galardones LBF Retailers For the Future.

Estamos orgullosos de que nuestra marca Elfbar & Lost Mary ocupen una posición de liderazgo en Europa, y desde hace tres años también en España. Y no solamente en ventas. Estamos orgullosos de anunciar que también somos una verdadera potencia en desarrollo de I+D de la industria del sector del cigarrillo electrónico.

La llegada de nuestra marca al mercado ha supuesto el pistoletazo de salida de una nueva era de innovación tecnológica en la reducción de daño para fumadores y ex fumadores adultos. Un enfoque clave ha sido nuestra nueva tecnología incorporada a nuestros productos con el fin de garantizar un alto nivel de experiencia hacia el cliente, evitando fugas y ofreciendo una suave sensación en boca.

Desde 2022, nuestra tecnología pionera ha mejorado la experiencia del consumo, además de impulsar nuestros productos a cumplir con la preocupación medioambiental de la industria. Nuestro trabajo científico no sería conocido sin vosotros, los estancieros, que sois el vínculo directo con los usuarios. Somos conscientes de que debemos trabajar mano a mano con vosotros. Por ello, contamos con un equipo de representantes con el fin de asesoraros para que podáis vender con mayor rendimiento y calidad”.



LOST MARY

TAPPO AIR

El vapor para venirse arriba



Categoría 8.- Premio al estanco con la oferta más completa de vapers

MARÍA DEL CARMEN MORETÓN BLANCO EXPENDEDURÍA Nº 8 SALAMANCA



Premio patrocinado por:



El vapeo está calando fuerte entre los consumidores y el estanco se ha ido convirtiendo con el paso del escaso tiempo que lleva el vapeo entre nosotros en el punto de venta de referencia de los vapeadores, ya sean recargables-de cápsula abierta o cerrada-, ya sean desechables y de los accesorios también necesarios para su utilización, como líquidos, resistencias o atomizadores.

Daniel Quer, Head of MyBlu, patrocinadora de la categoría, entregó el premio a Mª del Carmen Moretón Blanco, de la expendeduría 8 de Salamanca.

LOS OTROS FINALISTAS

- **Alonso Luque Guerrero | Exp. Nº2 de FUENGIROLA**
- **Antonio Moreno Florencio | Exp. Nº133 de SEVILLA**

DANIEL QUER, HEAD OF MYBLU

“Muchísimas gracias por la invitación. Yo os voy a confesar algo personal sobre el premio que he tenido el honor de patrocinar y que vamos a entregar. Llevo muy pocos meses en el sector, pero sí tengo algo de experiencia en gran consumo, en el que llevo casi unos diez años.

Pero me gustaría recalcar y con mi perspectiva fresca que realmente el momento que estamos viviendo yo no lo he visto jamás en mi vida. He trabajado en cervezas, en espirituosos... y la revolución, la transformación, con mayúsculas, que estamos viendo, jamás la había visto. Cada día que me levanto hay un nuevo player, un nuevo formato, una nueva oferta. La verdad es que el nivel es altísimo y por eso hay que estar muy avispado.

Quiero aprovechar también para dirigirme a la competencia; realmente lo están haciendo muy bien y nos están exigiendo a nosotros mismos que cada día seamos mejores y hagamos las cosas mejor, planteándonos nuestras estrategias y cómo podemos ser la mejor oferta para nuestros consumidores.

En MyBlu lo tenemos absolutamente claro. Queremos volver a ser líderes y tenemos tres pilares: nos basamos en nuestra calidad, nos aseguramos que nuestros productos tengan calidad de mercado; lo basamos también en la innovación, mejorando nuestros formatos; y, por último y más importante, con la colaboración. Generamos cada día con nuestros equipos comerciales una estrecha colaboración con los protagonistas de hoy y del sector: nuestros estancueros”.



NUEVO blu®

MÁS CALADAS MÁS SABOR
¡PÍDELOS YA!



Categoría 9.- Premio al estanco con mejor oferta de productos de conveniencia

LUCÍA GIMENO GIMÉNEZ EXPENDEDURÍA N° 4 SAGUNTO



Premio patrocinado por:

Logista

RETAIL

Hace ya mucho tiempo se acuñó en el estanco el término, diversificación, bajo el que hoy se reúne la mejor y diferenciada oferta de productos de conveniencia, artículos que no son de tabaco y suponen ahora mismo uno de los ases con el que los estancos buscan ser una alternativa para sus clientes.

Dario Crisci, general manager de Logista Retail, compañía patrocinadora del premio, entregó el galardón a Lucía Gimeno Giménez, de la expendeduría 4 de Sagunto (Valencia).

LOS OTROS FINALISTAS

- **Alonso Luque Guerrero | Exp. N°2 FUENGIROLA**
- **Antonio Moreno Florencio | Exp. N°133 SEVILLA**

DARIO CRISCI, GENERAL MANAGER DE LOGISTA RETAIL

“Considero que este evento es muy importante, pues nos da la oportunidad de hacer una reflexión conjunta sobre lo que está pasando en una red importante dentro del territorio español, como los 12.000 estancos españoles. A través de esta reflexión, de entender lo que está pasando ahora, podemos entender cuáles son las tendencias, cuáles son los cambios en los que tenemos que profundizar para abordar el futuro de la mejor manera posible.

Nosotros, en Logista Retail, lo tenemos claro y debemos de hacer una transformación continuamente para atender la exigencia de nuestros clientes, y tenemos un reto muy claro: introducir dentro de este canal productos distintos que puedan ayudar a los estancos a tener una propuesta comercial hacia el consumidor final más amplia y compleja.

Además viendo nuestra posición, que hemos conseguido gracias a vosotros, a vuestra confianza, tenemos la oportunidad de tocar cada día a más de 1.000 clientes distintos y el 95% de los estancos en España cada año. Lo que tenemos que hacer es saber cuáles son las tendencias del mercado, cuáles son las costumbres de los ciudadanos para añadir valor a la propuesta comercial de los estancos.

Como ejemplo, dentro de un catálogo en el que hay más de 5.000 referencias, hace 5 ó 6 años productos como las bebidas o la alimentación casi no tenían un significado en el canal, pero entendiendo que los ciudadanos también buscaban este tipo de productos en la tienda de proximidad, hemos trabajado en los últimos años para desarrollarlos y podemos decir que hemos añadido categorías que desarrollan más de 100 millones de euros en el canal”.



NUESTRAS TIENDAS ABIERTAS

TODO EL VERANO

PARA OFRECERTE EL MEJOR SERVICIO



www.logistaretail.es



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

Logista
RETAIL

Categoría 10.- Premio al estanco con mejor cava de cigarros

CARLOS FUSTER EYTIER EXPENDEDURÍA Nº 264 BARCELONA



Premio patrocinado por:



El mundo del cigarro es un mundo muy especial y por ello el estanco que apuesta por estos productos los mimas con muchísimo esmero, para lo cual la cava es parte fundamental, haciéndola atractiva para sus clientes tanto por diseño como por variedad de productos ofertados o cuidados, su mantenimiento especial lo que se traduce en toda una garantía para el aficionado que quiere encontrar el puro en las mejores condiciones para ser disfrutado. Pepe Palacios, vicepresidente de La Casa del Tabaco, patrocinadora de este galardón, entregó el premio a Carlos Fuster Lozano, de la expendeduría 264 de Barcelona, que lo recogió en nombre de Carlos Fuster Eytier.

LOS OTROS FINALISTAS

- **David González Mejías | Exp. Nº5 CAVA MAJADAHONDA**
- **José Carlos Rubio Arévalo | Exp. Nº74 de MADRID**

PEPE PALACIOS, VICEPRESIDENTE DE LA CASA DEL TABACO



“Querida familia del tabaco: hoy nos reunimos para entregar los premios del tabaco más importantes de nuestro país. La Casa del Tabaco patrocina el premio de la mejor cava y sois el colectivo de estancos y profesionales los que a través de vuestro voto determináis quién es el ganador.

Desde La Casa del Tabaco, queremos transmitir nuestro sincero agradecimiento a cada uno de los estancos que en sus cavas mantiene viva la llama del cigarro.

Detrás de cada cava, hay una historia, un compromiso con la excelencia y un deseo de ofrecer no sólo un puro, sino una experiencia inolvidable. Es esta pasión compartida la que nos impulsa a todos a seguir cultivando y honrando la tradición del puro.

Desde La Casa del Tabaco reiteramos nuestro compromiso para que en España podamos seguir disfrutando de las marcas y cigarros más premiadas y demandadas por los consumidores. Los puros no son meramente un producto; son el resultado de una historia, de una cultura y, sobre todo, de un amor compartido por el arte de su elaboración y su disfrute. En definitiva, de una pasión. Me enorgullece felicitar a los tres nominados porque son un claro ejemplo de pasión. Gracias”.



EL ESPÍRITU DE Centroamérica



Nicaragua Hurakan
Ref. 20110 5 ½ x 54 (20)
PVP uni. 4,30 €

Nicaragua Chaman
Ref. 20111 5 x 56 (20)
PVP uni.: 4,40 €



Nicaragua Bond
Ref. 20100 4 ½ x 44 (25)
PVP uni. 3,10 €



Nicaragua Jumbo
Ref. 20102 4 ¾ x 60 (16)
PVP uni. 4,10 €



Nicaragua Cañonazo
Ref. 20101 5 ¼ x 52 (25)
PVP uni. 3,70 €

DISTRIBUIDO EN EXCLUSIVA POR LA CASA DEL TABACO | www.lacasadeltabaco.es | Tel. 34 961 15 43 39

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

Categoría 11.- Premio al estanco con mejor oferta de accesorios y complementos de lujo

M^a JUANA GRANADO MORÁN EXPENDEDURÍA N° 15 IRÚN



Premio patrocinado por:

S.T. Dupont
PARIS

Los artículos de lujo para fumador son todo un clásico, desde luego del estanco, con encendedores; cortapuros; pitilleras; pero también hay una amplia gama de otros artículos como plumas, bolígrafos, complementos para hombre o mujer que encuentran también su espacio y atraen a nuevos clientes. Su venta no está exenta de una mayor profesionalización del establecimiento. Alfonso González Martínez, director general de S.T. Dupont, patrocinadora del premio, entregó el galardón a M^a Juana Granado Morán, de la expendeduría 15 de Irún (Guipúzcoa).

LOS OTROS FINALISTAS

- Inaxio Vadillo Kerejeta | Exp. N°15 de SAN SEBASTIÁN
- Carlos Gaitán Vargas | Exp. N°866 de MADRID

ALFONSO GONZÁLEZ MARTÍNEZ, DIRECTOR GENERAL DE S.T. DUPONT

“Hace un rato, cuando he llegado a la Fundación, reflexionaba de nuevo sobre qué es el lujo y cómo se aplica a este sector. Precisamente saludando a la gente y viendo caras conocidas y amigos, me daba cuenta que el lujo de verdad está en eso mismo, en conocer al que está al otro lado. Y para conocerlo se necesita tiempo, tiempo que dedican los estancieros y las personas que están al otro lado del mostrador en conocer a sus clientes. En pensar qué les gusta, cómo se llaman. Es fundamental.

Al final, el lujo no va de champán, que está muy bueno y nos gusta a muchos, sino va de personas y el tiempo que dedicamos a las personas. Lo demás es accesorio. Quería agradecerlos ese tiempo que me dedicáis cuando voy a verlos. Siempre es agradable cuando voy a vuestros establecimientos y es un placer esas conversaciones que tengo con vosotros.

Quiero felicitar a los tres nominados, que les tengo un gran cariño. Los tres son una excelente representación de lo que tenemos en el sector y que cada día va a más”.



Categoría 12.- Premio al estanco con mejor oferta de artículos de fumador y sus marcas

JAUME CRIVILLÉS GRAU EXPENDEDURÍA N° 25 DE VIC



Premio patrocinado por:

 **ZIPPO®**

El estanco es el espacio ideal para encontrar cualquier artículo del fumador que el cliente necesite: encendedores, pitilleras, papel de liar, fundas, boquillas, filtros... El catálogo puede llegar a ser casi infinito y se completa con otros muchos artículos de marca orientados a crear estilo de vida, como pueden llegar a ser gafas de sol, carteras, billeteras, artículos de decoración. David Galliker, managing director Europe de Zippo, patrocinadora de esta categoría, entregó el galardón a Javier Blanco Urgoiti, que lo recogió en nombre de Jaume Crivillés Grau, de la expendeduría 25 de Vic (Barcelona).

LOS OTROS FINALISTAS

- Carlos Vicente Marhuenda Lillo | EXP 065 de MADRID
- Jorge Luis Vilaplana Climent | EXP 1 de MURO DEL ALCOY

DAVID GALLIKER, MANAGING DIRECTOR EUROPE

“Buenas tardes a todos, estoy muy contento de saber que no soy el único extranjero en esta Gala. Y estoy feliz de estar en Madrid, porque en mi país está lloviendo como loco”, bromeaba David Galliker en un casi perfecto español. “Madrid para mí es una de las capitales más bonitas de Europa. Gracias a Raimundo de los Reyes por hacer este evento cada año.

Nosotros llevamos patrocinando este evento los últimos tres años, y estamos muy contentos de entregar el trofeo a uno de los nominados.



El año pasado tuvimos uno de los mejores años en Zippo. España ha contribuido mucho al éxito de Zippo. Y por eso quiero agradecerse a todo el mundo, por apoyar a Zippo. Hemos mejorado la distribución, pero también estamos realizando nuevos productos que van con lifestyle. Zippo es un producto Lifestyle”.



Categoría 13.- Premio al estanco con mejor oferta de picaduras y productos de nuevo nicho de mercado

FRANCISCO BLAS GARCÍA GARCÍA EXPENDEDURÍA Nº 8 VÉLEZ-MÁLAGA



Premio patrocinado por:



Además de los cigarrillos, los cigarros y los vapeadores, en el estanco se puede adquirir una gran variedad de productos de la más diversa índole, algunos clásicos relacionados con el tabaco, como las picaduras de liar, de pipa o de shisha, con todos sus artículos y accesorios anexos; y otros de reciente llegada al mercado como es el caso de los pouches de nicotina. Gabriel Porqueras, director general de Ibertabac Comercial, que patrocinaba el premio, entregó el galardón a Francisco Blas García García, de la expendeduría 8 de Vélez-Málaga (Málaga).

LOS OTROS FINALISTAS

- Rosario Lomba Martín | Exp. Nº98 de ZARAGOZA
- Constancia Poveda Rodríguez | Exp. Nº35 de SALAMANCA

GABRIEL PORQUERAS, DIRECTOR GENERAL DE IBERTABAC COMERCIAL



“Lo bueno de salir el número 13 es que no hay casi nada nuevo que decir. Siempre hay que traer un posible speech B o un plan B. Por ello, os voy a proponer que hagamos un camino con tantos cambios siempre basado en el respeto y en la responsabilidad. Eso es lo que nos va a dar futuro a todo el sector. Todos los que pertenecemos a la industria del tabaco, estamos obligados a avanzar juntos con respeto y responsabilidad.

El respeto hacia nuestros competidores es esencial para prosperar y la responsabilidad nos obliga a actuar con integridad. Estos dos valores fundamentales fomentan una competencia justa y saludable, que impulsa la innovación y mejora la calidad del mercado contribuyendo al desarrollo sostenible de nuestra industria.

En cualquier caso, Ibertabac es fiel amigo de hacer las pocas o muchas cosas que hace con calidad. Pensamos que representar productos del tabaco se puede hacer de muchas maneras, pero en nuestro caso queremos hacerlo sorprendiendo en cada visita al estancuero, aunque tan sólo sea con nuestra cara amable y en ello nos vamos a empeñar.

El tabaco de liar (la picadura, en general) es la base de nuestro negocio desde 1986. Desde 2004 representamos la picadura de liar Flandria en sus diferentes especialidades y desde mayo de 2024 hemos incorporado a nuestro portfolio la picadura de liar Turner (fabricante Tabaksbedrijf Stubbe).

En la picadura de pipa, como anécdota disponemos del Récord Guinness mundial de fumada lenta con más de 1.000 personas fumando de la misma pipa y al mismo tiempo celebrado en Palma de Mallorca.

Roll your own, be your own, make your own, buen rollo”.



Categoría 14.- Premio especial generación W a la mujer estancuera

BEATRIZ GÓMEZ CHACÓN EXPENDEDURÍA N° 70 SEVILLA



Premio patrocinado por:

RELX

Hace escasos tres años desde LBF Retailers for the Future pusimos en marcha el proyecto Generación W, el compromiso de la revista y de todos los que la hacemos posible con la igualdad, la inclusión, la diversidad y especialmente con la promoción del talento femenino. Cada día nos rodean más mujeres líderes, que resultan referentes por su trayectoria, por su visión también estratégica, por su capacidad de innovación y por su liderazgo transformador. Rocío Li, country manager de RELX, compañía patrocinadora del premio, entregó el galardón a Beatriz Gómez Chacón, de la expendeduría 70 de Sevilla.

LOS OTROS FINALISTAS

- **Ángela Gómez Gómez | Exp. N°5 ALCOBENDAS**
- **Ana María Tíneo Tíneo | Exp. N°5 FUENLABRADA**

ROCÍO LI, COUNTRY MANAGER DE RELX

“En primer lugar, me gustaría felicitar a Raimundo de los Reyes y a todo su equipo por la excelente organización de este maravilloso evento y por darnos la oportunidad de reconocer con estos premios a los representantes de nuestra industria. Una industria que es cada día más moderna, más responsable y más orientada a las necesidades de la nueva generación de consumidores.

RELX aterrizó en España en 2019, y en menos de cinco años hemos conseguido posicionarnos como una empresa líder en nuestra categoría. Además, recientemente hemos alcanzado una alianza estratégica con Logista. Un paso más en nuestra firme intención y compromiso de consolidar nuestra línea de productos a través del canal estanco con el objetivo de asegurarnos que nuestros usuarios sean exclusivamente los vapeadores y fumadores adultos, quienes buscan una alternativa al tabaco convencional. Todo esto ha sido posible gracias a los estancos por su confianza y distribución a los miles de consumidores que pasan por el estanco en busca del mejor producto alternativo y, día tras día, confían en sus recomendaciones por auténticos expertos que son en la materia.

Para mí es un gran honor estar aquí y poder presentar el premio especial Generación W porque creo que este reconocimiento es una oportunidad única de celebrar el talento, la dedicación y el espíritu emprendedor de todas las mujeres en nuestra industria. Este reconocimiento significa que con cada mujer estancuera crece la oportunidad de ser más las mujeres con puestos directivos donde necesitamos estar presentes, ser visibles y ser el apoyo en la toma de decisiones”.



NUEVO LANZAMIENTO

WAKA Empowered by
RELX

8 SABORES DE CÁPSULAS



PVP
3,50€



WAKA
te da
MÁS
soMatch
X MENOS



600
caladas

Dispositivo recargable
en 5 colores

**Este producto contiene nicotina, una sustancia muy adictiva.
No se recomienda su consumo a los no fumadores.**

Categoría 15.- Premio a toda una vida dedicada al estanco

M^a TERESA ALÉS AMAT
EXPENDEDURÍA N° 20 DE LLEIDA



Premio patrocinado por:



Un premio con un especial significado para LBF Retailers for the Future porque el estanco, además de su vertiente empresarial, es dedicación, pasión, familia, amistad y también cercanía. Por ello, premiar a toda una vida dedicada al estanco es premiar una trayectoria tanto personal como profesional, al relevo generacional y también a la transmisión de los valores de negocio, su continuidad y su implicación en el desarrollo y evolución con los tiempos.

Miguel Ángel Martínez, presidente de la Unión de Estanqueros, entregó el premio a M^a Teresa Alés Amat, de la expendeduría 20 de Lleida.

LOS OTROS FINALISTAS

- **Purificación García Alvarado** | Exp. N°1 de **ALCORCÓN**
- **María del Carmen García Casares** | Exp. N°1 de **NAVALPERAL DE PINARES**

MIGUEL ANGEL MARTÍNEZ,
PRESIDENTE DE LA UNIÓN
DE ASOCIACIONES DE
ESTANQUEROS DE ESPAÑA

“Quiero empezar como no podía ser de otra manera, dando las gracias a Retailers for the Future por invitarme a entregar este premio.

Este año, creo que es de justicia poner en alza la labor que desde la Unión de Asociaciones de Estanqueros de España hacen todos los días.

El estancero es una pieza clave en el sector del tabaco. La Unión de Estanqueros con sus asociaciones provinciales es un eslabón imprescindible en esa cadena de valor que describe nuestro sector. Creo que la mayoría de vosotros me lo habéis oído decir: el estanco es vuestro cliente y, por tanto, el que pone vuestros productos y servicios al alcance del consumidor.

De ese mismo modo, la Unión de Estanqueros juega un papel clave en el funcionamiento del sector. Mucho más allá de nuestros deberes asociativos y de nuestro papel como informadores y comunicadores para los estanceros, en la organización ejercemos de correa de transmisión y de moderación tanto dentro como fuera del mundo del tabaco.

Somos la cara amable del sector, representamos ese comercio de cercanía, familiar y que los ciudadanos tienen como referencia mucho más allá del mundo del tabaco. Eso nos da credibilidad y se nos mira con cierta confianza desde la mayoría de los ámbitos de nuestra sociedad.

Somos conscientes de que la repercusión es directa en nuestros negocios y los cambios normativos en el sector inevitablemente nos afectan. Nuestra labor es defender al estanco y, por ende, al estancero de todos esos cambios normativos que les vayan a perjudicar”.



NUEVOS FILTROS DUO CLIXX

LA LIBERTAD DE ESCOGER



FRUTOS ROJOS
+
MENTA



CLOROFILA
+
MENTA

PVPR
3'70
€



Únete al Club
Landewyck



PREMIOS 2024 RETAILERS FOR THE FUTURE

PREMIOS 2024
RETAILERS
FOR THE FUTURE

PATROCINAN

Logista
STRATOR

Logista
RETAIL

ALTADIS



PRIMA MOHRE S&S



LOST
MARY

RELX



IBERTABAC
COMERCIAL, S.L.

ZIPPO



COLABORAN



PREMIOS 2024
RETAILERS
FOR THE FUTURE

PREMIOS 2024 RETAILERS FOR THE FUTURE



XI Premios Retailers 2024

GRAN ÉXITO DE ASISTENCIA

Muchos han sido los asistentes invitados a esta XI Edición de los Premios Retailers. En estas páginas hacemos un recorrido fotográfico para repasar a aquellos que estuvieron presentes y fueron testigos de la entrega de los galardones. Más de 250 personas se congregaron en este evento del sector del tabaco en España, el más esperado cada año desde que en 2009 empezara a organizarse.

Fotos: Adrián Vázquez



Arriba, el equipo de BAT España, con Fernando Angosto, Jorge Cebrián, Miguel Germán Blanco, Cristina Agudo, Ignacio Ruiz, Cristina del Diego, Ramsés Gonzalo y Álvaro Rodríguez de Codes.



Arriba, Philip Morris España y Portugal estuvo representada por Agustín Alberto Martín, Gonzalo Otero, Gonzalo Salafanica, Irene Manzanaro, Daniel Cuevas, Laura Recio, Juan Páramo, Victoria Vidal, Juan Tallada y Amanda Cruz Valle.



A la izquierda, asistentes del Grupo Logista, con Ignacio Vicario Aza, Juan González Antón, Jesús García Cantero, Padraig Ó hAnnracháin, Santiago Costas Sanz, José María Prieto Rodríguez-Carrascal, Manuel Bascoy, Dario Crisci, Pedro de Bernardo Alonso, Jorge Segura Tejedor, David Gaitán Ramírez, Andrea Arroyo Andueza, Carlos Vasques Guedes y Daniel Calle Riobobos.

Abajo, Gonzalo Guerra, Sijing Xiang, Daniel Rodríguez, Fátima López Amor, Consuelo Murtag Ahumada, Megyao Liu y Philip, de Elfbar y Lost Mary.



Arriba, Manuel Losada Alvear, Anton Zhuk, Xavier López Munuera, Uxía Tizón, Luciana Ferrajuolo, José Antonio García, Javier Pisabarro, Alejandra Vidal, Diego Fernández, Irene Fernández, Ángela Hernández y Ángel Jiménez, de JTI Iberia.



Arriba, Javier Rodríguez, Juan Carlos Rivas, Mar Pérez, José Antonio Inchusta y Patricio Marín Vico, algunos de los asistentes por parte de RELX.



Arriba a la izquierda los representantes de Altadis en la Gala: Tamar Salazar, Javier Martín Menor, Rocío Ingelmo, Jerome du Chaffaut, Roberto Prieto, Laura Lázaro y Daniel Quer.



A la izquierda, Josune Uruchurtu, Alfredo Cimorra, Pilar Barba, José María Renes, Olivia Escaja, José Luis Echevarría, Salvador Vera, Miguel Ángel Martínez, Pilar García Muñiz, Fernando Bermejo, Raquel Nicolás, José María Espinar, Jaime Bielsa y María del Carmen Martín, de la Unión de Asociaciones de Estanqueros de España.



Leonardo Mancini, Joaquín Lorenzo, Begoña de Horna, Ángel Benavides y Xavier Argelés, en representación de Landewyck Tabacos España.



Arriba, Alejandro Giménez Nogués, Miguel Sánchez Hernández, Gabriel Porqueras Alonso, María José Rodríguez Roque, Beatriz Olivares Pizarro, Arturo Martín Vico, David Gómez Rodríguez y José Luis López Martín, de Ibertabac Comercial.



Katrin Fischer, Project Director de InterTabac, y Raimundo de los Reyes.



Pedro J. Taurá y Paula Montaner Cuerda, de New Generation Tobacco.



Igor Yagubkin, General Manager de Flonq Europe; Mónica Andrade de Orbe, Consultant E-Cigarettes Category; y Marina Popova, Marketing Manager de Flonq.



Francisco Machado, Agustín Figueras, Carlos Martínez y Javier Blanco Urgoiti, de Davidoff of Geneva Iberia.



Aleix Bollo, Nuria Codina Alés, María Teresa Alés Amat, Jaume Codina Ferrés, de la Expendeduría Nº 20 de Lleida.



David Galliker, Zippo Managing Director EMEA; Roberto Sánchez, Zippo Sales Representative National Manager; Amelia Ortiz, Zippo Loyalty Programs Manager EMEA; y Javier Megino (CEO de Grupo Megino).



Pedro Gómez Gallego, Elena Fernández Pallarés, Enrique Puente Fernández, Inmaculada Domínguez de las Heras, Alberto Cantero Rodríguez, de COMET.



Alfonso González Martínez y Juan Carmona Leiva y José María Palomeque, de S. T. Dupont.



Juan Manuel Calvo, Pepe Palacios, Omaira Sánchez y Vladimir Rodríguez, de La Casa del Tabaco.



Agustín Alberto Martín (Philip Morris España y Portugal), Manuel Villalba Gil (Expendeduría La Cala Marbella), Daniel Cuevas (presidente de Philp Morris para España, Portugal y Andorra), Óscar Ibáñez Artigas (Expendeduría 53 de Zaragoza) y Xavier Domenech Droguet (Expendeduría 2 de Playa de Aro).



Juan José López Yáñez, José María Rosa Pedrianes, Francisco Barrio Colina y José Antonio Garrido Vila, de Vandermarliere Cigar Family Spain.



Águeda García-Agulló, directora general de la Mesa del Tabaco, y Raúl Rodríguez de Alba.



Elena Viana, ex-presidenta de la Unión de Estanqueros, y Gonzalo Otero, de Philip Morris España y Portugal.



Juan Carlos Carretero Arévalo y Miriam Pacios Sánchez, de la Expendeduría Nº 2 Piedralaves.



María del Carmen García Casares y Gerardo Quirós Muñoz, de la Expendeduría 1 de Navalperal de Pinare.



Beatriz Rodríguez Gómez, Ángela Gómez Gómez y Mónica Rodríguez Gómez, de la Expendeduría Nº 5 de Alcobendas (Madrid).



Alain Giraud, de Euromonitor International.



Enric Galcó Josa, Expendeduría Nº 2 de Cunit.



Juan Antonio Sabuco Ibarra, de la Expendeduría 65 de Madrid.



Jorge Juan Moya Corrales y Paloma Poveda Ramos, de la Expendeduría número 863 de Madrid.



Juan Carmona Leiva, de S.T. Dupont, con los estanqueros Inaxio Vadillo Querejeta y Miguel María Ibarra.



Raquel Nicolás Sánchez y Pedro Culebras Bustos, de la Asociación de Madrid de Expendedores de Tabaco y Timbre (AMETT).



Manuel Ángel Manzano Poveda y Ana María Domínguez Andrino, de la Expendeduría 35 de Salamanca, y Miguel Sánchez Hernández, de Ibertabac Comercial.



Purificación García Alvarado y Laura García, Expendeduría Nº 1 de Alorcón.



Raúl Rodríguez de Alba, director de LBF Retailers for the Future, y Justo Rico, Managing Director de Premium Cigar Brands.



Elena Vecurt y María del Carmen Rivera Fernández, de la Expendeduría de La Vaguada (Madrid).



Ascensión Mariscal Sánchez y Manuel Villalba Gil, de la expendeduría La Cala Marbella.



Lucía Gimeno Giménez, Eva Giménez Mora, José Francisco Gimeno Llido y Nayara Izquierdo García, de la Expendeduría Nº 4 de Sagunto.



David Quintero Pérez y Beatriz Gómez Chacón, Expendeduría Nº 70 de Sevilla.



Oliver Fernández López y María Rial Vázquez, de la Expendeduría 112 de Madrid.



Carlos Fuster Lozano y Fernando Redondo Zamorano, de la Expendeduría Nº 264 de Barcelona.



José Francisco García Subiela y Alejandro Valcárcel, de la Expendeduría Nº 4 de Mazarrón (Murcia).



Francesc Xavier Jiménez de la Parte y Mónica López Moreno, de la Expendeduría Nº 10 de Figueras (Gerona).



David Galliker, Roberto Sánchez y Amelia Ortiz, de Zippo.



Francisco Blas García García, de la Expendeduría N° 8 de Vélez-Málaga (Málaga).



Igor Yagubkin (Flonq Europe), Katrin Fischer (InterTabac) y Marina Popova (Flonq Europe)



Carlos Fuster Lozano, de la Expendeduría N° 264 de Barcelona.



David Quintero Pérez y Beatriz Gómez Chacón, Expendeduría N° 70 de Sevilla, con Santiago Costas Sanz (Logista), José González Amelín (RELX), Jesús García (Logista) y Rocio Li, de Relx International.



Juan Carmona y Alfonso González Martínez, de S.T. Dupont, con Carlos Zoein, de TCI.



Raúl Rodríguez de Alba, Ana María Berrueto López, de la Expendeduría 243 de Barcelona, y Elena Viana.



Juan Carlos Carretero Arévalo y Miriam Pacios Sánchez, de la Expendeduría N° 2 de Piedralaves.



María Teresa Alés Amat y Jaume Codina Ferrés, de la Expendeduría N° 20 de Lleida.

ENJOY THE **Austin** WAY OF LIFE

4.40 €

Fumar aumenta el riesgo de ceguera
Ayuda para dejar de fumar: <http://puedesDejarlo.es>

GOOD **Austin** VIBES ONLY

WELCOME TO **Austin**

LIMITED EDITION

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

XI Premios Retailers 2024

IMÁGENES DE UNA NOCHE INOLVIDABLE

Tras la entrega de los Premios Retailers 2024, todos los asistentes se desplazaron a Morris - Fortuny Home Club para festejar a los galardonados y compartir unos momentos más desenfadados, amenizados por música, buen humor, un excelente catering y buenos humos.

Fotos: Adrián Vázquez



Oliver Fernández López y María Rial Vázquez (Expenduría 112 de Madrid) y Anton Zhuk (JTI Iberia).



Fernando Redondo Zamorano y Carlos Fuster Lozano.



Alfonso González (S.T. Dupont) y Jorge Fernández Cabezas (Tabacalera).



Santiago Ibarra (B2B ventas, BAT), Paloma Poveda Ramos, Miguel Blanco León (director general Centro/Oeste de BAT), y Jorge Juan Moya Corrales (Expenduría 863 de Madrid).



Fernando Angosto Latorre (Area Sales Manager de BAT), Mónica López Moreno y Francesc Xavier Jiménez de la Parte (de la Expenduría N° 10 de Figueras) y Jorge Cebrián (director Regional Norte/Este de BAT).



Miriam Pacios Sánchez y Juan Carlos Carretero Arévalo.



Lucía Gimeno Giménez, Eva Giménez Mora y Nayara Izquierdo García.



Francisco Barrio (Vandermariere Cigar Family) y Pepe Palacios (La Casa del Tabaco).



Leonardo Mancini, Begoña de Horna, Ángel Benavides, Xavier Argelés y Joaquín Lorenzo, de Landewyck Tabacos España.



Begoña de Horna y María del Carmen Rivera.



Juan González Antón (Logista) e Ignacio Vicario Aza y Manuel Losada Alvear (JTI Iberia)



Jesús García Cantero, Manuel Bascoy, Salvador Vera, Fernando Bermejo y Miguel Ángel Martínez.



Raúl Rodríguez de Alba con Fátima López Amor, Sijing Xiang y Consuelo Murtag Ahumada, de Elfbar y Lost Mary.



David Galliker y Roberto Sánchez, de Zippo.



Katrin Fischer (InterTabac), Igor Yagubkin y Marina Popova (Flonq Europe)



Xavier Domenech Droguet (Exp Nº 2 de Playa de Aro), Manuel Villalba Gil (Expendeduría La Cala Marbella) y Juan Manuel Calvo (La Casa del Tabaco).



Silvia de la Rueda Madero (de la Expendeduría 485 de Madrid), Laura Recio (Senior Manager Regional Sales, Philip Morris) y Carlos Vicente Marhuenda Lillo (de la Expendeduría 65 de Madrid).



Francisco Machado, Agustín Figueras, Javier Rodríguez Lera, Carlos Martínez y Javier Blanco Urgoiti.



José María Rosa, Juan José López, Francisco Barrio y José Antonio Garrido, de Vandermarliere Cigar Family.



Aleix Bollo, Ana María Berruezo López (Expendeduría 243 de Barcelona), Nuria Codina Alés, María Teresa Alés Amat, Jaume Codina Ferrés (Expendeduría 20 de Lérida).



Irene Manzanaro, Victoria Vidal, Carlota Soler Molina y Amanda Cruz Valle, de Philip Morris España y Portugal.



José Antonio Inchusta, Patricio Martín Vico, Rocío Li, José González Amelín y Juan Carlos Rivas, de RELX.



Arriba, Pepe Aguirre, secretario del Club de los 100 Puros, y Raúl Rodríguez de Alba. En el centro, Juan Carmona Leiva, Alberto Lucas, María Abelleida, Jaime Molinero, María Juana Granado Morán, María del Carmen Moretón Blanco e Inaxio Vadillo Querejeta. A la derecha, Sergio Chércoles (TCI), Ainhoa Capdevila (Philip Morris España y Portugal) y José María Espinar y Jaime Bielsa (Unión de Estanqueros).



Arriba, María Abelleida, Jaime Molinero, María Juana Granado Morán y María del Carmen Moretón Blanco. En el centro, Daniel Moreno (Expendeduría 553 de Madrid), Manuel Losada Alvear (JTI Iberia) y Antonio Moreno Florencio (Expendeduría 133 de Sevilla). A la izquierda, Juan Tallada (Philip Morris España y Portugal), Águeda García-Agulló (Mesa del Tabaco) y Jorge Segura (Logista). Abajo, José Antonio García, Anton Zhuk, Ángela Hernández y Uxía Tizón, de JTI Iberia. En el centro, Beatriz Gómez Chacón, David Quintero Pérez (Expendeduría 70 de Sevilla) y Rocío Li (RELX). A la izquierda, Elena Molina Fernández, Carlota Soler Molina, Ana María Berruezo López y Elena Viana.



Arriba, Ramsés Gonzalo (BAT), Juan González Antón (Logista), Miguel Germán Blanco y Álvaro Rodríguez de Codes (BAT). En el centro, José Francisco García Subiela, Dayana Urquijo, Alejandro Valcárcel y Raimundo de los Reyes. A la izquierda, Cristina Agudo Jorrillo y Cristina del Diego Rodríguez, de BAT España.



**NUEVA
IMAGEN**



FILTRO DE PAPEL

**4⁷⁰
EUR**



CÓDIGO
24720



**TABACO
COMPROMETIDO**
con los agricultores
Obtenga más información sobre
nuestro compromiso de apoyo
con la comunidad agrícola.

Tabaco deshojado a mano.

No testado en animales.

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



CÓDIGO
30449

**4⁹⁵
EUR**



CÓDIGO
3503936

LA MARCA DE LIAR, CON UN **SIN ADITIVOS.**
DE **MAYOR CRECIMIENTO** EN 2024
[+83%] Fuente CMT abril 2024

Únete al Club
Landewyck



LANDEWYCK
IBERIA

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

Director general de BAT España y Portugal

JAVIER ÁLVAREZ BALLESPÍN

“TENEMOS UNA OPORTUNIDAD ÚNICA PARA TRANSFORMAR LA INDUSTRIA”

Javier Álvarez Ballespín (Tours, Francia, 1976), licenciado en administración de empresas y logística, es el nuevo directo general de BAT España y Portugal desde el pasado mes de febrero, una empresa en la que ingresó en 2001 y donde ha pasado 15 años trabajando en diferentes roles, hasta alcanzar el puesto de director de ventas. Ha cosechado una amplia experiencia internacional desempeñando diversos puestos en Londres, París y Bruselas, dentro de los ámbitos de la logística, ventas y marketing, y justo antes de su regreso a España ha sido el director general de BAT para los mercados de Bélgica, Luxemburgo y Países Bajos.

Fotos: Adrián Vázquez



Javier Álvarez Ballespín analiza estos 15 años de desarrollo profesional en BAT en diferentes puestos, principalmente, como director de ventas, y afirma que “me permitieron conocer profundamente la industria y toda la red de estancieros. Con algunos, incluso, trabajé muy de cerca. Desde esta experiencia tan enriquecedora ahora quiero contribuir a que BAT se convierta en un referente en nuestro mercado, si no lo es ya, y liderar el camino hacia un Mundo sin Humo”.

○ Tras esta larga trayectoria, ¿cuál es su opinión sobre cómo ha cambiado el sector desde que se incorporó a él?

Ya llevo aquí unos meses y tengo que decir que estoy muy ilusionado, por distintas razones. Estar de vuelta en España es, en cierta manera, volver a mis raíces. Es cierto que el sector ha cambiado desde que me fui y se presenta un proyecto en el corto medio plazo muy retador.

La industria en nuestro país ha evolucionado enormemente y aunque se presentan muchos retos, creo que el sector del tabaco y la nicotina y, en especial BAT, está atravesando un momento histórico, similar al que atravesó en su momento la tecnología de los móviles o, el que estamos viviendo hoy en día, con el paso de la gasolina a la energía eléctrica en el sector automovilístico.

BAT ha experimentado una profun-

da transformación desde 2016 hasta ahora, pasando de ser una empresa más tradicional, centrada en el tabaco, a convertirse en una compañía mucho más dinámica, renovada, enfocada en la innovación, la tecnología y la ciencia. En 2020 establecimos los pilares de nuestra estrategia para conseguir Un Mañana Mejor, reduciendo el impacto de nuestro negocio en la salud. Recientemente, con el objetivo de acelerar la siguiente fase de nuestra transformación, hemos ido más allá y nos hemos comprometido a crear “Un Mundo sin Humo”. Por ello, nos hemos convertido en la única compañía multicategoría de nuestro país, ofreciendo todos los productos de nueva categoría en el mercado español con los que pretendemos alentar activamente a los fumadores a cambiar hacia alternativas de menor riesgo para la salud.

Y ésta parece ser una tendencia de fuerte crecimiento en un panorama en el que la gente cada vez más busca maneras de consumo más responsables y con menor riesgo para su salud.

“Las Nuevas Categorías de menor riesgo juegan un papel fundamental en los objetivos de reducción del riesgo a nivel mundial y no se puede obviar”, comenta en relación a las futuras normativas. “Si queremos que algo cambie, no podemos seguir haciendo las cosas de la misma manera”.

○ Antes de acceder a esta nueva responsabilidad, ha desempeñado el cargo de director general para Bélgica, Luxemburgo y Países Bajos. ¿Cómo de diferentes son estos mercados de los de España y Portugal, en los que ahora accede a este cargo?

Mi rol anterior al volver a España fue el de director general de BAT para los mercados de

Benelux. Cada mercado es diferente, pero en lo que corresponde a las marcas, las dinámicas y las tendencias es algo más similar, salvo aspectos más culturales. Lo que sí podemos resaltar son las medidas que se están implantando en estos países. En este sentido, la implantación del empaquetado genérico y, entre otras medidas, las subidas de precio desproporcionadas han provocado un aumento del tráfico ilícito y contrabando en torno a un 20-25% en Bélgica y Países Bajos. Sin embargo, la incidencia de tabaquismo en el país apenas se ha visto afectada, lo que confirma que dichas medidas no son precisamente las más adecuadas para reducir las tasas.

Desde BAT no ponemos en duda que deben existir medidas. De hecho, abogamos por un mayor control y regulación que evite la venta a menores, pero siempre responsables y proporcionados, basados en la evidencia y la ciencia. La importancia de que estas categorías estén accesibles a los fumadores adultos y que les brindemos todas las herramientas necesarias para que dejen atrás el cigarrillo con el fin último de alcanzar una sociedad sin humo lo antes posible es fundamental para nosotros. Luxemburgo es un mercado muy particular y distinto al de España, ya que se nutre principalmente del mercado fronterizo con Bélgica, Francia y Alemania. La principal diferencia es el hecho de que en España la venta de la categoría de

tabaco está limitada al monopolio de estancos. En Benelux, los cigarrillos se pueden vender en muchos más canales, detrás del mostrador. Sin embargo, en España nos encontramos con un modelo mucho más seguro y con garantía, con mayor control en la venta a menores. Esto en lo que se refiere al tabaco tradicional. Por lo que abogamos y queremos conseguir ahora, es por que esa seguridad y esas garantías se extiendan al resto de productos, a las Nuevas Categorías. Que todos, tanto fabricantes como establecimientos de venta, podamos tener unas garantías de control y sostenibilidad que nos ayuden a que el producto no llegue a los menores, a que se vendan productos de calidad y se nos permita comunicar con responsabilidad.

○ ¿Y qué supone para usted personalmente ser director general de la compañía para los mercados de España y Portugal?

Lo primero, para mí es un sueño cumplido. Es un privilegio y un orgullo poder liderar la compañía de tu propio país. Por otro lado, es una gran responsabilidad que asumo con un compromiso firme y totalmente alineado al propósito y misión de BAT. El reto que tenemos en los próximos años es grande, pero yo lo veo como una oportunidad única para transformar la industria y acelerar el camino hacia un Mundo sin Humo. Nuestro objetivo



LA NUEVA ETAPA ESTRATÉGICA DE BAT

○ Su nombramiento, como explicaban desde la compañía, supone el inicio de una nueva etapa estratégica para BAT. ¿Qué nos puede comentar en este sentido?

En España estamos presentes desde 1990 y hasta hoy la compañía ha sufrido una enorme transformación.

Aunque nuestro propósito de crear Un Mañana Mejor (A Better Tomorrow™) está claro desde hace ya unos años, si lo hemos reforzado con la visión de construir un Mundo sin Humo, con alternativas reales y aceptadas de productos de reducción del riesgo para cambiar a mejor y llegar a ser un negocio predominantemente sin humo para 2035.

Esta estrategia adaptada al propósito de 2020 se fundamenta en 4 pilares esenciales: ofrecer a los consumidores alternativas para que puedan elegir, desarrollar un crecimiento cualitativo, liderar la transformación a través de la ciencia y la innovación y construir un futuro sostenible.

Desde 2019, somos la única compañía del sector en España que contamos con todas las categorías de producto: cigarrillo tradicional, productos de vapeo, productos de calentamiento y bolsitas de nicotina. Y operamos con toda la garantía que nos da una ciencia robusta y revisada por terceros, como empresa seria y responsable que diseña y se dirige exclusivamente a consumidores adultos, que buscan alternativas con un menor riesgo.

Además de nuestro compromiso de abordar el impacto de nuestro negocio en la salud, también tenemos claro que nuestra sostenibilidad a largo plazo y la creación de valor garantizando un enfoque de primer nivel para gestionar nuestras otras áreas de ESG son claves. De esta manera, tenemos objetivos muy claros que afectan a

toda nuestra cadena de valor y a todos los territorios en los que operamos. Dentro de nuestros objetivos está lograr una reducción del 50% en nuestras emisiones de Alcance 1, 2 y 3 para 2030 y ser Net Zero en toda nuestra cadena de valor para 2050; para 2025 queremos reducir la cantidad total de agua que extraemos en un 35% para nuestras propias operaciones.

La circularidad también está en el centro de cómo gestionamos los recursos. Desde minimizar los desechos operativos hasta diseños innovadores de productos de Nueva Categoría, estamos abordando una creciente preocupación global sobre el plástico y otros desechos. Para 2025, nuestro objetivo es que el 100% de todos nuestros envases sean reutilizables, reciclables o compostables.

Otro aspecto esencial en nuestra estrategia son las personas, la diversidad y la cultura: atraer y retener a personas cada vez más diversas y brindar un ambiente de trabajo acogedor e inclusivo son impulsores clave en el viaje de transformación de BAT para construir Un Mejor Mañana. En este sentido tenemos el objetivo claro de aumentar la proporción de mujeres en puestos directivos al 45% para 2025, entre otros.

Ha sido para mí increíble, después de estos años fuera, vivir la renovación y evolución del sector. Me satisface mucho ver la profesionalización, modernización e innovación de los estancieros y puedo confirmar un gran salto cualitativo con respecto a otros países de Europa.

es generar un menor impacto en la salud a través de estos nuevos productos y alcanzar las metas en países como es el caso de Suecia, en donde únicamente el 5% de su población fuma.

Además, tengo el privilegio de contar con un equipo muy dinámico, diverso y altamente capacitado para consolidar la posición de nuestra compañía como referente y continuar con nuestro especial foco y compromiso en impulsar el desarrollo de las nuevas categorías de menor riesgo.

Con el futuro que tenemos por delante, mi intención es dar lo mejor de mí, del conocimiento que he podido adquirir y las experiencias que me han hecho llegar hasta este momento. Quiero que BAT contribuya activamente, liderando el cambio de la sociedad hacia un Mundo sin Humo. A nivel global, queremos alcanzar los 50 millones de consumidores de productos sin combustión en 2035 (24 millones actuales) y conseguir que el 50% de nuestros ingresos provengan de productos no combustibles para

2035, que asciende hoy al 16,5%. Mi compromiso es que España y Portugal se conviertan en los países con mayor impulso hacia ese objetivo global.

○ BAT es la única empresa presente en nuestro país con todas las categorías de producto. ¿Cuáles son sus planes para cada una de ellas y qué papel va a jugar el estanco en ellos?

Como empresa multicategoría, nuestro objetivo es ofrecer la mayor variedad posible de productos de riesgo reducido, como los dispositivos de vapeo, productos de calentamiento y bolsitas de nicotina. Todos ellos ofrecen una reducción del impacto en la salud considerable, ya que emiten entre un 95 y 99% menos sustancias tóxicas comparadas con el cigarrillo tradicional, al no producirse ningún tipo de combustión, que es la principal causa de enfermedades relacionadas con el tabaquismo. Nos gustaría centrarnos en el crecimiento de nuestros productos de nueva categoría en lugar de compararlos con nuestros competidores. Dicho esto, lanzamos nuestro primer producto de vapor en 2013 en todo el mundo y hoy somos la marca más vendida en el mundo con VUSE. En España, VUSE es también la marca #1 y preferida por los usuarios, pero no nos detenemos y seguimos mejorando continuamente nuestra gama, poniendo la calidad, responsabilidad y la ciencia en el centro de cualquier innovación para poder seguir satisfaciendo a los consumidores adultos, ayudándoles a que cambien el hábito del tabaco tradicional por las Nuevas Categorías y poniendo medidas de concienciación y formación con nuestros clientes para evitar la venta hacia los menores.

En febrero de este año lanzamos Veo™. Esta es la nueva apuesta de BAT de productos de riesgo reducido libre de tabaco y combustión compatible con glo™. Veo™ busca ofrecer a los usuarios adultos de nicotina experiencias diferenciales.

La principal diferencia es que Veo™ utiliza como base Rooibos, una planta consumida comúnmente como una infusión herbal sin cafeína. Encontramos la necesidad en muchos fumadores y consumidores de nicotina que buscan alternativas sin el sabor a tabaco. Con Veo™ la compañía va un paso más allá y ofrece a los usuarios de nicotina y fumadores adultos una variedad más amplia de productos de riesgo reducido libre de tabaco. El nuevo producto está teniendo muy buena acogida por parte de los estancieros y los fumadores adultos.

Otro de nuestros productos de riesgo reducido es VELO, una bolsa que contiene nicotina, pero que no contiene tabaco. Se coloca entre la encía y el labio y libera nicotina. Este producto de riesgo reducido no requiere de combustión ni calentamiento. Es un producto que es aún poco conocido por el consumidor español, pero es el producto estrella en países nórdicos, EE.UU. y creciendo muy rápido en Europa y Reino Unido. Suecia es el mejor ejemplo aplicable al éxito de este producto, ya que gracias a su

incorporación al mercado el país ha logrado alcanzar el objetivo de reducción de la tasa de tabaquismo al 5%. En nuestro país aún estamos en una fase muy primaria, en donde el consumidor tiene que adaptarse ya que el ritual es distinto al de consumir un cigarrillo. Este producto novedoso va a contribuir claramente a la agenda de un Mundo sin Humo y de mucho menor impacto en la salud.

En cuanto al estanco, para nosotros es el mejor aliado y juega un papel absolutamente clave. Ellos son el contacto, la cara visible y la experiencia hacia el consumidor final. La capacidad de adaptación de muchos de ellos ante la llegada de los productos

de Nueva Categoría es excepcional. Además, ellos nos ayudan en nuestro firme compromiso de evitar el acceso de cualquier producto a menores, ya que nuestros productos están diseñados y dirigidos exclusivamente para adultos fumadores. Es por eso que defendemos que, como con el tabaco tradicional, se establezca un sistema de licencias necesarias que posibilite la venta de estos productos en establecimientos con un control estricto, lo que dificulte el acceso

“Tenemos que poner las medidas pertinentes para que los menores no accedan a los mismos, hacer productos de calidad y sostenibles, pero siempre dirigidos a un público adulto e informado”, afirma Javier Álvarez Ballespín.



a estos productos a cualquier persona que no sea mayor de edad.

○ Comentaba su predecesor en el cargo, que 2024 iba a ser un año de refuerzo de la oferta de tabaco calentado de BAT. ¿Cómo se va a llevar a cabo ese refuerzo?

Desde BAT, la innovación es uno de nuestros pilares estratégicos. No cesamos día tras día en la investigación y la mejora en innovación de nuestros productos. Invertimos casi 400 millones de euros y empleamos actualmente a más de 1.500 especialistas en I+D de 40 nacionalidades (incluidos 40 toxicólogos, 600 científicos e ingenieros y 200 colaboradores internos), en nuestros centros de innovación para encontrar nuevas formas de contribuir a reducir los daños causados por el tabaco y ofrecer alternativas

de alta calidad y seguridad. Apostamos por las Nuevas Categorías para construir un Mañana Mejor donde haya espacio para un Mundo sin Humo. En este sentido, como comentaba anteriormente, hemos lanzado nuevas alternativas de riesgo reducido en la categoría de tabaco calentado incorporando a nuestra oferta Veo™, apoyada con el lanzamiento de nuestro nuevo dispositivo glo™ Pro, el único en España que incorpora una pantalla digital, con un sistema de calentamiento mejorado y un diseño exclusivo, entre otras novedades.

○ ¿Qué mensaje le gustaría transmitir desde estas páginas al resto de la cadena de valor del tabaco en nuestro país?

Como persona que ha trabajado muy de cerca con los estancieros en mi carrera profesional y que, creo, conozco bien, puedo decir que son nuestros mejores aliados. El estanco representa nuestro principal punto de acceso a los consumidores adultos y su contacto más directo, en el que confían. También desempeñan

un papel crucial en la prevención de la venta de productos de nicotina a menores, algo fundamental para BAT. Por ello, creo que la relación de BAT y los estancieros debe ser constante, de confianza y responsable. Y me atrevo a decir que, ahora más que nunca, en un panorama como el que tenemos con un nuevo plan de tabaco encima de la mesa por parte del Gobierno, en el que quieren seguir restringiendo a un sector legítimo como el nuestro, necesitamos aunar fuerzas y remar en la misma dirección.

Por último, quiero hacer hincapié en la importancia de la responsabilidad compartida de las empresas y los estancieros en el marketing y las prácticas de venta de estos productos. Es necesario, y cada vez se evidencia más, que tenemos que poner las medidas pertinentes para que los menores no accedan a los mismos, hacer productos de calidad y sostenibles, pero siempre dirigidos a un público adulto e informado. Asumir esta responsabilidad es crucial para construir juntos un mañana sin humo y darle un futuro a nuestro sector.

MOMENTO DIFÍCIL, PERO CRUCIAL, PARA DETERMINAR EL PRESENTE Y FUTURO DE NUESTRO SECTOR

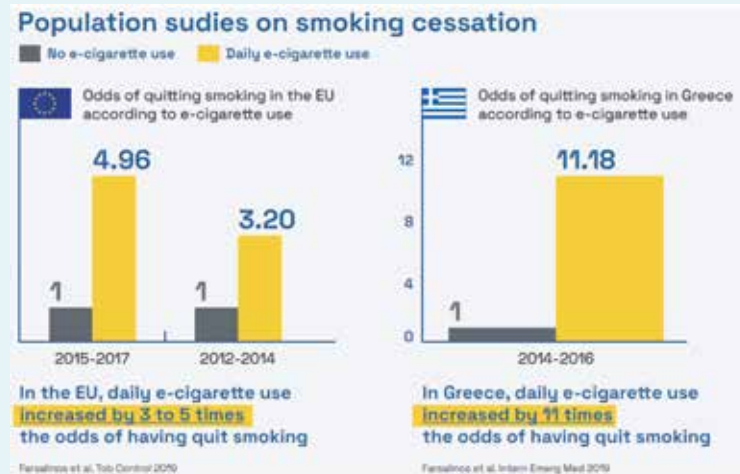
○ He de preguntarle por los planes legislativos en torno al sector que están en la agenda del Gobierno, que contemplan subida de precios vía impuestos, ampliación de espacios libres de humo e, incluso, el empaquetado genérico, mayor regulación en las Nuevas Categorías. ¿Qué opina sobre estas medidas?

Estamos en un momento difícil, pero crucial, para determinar el presente y futuro de nuestro sector. No olvidemos que este sector emplea a muchas personas y es una parte relevante de nuestra economía en España.

En toda esta transición, las Nuevas Categorías de menor riesgo juegan un papel fundamental en los objetivos de reducción del riesgo a nivel mundial y no se puede obviar. Si queremos que algo cambie no podemos seguir haciendo las cosas de la misma manera. Es el caso de los sabores en el vapeo, cuya evidencia ha demostrado que son clave para propiciar el cambio desde el cigarrillo tradicional. O las políticas adecuadas que demuestran cómo es posible reducir el tabaquismo drásticamente.

El último estudio publicado recientemente, “No Smoke, Less Harm”, muestra que Suecia ha experimentado una reducción del 80% en el número total de fumadores desde 1963, cuando los registros estuvieron disponibles por primera vez, a pesar de un aumento demográfico del 30% durante el mismo período. La clave del éxito de Suecia es su larga historia de apertura a la innovación y alternativas más seguras.

Con la vista puesta en buscar ese “Mañana Mejor” para todos (empresa, estanco, consumidor, regulador y sociedad) creemos que una regulación inteligente que nos permita operar en un entorno seguro, que proteja el acceso de los menores, con un sistema de licencias que no permita a cualquiera vender los nuevos productos de nicotina; y que dé acceso a los consumidores adultos a productos de calidad que cumplan con estándares y prácticas que protejan la salud pública y promuevan la transparencia en la industria es fundamental. Esto nos llevará a conseguir los objetivos buscados.



¹Estudio “No Smoke, Less Harm”. Smoke Free Sweden, 2024.

ESTANCOS ÉLITE

EL SOFTWARE MÁS COMPLETO PARA LA GESTIÓN DE TU ESTANCO



COMODIDAD

Trabajas ágilmente y sin molestias



PRIVACIDAD

No compartes tus datos con nadie



SERVICIO

Evitas dependencias, obligaciones y penalizaciones



CONFIANZA

Te sientes acompañado y escuchado

LKBITRONIC
900 118 694 · www.lkbitronic.com



Escanéame para más información

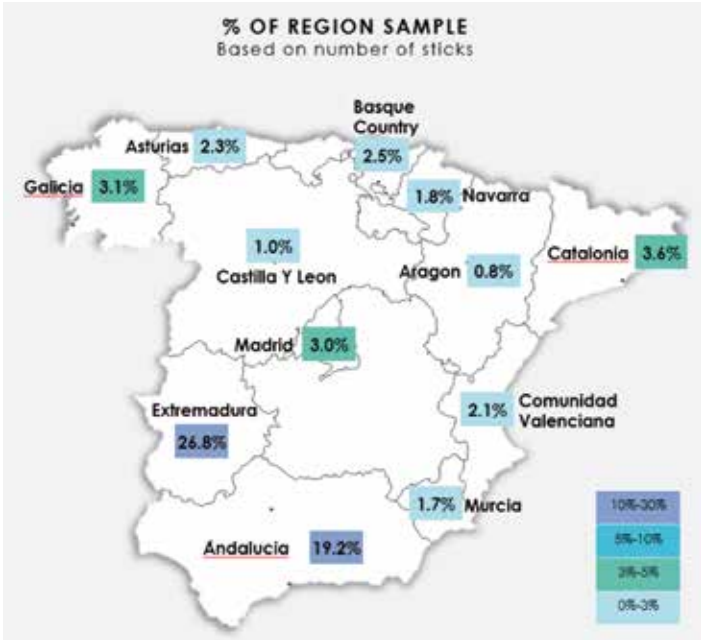
Comercio ilícito de tabaco en 2023

Ligero repunte del comercio ilícito de tabaco e incremento de las falsificaciones

Según la última Encuesta de Paquetes Vacíos (EPS)^[1] elaborada por la consultora Ipsos para diferentes empresas tabaqueras del sector, correspondiente al segundo semestre de 2023 (Q4), el volumen nacional de consumo de tabaco no doméstico, medido en cigarrillos, registró un ligero aumento hasta alcanzar una prevalencia del 5,6%, que supone un incremento de 9 puntos respecto al 4,7% registrado en el primer semestre del mismo año. Sin embargo, respecto al mismo periodo de 2022, lo que muestra es una tendencia descendente, pasando de una prevalencia sobre el total del volumen de consumo del 5,8% (Q422) al 5,6% (Q423).

Los datos, recogidos en nocontrabando.altadis.com, señalan también que, en lo que respecta a falsificaciones, continúa la tendencia creciente de las últimas cuatro oleadas, pasando del 1,2% del primer semestre al 1,4% en este segundo periodo. “La falsificación de tabaco es la tipología de contrabando más perjudicial por la falta de controles sanitarios y de calidad. Según los últimos datos disponibles, su peso en el total del consumo no doméstico se mantiene, pero la tendencia nos muestra que sigue creciendo”, explica Rocío Ingelmo, directora de Asuntos Legales y Corporativos de Altadis.

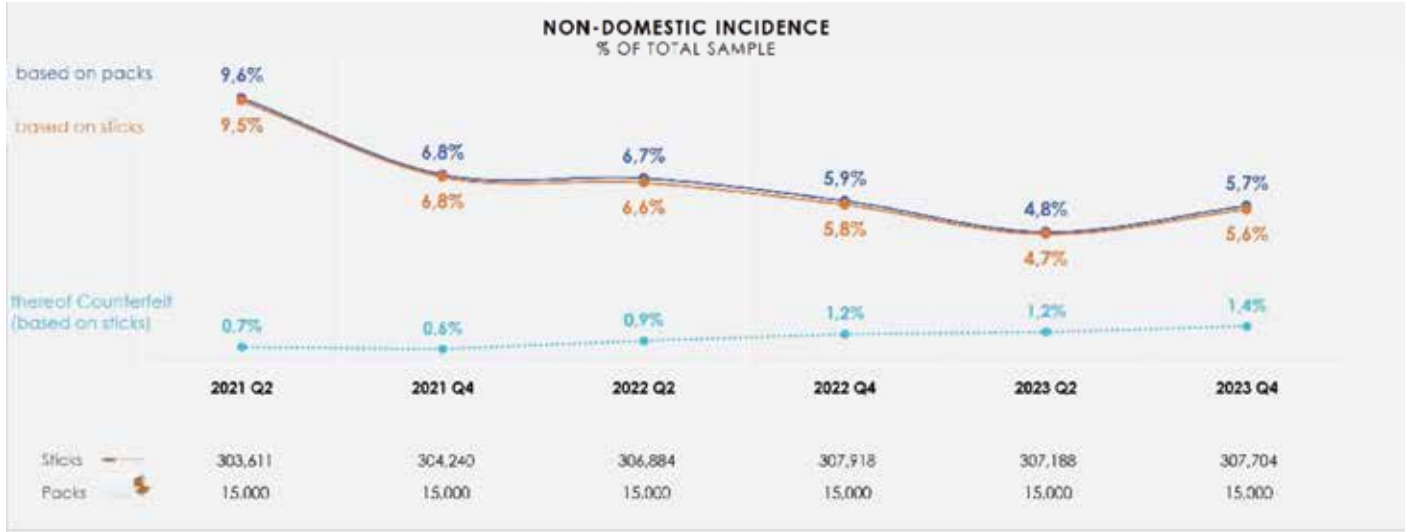
ANDALUCÍA Y EXTREMADURA
Por Comunidades Autónomas, Andalu-



cía y Extremadura registran la mayor incidencia de consumo no doméstico sobre volumen total. Así, la prevalencia en Andalucía se situó en un 19,2% respecto al total, lo que supone un incremento de casi 8 puntos en comparación a la oleada anterior (11,6% en 2Q de 2023). Si bien, esta cifra está en línea con la registrada en el mismo periodo del año anterior, en la que el volumen de ilícito estaba en un 18,3%. Por su parte, en Extremadura, el 26,8% de los paquetes vacíos analizados en el último trimestre de 2023 provenían de tabaco no doméstico, lo que supone un crecimiento de más de 16 puntos respecto a la oleada anterior y de 13 puntos sobre el mismo periodo de 2022. Es importante destacar que, por la metodología de la

encuesta, Extremadura supone sólo el 1% del total de muestras recogidas a nivel nacional, mientras que Andalucía equivale al 17%.

441 MILLONES DE EUROS DE PÉRDIDAS
Teniendo en cuenta esta tendencia nacional de consumo de tabaco no doméstico, la pérdida estimada de recaudación fiscal, procedente del comercio ilícito, se situó en 441 millones de euros en 2023; un 16% menos respecto a 2022, cuya cifra estimada fue de 525 millones de euros. “Aunque es buena noticia que las pérdidas para el Estado se reduzcan, aún son altas y ponen de manifiesto que el contrabando de tabaco afecta a la riqueza del país y a toda la sociedad”, explica Rocío Ingelmo.



En Málaga y Sevilla

Desarticulada una organización dedicada al contrabando de tabaco con más de 12 toneladas de picadura y precursores

Agentes de la Policía Nacional, en una operación conjunta con la Guardia Civil y Vigilancia Aduanera de la Agencia Tributaria, han desarticulado una organización criminal dedicada al contrabando de tabaco con más de 12 toneladas de material. Se han intervenido más de 3.000 kilos de tabaco de contrabando y más de 9.000 de material precursor de fabricación ilícita de labores de tabaco y se han desmantelado cinco fábricas de picadura y dos almacenes de hoja de tabaco en las provincias de Málaga y Sevilla.

La investigación se inició a finales del año 2023, cuando se detectó una nave industrial en la localidad malagueña de Mollina que estaba siendo utilizada como lugar de ocultación, almacenaje, preparación y fabricación de tabaco de contrabando que posteriormente era distribuido por toda la geografía nacional. Tras las indagaciones de los agentes se pudo identificar a parte de los integrantes de la organización por lo que, a partir de ese momento, comenzó a desarrollarse un operativo en distintos puntos de la geografía andaluza. A través de distintas diligencias de investigación fueron detectadas numerosas ubicaciones, naves y domicilios de interés que albergaban cada una de las fases que componen la producción ilícita de cigarrillos de tabaco ilegal.

DESDE PICADO DE HOJA HASTA ENVASADO
En la primera fase de explotación de la investigación, una vez establecida la rutina diaria de trabajo llevada a cabo por los miembros de la organización, se arrestó a once personas presuntamente involucradas en los hechos y se desmanteló una fábrica ilegal de picadura de tabaco en la localidad de Mollina (Málaga). En la nave, se encontraba establecida una cadena de montaje compuesta por diversas máquinas empleadas en el procesamiento y picado de la hoja de tabaco, envasadoras y otros materiales. En el interior de la nave, así como en un vehículo que se encontraba en las inmediaciones, fueron intervenidas 1.209 kilos de picadura de tabaco y 2.880 kilos de strip, hoja de tabaco troceada, tres máquinas picadoras y diversos materiales precursores necesarios para desarrollar la fase inicial de picado de tabaco.



Durante la operación conjunta de la Agencia Tributaria, la Policía Nacional y la Guardia Civil, denominada Fat Kifla Tabavan, se han desmantelado cinco fábricas de picadura y dos almacenes de hoja de tabaco en las provincias de Málaga y Sevilla.



Las indagaciones de los agentes permitieron averiguar que la comercialización se materializaba a través de canales ilícitos de distribución y, según los investigadores, se estima una cuantía defraudada superior a los 2.000.000 de euros.

Continuando las investigaciones, a finales de abril se desarrolló una segunda fase de la operación que finalizó con la detención de 13 personas, y la realización de cinco entradas y registros, tres en la provincia de Sevilla y dos en la de Málaga. Además, se llevaron a cabo tres inspecciones en naves industriales en las mismas provincias –dos en Sevilla y una en Málaga–, permitiendo desmantelar cuatro fábricas de picadura y dos almacenes de hoja de tabaco troceada, y la intervención de más de 6.490 kilos

de hoja de tabaco tipo strip y 2.500 kilos de picadura.

ARMAS
Durante el operativo se han intervenido cinco armas de fuego –un subfusil, un rifle con mira telescópica, una pistola con silenciador, una escopeta que figuraba como sustraída y una pistola de fuego–, tres armas de aire comprimido –dos revólveres y una carabina–, cinco armas blancas –cuatro machetes y una catana–, 75.175 euros en efectivo y 12 vehículos entre los que se encuentran varios de alta gama y dos camiones, así como maquinaria para el procesado del tabaco. Las indagaciones de los agentes permitieron averiguar que la comercialización se materializaba a través de canales ilícitos de distribución y, según los investigadores, se estima una cuantía defraudada superior a los 2.000.000 de euros.

Publicadas las guías para que las enfermeras puedan indicar fármacos para dejar de fumar

El Boletín Oficial del Estado ha publicado dos guías para la indicación, uso y autorización de dispensación de medicamentos sujetos a prescripción médica por parte de los enfermeros, elaboradas por la Dirección General de Salud Pública y Equidad en Salud del Ministerio de Sanidad. Una de estas guías, en concreto, es la «Guía para la indicación, uso y autorización de dispensación de medicamentos sujetos a prescripción médica por parte de las/los enfermeras/os: deshabituación tabáquica».

La guía sobre tabaco tiene en cuenta la atención sanitaria y los tratamientos para la deshabituación tabáquica y se pone de manifiesto que cada año fallecen en España alrededor de 50.000 personas, como consecuencia del consumo de tabaco: el 33,1% se debe a cáncer de pulmón, siendo la primera causa de muerte atribuible al tabaquismo, seguido de enfermedades cardiovasculares, con un 27%, y enfermedades respiratorias, con un 23%. Según el Ministerio de Sanidad, en la atención a las personas fumadoras se deben garantizar la accesibilidad al consejo sanitario respecto al consu-

mo de tabaco y la exposición al humo del tabaco ambiental, y a los distintos recursos de ayuda para dejar de fumar. Para ello, destaca el rol del enfermero, que considera es fundamental mediante una valoración individualizada (del grado de aceptación, la adherencia al tratamiento, la aparición de efectos secundarios y síntomas derivados del síndrome de abstinencia), la combinación de intervenciones para modificar la conducta y el uso de fármacos eficaces en base a los protocolos establecidos, que garantizan el seguimiento protocolizado del tratamiento farmacológico de estos

pacientes en colaboración con el resto de profesionales. Esta guía, aprobada por la Comisión Permanente de Farmacia del Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud (CISNS) en febrero de este año, se ha llevado a cabo también por la colaboración y/o validación de expertos externos de diferentes ámbitos profesionales (medicina, enfermería, farmacia) y un grupo de profesionales en representación de las organizaciones sanitarias y corporaciones profesionales implicadas. La revisión de los contenidos de esta guía se realizará también al menos cada cinco años, con objeto de incorporar la nueva evidencia disponible.

Afectará desde el 31 de julio a todos los cigarrillos king size y unos meses más tarde al resto

Canadá obliga ya a advertencias de salud en cada cigarrillo

Desde ahora, todos los cigarrillos king-size vendidos en Canadá llevarán una advertencia de salud impresa en el filtro, escrita en inglés y francés, según ha informado la cadena de televisión CTV News. Esta medida, pionera en el mundo, busca concienciar a los fumadores sobre los peligros del tabaquismo, incluso antes de encender el cigarrillo.

Las advertencias alertarán a los usuarios sobre los riesgos de fumar con mensajes entre los que se incluyen la impotencia, la leucemia y el daño a los órganos y suponen que Canadá se convierte así en el primer país en hacer obligatoria esta práctica, comenzando con los cigarrillos de tamaño king-size y extendiéndose a los de tamaño regular para el 31 de enero de 2025. Los minoristas, según la información de CTV News, podrán vender cigarrillos king-size sin estas nuevas etiquetas hasta el 31 de julio de 2024, y los cigarrillos normales hasta el 30 de abril de 2025. Una vez implementada por completo, cada cigarrillo en el mercado canadiense estará marcado con una de seis advertencias diferentes, diseñadas para impactar

a los consumidores con mensajes claros sobre los peligros del tabaco. El impacto de esta medida va más allá de los consumidores habituales de tabaco. Rob Cunningham, analista senior de políticas de la Sociedad Canadiense del Cáncer, destaca que estas advertencias generarán discusiones no sólo entre los fumadores en sus pausas, sino también entre los niños en sus hogares. “Los diferentes mensajes resuenan con diferentes personas”, señala, destacando cómo estas



advertencias específicas pueden afectar a distintos grupos demográficos. La Sociedad Canadiense del Cáncer tiene como objetivo ambicioso reducir el tabaquismo al 5% para el año 2035 y espera que estas nuevas reglas contribuyan significativamente a este objetivo. Con cada cigarrillo portando un recordatorio visible de sus peligros potenciales, se espera que los fumadores reconsideren su hábito y, en última instancia, opten por un estilo de vida más saludable.

Litto Gómez y Ciro Cascella, elegidos presidente y vicepresidente de la Asociación Procigar

La Asociación de Fabricantes de Tabacos Dominicanos, Procigar, celebró el pasado martes 30 de abril de 2024, la Asamblea General Anual. Luego de un proceso electoral, los miembros de Procigar, han elegido a Litto Gómez como su nuevo presidente y a Ciro Cascella como vicepresidente de la nueva junta directiva que liderará la Asociación durante los próximos dos años (2024-2026).

En el mismo marco, se ha realizado un reconocimiento honorífico a Hendrik Kelner nombrándolo presidente vitalicio por su gran dedicación al desarrollo de la Asociación. Procigar ha manifestado lo mucho que aprecia sus 32 años de servicio a la industria. Procigar fue formado en 1992 por un colectivo de los fabricantes de cigarros

más famosos de la República Dominicana con el fin de establecer un estándar compartido de excelencia que protegería y preservaría la reputación y el futuro



Arriba, Litto Gómez, Ciro Cascella y Hendrik Kelner. A la izquierda, foto de familia de la reunión anual de Procigar.



de esta industria mientras promovía el rico patrimonio de su tierra, Cigar Country, exportador de los mejores cigarros premium del mundo.

Hoy, el nombre de Cigar Country está ligado a la búsqueda incesante de la perfección, la innovación, la creatividad y la belleza mostrada por los miembros de la Asociación Procigar, que han ganado innumerables premios y reconocimientos al más alto nivel en todo el mundo.

Según un estudio de Revenue

Más de un tercio de los cigarrillos consumidos en Irlanda no pagan impuestos

Un informe reciente ha destacado la falta de pago de aranceles e impuestos sobre una gran cantidad de cigarrillos consumidos en Irlanda, según informa el Irish Independent. Este hallazgo representa la mayor cifra registrada desde que las autoridades fiscales comenzaron a realizar encuestas regulares sobre el tema en 2009, lo que se traduce en una pérdida estimada de alrededor de 422 millones de euros para el Tesoro.

El estudio de Revenue revela que la mayoría de los cigarrillos de contrabando no son falsificados, sino que son marcas comerciales legítimas adquiridas fuera de Irlanda. Esto sugiere que las grandes compañías tabacaqueras no están directamente afectadas por el comercio ilegal, sino que podrían estar realizando ventas en otros países que finalmente se terminan consumiendo en Irlanda. Se estima que los aproximadamente 32,9 millones de paquetes de cigarrillos ilegales

consumidos anualmente en Irlanda representan la mencionada pérdida de 422 millones de euros para el Tesoro. Vincent Jennings, de la Asociación de Tiendas de Conveniencia y Periodistas (CSNA), señaló que tanto Hacienda como minoristas son los principales perjudicados por esta situación. Según Jennings, las importaciones legales por parte de individuos son el principal factor que impulsa el aumento de los suministros de cigarrillos no pagados. Los consumidores tienen permitido lle-

var hasta 800 cigarrillos a Irlanda desde otros países de la UE para uso personal, pero no existe un límite superior legal si se cuestiona. Jennings mencionó que este problema ha ido en aumento y se ha intensificado especialmente después de la pandemia, cuando las restricciones de viaje se han relajado. Además, el reciente incremento del 75% en los aranceles ha elevado el precio de un paquete de 20 cigarrillos a 16,75 euros, lo que ha incentivado a más personas a comprar en el extranjero.

De las 23 operaciones llevadas a cabo, 6 utilizaban este método de distribución

La mensajería se consolida como sistema de distribución de picadura de contrabando en 2023

El mercado postal español registró un total de 2.535 millones de envíos y el sector obtuvo 7.746,6 millones de euros de ingresos en 2022, según el Informe Anual del Sector Postal de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). Ya el año pasado vimos que era un sector en auge que no pasaba desapercibido por los contrabandistas y los datos de 2023 también lo corroboran.

Guardia Civil, Policía Nacional y Agencia Tributaria trabajan persistentemente para acabar con el contrabando de tabaco en todas sus formas. Así, en 2023, se produjeron 23 operaciones para frenar este delito. Una de las tendencias que se desprende de estas operaciones es que la mensajería se consolida como sistema de distribución de picadura de contrabando. En concreto, en 6 de las 23 operaciones llevadas a cabo por las Fuerzas de Seguridad del Estados y/o la Agencia Tributaria contra el comercio ilegal de tabaco, tal y como se informó en distintos medios de comunicación, se recurría a la mensajería para enviar picadura de tabaco de contrabando, según señala el portal nocontrabando.altadis.com. En total, en estas 6 operaciones, se incautaron un total de 1.580 kg de picadura en 6 provincias distintas. Así, en Puertollano, Ciudad Real, la Guardia Civil investigó a dos vecinos de la localidad por el envío por paquetería de 67 kilos de picadura de tabaco de contrabando a Badajoz. En Sevilla, la Policía Nacional y la Unidad Operativa de Vigilancia Aduanera intervinieron casi una tonelada y media de tabaco, del cual, 742 kilos de picadura ya estaban en bolsas al vacío listas para

En 6 de las 23 operaciones llevadas a cabo el año pasado por los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado y/o la Agencia Tributaria para frenar el contrabando de tabaco, la mensajería era utilizada como sistema de distribución de picadura.



Fuente: #NOCONTRABANDO a partir de las operaciones publicadas en medios de comunicación

ser distribuidas por mensajería. En Teruel, la Guardia Civil interceptó casi 47 kilos de tabaco en 25 sobres de envíos postales. También en Cataluña, concretamente en Tarragona, la Guardia Civil inspeccionó a una empresa de paquetería y detectó 11 kilos de picadura de tabaco que fueron intervenidos al encontrarse fuera de los controles para su distribución. Y, por último, en Castilla y León encontramos dos operaciones: en Ávila, la Guardia Civil intervino un total de 22 kilos de picadura de tabaco de contrabando que se habían distribuido por empresas de paquetería de la capital abulense y cuyo contenido iba dirigido a distintas localidades de la provincia. Por otro lado, los agentes de la bene mérita de Burgos incautaron un total de 49 kilos de picadura de tabaco en paquetes de 1 kilo cada uno con bolsas de congelación envasadas al vacío. Para combatir el contrabando de tabaco por mensajería, las empresas de

paquetería apuestan por una trazabilidad total, gracias a la ayuda de la Inteligencia Artificial para trabajar mano a mano con los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado. El mercado postal español registró un total de 2.535 millones de envíos y el sector obtuvo 7.746,6 millones de euros de ingresos en 2022, según el Informe Anual del Sector Postal de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). Ya el año pasado se vio que era un sector en auge que no pasaba desapercibido por los contrabandistas.

En total, en estas 6 operaciones llevadas a cabo en 2023 se incautaron un total de 1.580 kg de picadura en 6 provincias distintas –Ciudad Real, Sevilla, Teruel, Tarragona, Ávila y Burgos– que utilizaban los servicios de mensajería para la distribución del tabaco ilícito.



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



Organizado por Lost Mary en Downtown (Madrid)

Nuevos lanzamientos de Lost Mary Tappo Air y TP800

Lost Mary ha presentado en Downtown, un espacio multidisciplinar para eventos y showrooms ubicado en pleno barrio de Palacio (La Latina) junto a Gran Vía de San Francisco, en Madrid, los nuevos dispositivos que lanza al mercado –Lost Mary Tappo Air y Lost Mary TP800–. La presentación contó con la presencia de sus distribuidores y colaboradores más cercanos.

Todos los asistentes a la velada de presentación de los nuevos dispositivos fueron obsequiados a su llegada con un Lost Mary Tappo Air, lo que permitió a todos ellos vivir la experiencia durante la exposición que iban a vivir y que corrió a cargo de Isaac Sánchez, Manager del Área de Andalucía Occidental de Lost Mary.

Anteriormente y tras recibir su Lost Mary respectivo, los asistentes pudieron conocer de cerca los nuevos dispositivos, expuestos en unas urnas iluminadas, mientras en la ante-sala del showroom de Downtown se preparaba un cóctel menú con cinco sabores basados en los del nuevo Tappo Air (Peach Pop, Sunny Wave, Cool Honey, Wild Berry y Island Dream) con el que posteriormente se pudo maridar.

En la presentación de los nue-

“Somos una compañía que no se conforma con lo que ya tiene, sino que siempre estamos buscando la forma de mejorar y que el cliente final nos tenga como su primera opción.”, comentó Isaac Sánchez.

vos dispositivos, Isaac Sánchez repasó la historia de la compañía desde que en 2007 se creara como una startup que se dedicó a la importación de cigarrillos electrónicos

que ofrecían una alternativa al tabaco convencional para, ya en 2020, implantarse con la marca Elfbar en toda Europa y en 2021 en España con la marca Lost Mary, estableciendo en 2022 su propia tecnología QuaQ. Una trayectoria que ha hecho que la marca esté presente ya en más de 100 mercados del mundo y ya sean más de 10 millones los usuarios que eligen la marca Lost Mary como su primera opción de vapeo. *“En resumen, somos líderes en los últimos cuatro o cinco años y todo esto es posible gracias al apoyo de nuestros socios comerciales que hacen que nos destaquemos como una marca de vapeo a nivel mundial”,* afirmó Isaac Sánchez.

Se refirió también a la importancia de la actividad del departamento de I+D de Lost Mary, gracias al cual *“podemos decir que nuestro producto al final sale con más de 300 test y gracias a todos ellos hemos*

Varios instantes de la presentación en Downtown Madrid de los nuevos dispositivos de Lost Mary.



conseguido certificaciones de calidad a nivel internacional que acreditan que nuestros productos cumplen con los más altos estándares de calidad”.

Sobre Tappo Air señaló que Tappo Air es un vapeador de cápsula precargada QuaQ, con un sistema de seguridad que garantiza que en el producto el equilibrio desde que sale de fábrica hasta que llega al consumidor mantiene todas sus cualidades. Al mismo tiempo, se evita la molesta fuga de líquido y permite disfrutar de todo el sabor sin pasar esa mala experiencia. El Tappo Air tiene una batería de 750 miliamperios (mAh), que equivale a dos cápsulas completas que, dependiendo del uso que haga cada consumidor, puede durar dos,

tres o cuatro días.

Dentro de su pre-ocupación por el diseño, Tappo Air se ofrece en 8 colores distintos y quince sabores en las cápsulas, con una capacidad de 2 mililitros y 20 miligramos de nicotina por mililitro cada una.

Por su parte, el dispositivo de-sechable TP800 es un paso más allá del BM600 ya conocido, donde se mantiene el diseño, pero se le añade el punto extra de tener siempre visible la cantidad de líquido que queda en el interior. También con toda la tecnología

QuaQ (QuaQ Mesh y QuaQ Cell) está disponible con 15 sabores.

La presentación culminó con la siempre espectacular actuación de Jaxell Frias, quien demostró habilidades impresionantes al crear formas sorprendentes con el nuevo Lost Mary Tappo Air, y a cuyo término se sirvió un

exquisito catering donde los invitados pudieron intercambiar sus primeras impresiones sobre estos dispositivos nuevos de Lost Mary.



Organizada por el Gremi de Estanqueros de la provincia

9ª FERIA DEL TABACO DE GIRONA

El Gremi de Estanqueros de Girona ha organizado un año más la Feria del Tabaco. Ésta ha sido la novena edición del encuentro desde que se organizara el primero allá por 2014 y en esta ocasión, dado el éxito y satisfacción alcanzados el año pasado, se ha vuelto a celebrar en el espacio único de los jardines de La Joia. Una vez más, allí se congregaron las principales marcas del sector con su amplia y muy variada oferta de productos y servicios para el estanco.

El Gremi de Estanqueros de Girona es pionero en la celebración de este tipo de acontecimientos en los que se conjugan las partes profesional y lúdica del estanco, pues durante la jornada se puede disfrutar al aire libre de la amistad entre quienes asisten y establecer al mismo tiempo nuevas relaciones comerciales con las firmas expositoras.

En esta ocasión, como explicaba David Juanhuix Bosch, presidente del Gremi, en la presentación del certamen, “estamos en un momento complejo por la aparición del anteproyecto de ley del tabaco, la modificación de la ley de Sanidad, etc... pero también en un momento ilusionante en el que aparecen nuevos productos, nuevos servicios,



nuevos estancos y, por tanto, nuevos enfoques de negocio. Es momento de unir a los actores de este sector y se puedan tejer complicidades entre los distintos agentes”.

A la izquierda, David Juanhuix (presidente del Gremi), con Miguel Ángel Martínez (presidente de la Unión de Estanqueros) y Quim Vidal (secretario del Gremio de Girona).

Los 1.400 metros cuadrados de los jardines de La Joia albergaron los stands de en torno a 40 firmas expositoras, desde las principales empresas tabaqueras, como Philip Morris, JTI, BAT, Altadis, Landewyck, Comet, Colaboración Traditab Santelè, Tabacalera, Davidoff, Compañía de Tabacos de la Canal de Navarrés, STG y las nuevas de KT International, Dos Jotas y Cigar Family Spain... Pero también fue muy importante la presencia de cigarrillos electrónicos y tabaco calentado, además de los dispositivos

Logista Strator y Logista Retail realizaron su ya tradicional exposición de su oferta de productos y servicios, incluida la de sus partners, para la gestión de los estancos, con presencia de algunos de los responsables de la compañía, como Manuel Laorden, Manolo Vidal o Andrea Arroyo..



Arriba, los espectaculares jardines de La Joia acogieron la 9ª Feria del Tabaco de Girona. Sobre estas líneas, la imagen de la Grossa, denominación que se da a varios sorteos de Loterías de Catalunya, junto a Joan Pere Soler, de Soler Pipas. En el resto de imágenes los stands de las algunas de las principales firmas tabaqueras, como BAT España y Portugal, JTI Iberia, Altadis, Philip Morris España, Colaboración Traditab Santelè, Landewyck y Comet.



LA JOIA



presentados por las grandes multinacionales (blu, IQOS, Glo, Vuse, Velo), artículos de fumador de las firmas Zippo, Zarko, Exclusivas 2R, Dorex, Bic, Raw, Smoking, Rasta, Super del Estando, Algarix, Iber Max, TarGard, Fonte Mercadal... o servicios como el de tarjetas bancarias de Nickel. O el mundo de la pipa, personalizado en Joan Pere Soler Molina, con su amplia colección de productos artesanales.

El único espacio cerrado del recinto de La Joia acogía a Logista Strator y Logista Retail y toda su oferta, así como a sus partners Cahslogy, GM Global Solutions, Pricer, Cash Guard, SmartTill, SeguroParaEstancos.com... También se encontraban allí un nuevo expositor, Saurina, dedicada al mobiliario de estancos, y LK Bitronic, con sus terminales y software para la gestión del estanco, las pantallas publicitarias, los cajones inteligentes de Cashkeeper o las banderolas de led luminosos.

Entre los nuevos expositores de este año, Bonnum Distribución presentó Wildkraut Energy Sniff, un producto energético de hierbas que se esnifa; Logic Solutions y sus soluciones energéticas; Mapfre, los vinos y cavas de Canals Munne o los juegos de mesa de Miret 1919.



A la izquierda, Santiago Gómez (Logista), Montse Roca y David Juanhuix, del Gremi de Estancos de Girona, Pep y Paul Biurrun (estanco Limits 5), Joan Xifreu y Quim Vidal, también del Gremi. Abajo, los stands de KTI TPC, con Marisol Ros y Sebastián Savigni; y el de Zippo, con Xavier Almagro.



Abajo, los expositores de cigarros premium, con los stand que presentaban Davidoff, Tabacalera, Compañía de Tabacos La Canal de Navarrés, Cigar Family Spain, Dos Jotas y STG, que ofrecieron a todos los asistentes la oportunidad de conocer toda su oferta.



Arriba, los stands de LK Bitronic, de Shisha Vaper, S.L. y Dorex Exclusivas 2R. A la izquierda, los stands de Zarko y de Algarix. Debajo de éstos, los de Monkey King e Iber Max. A la derecha, los que presentaron las firmas Super del Estando y Logic Solutions. Debajo, los stands de Rasta Rolling Papers, E-Lux, Tar Gard y Muss. Más abajo, los de Bic, Bonnum Distribución, Saurina y Raw.



A la izquierda, el stand de Nickel y el de Fonte Mercadal. A la derecha, el de Miret 1919 con sus juegos de mesa.



CIERRE DEL PRIMER SEMESTRE CON UN INCREMENTO DE SU BENEFICIO NETO DEL 27%

Logista, uno de los mayores operadores logísticos de Europa, acaba de anunciar sus resultados de los primeros seis meses del ejercicio fiscal 2024 en los que obtuvo un beneficio neto de 160 millones de euros, suponiendo un crecimiento del 27% comparado con el ejercicio anterior. Su beneficio de explotación ajustado ha registrado un crecimiento del 5% hasta alcanzar los 193 millones de euros.

Encuanto a las ventas económicas, la compañía alcanzó 867 millones de euros, un 4% más comparado con el ejercicio anterior, mientras que los ingresos registraron también una subida del 4% respecto al mismo periodo del 2023, hasta alcanzar los 6.206 millones de euros.

Durante el semestre, Logista ha actualizado las condiciones de la línea de crédito recíproca con Imperial Brands para cubrir parcialmente el riesgo de variabilidad en los tipos de interés durante los próximos tres años. El acuerdo contempla la estructuración de la línea de crédito con Imperial Brands en dos tramos: uno a tipo fijo y otro a tipo variable. El primer tramo de hasta 1.000 millones de euros se remunerará a un tipo fijo de mercado de 2,865% más el marginal de 0,75% sumando un total de 3,615%. El segundo tramo, hasta alcanzar un máximo de 3.000 millones de euros, se mantendrá al tipo

867M€

de Ventas Económicas, un 4% superior al año anterior

193M€

de Beneficio de Explotación Ajustado, 5% vs. el ejercicio anterior.

160M€

de Beneficio Neto con un aumento de un 27%

variable de Euribor 6 meses, más el diferencial de 0,75%.

RESULTADOS POR REGIÓN

En Iberia, las ventas económicas han alcanzado los 569 millones de euros, lo que supone un aumento del 4% respecto al mismo periodo del ejercicio 2023. En cuanto al beneficio de explotación ajustado, la compañía registró 109 millones de euros registrando un aumento del 4% respecto al ejercicio anterior.

En Italia, las ventas económicas han alcanzado los 190 millones de euros, registrando un aumento del 7% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior. Por otro lado, la compañía incrementó su beneficio de explotación ajustado en un 8% hasta alcanzar los 54 millones de euros.

Por último, en Francia, las ventas económicas han alcanzado 111 millones de euros, lo que supone un 0,4% menos que el mismo periodo del ejercicio anterior, debido a la

reducción de volúmenes de tabaco distribuidos, que ha sido parcialmente compensado con incremento de tarifas y el impacto positivo en el valor de los inventarios. En cuanto al beneficio de explotación ajustado, alcanzó los 31 millones de euros aumentando un 6% frente al ejercicio anterior.

NUEVAS ADQUISICIONES

Durante este periodo se formalizaron las adquisiciones de SGEL Libros por parte de Logista Libros y de Belgium Parcels Service (BPS), empresa especialista en la distribución urgente de paquetería farmacéutica en Bélgica y Luxemburgo.

Iñigo Meirás, consejero delegado de Logista, ha destacado que “*continuamos avanzando en nuestra estrategia de diversificación y creación de valor, a la que hemos añadido dos nuevas transacciones durante el semestre. Como parte de la nueva trayectoria de Logista continuamos sobrepasando el umbral del 50% de las ventas económicas no ligadas al tabaco que alcanzamos por primera vez a finales del ejercicio anterior*”

La compañía continuará registrando un crecimiento sostenido para el ejercicio 2024, estimando un crecimiento de dígito sencillo medio del Beneficio de Explotación Ajustado sobre el obtenido en el ejercicio 2023, sin considerar la variación en el valor de los inventarios.

LOGISTA SE CONSOLIDA ENTRE LAS ‘MEJORES MARCAS ESPAÑOLAS 2023’

Logista ha sido reconocido por el valor de su marca en el informe de ‘Mejores Marcas Españolas 2023’, elaborado por la consultora de marca Interbrand. Este reconocimiento es el resultado del trabajo realizado por la compañía en materia de branding y posicionamiento de marca, reflejando su compromiso con la excelencia en la comunicación y la construcción de su identidad corporativa.

El informe ‘Mejores Marcas Españolas’, elaborado cada dos años por Interbrand, destaca a las 30 marcas más valiosas del país, teniendo en cuenta factores como la fortaleza de la marca o su capacidad para transmitir los valores de la compañía. Desde su primera edición en 2007, este estudio se ha convertido en un análisis de referencia sobre el valor de las

marcas más relevantes por su impacto y presencia en el mercado.

Juan José Guajardo-Fajardo, director de RRHH, Marketing&Comms de Logista, ha destacado que “*es un orgullo recibir este reconocimiento tras el esfuerzo y dedicación de la compañía en el desarrollo de nuestra identidad corporativa. Ser reconocidos como una de las 30 marcas*



más valiosas de España, refuerza nuestra voluntad por consolidar un posicionamiento sólido en el mercado”.

LOGISTA OBTIENE LA CERTIFICACIÓN DE ‘COMPLIANCE’ TRIBUTARIO DE BUREAU VERITAS

Logista da un paso más en su compromiso con la integridad y el buen cumplimiento fiscal con la obtención de esta nueva certificación. Logista Integral, junto con sus filiales Logista, Logista Retail, Logista Pharma, Logista Freight, y Dronas (Nacex y Parcel), ha obtenido la certificación en Sistemas de Gestión de ‘Compliance’ Tributario conforme a los requisitos de la norma UNE 19602:2019 emitida por Bureau Veritas, entidad independiente, líder mundial en certificación, inspección y ensayos.

Esta certificación es una muestra más del compromiso de Logista con el cumplimiento normativo y la responsabilidad corporativa y se suma a sus certificaciones en ‘Compliance’ Penal, Antisoborno y gestión del Canal de Denuncias. En el plano tributario, Logista está adherida al Código de Buenas Prácticas Tributarias desde 2017 y presenta anualmente el Informe Anual de Transparencia Fiscal ante la Administración Tributaria, con el objeto de reforzar su relación cooperativa con ésta y facilitar una visión integral y continuada de la compañía, su evolución empresarial y la consistencia de la fiscalidad que va asociada a ésta.

Además, con esta certificación se acredita que Logista cumple con un sistema de gestión y control de los riesgos tributarios que responde al conjunto de principios, valores, normas y pautas que definen el buen comportamiento tributario para generar relaciones de confianza, transparencia y seguridad jurídica no sólo con la Administración Tributaria, sino también con sus inversores, el resto de grupos de interés externos y la sociedad en su conjunto.



Arturo Rainer Pan, Compliance Officer de Logista, ha manifestado que “*la certificación de nuestro Sistema de Gestión de Compliance Tributario conforme a los requisitos de la norma UNE 19602:2019 constituye un nuevo hito en el firme compromiso de la compañía con una cultura y una filosofía empresarial basadas en los principios de cumplimiento de la ley, la honestidad y la integridad en la gestión. Estamos muy satisfechos del logro que este reconocimiento supone*”.

David Gómez, responsable de Desarrollo de Negocio en Bureau Veritas, añadió: “*En Bureau Veritas estamos orgullosos de haber acompañado a Logista en este importante proceso de certificación” y esta certificación “demuestra el compromiso de Logista con las mejores prácticas en gestión tributaria y refuerza su posición como líder en el sector logístico. Esta certificación no solo refleja la dedicación de Logista al cumplimiento normativo, sino que también asegura a sus inversores y partes interesadas que la compañía opera bajo los más altos estándares de integridad y transparencia”.*

LOGISTA HA ACTUALIZADO LAS CONDICIONES DE LA LÍNEA DE CRÉDITO RECÍPROCA CON IMPERIAL BRANDS PARA CUBRIR PARCIALMENTE EL RIESGO DE VARIABILIDAD EN LOS TIPOS DE INTERÉS DURANTE LOS PRÓXIMOS TRES AÑOS.

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

LOGISTA

INAUGURADA UNA NUEVA NAVE EN TOLEDO

Logista ha inaugurado a través de Logista Parcel, la red de referencia en el transporte capilar a temperatura controlada, una nueva instalación en Toledo, como parte de su estrategia de crecimiento en el mercado.

La nueva sede, ubicada en el Polígono Industrial de Toledo, cuenta con una superficie total de 5.700 metros cuadrados y una superficie construida total de 3.332 metros cuadrados. Además, también dispone de una superficie de oficinas de 277 metros cuadrados y cámaras y zonas refrigeradas con una superficie total de 2.522 metros cuadrados.

En cuanto a las cámaras, cuentan con volúmenes específicos para diferentes rangos de temperatura: 748 metros cúbicos para la cámara de 2-8°C y para la cámara de -18°C, y un volumen total de 6238 metros cúbicos para las cámaras y precámaras de 5-12°C. Asimismo, la sede dispone de una cámara con temperatura controlada entre 15-25°C, con un volumen de 300 metros cúbicos.

Respecto al área de almacén en zona ambiente, tiene un volumen de 3.556 metros cúbicos y capacidad de almacenamiento para 300 palets. La nave también cuenta con 16 muelles de atraque, todos equipados para acceso a precámaras, y un clasificador con 9 salidas, capaz de manejar una producción de 2.000 bultos por hora.

La nueva nave también está equipada con una instalación fotovoltaica que utiliza placas solares para la producción de energía, con una capacidad de 100 kW, y cuenta con un sistema CCTV para garantizar la seguridad de las instalaciones.

Con una plantilla de 36 trabajadores y una flota de 18 vehí-



culos de reparto, todos con certificación ATP FRC y una capacidad de carga total de 250 palets, Logista ya ofrece un servicio logístico de primera clase a sus clientes en la provincia de Toledo desde el día 11 de marzo.

Germán Martín, delegado de Logista Parcel en Toledo y Granada, destaca: *“es un orgullo poder inaugurar esta nueva sede en Toledo, lo que supone un nuevo hito en nuestra estrategia de crecimiento. Esta instalación refleja nuestro compromiso en ofrecer soluciones logísticas innovadoras y eficientes y así poder ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes”*.

YA CONTABA CON EL 70% DESDE PRINCIPIOS DE 2022

LOGISTA CONSOLIDA LA PARTICIPACIÓN EN SPEEDLINK CON LA COMPRA DEL 30% REMANENTE

Logista acaba de anunciar la ampliación de su participación en la compañía neerlandesa Speedlink Worldwide Express, especialista en entregas express (time critical) con origen y/o destino en Países Bajos.

La compañía anunció en febrero del 2022 la adquisición del 70% de Speedlink en un acuerdo que contemplaba el aumento de la participación de Logista hasta adquirir el 100%, hito que ha alcanzado a través de la compra del 30% remanente.

Speedlink, con sede en Hoofddorp, muy cerca del aeropuerto de Schiphol, da servicio a sectores en crecimiento y ha desarrollado un modelo de negocio único basado en una estructura ligera de activos y especializado en servicios de transporte de valor añadido para los sectores sanitario, alta tecnología, automoción y comercio electrónico.

La adquisición de Speedlink supuso para Logista la expansión internacional de los servicios de Nacex en Países Bajos, que posteriormente se ha complementado con la adquisición de



Belgium Parcel Services en diciembre de 2023, fortaleciendo la posición de Logista en la distribución médico/sanitaria ampliando su catálogo de servicios fuera de la península ibérica.

Speedlink ofrece servicios premium de entrega exprés principalmente a España, Portugal, Alemania y Reino Unido.

LOGISTA

EL PRESIDENTE DE LA XUNTA DE GALICIA, EN LAS INSTALACIONES DE ARTEIXO

Logista ha recibido la visita de Alfonso Rueda, presidente en funciones de la Xunta, en sus instalaciones de Arteixo, A Coruña. La visita se ha producido poco después de que Logista Parcel inaugurara sus nuevas instalaciones en el Parque Empresarial de Morás, en febrero de 2024.



Durante la visita, el presidente en funciones Alfonso Rueda, acompañado de otros representantes institucionales como Ánxeles Vázquez, conselleira de Medioambiente, Territorio y Vivienda, felicitó a Roberto Blach, delegado de Logista Parcel en A Coruña, por su labor en la región en el desarrollo del sector y como generador de empleo de calidad para la zona.

La nueva instalación, que abarca una parcela de 5.471 metros cuadrados y está equipada con 19 muelles de carga, cuenta con una plantilla de 32 profesionales que operan más de 20 vehículos de flota de reparto y recogidas para cumplir con los objetivos de la compañía en la región.

Además, se han destinado 15.000 metros cúbicos a temperatura controlada multitemperatura, incluyendo 350 metros cuadrados de precámara entre 0 y 8 grados, así como 3.100 metros cúbicos de cámaras congeladas con capacidad para 1.100 pallets de almacenaje.

Asimismo, se han habilitado 700 metros cúbicos de cámara refrigerada y 375 metros cúbicos de almacenaje a temperatura controlada, junto con 1.200 metros cuadrados de zona destinada a paquetería genérica de temperatura ambiente.

PHILIP MORRIS SPAIN

EDGAR NUNES, DIRECTOR COMERCIAL Y DE OPERACIONES

Philip Morris Spain ha designado a Edgar Nunes como nuevo director comercial y de operaciones para España. Nunes llega a esta posición con el objetivo de acelerar la transformación del negocio hacia un portfolio multicategoría, manteniendo la visión firme de alcanzar un futuro libre de humo con mejores alternativas como IQOS, el innovador dispositivo para tabaco calentado.

El nuevo directivo cuenta con un amplio *expertise* en el sector tras liderar tanto el lanzamiento de IQOS como la implementación de la nueva categoría de tabaco para calentar en Portugal, país pionero en la adopción de las alternativas sin humo en Europa. Tras ocupar una función global en Suiza, Nunes llega a España en 2019 para liderar la estrategia comercial, centrándose

en los últimos dos años, en la categoría de productos de combustión -como el cigarrillo o el tabaco de liar- para toda Iberia.



En su nuevo puesto como director Comercial y de Operaciones, Edgar Nunes será el responsable de desarrollar esta visión de un mundo libre de humo en España, a través del empoderamiento y la

motivación de la fuerza de ventas. *“Mi carrera profesional ha estado siempre ligada a las áreas de marketing y ventas y, como ingeniero, trabajaré buscando la precisión, la mejora constante y los nuevos retos para seguir aprendiendo todos los días”*, explica Nunes.

Licenciado en Ingeniería Informática por el Instituto Superior Técnico de Lisboa, Nunes cuenta adicionalmente con un MBA en INSEAD y con experiencia en los sectores de la banca y consultoría en empresas como Millenium BCP y Mckinsey.

NUEVA EDICIÓN LIMITADA IQOS ILUMA NEON PURPLE

IQOS¹, el innovador dispositivo para tabaco calentado, ha presentado su nueva edición limitada IQOS ILUMA NEON PURPLE, una creación que se inspira en la energía de los colores del verano, encapsulando la vitalidad de los tonos violeta neón y magenta.

La nueva edición limitada ha sido reconocida con el Red Dot Design Award, un premio internacional de diseño de producto conseguido por su atrevida combinación de colores, celebra el cambio de los más de 20 millones² de usuarios adultos de la marca que han conseguido dejar el cigarrillo atrás en todo el mundo.

IQOS ILUMA NEON PURPLE, que está disponible en los tres modelos del dispositivo, cuenta con un llamativo exterior violeta elaborado a partir de aluminio anodizado. Los tres dispositivos están provistos de una tecnología innovadora que ofrece a los fumadores adultos una forma diferente de consumir tabaco, calentándolo en lugar de quemarlo, por lo que no produce ceniza, ni humo de cigarrillo. Al no haber combustión, IQOS ILUMA emite significativamente menos niveles de sustancias químicas dañinas en comparación con los cigarrillos³.

“Nuestro compromiso constante con la innovación nos impulsa a seguir proporcionando mejores opciones para los fumadores adultos”, señala Alejandro Flores, director de Marketing de IQOS para España, “Por eso traemos a España IQOS ILUMA NEON PURPLE, la edición limitada más exitosa



desde el lanzamiento de ILUMA y con la que estaremos presentes a lo largo de todo el verano para seguir ofreciendo una mejor alternativa a todos los fumadores que busquen romper con lo establecido e ir un paso más allá”.

El dispositivo IQOS, para cuya investigación científica ya se han invertido cerca de 12.500 millones de dólares, comenzó a comercializarse a finales de 2014 en Japón y en Italia y a día de hoy se encuentra disponible en 64 mercados en todo el mundo.

¹IQOS no está exento de riesgo y con su uso se inhala nicotina, que es adictiva. Dirigido únicamente a fumadores adultos.

²Fuente: Resultados públicos del primer trimestre de Philip Morris International 2024.

³Reducción de los niveles de las 9 sustancias químicas nocivas que la Organización Mundial de la Salud recomienda reducir en el humo de los cigarrillos, entre las que no se incluye la nicotina. Consulta el apartado “Información importante” en www.iqos.com. Basado en estudios científicos realizados con unidades de tabaco para calentar del fabricante diseñadas para IQOS ILUMA.

LA NUEVA EDICIÓN LIMITADA IQOS ILUMA NEON PURPLE ESTÁ DISEÑADA PARA LIBERAR LA ENERGÍA DEL COLOR Y HA SIDO RECONOCIDA CON EL PREMIO INTERNACIONAL DE DISEÑO RED DOT DESIGN AWARD.

IQOS ILUMA PRIME NEON PURPLE

El dispositivo más

elegante y avanzado de la gama de color violeta neón electrizante que combina una cubierta de tela con toque magenta y un aro magenta con acabado martillado.



IQOS ILUMA NEON PURPLE

El auténtico icono

de la marca cuenta con una combinación de colores violeta y magenta neón electrizante con una carcasa lateral iridiscente en tonos azules y violetas.



IQOS ILUMA ONE NEON PURPLE

Para los que buscan un

dispositivo práctico, con tamaño de bolsillo, y todo en uno, pero con toda la experiencia de sus 20 usos consecutivos, se reinventa en esta edición limitada con una combinación de colores violeta y magenta neón electrizante.



IQOS Y “SUEÑOS Y TIEMPO”, UN PROYECTO MUSICAL QUE ROMPE CON LO ESTABLECIDO

IQOS, el innovador dispositivo para tabaco calentado, presenta “Sueño y Tiempo” un proyecto musical que reinterpreta la revolucionaria composición flamenca La Leyenda del Tiempo. Con esta iniciativa la marca da el pistoletazo de salida al territorio música, el segundo de los cuatro territorios -moda, música, arte y gastronomía- que componen la iniciativa “IQOS Game Changers”, cuyo objetivo es reconocer a aquellas personas que rompen con lo establecido, al igual que ha hecho IQOS reinventando la forma de consumir tabaco, calentándolo en lugar de quemarlo.

Tras el lanzamiento del territorio moda con el diseñador andaluz Leandro Cano, IQOS presenta este rompedor proyecto musical de la mano del reconocido cantaor, compositor y músico español de flamenco, Israel Fernández que reinterpreta la icónica canción de La Leyenda del Tiempo. Este tema, que tiene como letra un poema de Federico García Lorca, supuso un punto de inflexión en la historia del flamenco y revolucionó la música en los años 70 con Camarón de la Isla. Hoy en día, la composición flamenca es uno de los temas más importantes de la historia de la música española.



y a los Game Changers como Israel Fernández.

Para Alejandro Flores, director de marketing de la marca, “IQOS ha cambiado las reglas del juego en nuestra industria. Ver las cosas de manera diferente y superar los límites está en el ADN de la marca, y es algo que también reconocen nuestros usuarios. Por eso, a través de la campaña ‘IQOS Game Changers’ queremos reconocer a aquellos fumadores que han cambiado las reglas del juego y han dado un paso hacia una mejor alternativa, e invitamos a todos los fumadores adultos a unirse al cambio con IQOS”.

El evento de presentación del segundo territorio de música de Game Changers que ha tenido lugar en Sevilla, se replicará durante los meses de junio y julio: en Barcelona (27 de junio), Valencia (3 de julio) y Madrid (18 de julio).

Esta acción estará visible en la web <https://game-changers.myiqos.es/musica> desde donde se podrá visualizar en exclusiva el videoclip de la composición musical.

El proyecto, que cuenta con la producción de Enrique Heredia (Negri), incluye el primer videoclip de la historia de esta canción, realizado por el director cinematográfico Jesús Plaza y protagonizado por Israel Fernández quien señala que, “gracias a IQOS he podido reinterpretar este tema del maestro Camarón, un artista al que admiro. En la música es importante respetar el origen para poder ‘refrescar’ un tema desde la humildad. Junto con el Negri hemos reinterpretado este gran clásico combinando tradición con innovación y esperamos que el público disfrute”.

La Leyenda del Tiempo aúna ese espíritu revolucionario y de cambio que describe perfectamente a IQOS

EL RECONOCIDO CANTAOR DE FLAMENCO ISRAEL FERNÁNDEZ HA REINTERPRETADO LA ICÓNICA CANCIÓN “LA LEYENDA DEL TIEMPO”, EL TEMA MUSICAL CON EL QUE EL CAMARÓN DE LA ISLA REVOLUCIONÓ LA MÚSICA EN LOS AÑOS 70 Y QUE TIENE COMO LETRA UN POEMA DE FEDERICO GARCÍA LORCA.

POR SEGUNDO AÑO CONSECUTIVO

PHILIP MORRIS INTERNATIONAL ENCABEZA LA LISTA FORBES NET ZERO LEADERS 2024

Philip Morris International (PMI) ha obtenido el primer puesto en la lista Forbes Net Zero Leaders 2024, que reconoce a las cien empresas estadounidenses mejor posicionadas en reducción de emisiones de efecto invernadero. La compañía se sitúa de esta forma por segundo año consecutivo en el número 1 de las 10 empresas estadounidenses que impulsan la transición hacia una economía baja en carbono.

Para la elaboración de este ranking, Forbes ha utilizado datos de Sustainalytics y de Morningstar con el fin de clasificar el compromiso de aquellas empresas que tienen un objetivo de cero emisiones en el futuro. Esta clasificación también ha tenido en cuenta la estructura de gestión de cada compañía para contribuir a la evaluación de riesgos, la gobernanza, la estrategia, las métricas utilizadas para la consecución de los objetivos de descarbonización de la cadena de valor, así como la solidez financiera para afrontar tanto la competencia del sector, como los imprevistos económicos.

“A medida que transformamos nuestra empresa hacia un futuro sin humo, nos esforzamos por hacerlo de la manera más sostenible posible, incluyendo el liderazgo en la descarbonización”, ha indicado Jacek Olczak, CEO de PMI. *“Es un honor para todos nosotros ser reconocidos por Forbes como la empresa mejor clasificada entre aquellas que están a la vanguardia en la lucha por alcanzar la neutralidad de emisiones”,* ha puntualizado.

“Nuestro enfoque en materia de sostenibilidad va más allá de minimizar las externalidades negativas y mitigar los riesgos. La sostenibilidad, profundamente conectada con nuestra estrategia de transformación, implica una inmensa oportunidad para la innovación, el crecimiento y la creación de valor a largo plazo”, ha explicado Jennifer Motles, directora Global de Sostenibilidad de PMI. *“Esta dedicación refleja nuestra respuesta a las preocupaciones de los accionistas y otras partes interesadas. Nuestra estrategia climática tiene como objetivo abordar los riesgos relacionados con el cambio climático y crear resiliencia a la vez que aprovechamos las oportunidades que presenta un futuro con bajas emisiones de carbono”.*

“Agradecemos a Forbes del reconocimiento de nuestro esfuerzo para hacer frente al cambio climático, ya que continuamos firmes en nuestro compromiso de acelerar el progreso hacia un futuro de cero emisiones”, ha aseverado Scott Coutts, vicepresidente Senior de Operaciones de PMI. *“La reducción de nuestras emisiones en la cadena de distribución continuará siendo una prioridad. Nuestros esfuerzos seguirán centrados en reducir las emisiones de efecto invernadero de nuestra cadena de valor, mientras avanzamos hacia nuestro objetivo de alcanzar la neutralidad de emisiones en la cadena de valor para 2040”.*

“A MEDIDA QUE TRANSFORMAMOS NUESTRA EMPRESA HACIA UN FUTURO SIN HUMO, NOS ESFORZAMOS POR HACERLO DE LA MANERA MÁS SOSTENIBLE POSIBLE, INCLUYENDO EL LIDERAZGO EN LA DESCARBONIZACIÓN”, HA INDICADO JACEK OLCZAK, CEO DE PMI.



Esta distinción complementa el creciente reconocimiento externo del desempeño y de los resultados de PMI en materia de sostenibilidad, entre las que se encuentran:

- La inclusión en el Supplier Engagement Leader Board de CDP por séptimo año (anunciado en marzo de 2024).
- Obtención de la calificación Triple A de CDP por cuarto año consecutivo, lo que sitúa a PMI entre las empresas líderes mundiales en transparencia y acción medioambiental (anunciado en febrero de 2024).
- Una de las primeras empresas en adoptar el marco Taskforce on Nature-related Financial Disclosures (TNFD) (a partir de enero de 2024)
- Inclusión en el Dow Jones Sustainability World Index (DJSI) por primera vez y en el Dow Jones Sustainability North America Composite Index por cuarto año consecutivo (inclusión en el índice a partir del 18 de diciembre de 2023), además de obtener la calificación «Prime» en el ISS ESG Corporate Rating (ISS ESG Rating a partir del 21 de noviembre de 2023).
- Validación por parte de la iniciativa Science Based Targets (SBTi) de los objetivos de reducción de emisiones en bosques, tierras y agricultura (FLAG), lo que convierte a PMI en una de las pocas empresas en lograr este reconocimiento (a partir de agosto de 2023).

Para más información, consulta nuestra web o accede al Informe de Sostenibilidad 2023 de PMI, el Informe TCFD, el Informe Preserve Nature, el Informe Reduce Post-Consumer Waste Strategy, el Informe Sustainability Materiality y el Low-Carbon Transition Plan.

PARA REDUCIR LAS TASAS DE TABAQUISMO

BAT PIDE QUE SE INCENTIVE A LOS FUMADORES ADULTOS A CAMBIAR A ALTERNATIVAS SIN HUMO

BAT, empresa líder en productos multi-categoría, pide que se incentive a los fumadores adultos a cambiar a alternativas sin humo y se basa para ello en estudios que sugieren que se podría lograr una reducción significativa en las muertes prematuras si los fumadores cambiaran exclusivamente a alternativas sin humo como el vapeo¹.

La prevalencia de fumadores entre los adultos en España es del 19,8% (2020), situándose en torno a la EU 27². Sin embargo, dado que la OMS insta a los países a reducir el consumo de tabaco en un 30% para 2025, es necesario intensificar los esfuerzos para lograr este objetivo.

Más de mil millones de personas en todo el mundo continúan fumando a pesar de los graves riesgos. Según diversos estudios de crecimiento poblacional, se podría lograr una reducción significativa en las muertes prematuras, si los fumadores cambiaran exclusivamente a alternativas de riesgo reducido*.

Javier Álvarez Ballespín, director general de BAT Iberia afirma que: *“la migración de los fumadores hacia estas alternativas de menor riesgo es crucial tanto para los países que buscan reducir sus tasas de tabaquismo, como para la salud pública global en general”.*

Los países que reconocen el potencial de la reducción de daños de los productos sin humo y apoyan su uso para fumadores adultos han experimentado un rápido descenso del tabaquismo. Reino Unido, Estados Unidos y Japón están reportando sus tasas de tabaquismo más bajas y Suecia está camino de declararse libre de humo este año, 16 años antes del objetivo.

LAS RECOMENDACIONES DE BAT ESTÁN DISEÑADAS PARA ACELERAR EL PROGRESO HACIA LA CONSECUCCIÓN DE UN PAÍS LIBRE DE HUMO, AL TIEMPO QUE PROTEGEN A LOS CONSUMIDORES Y EVITAN EL ACCESO A LOS JÓVENES.

SOBRE BAT

BAT es una empresa líder en bienes de consumo multicategoría con el propósito de construir Un Mañana Mejor (A Better Tomorrow™) reduciendo el impacto de su negocio en la salud ofreciendo una mayor variedad de productos de menor riesgo para los consumidores adultos. La ambición de BAT es tener 50 millones de consumidores de sus productos no combustibles para 2030 y generar 5 mil millones de libras esterlinas en ingresos por nuevas categorías para 2025. BAT emplea a más de 50.000 personas. El Grupo BAT generó unos ingresos de 27,650 millones de libras esterlinas en 2022 y un beneficio operativo de 10,500 millones de libras esterlinas.



vo para la UE en 2040. Esto se debe en gran parte a la amplia concienciación, disponibilidad y uso de alternativas sin humo, como los productos de vapeo.

“Existen creencias erróneas generalizadas sobre el riesgo de los productos sin humo en comparación con fumar. Esto desalienta a muchos fumadores a que no cambien a productos de menor riesgo. La ciencia es clara: los productos de tabaco sin humo y la nicotina bien gestionados tienen un perfil de riesgo considerablemente menor que fumar. Son los tóxicos liberados por la combustión del tabaco los que causan el daño asociado con fumar”, agregó el Dr. James Murphy, director de Investigación y Ciencia de BAT.

El propósito de BAT es crear Un Mañana Mejor™ construyendo un Mundo sin Humo. Este compromiso se demuestra mediante la ambición de alcanzar el 50% de sus ingresos a nivel mundial con los productos sin combustión en el año 2035.

BAT invierte más de 300 millones de libras esterlinas al año en el desarrollo de productos de tabaco sin humo y nicotina, que se venden en más de 75 mercados a nivel mundial.

¹Scientific Assessment of Electronic Cigarettes Role in Tobacco Harm Reduction, Oscar M. Camacho et al, Contributions to Tobacco & Nicotine Research, Volume 30 (2021), Issue 2 (May 2021), DOI: <https://doi.org/10.2478/cttr-2021-0007>

²INE. Encuesta Nacional de Salud y Encuesta Europea de Salud

* 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.

LA PLATAFORMA DE COSLADA RENUEVA LA CERTIFICACIÓN DE SEGURIDAD TAPA “A”

NACEX, la firma de mensajería urgente de Logista, ha superado con éxito la auditoría externa para renovar el certificado TAPA FSR – Nivel A en su Plataforma de Coslada. El certificado TAPA “A” indica el nivel de excelencia en seguridad logrado por NACEX en dicha instalación. La compañía lo obtuvo inicialmente en 2021, por lo que su renovación confirma su vigencia al no haber detectado ninguna desviación en el cumplimiento de los requisitos recogidos en la normativa.

Para NACEX y sus clientes, es una prioridad poder garantizar la seguridad de las mercancías en toda su cadena operativa, desde que llegan a las plataformas hasta que abandonan las mismas. Para poder llevarlo a cabo, la compañía invierte en las últimas tecnologías disponibles y en la mejora de las pautas de actuación, tanto del personal interno como de los circuitos de visita a sus instalaciones.

“Una de las señas de identidad de NACEX es nuestro exigente nivel de seguridad. Para lograrlo, ponemos especial cuidado en las medidas que adoptamos en plataformas y franquicias para asegurar la integridad de las mercancías que custodiamos. La colaboración de toda nuestra Red es fundamental en este sentido”, afirma Manuel Orihuela, director general de NACEX.

TAPA es una organización de profesionales de la seguridad de alcance internacional que trabaja para garantizar la integridad y la resiliencia de las cadenas de suministro, facilitando una gestión sostenible de los riesgos y la prevención de pérdidas a través de estándares de seguridad probados. Además, NACEX, ha obtenido otros certificados que reconocen la estrategia de mejora continua de la compañía, como la GDP, ISO 9001, ISO 14001 e ISO14064, entre otras.

La plataforma de cross-docking de NACEX en Coslada gestiona y clasifica una media de 53.000 paquetes y 32.000 sobres al día. La instalación cuenta con las últimas tecnologías



de grabación, trazabilidad y seguridad, como un sistema de Videocoding de clasificación para detectar etiquetas no leídas o erróneas; 153 cámaras digitales FullHD, 13 con capacidad de grabar en 360°, y una cámara y precámara de temperatura controlada para el sector Pharma. Además, cumple con los más altos estándares de sostenibilidad, tal como demuestra la certificación LEED Gold del Consejo de Construcción Verde de los Estados Unidos.

EN DORTMUND (ALEMANIA)

KIROLAK-JEMAR, OTRA VEZ EN INTERTABAC 2024

Como en años anteriores, Kirolak-Jemar presentará las últimas novedades de su catálogo en la feria de InterTabac 2024 que va a tener lugar en Dortmund (Alemania) del 19 al 21 de septiembre, donde los expondrá en el Hall 4, stand 4E26.



Un año más, los visitantes del certamen podrán conocer la amplia oferta de artículos de fumador de la firma, desde sus colecciones para fumadores de cigarros (humidores, pureras en piel y artículos como ceniceros, cortapuros, humidificadores y encendedores) hasta sus colecciones para los aficionados a la pipa (pipas, armarios portapipas, soportes, bolsas de piel...), pasando por otros artículos en piel como tarjeteros o fundas para móviles y cajas de madera para libros, vinos, bolígrafos, escritorios, etc.

Quienes no tengan la oportunidad de desplazarse hasta Dortmund pueden conocer todos los artículos de Kirolak-Jemar en la nueva web de la compañía www.jemarhumidors.com



NACEX, “PREMIO ESPECIAL ESTRATEGIA” EN LOS PREMIOS INTERNACIONALES DE MOVILIDAD

NACEX ha recibido el “Premio Especial Estrategia” en los IV Premios Internacionales de Movilidad, en reconocimiento a la estrategia que está siguiendo la compañía para reducir las emisiones a través de la transformación de su flota, la optimización de la última milla y el ecodiseño de sus envases.

Los Premios Internacionales de Movilidad, organizados por Empresas por la Movilidad Sostenible con el apoyo del Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible, el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, la Fundación CONAMA y la Real Academia de Ingeniería, buscan distinguir las buenas prácticas e iniciativas en movilidad, tanto del sector público como privado, para destacar casos de éxito y promover soluciones que generen impactos positivos a corto, medio y largo plazo.

En este sentido, NACEX lleva años trabajando para aunar excelencia en el servicio y sostenibilidad a través de iniciativas dirigidas a reducir el impacto de su actividad sobre el medio ambiente. Muestra de ello es su programa de ayudas ECO Mobility, pensado para facilitar a su Red la adquisición de vehículos más sostenibles, así como puntos de recarga.

NACEX también apuesta por proporcionar a sus clientes una alternativa conveniente, flexible y sostenible a las entregas y recogidas domiciliarias. Esta alternativa es NACEX.shop, que, actualmente, ya cuenta con más de 3.500 puntos de conveniencia estratégicamente ubicados y con una amplia disponibilidad horaria, incluso en fines de semana.

El tercer pilar de la estrategia de NACEX consiste en integrar el ecodiseño y las prácticas de circularidad en sus envases con el objetivo de reducir el uso de plástico e incrementar su reciclabilidad y recuperación.

La gala de los IV Premios Internacionales de Movilidad se celebró el 8 de mayo en Madrid. Manuel Orihuela, director general de NACEX, fue el encargado de recoger el galardón, entregado por José Antonio Santano, secretario de Estado de Transportes y Movilidad Sostenible. Manuel destacó: “En NACEX sabemos que poner el foco en la satisfacción del cliente no es incompatible con cuidar nuestro entorno, al contrario. Por eso, integramos la sostenibilidad en nuestra estrategia de negocio. Un reconocimiento como este nos indica que vamos en el buen camino y nos motiva a ir más lejos”.

NACEX LLEVA AÑOS TRABAJANDO PARA AUNAR EXCELENCIA EN EL SERVICIO Y SOSTENIBILIDAD A TRAVÉS DE INICIATIVAS DIRIGIDAS A REDUCIR EL IMPACTO DE SU ACTIVIDAD SOBRE EL MEDIO AMBIENTE.



José Antonio Santano, secretario de Estado de Transportes y Movilidad Sostenible; y Manuel Orihuela, director general de NACEX.

El jurado, formado por grandes expertos, seleccionó a los 13 ganadores de la cuarta edición de entre más de 100 iniciativas. La gala de entrega de premios reunió a representantes institucionales, jurado, premiados y miembros de la plataforma Empresas por la Movilidad Sostenible. Entre los asistentes se encontraban José Antonio Santano, secretario de Estado de Transportes y Movilidad Sostenible; Hugo Morán, secretario de Estado de Medio Ambiente; Sara Aagesen, secretaria de Estado de Energía; Pere Navarro, director de la DGT; y Susana Gómez, subdirectora adjunta de Vehículos de la DGT.

La innovación en movilidad ha sido el denominador común de los proyectos galardonados. En este sentido, el transporte escolar, la última milla, la movilidad en bicicleta y la eléctrica, el transporte público, la intermodalidad y la movilidad al trabajo han sido los grandes protagonistas. Todos ellos con propuestas de impacto y replicables.

SOBRE NACEX

NACEX, que dispone de una amplia gama de servicios, forma parte de Logista, el distribuidor líder de productos y servicios a comercios de proximidad en el sur de Europa. NACEX cuenta con una flota de más de 2.500 vehículos y más de 4.000 colaboradores, así como con una red de 33 plataformas, más de 300 franquicias en España, Portugal y Andorra, y más de 3.500 puntos NACEX.shop en España y Portugal.



Capitol Casino: la gustosidad del tabaco de Nicaragua

En los departamentos de Estelí y Nueva Segovia se cultivan y producen los mejores tabacos de Nicaragua, que han alcanzado el primer puesto en el mercado de cigarros Premium de Estados Unidos, y de las vegas de esas zonas salen las hojas que componen el Capitol Casino.

Este cigarro está elaborado en la fábrica ubicada en Estelí del famoso veguero de origen cubano Néstor Plasencia para Tabacalera Cigars y de cuyas galeras salen al año varias decenas de millones de cigarros entre los que se encuentran las tres vitolas de la marca Capitol que llevan ya más de cuatro años en los estancos españoles.

Llegado a las cavas de puros de nuestro país en plena pandemia, la marca Capitol acaparó enseguida la atención de los aficionados a los cigarros con la seguridad y garantía no sólo de su excelente elaboración, sino también con el aval de la exquisita cosecha de tabacos que ya desde hace años se consiguen en tierras nicaragüenses.

Concebida como una marca inspirada en el hedonismo y el glamour de los años 20 del siglo pasado, la concepción del prestigioso maestro tabaquero Rafael Nodal, el trío de vitolas al que pertenece el Casino contiene una variada gama de sabores ricos y complejos, acompañados de

CON UNA CAPA ENTRE COLORADO Y MADURO CLARO, ÉSTA ES ENORMEMENTE ELÁSTICA Y PROCEDE DE LAS VEGAS DEL VALLE DE JALAPA QUE ESTÁ SITUADO ENTRE NICARAGUA Y HONDURAS, A UNOS 700 METROS DE ALTITUD, CON TIERRAS ARENOSAS Y MUY FINAS, Y SU COMBUSTIÓN ES MAGNÍFICA.



Capitol Casino presenta una cantidad de tabacos de 17,55 gramos.



un aroma intenso con múltiples matices.

El Capitol Casino es un cigarro de 135 milímetros de longitud y un cepo 54 en el que su construcción asegura la buena densidad de su humo al existir un tiro excelente que hace de la proporción de sus medidas una estupenda combinación para que éstos sean los resultados.

Con una capa entre colorado y maduro claro, ésta es enormemente elástica y procede de las vegas del valle de Jalapa que está situado entre Nicaragua y Honduras, a unos 700 metros de altitud, con tierras arenosas y muy finas, y su combustión es magnífica.

Esta vitola sobresale especialmente por el hecho de que en boca desarrolla unos rastros tabaqueros bien penetrantes, sin que su fortaleza sobrepase la media/media, aportando unos singulares conjuntos de sabores y aromas procedentes de su buena ligada de distintos tabacos de Nicaragua.

La determinación de la ligada de tabacos procedentes de Jalapa, Ometepe (una pequeña isla en medio del lago de Nica-



HA HABIDO AFICIONADOS QUE HAN DEFINIDO AL CAPITOL CASINO COMO UN CIGARRO ELEGANTE Y SABROSO, PERO YO AÑADIRÍA QUE TIENE UN POSTGUSTO SEDOSO Y CASI ATERCIOPELADO COMO EL QUE DEJAN ALGUNOS VINOS JEREZANOS AL DISCURRIR POR LA CAVIDAD BUCAL.

ragua), Condega y Estelí hace que la degustación no sorprenda por su agresividad, sino todo lo contrario.

Suave en general, con ciertas puntas picantes a lo largo de su combustión –bien regular, por cierto–, el Casino hace que la degustación transcurra agradablemente sin ningún tipo de aristas en boca con un recorrido fácil y grato.

Sabores en los que podemos determinar un conjunto bien afinado de toques tostados, torrefactos y en los que la madera suele estar presente a lo largo de la fumada, con la aparición a partir del segundo de sus tercios de un agradable dulzor que apareció de repente, acompañado de notas claras de granos de café.

Ha habido aficionados que han definido al Capitol Casino como un cigarro elegante y sabroso, pero yo añadiría que tiene un postgusto sedoso y casi aterciopelado como el que dejan algunos vinos jerezanos al discurrir por la cavidad bucal.

La fumada no se prolonga hasta los sesenta minutos por muy poco, aunque –como ya sabemos– eso depende mucho de la capacidad de aspiración de cada fumador, del momento de la degustación y de la atención que se le preste a este Capitol.



FORMATO
Longitud: 135 mm.
Diámetro: 21,43 mm.
Cepo: 54
Peso: 17,55 gr.

TABACO
Tripa: Jalapa, Condega y Estelí (Nicaragua).
Capote: Ometepe (Nicaragua).
Capa: Jalapa (Nicaragua).

ANTES DE ENCENDER
Color: colorado.
Aroma: herbáceo.
Gusto: dulzón.

FUMADA
Suave y de fortaleza media, la fumada transcurre con una peculiar gama de matices tabaqueros en los que podemos encontrar algo de pimienta blanca, chocolate, café y tostados que van casi todo el tiempo acompañado de notas amaderadas, así como de una combustión muy regular y grata en boca.

TIEMPO DE FUMADA
55/60 minutos.

TIRO
Excelente.

CENIZA
Gris clara y compacta

PRESENTACIÓN COMERCIAL
Estuche de 10 cigarros envueltos en celofán.

PVP: 11,00 €.

COMENTARIO
La concepción del conjunto de tabacos de distintas zonas de Nicaragua en su ligada hace que este cigarro nos ofrezca una exquisita degustación, sin cambios bruscos ni ningún tipo de arista en boca, con el postgusto sedoso y sencillo.

Varios orígenes de los cultivos, pero tabacos bien cuidados y añejados para conseguir en ambos casos cigarros estupendos. El habano es una Edición Limitada, lo que conlleva añejamiento como mínimo de dos años, y ahí está su valor; mientras que el Davidoff es un blended muy especial de tabacos conseguidos en diferentes tierras y orígenes que ofrecen una suma espléndida.

HOYO DE MONTERREY MONTERREYES N° 4 ED. LTDA. 2021

FORMATO

Longitud: 145 mm.
Diámetro: 21,83 mm.
Cepo: 55.
Peso: 17,19 gr.

TABACO

Tripa, capote y capa: Vuelta Abajo
(Pinar del Río, Cuba).

ANTES DE ENCENDER

Color: carmelita.
Aroma: heno viejo.
Gusto: terroso.

FUMADA

De comienzos con sabores penetrantes a tabaco bien añejado, evoluciona con la presencia de rastros de pimienta blanca mezclada con toques dulzones y especiados, para finalizar con una gran pujanza de sabores y, en resumen, un cigarro bien balanceado.

TIEMPO DE FUMADA

65/65 minutos.

TIRO

Excelente.

CENIZA

Gris acerada.

PRESENTACIÓN COMERCIAL

Estuche de madera barnizado y habilitado que contiene 10 cigarros.

PVP: 55,00 €.

COMENTARIO

El añejamiento especial de esta Edición Limitada cumple a la perfección con las características de las mismas, por lo que sus más de dos años de maduración y envejecimiento de sus hojas de tabaco le dan un sabor y fortaleza más acendrados que la catalogada para la propia marca.



DAVIDOFF WINSTON CHURCHILL CHURCHILL

FORMATO

Longitud: 175 mm.
Diámetro: 18,65 mm.
Cepo: 47.
Peso: 15,71 gr.

TABACO

Tripa: Piloto Mejorado Seco, Híbrido Olor/Piloto Seco y Piloto Seco (Rep. Dominicana), Estelí Seco y Condega Seco (Nicaragua).
Capote: Negro San Andrés (México).
Capa: Ecuador.

ANTES DE ENCENDER

Color: maduro.
Aroma: heno fresco.
Gusto: vegetal.

FUMADA

Potente y sabroso en sus inicios, encontramos enseguida los picantes de la pimienta negra bien contruidos y conjuntados con un cierto toque dulzón en la punta de la lengua para proseguir con notas de café fuerte y cacao algo más suave, con una espléndida densidad de humo y una fortaleza de tipo medio/alto.

TIEMPO DE FUMADA

50/55 minutos.

TIRO

Excelente.

CENIZA

Gris de tonos medios.

PRESENTACIÓN COMERCIAL

Cajas de 20 cigarros.

PVP: 24,00 €.

COMENTARIO

A destacar la mezcla de tabacos de México, Nicaragua y República Dominicana, que consigue una extraordinaria fortaleza de tipo más bien alta y una complejidad que no afecta al buen desarrollo de la degustación, que se produce con un grato acrecentamiento conforme avanza la combustión.



Davidoff
Winston
CHURCHILL®

CIGARS OF CHARACTER



NUEVO FORMATO CHURCHILL EN CAJAS DE 20 UNIDADES



SAP:3517479 POR 24,00€ CADA UNIDAD

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



Davidoff Aniversario Special T Allegro Molto

Siempre procuro ser objetivo (sí, de verdad que lo intento) y atenerme a las buenas enseñanzas de mis maestros –Javier, María, David, Raúl y Tupac– seguir el orden de la fumada, no salirme de lo pertinente (utilísimo consejo en estas ferias en las que la impertinencia se paga tanto) y, sobre todo, no inventar. Por suerte, los puros atesoran tal riqueza que no es preciso estrujar el caletre para encontrar las palabras precisas. Sin embargo, el Davidoff Aniversario Special T me incita a saltarme las dos primeras reglas para poder abarcar cuanto guarda.

Huele a los puros de antes, cuando no era otro el tabaco, sino que éramos otros quienes fumábamos; tiene toda la riqueza que llamamos “cuadra”, además de pimienta negra, azúcar quemado, cereal tostado y un algo floral, fresco y balsámico. Vuelvo a mirarlo con detenimiento y encuentro la correspondencia que buscaba: es el cigarro tantas veces, entonces y ahora, imaginado; un figurado grande [152 mm. y 52 de cepo], firmemente cernido bajo una capa clara y sedosa, Connecticut Ecuador, amable al tacto, cortés, sonriente. Sabe a chocolate, a cuero, a nueces, a miel, y pica un poco, tal y como pica una conversación inteligente.

Las sinfonías de Bruckner, me explicaron en cierta ocasión, rompen constantemente la lógica compositiva, dando cada tema paso a otro completamente distinto y renunciando a los usuales desarrollos que enseñan en los conservatorios. El resultado es un laberinto gozoso, sin centro aparente ni salida señalada. Valga el símil para explicar la fumada del torpedo y digamos que la llama del fósforo hace las veces de batuta. Lo que viene a continuación es una sucesión de pentagramas superpuestos atravesados por un humo claro, levemente untuoso, aunque fluido y astringente, que deja en la lengua una tenue capa dulce y grasienta, en contraste con un primer golpe de salinidad y cuero, como una fuga que se enreda más y más en lugar de resolverse, preguntando, con firmeza pero sin violencia, qué me parecen esos acordes de cacao, de panadería, de nuez, de hierba. Así es la gran música, sólo se necesita a ella misma.

Quizás un poco de vino pueda sosegar esta tormenta: Bancales olvidados, de uva mencia, de 2020 y de la Ribeira Sacra, que deja sensaciones de grafito y madera, de fruta roja y de licor, tanto en la nariz como en la boca. Es largo, sencillo (que es todo lo contrario a simple) y sus sabores se balancean impulsados por la salinidad del cigarro. Si lo que pretendía era ponerle sordina a

LO QUE NO SE PERMITE EL SPECIAL T ES LA LENTITUD DE UN ADAGIO. LA HORA LARGA DE FUMADA TRASCURRE CON BRÍO, AÑADIENDO, UN MATIZ TRAS OTRO, UNA PRESENCIA INESPERADA, UN TEMA QUE NO TENGO EN LA MEMORIA, PERO QUE NO DESENTONA. LA COHERENCIA DE LA FUMADA ESTÁ EN ELLA MISMA, EN SU DESARROLLO Y EN SU AFIRMACIÓN FINAL, COMO LA MÚSICA.



J&B Reserve 15 Años

Blended de whiskies elaborado siguiendo la tradición de la casa Justerini & Brooks a partir de una esmerada selección de los mejores whiskies escoceses de malta y grano, envejecidos durante más de 15 años en barricas de roble. Una alta proporción de whiskies de malta proviene de la región de Speyside y su sabor elegante y delicado lo convierten en un whisky excepcional e inolvidable. En 1779 Justerini & Brooks comenzaron a elaborar un whisky que más tarde les haría famosos en todo el mundo y, hoy, hablar de J&B Reserva significa hablar de los valores de J&B elevados al máximo: experiencia, calidad y garantía. J&B Reserva es de color naturalmente pálido, de sabor suave y fresco, que se caracteriza por la madurez y la suavidad que le aporta su largo añejamiento. En nariz presenta un aroma fino con notas a vainilla y tabaco y un ligero fondo a turba. En boca es redondo, ligeramente tostado de la crianza oxidativa, toques caramelizados y muy sabroso.

toda esta sonoridad, me he equivocado de cabo a rabo; sucede que la libertad suele estar en un bancale que nadie visita, salvo que a uno lo arrastre el humo hacia él. A partir de este momento, el Davidoff saltará de una nota a otra, oscureciendo las florales, intensificando las de cacao, amargo y muy puro, insistiendo en el cuero y en esa sensación sinuosa de otro tiempo que no tiene por qué ser pretérito. No es un cigarro de fortaleza, y no lo necesita; se siente seguro de sí mismo y no ve adecuado intimidar ni convencer, sino ofrecer argumentos. Todas sus características se van acumulando hasta llegar a un final cremoso y diáfano al tiempo, en el que surge el umami y una llamada a la tanicidad y a la acidez. Desobedeciendo a la costumbre, no hago el segundo corte canónico para los figurados, pero el puro me agradece la confianza res-



Ponte da Boga Bancales Olvidados 2020

Vino tinto monovarietal de Mencia elaborado en la D.O. Ribeira Sacra. Ponte da Boga Bancales Olvidados procede de pequeñas parcelas singulares sobre los ríos Bibei y Sil ocupadas por cepas viejas plantadas en suelos de pizarra y esquistos y, bajo una climatología contrastada, proporcionan una producción muy escasa, pero de gran calidad. Tras despalillar y pensar las uvas, se somete a una fermentación alcohólica durante 10 días con maceración y suaves remon-tados. Después continúa la fermentación maloláctica y la crianza en barricas de roble francés a lo largo de 10 meses. Es afrutado, de tono violeta medio, con un aroma intenso, con notas de violeta, mora, humo y pimienta, notas que se repiten en boca, siendo fresco, vivo y muy alegre gracias a su gran acidez. El final es persistente y muy agradable.

pondiendo con una circulación excelente y sin acumulaciones indeseables.

Quizás no debería haber elegido el Pedro Ximénez Reserva de Familia, de Málaga Virgen, pero me fascinan los vinos licorosos tanto como la heterodoxia. Encuentro en él los sabores esperados: pasas, café, cacao y mucha madera; es un vino espeso, que desata una tormenta de torrefactos en la boca, y con el que el cigarro no encuentra acomodo, pero no es culpa de un muy buen PX, que ya se ha quedado en mi aparador a la espera de un postre a su altura. Sucede, simplemente, que ni Jack Lemmon es perfecto cuando se quita la peluca.

Lo que no se permite el Special T es la lentitud de un adagio. La hora larga de fumada transcurre con brío, añadiendo, ya lo he dicho, un matiz tras otro, una presencia inesperada, un tema que no tengo en la memoria, pero que no desentona. La coherencia de la fumada está en ella misma, en su desarrollo y en su afirmación final, como la música. Sólo un compositor cobarde niega su papel a los metales: whisky JB de quince años, porque la claridad, yo nos lo avisaron, es un don. En nariz predominan las notas de alcohol y cereal tostado, a las que acompañan la manzana roja y los frutos secos; al beberlo, la manzana se compota como si hubiera pasado por el horno, el alcohol se estabiliza, el cereal se vuelve oscuro y aparece un brillo ahumado que habla del norte y de la niebla. Venga, reconozcan conmigo que solemos ser injustos con los blended. El último ataque que llevan a cabo whisky y puro es fantástico: el alcohol eleva todas las notas y las pasea por la boca en un crescendo dulce y tostado que se rompe con un golpe salino brillante, contundente y pleno. El silencio antes del aplauso, imprescindible para acoger todo lo recibido, se alarga durante segundos mientras el paladar se resiste a perder tanto sabor.

Porque lo no pertinente no siempre es impertinente y la música sabe escapar de cualquier control.

DAVIDOFF ANIVERSARIO SPECIAL T

FORMATO

Longitud: 152 mm.
Diámetro: 20,66 mm.
Cepo: 52.

TABACO

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

NOTAS DE CATA

Color: Colorado claro, sedosa, fina y con brillo.

Aroma: A madera de cedro, hierba y especias, cálidas notas de cuero, nuez y pimienta negra.

Gusto: Complejo, con notas de cedro, especiadas y un sabor cremoso bastante intenso, destacando las notas afrutadas (cítricas) y amaderadas y un sabor residual a pimienta negra. Recomendable un segundo corte para mayor disfrute de sus sabores.

Tiro: Excelente.

Combustión: Perfecta, muy pareja y homogénea de principio a fin.

Fortaleza: De inicio suave-medio, aumenta a media hacia el final.

Tiempo de fumada: Unos 55-60 minutos.

Presentación comercial: Caja de 20 cigarros.

Precio: 25,40 €/cigarro en tubo;
508,00 €/caja.



Pedro Ximénez Reserva de Familia Bodegas Málaga Virgen

Vino de licor dulce noble perteneciente a la Denominación de Origen Málaga, elaborado por las Bodegas Málaga Virgen en base a vinos tiernos procedentes de uva asoleada pasificada de la variedad Pedro Ximénez que es seleccionada en la viña y asoleada en paseras, sobre capachetas de esparto durante 10 días. Luego es prensada en prensas horizontales especiales y el mosto obtenido, muy denso, inicia una ligera fermentación que para a 15° de alcohol. Crianza oxidativa en botas de roble francés vosges, con tostado medio. Es de color caoba oscuro con reflejos ambarinos, de buena intensidad, con aromas de frutas pasificadas (dátiles) y fondos de maderas y tostados. En boca es dulce y elegante en la entrada, con un paso de boca aterciopelado y untuoso y un final largo.



MARIDAJE
DAVID CAGIGAS

QUAI D'ORSAY Nº 52

Quai o la sutil elegancia de un habano

Quai d'Orsay No.52, cepo 52 y 156 mm., con su nuevo formato de vitola de galera bautizado como Lanzas, fue presentado, como no podría ser de otra manera, en París (Francia) en el Hotel de La Marine, en plena Plaza Vendome, cuyas vistas a la Torre Eiffel o a la propia Avenida Quai d'Orsay son de sobra conocidas por aquellos que hemos visitado la capital gala.

Lo que agradezco de este tabaco en alta medida, por ser uno de mis favoritos del vitolario de Habanos, es que no vamos a encontrar grandes cambios dentro de lo que viene a ser la marca Quai. Así nos encontraremos con su habitual cuero, panadería, miel, que se mezcla con una característica vegetal del tabaco, lo que da la impresión de tener una nota de miel de brezo, pan, algo muy propio de esta marca, de hecho recuerda mucho a la panera de la abuela,

EL TABACO DURANTE LOS TERCIOS NO EVOLUCIONA DEMASIADO. LO QUE SÍ PODEMOS APRECIAR ES UNA INTENSIFICACIÓN DE LAS NOTAS, SOBRE TODO LAS TOSTADAS, INCLUSO UN LIGERO AUMENTO DE LA FORTALEZA, QUE SIN LLEGAR A SER MEDIA SE QUEDA UN POCO EN EL LÍMITE. OBIAMENTE ESTA EVOLUCIÓN TAMBIÉN AFECTA A LOS AROMAS Y SABORES DE NUESTRO TABACO.

donde tenemos recuerdos de migas o de pan seco, y además se aprecian frutos secos en forma de cáscara de nuez, notas amaderadas bastante intensas, de especias dulces, sobre todo vainilla y pimienta blanca y un fondo de canela.

El tabaco ya en boca, sin encender, resulta dulzón. De hecho, se aprecia muy bien la madera avainillada y dulzona, también canela y una nota terrosa de té rojo que no se aprecia en nariz que recuerda casi una infusión de té rojo con canela; hay notas de especias de pimienta blanca

y la vainilla y también la panadería, aunque éstas aparecen en boca más en segundo plano.

Una vez encendido el tabaco se muestra con unas características muy propias de la marca: tenemos una fortaleza suave, un dulce apreciable y cierta tanicidad.

En el primer tercio tenemos notas muy marcadas de panadería, cierto toque de café, las notas amaderadas, sobre todo, en forma de cáscara de nuez, las especias de pimienta blanca y vainilla, la miel, el cuero y la terrosidad. Muy de fondo se aprecia una



Quai D'Orsay Nº 52
Vitola de galera: Lanzas.
Tamaño: 156 mm x cepo 52.
Capa, capote y tripa: Vuelta Abajo (Cuba).
Capa: Colorado claro.
Fortaleza: Suave.
Tiempo de fumada: 75-80 minutos.
Presentación comercial: Cajas de 10 y 25 cigarrros.
PVP: 21,00 €/cigarro.
210,00 €/caja de 10; 525,00 €/caja de 25.

TODO MARIDADO

nota floral que te recuerda junto a la madera, a un aroma perfumado. Si unimos la nota vegetal, quedaría un deje a lavanda, más concretamente, caramelo de lavanda.

El tabaco durante los tercios no evoluciona demasiado. Lo que sí podemos apreciar es una intensificación de las notas, sobre todo las tostadas, incluso un ligero aumento de la fortaleza, que sin llegar a ser media se queda un poco en el límite. Obviamente esta evolución también afecta a los aromas y sabores de nuestro tabaco. El pan va a estar más tostado, las especias y la miel se mantienen, la cáscara de nuez incluso también se tuesta más, el café también es más apreciable y asimismo

cabría destacar que la nota vegetal se ve afectada por este tostado generando cierta idea de turba ligera.

A medida que avanza la fumada, se le aprecia un incremento de la tanicidad, pero la encontraremos muy balanceada por la untuosidad que se ha ido desarrollando parejamente con aquella.

Es un tabaco que, a pesar de su suavidad, no sé hasta qué punto es recomendable para una persona que empieza a fumar,

Whisky Teeling Small Batch 46% Abv.

Esta destilería situada en Liberties, en pleno corazón de Dublín, cuenta, como no puede ser de otra manera, con un pasado de lo más interesante. A pesar de abrir sus puertas en 2015, la familia tenía en propiedad Cooley con anterioridad, la destilería que produce Connemara, y al venderla pusieron como condición quedarse con los whiskeys añejados en ella, a lo cual se accedió, teniéndolos en posesión actualmente.

Teeling es un whiskey irlandés caracterizado por su triple destilación, lo que los hace, en general, más ligeros y florales, pero casi que hasta ahí acaba su convencionalismo porque el añejamiento se produce en barricas ex bourbon de roble americano y barricas centro americanas de ron durante un periodo de 12 meses, dando como resultado un whiskey de 46 grados con un alcohol de los más integrado y muy ligero con unas delicadísimas notas de vainilla, frutos secos, uva pasa y un toque de especia picante. Además, habría que mencionar su final largo y, reitero, sumamente delicado de tostado de barrica, frutos secos y especias dulces.

Pan de especias

Es simple, lo reconozco, pero sumamente resultón con nuestro tabaco. Si sabemos elaborar pan y controlamos el proceso de fermentación, lo cual no es excesivamente complicado, podremos hacer nuestro propio pan de especias, en la que pondría más énfasis en la pimienta blanca, nota característica de este tabaco, y mantequilla para emular la untuosidad del tabaco, pero un pan con cereales tostados podría servir igual por los frutos secos que también se aprecian en él.



MI OPINIÓN

La apuesta consiste en mantener las características del Quai 52 sin alterarlo. Ni mucho menos taparlo de ningún modo, tarea ardua complicada debido a su delicadeza. De hecho, con los productos recomendados vamos a resaltar el tabaco para apreciarlo en su esplendor y complejidad.

El pan de especias, como he comentado, resaltarán además de la propia panadería, su pimienta blanca y la untuosidad del tabaco; el whiskey, sus frutos secos, el ahumado ligero, los tostados, la vainilla y las especias picantes. Cabe subrayar que la suavidad del producto encaja muy bien con la fortaleza baja del tabaco, lo cual no interrumpirá sus notas en ningún momento.

pues es un tabaco que tiene un nivel de complejidad alto que quizá para alguien que está empezando no pueda llegar a entender y le pueda aparecer aburrido debido a su tamaño y, por tanto, su duración, de en torno a hora y media.

LO QUE AGRADEZCO DE ESTE TABACO EN ALTA MEDIDA, POR SER UNO DE MIS FAVORITOS DEL VITOLARIO DE HABANOS, ES QUE NO VAMOS A ENCONTRAR GRANDES CAMBIOS DENTRO DE LO QUE VIENE A SER LA MARCA QUAI D'ORSAY.



HENRY CLAY



WAR HAWK

SINCE 1840

INFLUYENTE, ADMIRADO, RECONOCIDO

¿QUÉ MÁS SE LE PUEDE PEDIR?

La marca Henry Clay llega a España

Creada a mediados del siglo XIX, la marca Henry Clay lleva el nombre del legendario senador estadounidense. La línea "War Hawk" hace honor al famoso término acuñado por Henry Clay, gran orador y personaje muy popular en su época.



Hecho a mano en Honduras, ofrece una mezcla compleja de sabores únicos: tostados y amaderados. Una ligada tan interesante, admirada y reconocida en el mundo como el famoso político.



Corona
44x127 mm.

Robusto
54x127 mm.

Toro
50x152 mm.

Lonsdale
42x171 mm.

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

Las Autoridades Sanitarias advierten que fumar perjudica

gravemente su salud y la de los que están a su alrededor.

Grupo Tabacalera

Puros Orígenes, viaje a la cuna del tabaco

La Finca La Gaivota (Aravaca, Madrid) fue el escenario idóneo elegido por Tabacalera para celebrar uno de esos eventos que van a permanecer en la memoria de todos cuantos asistieron por los buenos momentos vividos, las nuevas experiencias y retos afrontados, la grata compañía del reencuentro con amigos y el aprendizaje cosechado gracias a los conocimientos aportados por los Maestros del Grupo de Maestros de la empresa: Pedro Ventura, Elmer Suárez y Marvin Tábor.

La recepción de los invitados a Puros Orígenes ya supuso en sí todo un acontecimiento, pues a la llegada a la Finca La Gaivota los tres orígenes tabaqueros ya se encontraban bien visibles con sus respectivos córners, muy elegantes, y que ofrecían una muestra de las marcas del Grupo Tabacalera en República Dominicana, Honduras y Nicaragua, incluidas algunas novedades importantes que están por llegar al mercado, como la edición especial de VegaFina Classic para el mercado español que se dedica a la figura histórica de Blas de Lezo, un cigarro con formato figura-do (parklane). Además, mientras se acercaba la hora de inicio del programa previsto, se pudieron degustar otros productos tradicionales de estos tres orígenes, como el café o el chocolate.

Javier Rodríguez Lera, director de Ventas de Tabacalera, dio inicio a Puros Orígenes dando la bienvenida a los asistentes y confesando que “me considero una persona muy afortunada porque trabajo en una industria que es apasionada, en una empresa que es Tabacalera, en la que ya llevo más de la mitad de mi vida trabajando con un producto, el cigarro premium, que me ha permi-



Elmer Suárez, Fernando Domínguez, presidente de Tabacalera, Pedro Ventura y Marvin Tábor. A la izquierda, jardines de la Finca La Gaivota que acogieron a los asistentes invitados.

tido conocer a gente maravillosa y que conozco desde el campo a las fábricas pasando por los distribuidores y los minoristas, hasta llegar al consumidor”. Y sobre Puros Orígenes señaló que era

Como señaló Jorge Fernández Cabezas, “en Tabacalera somos Habanos, somos Cuba, pero también somos Nicaragua, Honduras y República Dominicana”.



República Dominicana

Pedro Ventura, director de Operaciones y de Producto de Tabacalera de García, con treinta años de experiencia en el sector, se refirió a la tradición tabaquera de la República Dominicana, que data de la época precolombina, cuando los nativos de la isla, los tahínos, utilizaban ya el tabaco con fines curativos y religiosos. Ya en la época colonial es cuando se desarrolló la industria tabaquera y comienza la exportación hacia Europa. A raíz de la revolución cubana, varios tabaqueros cubanos emigran a Centroamérica y República Dominicana y es ahí cuando comienza la producción de cigarros como tal. Hoy, República Dominicana está considerada como uno de los principales exportadores del mundo. Expuso que hay cuatro zonas tabaqueras principales, localizadas en lo que se conoce como el Valle del Cibao, que es la parte más fértil del país, y se localizan alrededor de la ciudad de Santiago de los Caballeros, que es donde se encuentra la mayoría de las fábricas. Analizó cada una de las cuatro zonas –Mao, Navarrete, Villa González y Jacagua–, su climatología, sus suelos y las características de los tabacos de cada una de ellas, sus variedades, sus fortalezas, sus aromas y sabores. En referencia a Tabacalera de García, dijo que están “*muy orgullosos de la fábrica que tenemos. Fundada en 1969, está considerada una de las fábricas más grandes, sino la más, de cigarros premium en el mundo*”, con una producción de 40 millones de cigarros hechos a mano al año –175.000 al día–, con poco más de 2.000 empleados, de los que la mitad son torcedores. La producción se exporta a más de 50 países, con un portafolio de más de 55 marcas y más de 1.000 referencias, con un total de 79 formatos, 24 presentaciones de envasado, una fábrica de cajas muy moderna con 11 tipos de formatos de cajas y una producción de 1 millón de cajas al año. La compañía tiene 58 combinaciones



de tripa que dan unas 168 combinaciones. Se procesan alrededor de 1.000 toneladas de tabaco al año y tiene el cedar room más grande de la industria con capacidad para más de 7 millones de puros. VegaFina es la marca número uno en el mundo e informó que entra en una fase de cambio de imagen, basada en la de la línea 1998. Y que la línea Fortaleza 2 pasa a denominarse Serie 2. Casa de García, otra de sus marcas, está en el segmento de cigarros de bajo precio, se presenta en mazos, tiene una buena relación calidad-precio y es una combinación de tabacos de diferentes orígenes. Resumió con tres adjetivos lo que representa el tabaco dominicano: diversidad, donde Criollo 98, Piloto Dominicano y Olor Dominicano son ideales para ligar en cigarros; premium, porque es un tabaco muy aromático y ofrece sabores muy complejos; y tradicional, porque se mantiene la forma de cultivar, fermentar, curar y producir los tabacos.



Honduras

Elmer Suárez, director de Tabaco y Product Capability de La Flor de Copán, con 35 años en la industria del tabaco, también repasó la historia del tabaco en Honduras, que se remonta a la cultura maya. En la época colonial, precisamente en Santa Rosa, se estableció lo que se llamaba la Real Renta del Tabaco. De las familias que llegaron a Copán, se estableció la Familia Bueso, de la que Jorge Bueso, que falleció el año pasado con 104 años y que formaba parte de la cuarta generación, fue el creador de la fábrica de La Flor de Copán en 1976. Las zonas tabaqueras de Honduras son el Valle de Copán, que hace frontera con El Salvador y Guatemala, y el Valle de Talanga, Olancho y Jamastrán, que hacen frontera con Nicaragua. “En La Flor de Copán –explicó– sembramos y controlamos el 60% del tabaco que utilizamos, con cosecheros independientes y un departamento agrónomo, la semilla la producimos nosotros y se la entregamos a los productores”. Tiene una producción anual de en torno a 15 millones de cigarros, emplea a algo más de 700 personas, de los que unos 300 son torcedores, ocupa una superficie de cerca de 14.000 metros cuadrados, elabora unas 30 marcas. Pese a exportar a más de 30 países, “nuestro cliente principal es Estados Unidos y desde el año pasado estamos en nuestro mercado objetivo de toda la vida, que es España”. Produce unas 40 vitolas, con 198 presentaciones y nueve estilos de cajas, unas 37



ligas actuales, de las que se consigue un centenar de combinaciones. Procesa unas 885.000 libras al año y tiene un cedar room con capacidad para algo más de 4 millones de cigarros. En la fábrica de cajas se hacen unas 418.000 cajas anuales. “Nuestra marca principal es Flor de Copán, que va a cumplir 25 años de existencia. Es un tabaco sabroso, fácil de fumar, de capa clara Connecticut que se puede fumar a cualquier hora del día. Para nosotros, Flor de Copán es tradición, con muchos años de historia, es un tabaco muy complejo, con muchos orígenes y es un tabaco muy aromático”.



Nicaragua

Marvin Tábor, director de Calidad de La Flor de Copán, con 22 años de experiencia, comentó que aunque actualmente no haya ninguna fábrica en Nicaragua que sea propiedad de Tabacalera, los Maestros Tabaqueros de la compañía utilizan tabaco de Nicaragua en sus blends. “Nicaragua es tabaco y pasión y parte de la esencia del Grupo Tabacalera, grandes ligas, grandes proyectos, con raíces que son parte de la cultura y la tradición tabaquera nicaragüense”.

Sobre su historia en el país, como en los otros dos orígenes, hay que remontarse a la época precolombina, a partir de la cual se establecieron tributos, entre ellos el tabaco, y se creó el estanco como lugar de venta de productos de lujo. Comentó que la historia del tabaco en el país va unida al antes, durante y después del conflicto armado que se vivió en los años 80 del siglo pasado y que se corresponden a la creación de la industria, su declive y su resurgimiento.

Se refirió a las principales zonas de cultivo de tabaco –Jalapa, Condega, Estelí y Ometepe–, sus características climáticas, sus suelos volcánicos, los tipos de tabaco que se producen, sus aromas, sus sabores, sus fortalezas...

Aseguró que el tabaco nicaragüense “es importante para nosotros como grupo porque son tabacos muy especiales, con mucho cuerpo, con mucha personalidad y carácter. Sus tonalidades cítricas le dan una personalidad única y un nivel alto de complejidad que necesitamos utilizar en nuestros productos y al ser utilizados con muy buenos tabacos, dulces, achocolatados, especiados, tanto de Honduras como



de República Dominicana, obtenemos como resultado un cigarro espectacular. También lo es importante porque nos permite incrementar la oferta de sabores, aromas y fortalezas que podemos ofrecer en nuevos proyectos”.

Enumeró y citó las características de cada una de las marcas de Tabacalera en Nicaragua, como Capitol, Aging Room, VegaFina, La Finca y Boneshaker, y para resumir citó las tres características que hacen único al tabaco nicaragüense: “es un tabaco de origen volcánico que le da unas tonalidades de fuerza, de aroma, de sabor, de complejidad especiales; es intenso y su rueda de sabores es definida y amplia y nos da una complejidad especial a nuestras ligas; y es versátil, es fácil comercializarlo, es fácil de crear nuevos proyectos y fácil de degustar”.

Tras la intervención de Elena González Laguna, directora de Trade Marketing de Tabacalera, fueron presentados los tres Maestros que se habían desplazado a nuestro país con motivo de este evento: Pedro Ventura,



Elmer Suárez y Marvin Tábor, que junto a Javier Elmudesi, Néstor Rodríguez, Adín Pérez y Joel Alvarenga, completan el del Grupo de Maestros de Tabacalera y entre los siete reúnen más de doscientos años de experiencia. Su misión, ser guardianes de los blends, de las ligadas, de los productos, de su consistencia y ser los creadores de nuevas ligadas. Cada uno de ellos hizo la presentación de los distintos orígenes que daban nombre al encuentro.



CATA A CIEGAS

Para terminar con el programa matutino, todos los asistentes afrontaron el reto de una cata a ciegas que consistía en identificar la procedencia de los tres cigarros de formato robusto que cada uno tenía dispuestos



Arriba, los cigarros de la cata a ciegas. Debajo, Henry Clay War Hawk de la cata maridaje.

ante sí anillados con las letras A, B y C y que estaban elaborados, por ese mismo orden, con tabacos cien por cien dominicanos, hondureños y nicaragüenses. Un reto difícil en el que los allí presentes pusieron todo su empeño, conocimientos y buena dosis de lo allí aprendido a lo largo de la mañana. La cata a ciegas la presentó José Andrés Colmena, brand ambassador de Tabacalera, y a lo largo de su duración debatió junto a los miembros del Grupo de Maestros acerca de los más diversos asuntos que rodean el mundo del cigarro premium.

HENRY CLAY

Para finalizar el encuentro se realizó una cata maridaje guiada del Henry Clay War Hawk Lonsdale (cepo 42 x 171 mm), una marca que se presentaba en primicia, con dos destilados –el whisky scotch blend Chivas Regal 12 años y bourbon de Kentucky Four Roses Small Batch–, donde el brand ambassador de Tabacalera, José Andrés Colmena, y el de Pernod Ricard, Adrián Montañés, fueron introduciendo sus apreciaciones sobre el cigarro y los destilados, respectivamente.

José Andrés Colmena habló de la historia de la marca y del per-

LOS CAMBIOS SE CONVIERTEN EN OPORTUNIDADES

Así lo expresó Elena González Laguna, directora de Trade Marketing de Tabacalera, empresa en la que “creemos que los cambios que han sucedido en el mercado de cigarros premium en España son oportunidades para todos”, en referencia a cómo han ido cambiando los gustos de los consumidores, ahora mucho más abiertos e inquietos. Explicó que España es el primer mercado del mundo de cigarros premium sin tener en cuenta el de Estados Unidos. “Cogiendo datos de 2023, el mercado ha crecido en 700.000 tabacos más. Un mercado de 18 millones de cigarros. Y ha crecido también en 27 millones de euros. Es un mercado dinámico porque pasan cosas, como la llegada de 19 marcas en un año o la desaparición de otras 14. En él hay 275 referencias nuevas, es decir, cinco nuevas referencias cada semana. Eso es prueba de un mercado dinámico”. Y comentó que en el mercado español operan 27 fabricantes, 10 orígenes y 172 marcas.

“En el caso de Tabacalera como fabricante –expuso–, somos el fabricante número uno en España. En 2023 hemos vendido más de 11 millones de cigarros y seis de cada diez cigarros los vendemos nosotros y ocho de cada diez euros de cigarro premium son de Tabacalera. Si quitamos a Habanos de la ecuación y nos fijamos sólo en el resto de orígenes, resulta que Tabacalera también es líder, pues vendemos 4,7 de cada diez cigarros. Y lo hacemos siendo un único fabricante y teniendo siete marcas que nos permiten hacer el 50% de este mercado. Si vemos las cifras de nuestros competidores, ellos venden la otra mitad de los cigarros no cubanos, pero es una cifra que se la reparten 26 fabricantes y 138 marcas”.



“Hemos abierto la puerta a otros orígenes –continuó–, en parte condicionados por la escasez de Habanos y por la falta de suministro. Pero esta apertura, como mejor se demuestra es viendo que en los últimos diez años (2014-2023) hemos lanzado cinco marcas nuevas y hemos reforzado a VegaFina con dos nuevas líneas, lo que nos ha permitido que en el no cubano hoy tengamos el 50% de la cuota de mercado”.

En el caso de VegaFina, “que es nuestra marca estratégica, nos hemos convertido en la marca líder del mundo, sin tener en cuenta el cigarro cubano y sin tener en cuenta Estados Unidos. Es la marca de otros orígenes más vendida en el mundo y en estos diez años hemos crecido más de un 50%. Hoy vende unos ocho millones de cigarros en el mundo y sus pilares para ser tan fuerte son el liderazgo en el mercado español y la expansión que ha tenido internacionalmente, pues se vende en más de 50 países. VegaFina es líder del mercado español desde 2015 y ya son nueve años consecutivos. 5.000 estancos en España tienen a VegaFina como cigarro de referencia”.

Se refirió también al éxito que supone el liderazgo en el origen Nicaragua, “si excluimos los bundles, donde La Finca, que con sólo tres referencias ha vendido más de 400.000 tabacos en 2023 y es una marca que está presente en más de 1.500 puntos de venta”.

Y otro éxito, ya en referencia a Honduras, “ha sido el lanzamiento de Flor de Copán que en menos de un año se ha convertido en la primera marca de origen hondureño, con una facturación de más de un millón de euros”.

Mencionó el Sello de Garantía que Tabacalera está extendiendo a todo el portafolio de la compañía “porque hemos visto que era un valor añadido y que daba autenticidad y el consumidor así lo ha percibido”.

sonaje histórico del Siglo XIX que le da nombre, un político de gran importancia en la historia de Estados Unidos. Una marca que se originó en Cuba a mediados de ese siglo de la mano de dos asturianos con tabacos de Vuelta Abajo. Con la revolución cubana, la marca quedó en pausa y en 1986 Consolidated Cigar la adquirió y empezó a producirla en Estados Unidos, para pasar posteriormente a Altadis USA y al Grupo Tabacalera y hoy se produce en la fábrica de La Flor de Copán, en Honduras.

PUROS ORÍGENES EN IMÁGENES



Caris Jiménez, maestra rolera de Tabacalera de García, estuvo torciendo cigarros de VegaFina y ofreció la posibilidad de hacerlo a los asistentes para comprobar la dificultad que entraña la perfecta elaboración de un cigarro.



Un tabaco excelente, complejo, con mucho sabor, intenso y una fortaleza muy equilibrada hacia tipo medio, que va yendo hacia arriba, que combinaba de forma diferente con los destilados, en especial con el bourbon. Un tabaco que se inicia con algo de sequedad, pero que evoluciona hacia una cremosidad con puntas terrosas y sensaciones ahumadas y dulzonas.

Henry Clay es, como señalan desde Tabacalera, un cigarro que se lanza en el mes de julio en España (posteriormente en otros mercados europeos) y que complementa muy bien la oferta de marcas no cubanas de la compañía, con un hueco muy claro entre los aficionados.



Con presencia de los directivos de ambas compañías

Joya de Nicaragua y Drew Estate presentan su nuevo proyecto para España

El acogedor jardín de La Quinta de los Cedros, en Madrid, fue el escenario en el que se reunió un significativo grupo de estanqueros de la capital especializados en cigarros premium convocados de forma conjunta por los reconocidos fabricantes nicaragüenses Joya de Nicaragua y Drew Estate. Una velada en la que se presentaron los nuevos proyectos de ambas firmas para el mercado español y se disfrutó de los mejores cigarros que figuran en sus portafolios.

El año 2024 va a ser un año que quedará marcado para la historia de joya de Nicaragua pues, a pesar de llevar muchos años ya en el mercado español, desde 1995, éste va a ser el año en que empiece a trabajar con una estructura propia –la compañía se denomina Nativo Casa de Marcas– y además del mercado español va a dirigir desde aquí su llegada a otros mercados europeos, siendo la distribuidora de los cigarros tanto de Joya de Nicaragua como de Drew Estate.

Para poner en valor este nuevo proyecto, viajaron hasta nuestro país tanto el presidente de Joya de Nicaragua, Juan Ignacio Martínez, como la plana mayor de Drew Estate, encabezada por el CEO de la compañía, Glenn Wolfson, como Ed Wong,



director de Marcados Internacionales; Christopher Turco, director de Ventas Internacionales; y Ricardo Ortiz, director de Nuevos Desarrollos. En el evento que se organizó en Madrid estuvieron acompañados por Daniel Barrios, director de joya de Nicaragua en España; Albert Sernís y Pedro Pablo Gamero, miembros del equipo de la compañía en España.

Juan Ignacio Martínez señaló que ésta era una noche especial por varias razones, entre las que destacó esta nueva aventura en la que se embarca Joya de Nicaragua dentro del mercado español, que justificó explicando que “en España existe una oportunidad inmensa de crecer, florecer y hacer prosperar nuestros productos porque ustedes nos han abierto sus puertas y su corazón”.

También la calificó de “especial” porque “la familia Drew Estate ha decidido acompañarnos para reforzar la presencia de la marca en este país. Sabemos que hay muchos obstáculos y retos, que es complicado, pero estamos dispuestos a afrontar el reto e ir de la mano con ustedes para poder llevar a los fumadores españoles los cigarros que quieren”.

Expuso que Drew Estate es una de las mayores empresas de cigarros premium de Estados Unidos y la más grande de Nicaragua. “Sólo para poner en perspectiva su importancia –dijo–, Joya de Nicaragua, que es la fábrica más antigua de Nicaragua, produce 35.000 cigarros manuales al día; ellos producen 200.000 cigarros al día. Es decir, una escala brutal con la que han logrado transformar los fumadores no sólo en Estados Unidos, sino en muchos otros países y lo han logrado a través de un producto de éxito que ha transformado la mentalidad de muchos fumadores en el mundo”.

Glenn Wolfson, que asumió la



dirección de Drew Estate en 2016, expresó su satisfacción por estar en España y compartir con los asistentes “unos cigarros de los que estamos muy orgullosos”. O, como señaló Edward Wong, “España es un mercado muy importante en el mundo del puro y para nosotros empieza un periodo trascendental con este relanzamiento de nuestros cigarros aquí”.

Drew Estate estará en nuestro país con cigarros como Herrera Estelí, creado por Willy Herrera con la intención de aportar una auténtica influencia cubana; Nica Rústica Adobe, de intensidad media a completa que se mezcla para exhibir las riquezas de los tabacos nativos nicaragüenses; Liga Privada Selección de Mercado, cigarro de sabor robusto con un pie sin terminar y la cabeza de cola de pescado, elaborado únicamente por los mejores boncheros y roleras de Drew Estate; y Undercrown 10, creado para celebrar una década de dedicación y narrar un viaje de marca profundamente apasionado y espiritual.

Arriba, Albert Sernís, Ricardo Ortiz, Edward Wong, Juan Ignacio Martínez, Glenn Wolfson, Christopher Turco, Daniel Barrios y Pedro Pablo Gamero.



BMB
MALABUSCA

Para acompañar la presentación del proyecto de Joya de Nicaragua y Drew Estate, así como de sus cigarros premium, se pudieron maridar la ginebra y el vodka Malabusca, originarios de Alicante y obra de Santi Hernández, que también es un apasionado de los puros, quien comentó el proceso de elaboración de la ginebra Malabusca, en la que se utilizan 12 botánicos y que recibe tres destilaciones en alambique de cobre con camisa térmica de aceite y fuego vivo sin recuperación ni redistilado de colas y de las que tan sólo se aprovecha el corazón de cada una para el producto final. Una marca que está renovando su imagen en busca de su expansión internacional.

Tabacalera

La Gloria Cubana Turquinos

Acaba de ser presentada en España La Gloria Cubana Turquinos, una nueva vitola de esta exclusiva y quizás menos conocida marca de Habanos a pesar de contar con una historia que se prolonga ya durante casi 140 años.

Durante sus más de 100 años de historia La Gloria Cubana ha atraído a un círculo de fieles admiradores que, tradicionalmente, se encuentran entre los fumadores más entendidos. Ahora, la marca amplía su portafolio estándar con la nueva vitola La Gloria Cubana Turquinos, de cepo 50 x 141 mm de longitud y formato parejo. Nombrada en galera como Gordito, se presenta en estuche de madera habilitado de 10 Habanos, que mantienen la fortaleza media característica de la ligada de la marca y ofrecen un sabor y aroma amaderados, con notas especiadas y dulces, con recuerdos a almendra, café y melazas. Características de sus hojas de tabaco. Entre sus notas de sabor y aromas destacan la tierra, el cacao fuerte y un punto de ron añejo.

La Gloria Cubana Turquinos está disponible a un precio de 18 € el habano y 180 € la caja de 10 cigarros.

La Gloria Cubana, una joya de las menos conocida entre las marcas de Habanos, cuenta con una larga historia. Fundada en 1885, su nombre es una explícita referencia sobre su origen. La marca se caracteriza por su elegante imagen y presentación.

Sus vitolas, elaboradas totalmente a mano con tabaco de tripa larga y capote de la zona de Vuelta Abajo, ofrecen una fumada muy equilibrada y rica en matices de sabor y aroma.



Tabacalera

Punch Triunfos Línea Retro, ya en España

La Línea Retro de Habanos crece con el nuevo Punch Triunfos, una Petit Coronas de 129 mm y cepo 42.

La Línea Retro destaca por su presentación en petaca metálica y un cuidado diseño que está inspirado en los envases de bolsillo que se hicieron muy populares en los años 70. La línea, un producto muy buscado y apreciado por los coleccionistas, llegó a España en 2020 de la mano de Romeo y Julieta Club Kings y posteriormente, en 2021, presentó Partagás Capitols y H. Upmann Regalías, para ya en 2023 crecer con Hoyo de Monterrey Souvenir de Luxe.

Cada estuche de este nuevo Punch Triunfos Línea Retro contiene cinco Habanos de vitola Petit Coronas (cepo 42 x 129 mm de largo), uno de los formatos más populares del vitolarío cubano. Este nuevo lanzamiento de la Línea Retro está disponible a un precio de 11 euros el cigarro y 55 euros el estuche de cinco.



FICHA TÉCNICA Y DE CATA

FORMATO

Vitola de galera: Gorditos (cepo 50 x 141 mm).

TABACO

Vuelta Abajo (Pinar del Río, Cuba).

NOTAS DE CATA

Capa: Carmelita natural.

Aroma: Floral, amaderado, con notas de heno, cedro, cuero y canela.

Gusto: Amaderado, con notas especiadas y dulces; deja recuerdos de almendra, pimienta blanca, café y melazas.

Fortaleza: Media.

Ceniza: Color gris claro, compacta y duradera.

Tiempo de fumada: 50-60 minutos.



Hoyo de Monterrey Epicure No. 2 Serie Sevilla, una auténtica pieza de museo

Serie Sevilla Hoyo de Monterrey Epicure No. 2 llega al mercado español con una nueva edición, como siempre presentada en una elegante jarra producida por La Cartuja de Sevilla.

Tras siete ediciones anteriores, Serie Sevilla, la colección de Habanos limitada y exclusiva para España, regresa con una auténtica pieza de museo. Serie Sevilla Hoyo de Monterrey Epicure No. 2 consta de 2.000 jarras numeradas, elaboradas en loza inglesa por La Cartuja de Sevilla. Estas son réplicas meticulosamente detalladas de las que produjo esta misma firma a mediados del siglo pasado para las prestigiosas marcas Partagás y Ramón Allones, aprovechando la legendaria historia ibérica de porcelana, anheladas durante mucho tiempo por los más exigentes coleccionistas de Habanos.

Cada jarra contiene 19 Hoyo de Monterrey Epicure No. 2, que han sido conservados en las mejores condiciones. Con un cepo de 50 y una longitud de 124 mm, de vitola de galera Robustos, el habano aporta un sabor a madera de cedro, con notas de café y frutos secos, seguido por aromas levemente especiados y melosos.

Serie Sevilla Hoyo de Monterrey Epicure No. 2 está disponible a un precio de 25 euros al cigarro y 475 euros la jarra.



FICHA TÉCNICA Y DE CATA

FORMATO

Vitola: Robustos (124 mm. x cepo 50).

TABACO

Vuelta Abajo (Pinar del Río, Cuba).

NOTAS DE CATA

Capa: Carmelita natural muy fina y con brillo.

Aroma: Amaderado y especiado.

Gusto: Torrefacto, amaderado, frutos secos, con notas dulces y especiadas.

Fortaleza: Suave.

Combustión: Excelente durante toda la fumada.

Tiro: Magnífico.

Tiempo de fumada: 45 minutos aproximadamente.

Presentación comercial: Jarra en loza inglesa elaborada por La Cartuja de Sevilla con 19 cigarros.

PVP: 25,00 euros/cigarro
475 euros/jarra.



FICHA TÉCNICA Y DE CATA

FORMATO

Vitola de galera: Petit Coronas (cepo 42 x 129 mm).

TABACO

Vuelta Abajo (Pinar del Río, Cuba).

NOTAS DE CATA

Capa: Carmelita, sedosa, con ligero grano y algún nervio marcado, con brillo.

Aroma: Tostado, floral y especiado, que nos deja recuerdos a cuero, clavo y nuez moscada.

Gusto: Tostado, amaderado, terroso, con ligeras especias, que nos deja un postgusto a café, nueces, cacao, vainilla y miel.

Fortaleza: Suave-media de inicio, que sube hasta media.

Combustión: Correcta.

Tiro: Bueno.

Ceniza: Color gris medio con vetas de gris claro, muy compacta y duradera.

Tiempo de fumada: 40-45 minutos aproximadamente.



VegaFina Classic Supremo, una continua búsqueda de la excelencia

En su afán por innovar y ofrecer experiencias únicas a los aficionados, VegaFina presenta Supremo, una excepcional edición limitada dentro de su línea Classic. Con un blend que refleja toda la esencia y el sabor del tabaco de la República Dominicana y que representa la continua búsqueda de la excelencia de la marca.

Cuidadosamente torcidos con hojas de las mejores zonas tabaqueras, la combinación de las distintas variedades dominicanas empleadas en la tripa y el capote y su capa Ecuador otorgan a este VegaFina unas características organolépticas muy marcadas.

Un proceso largo y minucioso, que comienza con la elaboración del blend por parte del Grupo de Maestros de la fábrica de Tabacalera de García, y que continua en el savoir-faire de los expertos ligadores dominicanos. Dando como resultado un cigarro equilibrado, con sabores a frutos secos, café, cacao y melaza.

La vitola escogida, bautizada con el nombre de “Supremo” en alusión a su tamaño y excelencia, es un cepo 56 x 137 mm de longitud (Super Robusto). Un formato grande que resulta ideal también para aquellos aficionados que se inician en el mundo del cigarro premium y quieren disfrutar de un tabaco diferente y equilibrado, un tabaco con mucho sabor.

VegaFina Classic Supremo se presenta en un original estuche lacado de 12 cigarros con el nuevo logo VF de la marca y emblema “Supremo”. Los cigarros, que cuentan con anilla al pie a juego con el diseño del estuche, también estrenan el nuevo logo VF en la anilla principal. La caja, de madera de okume, va también serigrafiada con el logo de la marca.



FICHA TÉCNICA Y DE CATA



FORMATO

Vitola: Supremo (cepo 56 x 137 mm).

TABACO

Capa: Ecuador.

Capote: República Dominicana.

Tripa: República Dominicana.

NOTAS DE CATA

Capa: Madura, sedosa y con brillo.

Aroma: A frutos secos, puntas dulzonas que nos deja recuerdos a café, almendra, nuez moscada, vainilla y ligeras melazas.

Gusto: Amaderado, tostado, nos deja un posgusto a cacao, cedro ahumado, sal marina, puntas de vainilla y de melaza. Cremoso.

Fortaleza: Suave a suave-media.

Ceniza: Color gris medio con vetas de gris claro y gris oscuro mate.

Combustión: Pareja y homogénea durante toda la fumada.

Tiro: Bueno.

Tiempo de fumada: 50-60 minutos.

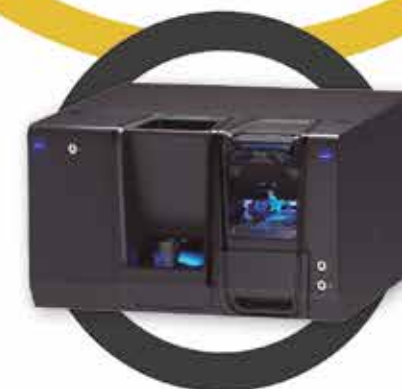
PVP: 7,50 euros/cigarro
90 euros/caja.

LKBITRONIC

DESCUBRE LOS
**CAJONES
INTELIGENTES**
MÁS EFECTIVOS
PARA TU ESTANCO



Cashlogy
Confianza,
seguridad y
prestigio



Glory
Fiabilidad,
rapidez y eficiencia



CashKeeper
Modularidad,
experiencia y
personalización

¿Qué cajón inteligente escojo para mi estanco?

En este video exploramos en profundidad los cajones inteligentes Cashlogy, Glory CI-5 y CashKeeper, ofreciéndote una comparativa clara que te ayude a decidir cuál es la mejor opción para tu estanco.

ESCANÉAME PARA
VER EL VIDEO



ESTANCOSYLOTERIAS Servicios de Mediación.
TRASPASOS, ASESORIA 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

TABACOS Loterías y Apuestas del Estado

Henry Clay War Hawk, una ligada tan interesante como el famoso político

Tabacalera, líder del mercado de cigarros premium en España, presenta en nuestro país Henry Clay. Una marca con mucha historia que fue creada a mediados del siglo XIX en Cuba. La marca surgió como homenaje al legendario senador estadounidense Henry Clay, y la línea “War Hawk” hace honor a uno de los más famosos términos acuñados por este gran orador y personaje tan popular en el siglo XIX.

Hecho a mano en la fábrica de La Flor de Copán en Honduras, ofrece una mezcla compleja de sabores únicos, muy tostados y amaderados. Para conseguir estos matices tan especiales el Grupo de Maestros de la fábrica desarrollan un proceso de fermentación ad-hoc. Esta línea luce una capa Connecticut Ecuador, capote Broadleaf Honduras y tripa Honduras.

Los cigarros Henry Clay War Hawk se presentan en cajas de 25 cigarros de cedro puro e incluyen un sobre Bodega para su perfecta conservación hasta llegar al punto de venta. El cigarro está vestido con una elegante anilla clásica Henry Clay y anilla secundaria dorada “War Hawk”.

La nueva marca ofrecerá un portafolio completo compuesto por cuatro vitolas: Corona (cepo 44 x 127 mm); Lonsdale (cepo 42 x 171 mm), Robusto (cepo 54 x 127 mm) y Toro (cepo 50 x 152 mm).

Hasta ahora la marca Henry Clay sólo se comercializaba en Estados Unidos, pero en 2024 inicia su expansión internacional, siendo España el primer país en recibir la marca.



FICHA TÉCNICA Y DE CATA

FORMATO

Vitolas: Corona (127 mm. x cepo 44). Lonsdale (171 mm x cepo 42). Robusto (127 mm x cepo 54). Toro (152 mm x cepo 50).

TABACO

Capa: Connecticut Ecuador. Capote: Broadleaf (Honduras). Tripa: Criollo 98 (Honduras).

NOTAS DE CATA

Capa: Clara, muy fina, sedosa y mate.

Aroma: Floral, con frutos secos y ligera especia que nos deja recuerdos a cedro, cuero, almendra, café, vainilla y nuez moscada

Gusto: Muy tostado, muy amaderado y fondo con puntas dulces que nos deja un posgusto a nueces, cedro ahumado, cacao, canela y pimienta.

Tiro: Muy bueno.

Fortaleza: Suave-media.

Combustión: Pareja y homogénea.

Ceniza: Color gris claro con alguna veta de gris medio, muy compacta y duradera.

Tiempos de fumada: Corona: 30 min.; Robusto: 40 min.;

Toro: 50 min.; Lonsdale: 60 min.

Presentación comercial: Caja de cedro de 25 cigarros.

PVP: Corona: 5,50 €/cigarro; Lonsdale: 7,30 €/cigarro;

Robusto: 7,00€/cigarro; Toro: 7,70 €/cigarro.

Flor de Copán Corona, nueva vitola del alma de Honduras

Tras el exitoso lanzamiento de Flor de Copán en España en 2023, con más de 300.000 cigarros vendidos, Tabacalera presenta una nueva vitola, Flor de Copán Corona, un formato que pasa a incorporarse al portafolio estándar de la marca.



Con esta propuesta, Flor de Copán ofrece al aficionado un cigarro de calibre fino y longitud media (cepo 40 x 140 mm), que destaca por su elegancia y riqueza de matices. Se une a los formatos ya presentes en la marca: Perla, Rothschild, Short Magnum, Gordito y Titán. Todos ellos con su característico cedro y anilla de gran tamaño.

Son elaborados en la fábrica “La Flor de Copán”, heredera de la “Real Fábrica de Tabacos” que fue fundada en 1795 en la ciudad de Santa Rosa de Copán por mandato de la corona española.

Su personalidad única les convierte en una opción ideal tanto para nuevos aficionados como para aquellos ya expertos interesados en explorar nuevos orígenes. Cigarros premium, elaborados a mano por el Grupo de Maestros de la fábrica “La Flor de Copán”, que propone adentrarse en el alma del país centroamericano.

Flor de Copán Corona estará disponible en las cavas españolas desde el mes de julio en cajas de 20 cigarros y a un precio de 4,90 euros/unidad. Con presencia en más de 25 mercados de todo el mundo, la marca Flor de Copán sigue deleitando a los aficionados españoles.

FICHA TÉCNICA Y DE CATA

FORMATO

Vitola: 140 mm. x cepo 40.

TABACO

Capa: Connecticut Ecuador.

Capote: Honduras.

Tripa: Honduras y Nicaragua.

NOTAS DE CATA

Capa: Carmelita claro mate, sedosa y atractiva.

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

Gusto: Amaderado, tostado, con ligeras puntas dulces que nos dejan un posgusto a cedro, nueces, café, vainilla y canela.

Fortaleza: Suave a suave-media

Combustión: Muy pareja y homogénea.

Ceniza: Gris claro mate, compacta y duradera.

Tiempo de fumada: 40 minutos aproximadamente.



Tabacalera incorpora el sello de calidad a todas sus marcas en España

A partir del mes de junio de 2024 Tabacalera va a ir incorporando progresivamente en todos los productos que comercializa en España de origen República Dominicana, Honduras y Nicaragua el denominado sello QP (Quality Process). Este sello, que es el mismo que ya llevan las marcas de Habanos distribuidas por Tabacalera en España, garantiza la calidad, autenticidad y trazabilidad de todos sus productos.



El sello de calidad se coloca en Logroño, en los almacenes del distribuidor, Logista, donde los tabacos llegan desde su lugar de origen, y se someten a un nuevo proceso de inspección. Posteriormente se pone el sello de garantía de calidad, que además de indicar que se ha producido a la revisión del producto, sirve de cierre en el lateral de la caja.

Tabacalera, líder del mercado de cigarros premium en España, incorpora así este sello en sus marcas Vega-Fina, Flor de Copán, Capitol, Aging Room, Boneshaker, y La Finca.



Casa Magna Liga F, ya en España

Tras los lanzamientos en nuestro país de Casa Magna Colorado (2022), Quesada Oktoberfest (2022) y Quesada Selección España (2023), Quesada Cigars anuncia la llegada a nuestro país de la línea Casa Magna Liga F en las vitolas Robusto (5 x 54) y Toro (6 x 52).



Una magnífica noticia para los amantes de los cigarros premium de fortaleza alta (la F del nombre de la línea hace referencia a Fuerte). De hecho, la fortaleza del Casa Magna Liga F está presente desde la primera calada y alcanza su punto álgido alrededor de la mitad del último tercio, estando lo suficientemente bien integrada como para permanecer equilibrada durante toda la experiencia. Casa Magna Liga F se elabora en la fábrica Tabacos de Exportación de Quesada Cigars, en República Dominicana, y en palabras de su presidente, Manuel Quesada, *"la combinación y equilibrio que ofrece esta liga se debe a la cuidadosa selección de hojas de tabaco de Nicaragua y de República Dominicana, cultivadas usando diferentes semillas, y permiten resaltar la maravillosa complejidad de esta línea, que ofrece una experiencia dulce, sabrosa y con mucho cuerpo"*.

Casa Magna Liga F ofrece sabor, complejidad y excelente construcción. Entre sus notas más destacadas, pan, nueces, tierra, cedro, especias y pimienta. Todos los cigarros de la Liga F tienen una combustión perfecta y un tiro uniforme, siendo una de las series de la familia Quesada donde mejor se aprecia la evolución de los tercios, y cuya experiencia aúna la excelencia de sabores de los tres orígenes que contiene su liga: Ecuador, República Dominicana y Nicaragua.

FICHA TÉCNICA

VITOLAS: Robusto (127 mm x 54).
Toro (152 mm x 52).

FORTALEZA: Alta.

PRESENTACIÓN COMERCIAL
Cajas de 10 cigarros.

TABACO

Capa: Ecuador.
Capote: República Dominicana.
Tripa: Nicaragua y República Dominicana.

PVP: Robusto: 9,90 euros.
Toro: 10,50 euros.

Don Pepín García Series VC, regreso a las raíces

La marca Don Pepín García, homónimo del maestro tabaquero y fundador de My Father Cigars, cumplió veinte años en 2023 y lo celebró de la forma en que los mejores fabricantes de cigarros premium del mundo están acostumbrados, esto es, presentando un sinfín de novedades en su catálogo.

Tras el lanzamiento de la edición limitada Don Pepín García 20th Anniversary, ahora se produce el relanzamiento de Don Pepín García Series VC, cuya historia está fuertemente enraizada en la tradición tabaquera de la familia García, pues la primera remesa de estos cigarros se elaboró en el año 2000 en la fábrica El Rey de los Habanos, ubicada en Miami, sede de la compañía en sus inicios. Durante los primeros años, esta línea se redujo a pequeñas cantidades de cigarros destinados a minoristas y distribuidores selectos. Posteriormente, en



2017, se presentó de nuevo al sector con una ligera modificación en el empaque, y su producción se trasladó a la fábrica de los García en Nicaragua.

Ahora, los cambios han sido en forma y fondo, pues tanto el diseño de anillas y cajas como la composición de la liga han sufrido modificaciones. En el primer caso, un llamativo color verde protagoniza la línea estilística en anillas y cajas, acompañado elegantemente de dorado y un toque de marrón chocolate. En cuanto a la liga, es puramente nicaragüense y cultivada en los campos propiedad de la familia García. La hermosa capa Rosado, además, aporta al conjunto de la liga la mejor combinación de sabores a pimienta, café y cedro, una de las triadas más valoradas por los aficionados.

FICHA TÉCNICA Y DE CATA

VITOLAS: Invictos (127 mm x 50).
Imperiales (155 mm x 52).

FORTALEZA: Media.

TABACO

Capa: Nicaragua Rosado.
Capote: Nicaragua.
Tripa: Nicaragua.

PRESENTACIÓN COMERCIAL
Cajas de 20 cigarros.

PVP: Invictos: 13,50 euros.
Imperiales: 14,50 euros.

CATA: Una nueva obra maestra de My Father Cigars para un viaje sensorial que se inicia con pimienta y especias, continúa con suaves matices dulces envueltos en la esencia rústica de la madera y finaliza con un rico tostado y cuero.



Perla del Mar Shade, de JC Newman, en España

En 2012, la centenaria firma tabaquera JC Newman presentaba en sociedad la marca Perla del Mar en homenaje a los hermanos Perfecto García y a su legado histórico en la industria del cigarro premium. Ahora vamos a poder disfrutar Perla del Mar en su versión de capa Shade en tres formatos —Short Robusto, Robusto y Toro— que, además de un éxito de ventas de la compañía, ha recibido altas puntuaciones en revistas especializadas por su calidad y su muy buen precio que permite poder fumarlo a diario.

En cuanto a su presentación, en el diseño de la línea Perla del Mar Shade se han utilizado como colores distintivos el verde y el dorado, presentes tanto en la anilla, donde aparece el nombre completo y el acrónimo PDM, como en la caja, que incluye ilustraciones con motivos marítimos.

Los cigarros de la serie Perla del Mar Shade están elaborados con tabacos cultivados en cuatro regiones diferentes de Nicaragua, como son Pueblo Nuevo, La Reina, Condega y Jalapa, que se destinan a tripa y capote. Una capa Connecticut cultivada a la sombra natural de Ecuador completa un conjunto que ofrece un sabor complejo, pero equilibrado, con notas que oscilan entre las especias, los dulces, las nueces, el café y el cuero, y matices de cítricos y miel hacia el final de la fumada. Un gran cigarro a un precio que es un regalo.

FICHA TÉCNICA

VITOLAS:

Short Robusto (95 mm x 56).
Robusto (120 mm x 52).
Toro (159 mm x 54).

TABACO

Capa: Connecticut Ecuador.
Capote: Nicaragua.
Tripa: Nicaragua.

FORTALEZA: Media-alta.

PRESENTACIÓN COMERCIAL

Cajas de 25 en Robusto y Toro y de 28 cigarros en Short Robusto.

PVP: Short Robusto: 8,20 euros.
Robusto: 8,90 euros.
Toro: 10,00 euros.



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

Club Pasión Habanos

El podcast de Pasión Habanos alcanza sus 200 episodios

Después de casi cuatro años de emisión, Pasión Habanos Podcast alcanza el episodio doscientos habiéndose convertido en un momento icónico de cada martes. Para esta ocasión especial de celebración se preparó la grabación en directo de este episodio en la sede del Club Pasión Habanos con asistencia de algunos de sus miembros y la intervención de destacados invitados.

David Fernández de Prada, conductor del podcast, recordó cómo se inició Pasión Habanos Podcast en un momento en que la pandemia azotaba al mundo, un 11 de junio de 2020, y cómo se ha convertido en un centro de consulta, en un espacio para desconectar y de referencia del ocio, la gastronomía y los habanos. Afirmó que muchas cosas han mejorado en los cuatro años transcurridos desde entonces y en la actualidad el podcast es escuchado por numerosos seguidores de todo el mundo.

En este episodio intervinieron el periodista Sergio Sauca; el jefe de cocina de El Club Allard, Juan Rodero; el Wine Education Manager Private Sales Manager de Moët Hennessy Iberia del grupo Louis Vuitton Moët Hennessy, Xavier Monclús; y los expertos del programa Ángel Antonio García Muñoz y José Andrés Colmena.

Sergio Sauca comentó que el primer habano que fumó, si bien no le

La grabación con público del episodio 200 del Pasión Habanos Podcast coincidió, además, con el cuarto aniversario del programa desde que se emitió por primera vez el 11 de junio de 2020.

recordaba exactamente, fue probablemente un Hoyo de Monterrey Epicure N° 2, que le supo a gloria, convirtiéndose en una de sus marcas favoritas, además de Trinidad, La Gloria Cubana o Ramón Allones. Habló de sus múltiples experiencias en sus visitas a Cuba, desde la primera a principios de este siglo, en un Festival del Habano, y desde entonces ha viajado cada año a la isla para disfrutar del habano y su mundo, desde el campo a las Casas del Habano. Hizo un repaso de la actualidad deportiva, como no podía ser de otra forma, desde la victoria de Carlos Alcaraz en el torneo de tenis de Roland Garros, al papel que iba a desempeñar la Selección

Española de Fútbol en la Eurocopa 2024 y los Juegos Olímpicos de París. Habló de su pasión por los vinos, cuyos procesos y orígenes guardan muchos paralelismos con los cigarros y que en ambos casos suponen que se elaboren productos irrepetibles. Su maridaje ideal con Habanos, siempre con champagne porque la acidez de éste te prepara la boca para cada nueva bocanada de humo.

Ángel Antonio García Muñoz comentó en la sección Habanos Lovers que logra mantenerse al día en el mundo del cigarro, además de por sus muchos años de experiencia, por estar siempre al tanto de lo que se cuenta y por estar siempre en contacto con el origen a través de los vegueros y de las fábricas. Comentó que hay muchos jóvenes menores de 35 años que se están sumando al mundo del habano e hizo referencia a los falsos mitos y errores en torno al mundo de los cigarros y su conservación. Dijo que en los maridajes que



Arriba, Juan Rodero, David Fernández de Prada, Sergio Sauca y Ángel Antonio García Muñoz. A la izquierda, José Andrés Colmena, David Fernández de Prada y Xavier Monclús durante la grabación del podcast, en el que los asistentes maridaron el ron Eminente Reserva y un Por Larrañaga Leones Edición Regional España 2023.

realiza intenta evitar las bebidas de alto contenido alcohólico, decantándose hacia los espumosos o los vinos de Jerez, y afirmó que dos personajes que le han marcado son Alejandro Robaina y Máximo Pérez Macedo, al que considera mejor veguero de la actualidad.

Sobre el mundo gastronómico y restaurantes con personalidad, el invitado fue Juan Rodero, actual jefe de cocina de El Club Allard, una estrella Michelin, habló de su trayectoria y de la presión que supone estar al frente de uno de los restaurantes de mayor prestigio y que el cliente siga disfrutando de la calidad de las elaboraciones. Habló de su predilección hacia las elaboraciones con vinos de Jerez por los matices que ofrecen y que no da ningún otro vino del mundo

y del producto nacional para la cocina para reivindicar nuestra tierra.

Para un momento tan especial, el Club Pasión Habanos preparó un maridaje entre un destilado premium, el ron Eminente Reserva, y el extraordinario Por Larrañaga Leones Edición Regional 2023, una propuesta que llenó de disfrute los paladares de los allí congregados mientras escuchaban las siempre interesantes experiencias que ofrecían los invitados protagonistas de este episodio 200.

Del habano, José Andrés Colmena expuso la historia de la marca, creada en 1834, y que llegó a España en 2011 con el Por Larrañaga Legendarios, como Edición Regional, que tuvo un gran éxito. Del Leones destacó su equilibrio, su fortaleza de suave a suave-media, con puntas

de sequedad iniciales y un dulzor de fondo maravilloso, con una punta mineral muy interesante, los toques especiados, de nuez moscada y recuerdos de cacao, café, frutos secos, cereales, heno, vainilla, canela... que le hacen tener una fumada muy agradable.

Xavier Monclús habló del ron Eminente Reserva, mejor espirituoso del mundo según el World Spirits celebrado en Londres. Elaborado por César Martí, elegido el mejor maestro ronero de Cuba, que ha intentado emular en este ron los rones que se elaboraban en el siglo XIX, siendo el ron con más concentración de aguardiente de melaza de Cuba, que ofrece notas de cacao y café, casi de moka y de coco fresco. Es un ron muy glicérico que combina muy bien con los aceites esenciales del cigarro. Tiene entre siete y diez años de añejamiento, a medio camino entre los rones caribeños y los agrícolas, con un dulzor muy mesurado y una acidez que no satura nunca la boca. Un ron que fue elegido ron oficial en el último Festival del Habano.



Club Pasión Habanos

“Habanos y Cerámica con arte” la nueva colección de La Cartuja de Sevilla

La Cartuja de Sevilla, en colaboración con Club Pasión Habanos, ha presentado su nueva colección “Habanos y Cerámica con arte”, compuesta por tres exclusivas piezas diseñadas por las jóvenes artistas Ana Jarén, Carmen García Huerta y Marta Llop, una colección que aúna modernidad y tradición en diseños especiales inspirados en el mundo del habano, en su tradición y cultura.

La compañía española cuenta con un estilo propio que la convierte en referente mundial en el diseño y producción de cerámicas y lozas de alta calidad. Esta colaboración supone una apuesta por unir tradición y modernidad en sus piezas, con tres nuevos diseños de ceniceros que nos trasladan a la cultura del habano, con la que la Cartuja de Sevilla mantiene una relación muy estrecha desde hace décadas.

En los últimos años, la tendencia “luxury handmade”, en la que se basa esta nueva colección, ha vivido un auténtico boom, impulsando la artesanía de calidad y haciendo despegar a jóvenes artistas que apuestan por la producción a pequeña escala utilizando materiales de calidad y diseños exclusivos. Esta tendencia ha propiciado la recuperación de profesiones tradicionales bajo una perspectiva innovadora.

La presentación oficial de esta colaboración tuvo lugar en la sede de Club Pasión Habanos, en la madrileña

Esta colaboración sigue la tendencia “luxury handmade”, apoyando los nuevos talentos de la cerámica actual sin perder su proceso productivo artesanal.

calle de Ferraz. Durante el exclusivo evento los afortunados participantes pudieron maridar un habano de renombre como el Partagás Serie P Nº 2 con exclusivos destilados, mientras Ana Zapata (directora general de La Cartuja de Sevilla) y Juan Girón (director de Comunicación de Tabacalera), compartían en una charla distendida todos los detalles y las curiosidades de este proyecto, así como la relación histórica entre La Cartuja de Sevilla y los Habanos.

Con esta nueva colección, “Habanos y cerámica con arte”, La Cartuja de Sevilla ha querido promover el talento de tres jóvenes artistas –Ana Jarén, Carmen García Huerta y Marta Llop–, lanzándoles un reto junto al Club Pasión Habanos. Cada



Juan Girón y Ana Zapata presentaron a los socios del Club Pasión Habanos la nueva colección.

una de las artistas ha tenido que diseñar un cenicero que evoque la cultura tradicional del habano utilizando a la vez las líneas más modernas de la cerámica actual.



Arriba, los ceniceros de la colección “Habanos y Cerámica con arte”. A la izquierda, una anterior colaboración de Tabacalera con La Cartuja de Sevilla se plasmó en el espectacular humidificador Montecristo Carmen 250 Aniversario Real Fábrica de Tabacos de Sevilla.

Carmen García Huerta explicaba que se ha inspirado en el hecho de que “mi padre ha sido desde siempre coleccionista de vitrolas históricas y otras piezas relacionadas con la cultura del Habano, por lo que estas obras han sido mi inspiración. A su vez he querido imprimirle mi propia personalidad realizando un diseño sencillo y contemporáneo que aúne tradición y modernidad”.

Por su parte, Ana Jarén se inspiró en el proceso de fabricación del habano, “me encanta representar a personas y en este caso en particular quería hacer un pequeño tributo a quienes forman parte en este precioso proceso”. Y dice que su obra comparte con el mundo del habano la meticulosidad y la artesanía. “Me encanta tocar la textura del papel, el sonido de los rotuladores al colorear y me hace pensar que el proceso de

crear el habano es también muy sensorial por los olores y las texturas de las hojas”.

Mientras tanto, Marta Llop afirmaba: “me inspiré en los factores que hacen que el tabaco cubano, los Habanos, sea el más valorado del mundo, en eso que no se puede reproducir en otros países y que hace única a la isla del Caribe: la tierra, el clima y el saber hacer cubano”.

Ana Zapata, directora general de La Cartuja de Sevilla, explica que “nuestra compañía mantiene un proceso productivo muy vinculado a



la artesanía y siempre basado en materias primas de alta calidad. Esta tradición, unida al talento de las jóvenes artistas seleccionadas, ha dado como resultado una colección que aúna a la perfección modernidad y tradición y que reinterpreta la cultura del habano en su perspectiva más actualizada”.

Tabacalera ya ha colaborado con anterioridad con La Cartuja de Sevilla, como lo demuestran las jarras de la Serie Sevilla o el humidificador Montecristo Carmen 250 Aniversario de la Real Fábrica de Tabacos de Sevilla.



La Cartuja de Sevilla

La Cartuja de Sevilla nació del espíritu emprendedor de una familia inglesa enamorada de Andalucía en 1841. La fábrica del monasterio de La Cartuja llevó la Revolución Industrial a Sevilla. La calidad de sus vajillas y piezas decorativas de loza se debe por igual a las innovaciones de corte industrial importadas por su fundador como por las expertas manos de los artesanos sevillanos que las incorporaron rápidamente a su trabajo. La fábrica ha empleado, con gran orgullo, a varias generaciones de artesanos sevillanos, a la vez que exportó, ya desde sus inicios a medio mundo, sus preciosas vajillas. La fórmula de la loza así como el proceso de fabricación apenas ha cambiado en casi dos siglos de historia.



DISTRIBUIDA POR ALGARIX

HOOSH, LA SHISHA SE REINVENTA

HOOSH

Bajo el eslogan "La revolución de la shisha ha llegado", la firma Hoosh Spain presenta la shisha electrónica Hoosh, un innovador concepto compatible con cualquier hookah que promete una nueva era en el mundo de la shisha, donde la sencillez y la limpieza brillan con nombre propio y elevan la experiencia de la fumada a un nivel sin precedentes, haciéndola aún más gratificante y satisfactoria.

La innovación, la calidad y la búsqueda sin complejos del sabor son tres aspectos clave en Hoosh, una shisha electrónica compuesta de una hookah, una manguera con boquilla, unos ePods de sabores y una eHead (adaptable a cualquier hookah) con una batería recargable y que actúa de cazoleta en la que alojar los ePods de sabores.

La Hookah de Hoosh está disponible en cuatro colores (Black, White, Silver y Gold) y se acopla una vez relleno con agua al eHead para disfrutar de una auténtica experiencia de shisha. El precio de venta recomendado de la Hookah en estancos es de 120 euros.

El eHead de Hoosh es un dispositivo programable alimentado por una batería recargable que está disponible en cuatro colores (Black, White, Silver, y Gold) al que se le puede cambiar el color de la iluminación o elegir la intensidad de cada calada. Desmontada su tapa, en su interior se aloja el ePod de sabor. El eHead requiere un mínimo mantenimiento y su gran ventaja es la de eliminar el siempre engorroso proceso de preparación de la cazoleta, el carbón y los tabacos de shisha, logrando una absoluta limpieza a la hora de su uso. El precio de venta recomendado para estancos es de 70 euros.



cachimba. Los ePods, que tienen un precio de venta recomendado de 10,50 euros la unidad, ofrecen una solución sencilla y sin complicaciones, que nos permite centrarnos únicamente en el placer de la experiencia con la cachimba:

- **Arabian Nights:** mezcla de melón, mango dulce, y jugoso, bayas del bosque y menta.
- **Blu Glacier:** Arándanos con un toque de menta.
- **Purple Chill:** Uvas y menta.
- **Amalfi Breeze:** Limón y menta.
- **Pink Kiss:** Sandía con un toque de hielo.
- **Emerald Dream:** Doble manzana, rojas y verdes.

- **Love DXB:** Mezcla de maracuyá, melón dulce, sandía y un toque de menta.



ALGARIX
TODO PARA EL FUMADOR

HOOSH ES UN PRODUCTO DISTRIBUIDO POR ALGARIX

Ctra. del León, km. 0.6 - 03293 Elche (Alicante)

Mail: info@algarix.com

www.algarix.com

Teléfono: 96 550 17 88

Más información capturando el código QR o en hooshspain.com



7 SABORES

Por el momento los ePods de Hoosh están disponibles en siete sabores diferentes y son unas cápsulas precargadas de 8 ml y un 0% de nicotina que están meticulosamente elaboradas para brindar un nuevo nivel de sabor y conveniencia al disfrute con la

HOOSH ES UNA SHISHA ELECTRÓNICA QUE FUNCIONA CON UNA BATERÍA RECARGABLE, SE PUEDE INSTALAR EN CUALQUIER HOOKAH Y FUNCIONA CON UNOS EPODS (HASTA 7 SABORES) PRECARGADOS.

¿El seguro de tu estanco está próximo a vencerse?

¿Quieres cubrir tu estanco contra robos, incendios o posibles averías?

¿Necesitas un seguro para tus máquinas de Segundo Canal?

Logista

STRATOR

Contacta con nosotros y te remitiremos a la mejor compañía de seguros para tu negocio

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