

NUEVO

ESTILO



MISMO SABOR

ESCANEA Y DESCUBRE
NUESTRO NUEVO LOOK





ESENCIA

Desde 1980, Nobel ha marcado tendencia con su estilo único y auténtico. Este cambio de diseño refleja nuestra evolución y reafirma nuestra esencia artística y creativa, conectando con quienes valoran la autenticidad y el diseño en cada detalle.



ESTILO

Con un diseño fresco y llamativo, Nobel se mantiene actual y relevante. Los colores que nos identifican se renuevan con un giro contemporáneo, reforzando nuestra conexión con nuevas generaciones y nuestra posición como marca icónica.

MODERNIDAD

Reinventarse es parte del ADN de Nobel. Nuestro nuevo diseño, con un pack octogonal, un logo renovado y un monograma exclusivo, refuerza nuestro carácter estiloso y creativo, adaptándose a los nuevos tiempos y destacando por su originalidad.



SABOR

Aunque el diseño evoluciona, el sabor clásico de Nobel sigue siendo el mismo. Este cambio demuestra que podemos innovar sin perder nuestra esencia, siendo fieles a quienes somos y a lo que nos define.



NUEVOS FORMATOS

7,30€

Innovación y estilo en formato grande. Descubre la suavidad y el sabor inconfundible de Nobel en sus nuevos Big Packs.



CODIGO SAP: 3521544



Disfruta de más cantidad sin renunciar a la calidad. La primera marca en ofrecer tabaco suave en el segmento de formatos grandes.

10€

CODIGO SAP: 3521319

LBF RETAILERS

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

N°369 / V.2 [2025] www.retailersforthefuture.com



Logista

STRATOR

Crece con **Strator**,
lleva tu negocio más allá



Aumenta tu rentabilidad

Reduce costes
y optimiza tus recursos



Mejora tu gestión

Todo integrado
en una sola plataforma



Mayor control

Tu negocio
donde y cuando quieras

Servicios integrados

Con Strator puedes alcanzar una gestión más eficiente mediante la integración de servicios en una única plataforma.



Recargas electrónicas

Tarjetas de transporte público, telefonía, tarjetas regalo...



Pago de facturas

Facturas de DIGI, Energía XXI, Endesa y Aigües de Barcelona.



Gestión de paquetería con NACEX

Gestión de envíos y recogidas desde tu terminal.



Juegos y loterías de la ONCE

Juegos de la ONCE como Mi Día, Eurojackpot y Cuponazo.



Módulo de publicaciones

Juegos de la ONCE como Mi Día, Eurojackpot, y Cuponazo.

NUEVO

Clásicos del tabaco. Reinventados.

Redescubre a tus clientes el tabaco
de siempre, ahora para calentar.

TEREA

TABACO CALENTADO SIN COMBUSTIÓN

Este material es para uso exclusivo del estancero. Prohibida su exhibición a consumidores.

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

strator@logista.es

logistastrator.com

Código Logista TEREA CLASSIC RED

3522373



4,80€
por pack.

Añádelos a tu pedido.

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

Código Logista TEREA CLASSIC GOLD

3522372



4,80€
por pack.

Añádelos a tu pedido.

TEREA
TABACO CALENTADO SIN COMBUSTIÓN

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



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

RETAILERS
FOR THE FUTURE
LBF

DIRECTOR
Raúl Rodríguez de Alba
raul.rodriguez@amediciones.es
**MANAGER DE COMUNICACIÓN EXTERNA
Y MARKETING**
Mercedes Cruz Ocaña
mercedes.cruz@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, Miguel Hedilla.
IMPRESIÓN Y FOTOMECÁNICA
JOMAGAR
DEPÓSITO LEGAL
M - 1406 - 1994. ISSN 2341-3131
DIRECCIÓN WEB
www.retailersforthefuture.com

Am & Reyes
PUBLICACIONES

EDITA
Av. de Manoteras, 24. 28050 (Madrid)
Telfs. 91 716 02 25 Fax 91 657 39 33
www.amediciones.es

A.M. & REYES PUBLICACIONES, S.A.
CONSEJERO DELEGADO
Raimundo de los Reyes-García Martínez
raimundo.reyes@amediciones.es
DIRECTOR EDITORIAL
Raúl Rodríguez de Alba

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

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

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

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

EDITORIAL

RAÚL RODRÍGUEZ DE ALBA
Director

Los principales en NGP en el estanco

El sector de los productos de nueva generación (NGP), también conocido como productos de potencial riesgo reducido, sigue avanzando y evolucionando en nuestro país, al mismo tiempo que desde el Ejecutivo se está llevando a cabo una regulación sobre ellos que no pasa desapercibida entre sus fabricantes, sus distribuidores, sus vendedores y sus consumidores, no siempre de una forma al gusto de todos.

El tabaco calentado, los vapeadores, las bolsas de nicotina y otras nuevas formas de consumo van abriéndose camino y raro es el día en que no nos encontremos con alguna novedad en esta categoría, alguna noticia vinculada con ellos, algún estudio científico que los avale frente al consumo tradicional de nicotina que suponen los cigarrillos o las picaduras de liar.

En esta edición de LBF Retailers for the Future dedicamos una sección especial a estos nuevos productos que hemos denominado "Los principales en NGP en España. Liderando el cambio". Echando la vista atrás, desde 2023 no habíamos dedicado unas páginas a poner en relieve la importancia que está adquiriendo este segmento de productos, pero en esta ocasión hemos querido centrarnos principalmente en aquellas empresas –no son las únicas– que han confiado en el estanco como el establecimiento idóneo para vender las marcas que fabrican. Porque es precisamente el estanco donde estos productos están ganando protagonismo de manera imparable en los últimos años hasta haberse consolidado como un artículo más de su oferta, cada vez más cuidada y mejor presentada a los consumidores y en donde los empleados han ido adquiriendo unos mejores y mayores conocimientos del funcionamiento de estos nuevos productos alcanzando una mayor profesionalización equiparable a la que muestran con el resto de referencias que se pueden encontrar en estos establecimientos. Una presencia que no deja de ser, por otra parte, clara muestra de una transformación en los hábitos de consumo, en donde el consumidor encuentra una alternativa a los cigarrillos que les sirve bien sea para reducir su consumo, bien sea para eliminarlo y sustituirlo por estos productos de nueva generación con o sin nicotina.

Así pues, en las próximas páginas encontrarán un recorrido completo y organizado por estas compañías y por su oferta de productos de nueva generación que están marcando el futuro de esta nueva forma de consumo dirigida a consumidores adultos cada vez mejor informados y que, por otro lado, permanecerán lejos del alcance de los menores de edad gracias a la labor del estanco en la que confían sus fabricantes.

Terminar diciendo que los XII Premios LBF Retailers for the Future ya tienen finalistas en esta edición de 2025 en cada una de las categorías y se acerca el momento de conocer a los ganadores de estos galardones. Pero para ello es necesario que participen y voten a sus favoritos a través del código QR que encontrarán en las páginas interiores de esta edición o lo hagan a través de nuestra página web, retailersforthefuture.com



SUMARIO



REPORTAJE.
Los principales en NGP en el estanco.
Liderando el cambio

REPORTAJE
Bolsas de nicotina: el nivel de 0,99 mg
equivaldría a una prohibición de facto de
la categoría, según Karl Fagerström.

INFORME.
La prohibición de sabores del vapeo
supondría la pérdida de 263 millones
de euros y 3.800 empleos

INFORME.
El valor de las ventas de tabaco
en España sube un 5,42% en 2024

REPORTAJE.
El empaquetado genérico desaparece
del Proyecto de Real Decreto de Sanidad

GENERACIÓN W.
Carlota Soler: "La igualdad se demuestra
con hechos, no con palabras"

REPORTAJE.
IQOS presenta "IQOS Game Changers
Música" y su nueva Edición Limitada

REPORTAJE.
Completo calendario ferial 2025

LANZAMIENTOS.
Cuatro nuevas presentaciones de Habanos

CATAS:
DAVIDOFF ANIVERSARIO DOUBLE "R", CAPITOL SWING, MONTECRISTO ESPECIALES Nº 2

3 EDITORIAL.
Los principales en NGP en el estanco

5
22 ENTREVISTA.
Edgar Nunes (Philip Morris Spain):
"El estanco resulta fundamental para
avanzar hacia un futuro libre de humo"

26
30 ANÁLISIS TAMARIND INTELLIGENCE.
Bolsas de nicotina, ¿el próximo objetivo de
los reguladores?

32
38 PREMIOS RETAILERS 2025.
Ya puedes votar a tus favoritos:
¡Elige a los ganadores 2025!

46
51 REPORTAJE.
Taquilla Mediaset llega a los estancos
con Logista

54
56 SOMOS SECTOR, *por la Mesa del Tabaco*.
El compromiso del sector del tabaco
en España contra el comercio ilícito

58
62 NOTICIAS.
Acuerdo con la Guardia Civil para combatir
el comercio ilícito

68
70 ENTREVISTA.
Angelika Bauer: Las ferias profesionales
aportan valor añadido y nuevas soluciones
a empresas y estancos

74
76 ECO DE EMPRESAS.
Logista Strator anuncia su expansión
a Canarias y celebra su 10º aniversario

94



Liderando el cambio

Los principales en **NGP** en el estanco

El mercado de los productos de riesgo reducido sigue expandiéndose y consolidándose en los estancos y la creciente presencia de vapeadores, tabaco calentado y bolsas de nicotina ha llevado a estos establecimientos a convertirse en puntos clave para su distribución.



RELX International



relxsuperstar.com

RELX INTERNATIONAL es una de las empresas líderes en el mercado de vapeadores y productos de riesgo reducido a nivel mundial. La misión de **RELX** es proporcionar a todos los consumidores adultos las mejores alternativas al tabaco convencional, siempre a través de dispositivos y plataformas de máxima innovación, calidad y pioneras en los mercados en los que tiene presencia, como es el caso de España.

RELX aterrizó en España en 2019, convirtiéndose en pocos meses en una referencia principal en el segmento de vapeadores de cápsula cerrada. Durante 2023 lanza su marca **WAKA**, proporcionando una experiencia de vapeo intensa, con sabores adaptados a la demanda de los usuarios más exigentes.

En 2024, **WAKA SOMATCH**, se posiciona en pocos meses como el mejor lanzamiento de los últimos años en la industria de vapeo, consolidando a **RELX INTERNATIONAL** como la empresa líder en ventas dentro del segmento de cápsula cerrada dentro del territorio nacional.

Staff Directivo



Rocío Li,
Managing Director
RELX Iberia



Pepe González,
Head of Sales
RELX Iberia

Productos NGP

Vapeadores

Vapeadores



Contacto

Call Center: 911 080 807

De lunes a jueves:
De 9:00 a 15:00
y de 17:00 a 19:30
Viernes:
De 9:00 a 15:00

RELX

Distribuidor en España

Logista



WAKA Empowered by
RELX

RELX

WAKA Empowered by
RELX

18+ GUARDIAN PROGRAM Preventing Underage Use

Las marcas más innovadoras del mercado

RELX

INFINITY 2 PLUS

El primer dispositivo con
3 intensidades

Boost
ModeSabor
potenciadoSmooth
ModeCaladas
suavesEco
ModeAhorro
de batería

Cápsulas
intercambiables

WAKA
soMatch
recargable

Lanzamiento
Nº1 en ventas
2024

Accede a promociones en
relxsuperstar.com

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

VEEV

La calidad no se explica.
Se siente.



HASTA
2000 CALADAS
POR 2 RECARGAS*

VEEV one

reutilizable, con recarga.

NUEVO

HASTA
1100 CALADAS
EN 2ML*

**VEEV now
ULTRA**

desechable, reciclable.

VEEV now ULTRA

EL VAPEADOR MÁS POTENTE DEL MERCADO

Proporciona hasta **1.100 caladas en 2ml*** con los sabores más atractivos y a un precio competitivo

PVPR 8,50€.**

VEEV one

**EL VAPEADOR DE SISTEMA DE RECARGAS
MÁS VENDIDO EN VARIOS PAÍSES DE EUROPA*****

Destaca por su **calidad y su diseño elegante y sofisticado**
Consigue el pack de dos recargas por

PVPR de 7,50€.**

Pídelo ya y empieza a comercializar VEEV

CONSULTA CON TU COMERCIAL DE PHILIP MORRIS PARA MÁS INFORMACIÓN.

Este producto no está exento de riesgo y con su uso se inhala nicotina, que es adictiva. Dirigido únicamente a adultos que de otro modo continuarían fumando o usarían otros productos con nicotina

Este producto no está exento de riesgo y con su uso se inhala nicotina, que es adictiva. Dirigido únicamente a adultos que de otro modo continuarían fumando o usarían otros productos con nicotina

* Basado en la duración de una calada de un segundo. Puede variar según los patrones de uso individuales.

** El precio de venta lo establece el punto de venta.

***Fuente PMI Diciembre 2024: Estimación del volumen total de consumo de PMI obtenido a partir de una auditoria de un tercero sobre el sistema de recargas (en ml) en Italia, República Checa y Eslovaquia.



Philip Morris Spain es la afiliada en España de Philip Morris International, compañía tabaquera líder a nivel global, que trabaja para ofrecer un futuro libre de humo. Para ello, desde hace más de 15 años, Philip Morris está marcando el camino de una transformación sin precedentes para reducir el impacto de sus productos en la salud gracias al impulso de las alternativas sin combustión ni humo, donde ya se han invertido más de 14.000 millones de dólares a nivel internacional.

STAFF DIRECTIVO



Daniel Cuevas,
presidente de
Philip Morris
Spain



Alejandro Flores,
Director de Productos
Libres de Humo



Edgar Nunes,
Director de Operaciones
Comerciales

PRODUCTOS NGP

Tabaco calentado

Vapeadores

Bolsas de nicotina

Otros

DISTRIBUIDOR EN ESPAÑA

logista

TABACO CALENTADO

IQOS es el dispositivo para tabaco calentado de Philip Morris. Actualmente, en España se comercializa la gama IQOS ILUMA, que incorpora la avanzada tecnología SMARTCORE INDUCTION SYSTEM™. La unidad de tabaco (TEREA) se calienta a través de un sistema de inducción. Este avance tecnológico ofrece al usuario una manera más limpia de calentar el tabaco, con menos olor y proporcionando una experiencia más consistente, sin residuos de tabaco y sin necesidad de limpiar el dispositivo.



Sabores

En la actualidad, en el mercado español encontramos 8 tipos de TEREAs con sabores de tabaco con diferentes matices y notas, dependiendo de sus intensidades.



VAPEADORES



VEEV

VEEV es el cigarrillo electrónico de Philip Morris. Se trata de un dispositivo de vapeo de última generación que calienta un líquido que contiene nicotina y reduce de media un 99% los niveles de químicos dañinos en comparación con los cigarrillos.

La compañía comercializa VEEV en dos variantes: VEEV ONE, que es el vapeador reutilizable, y VEEV NOW, el vapeador desechable. Ambos fabricados en un 80% con materiales reciclables

Sabores

VEEV se ha lanzado con una propuesta de 9 sabores basado en 4 territorios: afrutados, tropicales, refrescantes y tabaco.

HISTORIA DEL DESARROLLO DE NGP EN LA COMPAÑÍA

Aunque **Philip Morris** es ampliamente conocida como una empresa de cigarrillos, en 2016 anunció su nuevo propósito: ofrecer un futuro sin humo. Para ello, se ha necesitado el trabajo de más de 1.500 científicos y expertos y, desde 2008, se han invertido más de 14.000 millones de dólares en desarrollar, fundamentar científicamente y comercializar de forma responsable productos sin humo que sean menos nocivos que fumar. La cartera actual de productos de Philip Morris se compone principalmente de cigarrillos y productos sin humo, incluidos el tabaco calentado, el cigarrillo electrónico (vapeadores) y los pro-

ductos orales sin humo (aunque en España sólo se comercializan las dos primeras categorías).





Paseo de la Castellana, 66 - Planta 1
28006 Madrid
Teléfono: +34 900 927 700
Correo: ploomcare@ploom.es
www.jti.com

JTI es una multinacional líder en tabaco que comercializa sus productos en más de 130 países. Es propietaria a nivel mundial tanto de Winston, la segunda marca de cigarrillos del mundo, como de Camel, fuera de los Estados Unidos. JTI también es un importante jugador en el mercado internacional de tabaco calentado con su dispositivo Ploom. Con sede en Ginebra, Suiza, la empresa emplea a más de 46.000 personas y fue galardonada como Top Employer Global por undécimo año consecutivo en 2025. JTI pertenece al Grupo JT.

JTI en España emplea a más de 850 personas comprendiendo todas las operaciones comerciales, 4 sedes, un Centro Global de Excelencia Informática & Tecnológica y el mayor centro de producción industrial del archipiélago canario, con la mayor fábrica de cigarrillos de España, ubicada en la Isla de Tenerife. Para obtener más información, visite www.jti.com

STAFF DIRECTIVO



John Freda, director general de JTI Iberia



Javier Roa,
director de
Marketing
de JTI Iberia



Evita Karamali,
Iberia RRP Lead



Marta Martín,
RRP Marketing Manager

PRODUCTOS NGP

Tabaco calentado

Vapeadores

Bolsas de nicotina

Otros

TABACO CALENTADO



DISTRIBUIDOR EN ESPAÑA

Logista



UNA EXPERIENCIA ÚNICA
DE TABACO CALENTADO

Exclusiva tecnología Heatflow™, que calienta el tabaco a la temperatura óptima para una experiencia completa durante 5 minutos de caladas ilimitadas.

Sabor único a tabaco gracias a la combinación de tecnología avanzada con una mezcla de tabacos de calidad superior.

Sin humo y con menos olor.

Estos productos no están exentos de riesgo y con su uso se inhala nicotina, sustancia que crea adicción. Para uso exclusivo de adultos.



Conoce Omni™



BAT se posiciona como una empresa líder en bienes de consumo multicategoría, centrada en transformar la industria hacia un mundo sin humo, siguiendo su propósito de construir "Un Mañana Mejor" (A Better Tomorrow™). Este objetivo se refleja en su meta de alcanzar 50 millones de consumidores de productos sin humo para 2030.

La compañía emplea a más de 46.000 personas y en 2024 generó ingresos de 25.867 millones de libras. En 2024, BAT alcanzó los 29,1 millones de consumidores de sus productos sin humo, los cuales representaron el 17,5% de los ingresos totales del grupo. Con la ambición de convertirse en un negocio predominantemente sin humo, la empresa proyecta que el 50% de sus ingresos provendrán de estas alternativas para 2035.

Su cartera estratégica incluye tanto marcas globales de cigarrillos como una creciente gama de productos sin humo, como Vuse, su línea de dispositivos de vapor; Glo, su marca de productos de calentamiento; y Velo, bolsas de nicotina oral.

En su visión de progreso hacia el objetivo de Un Mundo sin Humo, BAT presenta Omni™, un resumen sobre cómo a través de la ciencia y la innovación contribuye a la reducción del daño. Este documento reúne materiales organizados para que los lectores exploren libremente y profundicen en la Reducción del Daño del Tabaco y en el camino que desde la compañía y las diferentes experiencias a nivel internacional se está siguiendo.

En línea con su visión sostenible, BAT trabaja para reducir el uso de recursos naturales, mejorar los medios de vida de las comunidades donde opera y cumplir con sus metas en materia de sostenibilidad. BAT se ha comprometido a lograr la neutralidad de carbono en toda su cadena de valor para 2050.

STAFF DIRECTIVO



Javier Álvarez Ballespín,
director general
de BAT España y
Portugal



Alicia Martínez-Barona Llorca y Merlyn Arteaga Solís
Sr Brand Manager



PRODUCTOS DE RIESGO REDUCIDO

Productos de calentamiento

Bolsas de nicotina

Productos de vapeo

Otros

PRODUCTOS DE CALENTAMIENTO



PRODUCTOS DE VAPEO



vuse



BOLSITAS DE NICOTINA

VELO



CONTACTO

Paseo de la Castellana, 259 D - Planta 25
Edificio Torre Espacio. 28046 Madrid
Teléfono: +34 91 555 1904 - Mail: info_es@bat.com
www.bat.com.es

DISTRIBUIDOR EN ESPAÑA

logista

glo

**Menos
sustancias nocivas que
un cigarrillo***



Sin humo**



Sin ceniza**



Sin olor**

*Este producto no está exento de riesgo y contiene nicotina, una sustancia adictiva. Comparación del humo de un cigarrillo de referencia científica estándar (aproximadamente 9 mg de alquitrán) y las emisiones de glo™, en términos del promedio de los 9 componentes nocivos que la Organización Mundial de la Salud recomienda reducir en el humo del cigarrillo.

**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 riesgos y contiene nicotina, una sustancia adictiva.

HYPERpro



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



Landewyck es una empresa familiar de origen luxemburgués que se ha convertido en una gran compañía internacional tabaquera con fábricas en Alemania, Hungría y Luxemburgo. Entre el amplio abanico de marcas que produce se encuentra Thor, las bolsitas de nicotina que se lanzaron en varios mercados internacionales en 2022, entre ellos España. Thor cuenta con diferentes sabores e intensidades los cuales van innovando continuamente. Su fabricación se realiza en Luxemburgo con ingredientes de alta calidad, lo que muestra el compromiso de Landewyck por ofrecer a sus consumidores los mejores productos.



STAFF DIRECTIVO: UNA PARTE DE THOR



Begoña de Horna,
Directora general de Landewyck Tabacos Iberia

Ángel Benavides,
KAM de accesorios y bolsitas de nicotina

PRODUCTOS NGP

Tabaco calentado

Vapeadores

Bolsitas de nicotina

Otros

CONTACTO

C/ Bahía de Pollensa, 5 - 2º C
28042 Madrid (España)
91 144 04 70
comercialLTE@landewyck.es
www.landewyck.com

DISTRIBUIDOR EN ESPAÑA

Logista

BOLSITAS DE NICOTINA

*Tu nicotina en cualquier momento y lugar.
Celulosa vegetal, saborizantes naturales y nicotina de alta calidad.*



USUARIO
OCASIONAL

NORDIC FREEZE
6 mg nicotina/bolsita
COD: 2003072



ARCTIC BERRIES
6 mg nicotina/bolsita
COD: 2003073



USUARIO
MEDIO

NORDIC FREEZE STRONG
9,5 mg nicotina/bolsita
COD: 2003075



HONEYMELON HEAVEN
9,5 mg nicotina/bolsita
COD: 2003976



USUARIO
AVANZADO

HAMMER NORDIC FREEZE
16 mg nicotina/bolsita
COD: 2004192



HAMMER ARCTIC BERRIES
16 mg nicotina/bolsita
COD: 2004193

THOR HAMMER

16 mg nicotina/bolsita



Bolsas de nicotina con sabores frescos
SIN TABACO – SIN HUMO – SIN OLORES



NORDIC FREEZE
6 mg nicotina/bolsita



ARCTIC BERRIES
6 mg nicotina/bolsita



NORDIC FREEZE STRONG
9,5 mg nicotina/bolsita



HONEYMELON HEAVEN
9,5 mg nicotina/bolsita

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





En Blu, somos pioneros en el mundo del vapeo. Contamos con más de 13 años de experiencia ofreciendo una gama de productos innovadores. Nos comprometemos con la innovación y la calidad, asegurando que nuestros productos cumplen con los estándares más exigentes.

PRODUCTOS NGP

Tabaco calentado

Vapeadores

Bolsitas de nicotina

Otros

VAPEADORES

Blu Bar Kit y Blu Pod, tu vapeador de última generación.

Un dispositivo recargable que utiliza cápsulas intercambiables Blu Bar Pods. Su innovadora tecnología es el resultado de años de investigación y de escuchar a los consumidores, ofreciéndoles un producto que mejorará su experiencia de vapeo. Las cápsulas, con cierre magnético, proporcionan hasta 1.000 caladas cada una. El dispositivo, con un diseño elegante, está disponible en varios colores y garantiza un sabor intenso de principio a fin.

Blu Bar y Blu Box: vapeadores desechables para cada necesidad.

La gama de vapeadores desechables incluye Blu Bar 600, Blu Bar 1000 y Blu Box. Con una amplia variedad de sabores afrutados y mentolados, es la opción ideal para un vapeo cómodo y de un solo uso. Diseño compacto (cabe perfectamente en el bolsillo) y la garantía de calidad y tecnología que caracteriza a Blu.

Blu 2.0: calidad en la que puede confiar.

Blu 2.0 es un dispositivo de última generación con una batería de mayor duración, mayor número de caladas por cápsula y sabor más refinado. Con cápsulas de cierre magnético y resistencia cerámica, para una experiencia de vapeo más prolongada y placentera.

Simplificamos tu elección.

Blu comprende que cada usuario tiene necesidades diferentes. Por eso, ofrece opciones adaptadas a cada preferencia, asegurando que se encuentre el vapeador ideal para cada usuario.

DISTRIBUIDOR EN ESPAÑA

Logista

NUEVO blu
bar kit
blu pod

1000 CALADAS*
DE SABOR INTENSO



* Número total de caladas de 1 segundo; puede variar en función del uso individual.



Conectando JUNTOS



www.logistaretail.es



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

Logista
RETAIL



Teléfono: 900 100 898
Mail: correo@cometcigars.com
Web: www.cometcigars.com

En **Consumer Brands International** desarrollamos, fabricamos y comercializamos en 34 países nuestros productos de primera calidad bajo marcas líderes en el segmento de rápido crecimiento de las bolsitas de nicotina.

Las bolsitas de nicotina de las marcas **DOPE**, **GOAT** y **SYX** están producidas bajo los más altos estándares en nuestras instalaciones de última generación y se someten a un riguroso control de calidad para garantizar que cumplan y superen todas las expectativas.

En Consumer Brands International estamos comprometidos a construir un futuro centrado en productos sin humo que presenten **una alternativa más limpia y sin tabaco**.

El 80% de los sabores más vendidos en todo el mundo son sabores mentolados y el 20% restante son de sabores afrutados, de los que disponemos en diferentes niveles de nicotina para ofrecer una experiencia 100% libre de tabaco con la que nos adaptamos a los diferentes gustos de nuestros consumidores.

PRODUCTOS NGP

Tabaco calentado

Vapeadores

Bolsitas de nicotina

Otros

DISTRIBUIDOR EN ESPAÑA



HIGH PERFORMANCE



Este producto contiene nicotina, que es una sustancia altamente adictiva.

(+18)



Encuentra tu alternativa

Director de Operaciones Comerciales de Philip Morris Spain

EDGAR NUNES



PHILIP MORRIS SPAIN

"EL ESTANCO RESULTA FUNDAMENTAL PARA AVANZAR HACIA UN FUTURO LIBRE DE HUMO"

En mayo de 2024, Edgar Nunes accedió a la Dirección Comercial y de Operaciones de Philip Morris Spain 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. Este primer año en el cargo lo califica de "apasionante", un año lleno de retos tanto desde el punto de vista regulatorio como desde la perspectiva de la evolución de la propia compañía. Analizamos con él cómo se encuentra la situación en la actualidad, los pasos que va llevando a cabo Philip Morris en nuestro país y cómo, según sus palabras, "el estanco resulta fundamental para avanzar hacia un futuro libre de humo".

Edgar Nunes hace referencia al lanzamiento en España del nuevo producto sin humo de la compañía, el cigarrillo electrónico VEEV, y menciona que IQOS "sigue impulsando su crecimiento en el mercado sumando ya más de 460 mil usuarios. En Madrid, por ejemplo, hemos aumentado nuestra cuota de mercado de consumibles en casi 2 puntos porcentuales, llegando al 9% de cuota".

"En líneas generales, y a nivel global –añade–, hemos cerrado el año con unos resultados muy positivos, que nos posicionan cada vez más cerca de conseguir nuestro objetivo de ser una empresa mayoritariamente libre de humo. En el último trimestre de 2024, un 40% de nuestros ingresos netos totales provenían ya de nuestro negocio libre de humo, y en nuestros 5 mercados principales, estos ingresos se elevan al 60%".

○ ¿Cuáles son sus planes para seguir posicionando IQOS como la

mejor alternativa al cigarrillo tradicional?

Tenemos que seguir dando acceso a toda la información veraz que tenemos disponible, ayudando al fumador adulto a entender y conocer lo que son y lo que no son estas alternativas sin humo, para que pueda tomar decisiones informadas.

Es muy importante que se conozca la evidencia científica alrededor de estos productos, que el fumador sepa que no es la nicotina lo que causa las enfermedades, sino que es el humo del cigarrillo lo más perjudicial del hábito. Y sabemos que no todo el mundo quiere o pue-

"En Philip Morris ampliamos nuestra cartera de productos libres de humo con una prioridad: proporcionar una amplia variedad de dispositivos con base científica que aliente a los fumadores adultos a cambiar a alternativas menos dañinas que seguir fumando".

de dejar de fumar, por eso hemos desarrollado alternativas que, sin estar exentas de riesgo, son una mejor opción que seguir fumando. Con IQOS se reduce entre un 90 y un 95% los niveles medios de sustancias químicas nocivas, además de que no se genera ni humo ni ceniza.

○ Uno de los objetivos de su actual responsabilidad era el de acelerar la transformación del negocio hacia un portfolio multicategoría. ¿El lanzamiento de VEEV, poco después de su nombramiento, respondía a ese objetivo? ¿Qué representa para Philip Morris esta entrada en el segmento del vapeo y por qué se ha adoptado esta decisión?

La entrada de VEEV al mercado español responde a nuestro enfoque multicategoría dentro de nuestro objetivo de conseguir un futuro libre de humo. En Philip Morris ampliamos nuestra cartera de productos libres de humo con una prioridad: proporcionar una amplia variedad de dispositivos con base científica



que aliente a los fumadores adultos a cambiar a alternativas menos dañinas que seguir fumando.

Con este lanzamiento reforzamos nuestro firme compromiso de comercialización responsable, protegiendo a los menores del acceso a estos productos. Evitamos sabores que puedan generar un interés específico en los menores y optamos por una línea de diseño clásico, pensado para el público adulto. Además, evitamos el acceso de los menores a estos productos restringiendo su venta a aquellos puntos que permiten un control exhaustivo del acceso a menores, como los estancos y nuestros canales propios de venta.

○ ¿Cómo está siendo la implantación de VEEV en los estancos y entre los consumidores?

Como les comentaba, en Philip Morris decidimos lanzar VEEV si-

guiendo nuestro compromiso de comercialización responsable. Por ello, su implementación durante estos primeros meses ha sido paulatina. A cierre de diciembre ya contábamos con más de 3 mil puntos de ventas de esta categoría y de cara a este año vamos a hacer una apuesta más fuerte aún por la multicategoría, por lo que esperamos alcanzar una mayor implementación.

Por el lado de los consumidores, puedo decir que aprecian en

"Son los estancieros los que mejor conocen a los consumidores, donde confluye el público objetivo de todos nuestros productos, tanto de las alternativas sin humo como del cigarrillo tradicional, y es el garante de las ventas legales y de la prevención del acceso a menores".

TITULARES

"La entrada de VEEV responde a nuestro enfoque multicategoría dentro de nuestro objetivo de conseguir un futuro libre de humo".

"2025 nos va a traer grandes momentos para poder disfrutar todos juntos".

"Las prohibiciones han demostrado que, en la mayoría de las veces, lo único que provocan es la proliferación de un mercado ilegal".

"La regulación puede ayudar a impulsar innovaciones pero, a la vez, puede actuar de barrera impidiendo su desarrollo".

VEEV la calidad del producto en una categoría masificada.

○ Volviendo al asunto de un portfolio multicategoría, ¿podemos esperar en breve el desembarco de nuevos productos, como por ejemplo las bolsas de nicotina?

Aún es pronto para poder hablar de ello, pero desde luego estamos trabajando sin descanso para seguir ofreciendo tanto a nuestros usuarios, como a los fumadores adultos, las mejores prestaciones de nuestras alternativas sin humo. A la familia IQOS se le ha unido ahora VEEV y serán el centro de nuestros esfuerzos. Pero confío en que este 2025 nos va a traer grandes momentos para poder disfrutar todos juntos.

○ Un mundo libre de humo en España. ¿En qué situación se encuentra nuestro país en relación con otros de nuestro entorno en esta materia?

Desde luego nos queda mucho camino por recorrer. Las prohibi-

EDGAR 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. Edgar Nunes 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. Como director Comercial y de Operaciones, Edgar Nunes es 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.

Nuestra postura al respecto no ha cambiado. El estanco siempre ha sido y seguirá siendo un pilar muy importante en la estrategia de negocio de Philip Morris. Al final, son los estancieros los que mejor conocen a los consumidores, y es en el estanco donde confluye el público objetivo de todos nuestros productos, tanto de las alternativas sin humo como del cigarrillo tradicional. Pero, además, es el garante de las ventas legales y de la prevención del acceso a menores a los productos de tabaco o nicotina. Es por ello que su labor

resulta fundamental para avanzar hacia un futuro libre de humo.

○ *He de preguntarle por las recientes y futuras normas en el sector. ¿Pueden llegar a afectar a esa implantación de un futuro libre de humo?*

Por supuesto, la regulación puede ayudar a impulsar innovaciones (como sería el caso de las alternativas sin humo) pero, a la vez, puede actuar de barrera impidiendo su desarrollo.

En Philip Morris creemos que, de forma general, la regulación juega un papel clave para proteger al no fumador y, en particular, al menor. Por otro lado, la regulación debe servir también para que el fumador acceda a información veraz sobre el perfil de riesgo de los nuevos productos. No hay duda de que, desde el punto de vista de la salud, la opción ideal es no fumar ni consumir ningún producto de tabaco ni de nicotina, pero la realidad es que en España existen todavía casi 9 millones de fumadores.

Consideramos que la regulación, además de por supuesto evitar el uso de estos productos por el público no intencionado, debe pensar también en el fumador adulto y tener en cuenta la evidencia científica que avala a las alternativas sin humo. Estos productos no son inocuos, pero a la hora de regularlos se debe tener en cuenta el perfil de riesgo de cada producto, ya que penalizar a las nuevas alternativas que han demostrado ser menos dañinas sólo favorece al cigarrillo, la forma más dañina de todas de consumir nicotina.

“Tenemos que seguir dando acceso a toda la información veraz que tenemos disponible, ayudando al fumador adulto a entender y conocer lo que son y lo que no son estas alternativas sin humo, para que pueda tomar decisiones informadas. Es muy importante que se conozca la evidencia científica alrededor de estos productos”.

ciones han demostrado que, en la mayoría de las veces, lo único que provocan es la proliferación de un mercado ilegal. Por ello, nos parece mucho más útil que se controle de manera más efectiva, que la regulación actual se cumpla y se establezcan estándares y medidas que prevengan el acceso por parte de los menores, sin olvidar que el fumador adulto debe poder acceder a alternativas de menor riesgo.

Creo que siempre es útil mirar más allá de nuestras fronteras y ver cómo están actuando los países con mejores resultados en políticas de control del tabaquismo. Por ejemplo, en el caso de Inglaterra, una de las principales líneas de actuación para reducir drásticamente las tasas de consumo de cigarrillos tradicionales fue apoyarse en el uso de los cigarrillos electrónicos como herramienta de reducción del daño para aquellos que no van a dejar de fumar.

También encontramos el caso de Suecia (primer país libre de humo), que ya está viendo los efectos positivos a largo plazo de abandonar la combustión, sustituyendo los cigarrillos por otros productos de uso oral como las bolsitas de nicotina. Para poner un ejemplo, en comparación con España, Suecia registra casi un tercio menos de casos de cáncer de pulmón por la utilización de tabaco y nicotina de uso oral.

○ *¿Qué puede decirnos del estanco y su papel como canal de venta de los productos de Philip Morris que desemboquen en ese futuro libre de humo?*

“Con el lanzamiento de VEEV reforzamos nuestro firme compromiso de comercialización responsable, protegiendo a los menores del acceso a estos productos. Evitamos sabores que puedan generar un interés específico en los menores y optamos por una línea de diseño clásico, pensado para el público adulto”.

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

Según Karl Fagerström

Bolsas de nicotina: el nivel de 0,99 mg equivaldría a una prohibición de facto de la categoría

• El experto sueco en tabaco y salud pública ofrece sus consideraciones sobre la normativa que quiere aprobar el Ministerio de Sanidad

Karl Fagerström es un experto sanitario independiente con 50 años de experiencia en relación con el tabaco y la salud pública. Lleva décadas comprometido en la lucha contra el tabaquismo –a él se deben algunas de las primeras terapias farmacéuticas de sustitución de nicotina– y ha iniciado varios ensayos clínicos controlados de productos para dejar de fumar. Consciente de la nueva normativa en materi de productos del tabaco y otros productos relacionados que el Ministerio de Sanidad quiere aprobar, ha sido uno de los expertos en pronunciarse al respecto realizando aportaciones al proyecto del ejecutivo español.

Fagerström comienza reconociendo lo loable de las propuestas de Sanidad como parte de una estrategia más amplia para reducir el tabaquismo, pero enseguida señala en su escrito que el límite propuesto para las bolsitas de nicotina de 0,99 mg por bolsa, “es demasiado bajo y no es la mejor manera de mejorar la salud pública”.

Karl Fagerström explica que sus conclusiones se basan en hechos y consideraciones “científicamente fundamentadas”. En primer lugar, apunta que fumar cigarrillos es, con diferencia, la forma más peligrosa de consumir tabaco y se asocia a un mayor riesgo de padecer una amplia gama de enfermedades: “alrededor del 50% de los fumadores diarios de larga duración –comenta– mueren prematuramente a causa de su consumo de cigarrillos”. “Son los productos de combustión del humo del cigarrillo los que contribuyen principalmente a los efectos adversos para la salud mencionados, mientras que la exposición a la nicotina per se se suele considerar la exposición a la nicotina”, expone.

“Las alternativas de administración de nicotina sin humo, como los productos farmacéuticos sustitutivos de la nicotina (TSN), las bolsas de administración de nicotina a base de tabaco para uso oral, los cigarrillos electrónicos y los productos del tabaco calentados no implican combustión” y su uso “no incluye la inhalación. Por lo tanto, se asocian a riesgos para la salud mucho menores que fumar cigarrillos”, continúa en su escrito.

Dice que algunos fumadores consiguen dejar de fumar sin ayuda, pero la mayoría no lo consiguen a largo plazo. “Las TSN y el tabaco sin humo, como el snus sueco (de uso común en los países escandinavos), aumentan las tasas de abandono a largo plazo al sustituir a la nicotina”, pero comenta que el snus no está disponible fuera de Suecia y las TSN no suelen ser atractivas ni lo suficientemente eficaces, además de ser demasiado caros.

Para Karl Fagerström, las bolsitas de nicotina “constituyen una importante adición a la limitada gama actual de ayudas para dejar de fumar disponibles para los muchos fumadores que quieren dejar de fumar”. Su perfil de suministro de nicotina se asemeja más a los cigarrillos que a las TSN, lo que probablemente explica su eficacia para dejar de fumar.

KARL FAGERSTRÖM

Dirige la Consultoría Fagerström en Vaxholm, Suecia, y es autor de 180 artículos científicos revisados por expertos en el campo de la medicina conductual, incluidas 155 publicaciones sobre nicotina y tabaco. En 1996 fundó la Sociedad Europea de Investigación sobre Nicotina y Tabaco (SRNT), de la que fue presidente hasta 2003. En 1999 recibió el Premio Liberarse del Tabaco de la OMS por su destacada contribución a la salud pública.



En cuanto a las bolsitas de nicotina sin tabaco para uso oral asegura que tienen un perfil tóxico similar al de las TSN y más favorable al del snus sueco, lo que incluye “a ausencia típica y completa de nitrosaminas carcinógenas e hidrocarburos policíclicos”, que se han considerado durante muchas décadas los más problemáticos en los productos del tabaco sin humo. “El perfil de suministro de nicotina de las bolsitas se asemeja más al de los cigarrillos que al de las TSN, lo que probablemente explica su eficacia para dejar de fumar. Constituyen una importante adición a la limitada gama actual de ayudas para dejar de fumar disponibles para los muchos fumadores que quieren dejar de fumar”, expone.

Asegura que la normativa sobre las bolsitas de nicotina debe tener en cuenta que los productos alternativos deben suministrar una cantidad suficiente de nicotina al usuario para ser una alternativa aceptable a los productos más nocivos, especialmente los cigarrillos, y considera que el nivel máximo propuesto en España de 0,99 mg de nicotina por bolsa “es muy bajo y no cumple estos requisitos”.

Porque dicho aporte de nicotina de una bolsa “sería muy inferior al aporte de nicotina de un cigarrillo y también muy inferior al aporte de los productos sustitutivos de la nicotina. De hecho, con un nivel tan



bajo de nicotina en la bolsa, la categoría de productos no podrá funcionar como sustituto de los cigarrillos y el nivel de 0,99 mg equivaldría a una prohibición de facto de la categoría”.

“Se sugiere prohibir los aditivos que facilitan la absorción de nicotina de los sobres de nicotina”, comenta, pero “no está claro si esta prohibición abarca también los aditivos que modifican el pH del producto. En todos los tipos de productos orales, los agentes reguladores del pH son componentes necesarios para la funcionalidad del producto y para facilitar la liberación y absorción de nicotina. Por lo tanto, se añaden agentes alcalinizantes a los productos de terapia de sustitución de nicotina. En cuanto a las terapias de sustitución de nicotina, las bolsitas de nicotina sin agentes reguladores del pH sólo liberarían cantidades mínimas de nicotina biodisponible. Si la propuesta de prohibir los aditivos abarca también los agentes reguladores del pH, equivaldría a regular el contenido de nicotina de la bolsita a un nivel aún más bajo que 0,99 mg por bolsita”.

“Las bolsas de nicotina sin tabaco con un contenido de nicotina aceptable para el consumidor tienen el potencial para beneficiar a la salud pública de la misma forma que está documentado para el snus sueco en Escandinavia, es decir, sirviendo como alternativa de bajo riesgo a los cigarrillos”, sentencia y añade que “no existen pruebas científicas ni razones científicamente fundamentadas para creer que las bolsitas de nicotina sin tabaco vayan a tener un efecto negativo en los actuales esfuerzos antitabaco”.

“Con una tasa de tabaquismo superior al 20%, España debería poner toda su energía en encontrar formas de ayudar a los fumadores a dejar de fumar o a cambiar a productos menos nocivos, por lo que debería evitarse la prohibición de facto de productos de administración de nicotina novedosos y de bajo riesgo que tienen el potencial de ayudar a los fumadores de cigarrillos a dejar de fumar a largo plazo”, afirma.

BOLSAS DE NICOTINA

“Las bolsitas de nicotina sin tabaco constituyen una nueva categoría de productos de administración de nicotina de bajo riesgo. Suelen

“España debería poner toda su energía en encontrar formas de ayudar a los fumadores a dejar de fumar o a cambiar a productos menos nocivos, por lo que debería evitarse la prohibición de facto de productos de administración de nicotina novedosos y de bajo riesgo que tienen el potencial de ayudar a los fumadores de cigarrillos a dejar de fumar a largo plazo.”, argumenta.

contener componentes y aditivos alimentarios (por ejemplo, rellenos, estabilizadores, ajustadores del pH, edulcorantes no calóricos, aromas) y nicotina farmacéutica”, describe Fagerström

“La nicotina llega al torrente sanguíneo a través de la mucosa oral. Esta forma de consumir nicotina no implica combustión ni inhalación de productos de combustión que, como se ha mencionado, es la principal causa de morbilidad y mortalidad relacionada con el tabaquismo”.

“Existen pruebas científicas sustanciales procedentes de Escandinavia sobre la enorme reducción de los riesgos para la salud asociados al consumo de tabaco de uso oral sin combustión en lugar de cigarrillos”, comenta. “De hecho, muchos estudios independientes han demostrado sistemáticamente que el consumo de snus sueco no está asociado a un mayor riesgo de cáncer, incluido, por ejemplo, el riesgo de cáncer de pulmón, cáncer de boca y cáncer de páncreas”.

“Los estudios epidemiológicos a gran escala también han demostrado sistemáticamente que el snus no afecta al riesgo de enfermedades cardiovasculares” y “no aumenta el riesgo de enfermedades pulmonares crónicas”.

Y comenta que “el consenso científico sobre el snus sueco, sus estrictas normas toxicológicas y sus propiedades de riesgo reducido en comparación con los cigarrillos, allanaron el camino en 2019 para que el snus sueco recibiera la primera y, hasta la fecha, la única Orden de Producto de Tabaco de Riesgo Modificado (MRTP, por sus siglas en inglés) por parte de la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA, por sus siglas en inglés) de Estados Unidos”.

“Una orden MRTP –añade– requiere que la FDA determine que el uso del producto se asocia a una reducción de los riesgos para la salud del consumidor individual en comparación con el tabaquismo, y que la comercialización del producto es coherente con la protección de la salud pública, teniendo en cuenta tanto a los consumidores actuales como a los no consumidores de tabaco. La orden de la FDA permite específicamente la comercialización de snus sueco con las siguientes declaraciones de propiedades saludables: «Usar snus en lugar de cigarrillos reduce el riesgo de padecer cáncer de boca, cardiopatías, cáncer de pulmón, accidentes cerebrovasculares, enfisema y bronquitis crónica”.

Asegura que los niveles de componentes nocivos o potencial-

Para Karl Fagerström, las bolsitas de nicotina “constituyen una importante adición a la limitada gama actual de ayudas para dejar de fumar disponibles para los muchos fumadores que quieren dejar de fumar”. Su perfil de suministro de nicotina se asemeja más a los cigarrillos que a las TSN, lo que probablemente explica su eficacia para dejar de fumar.

mente nocivos (HPHC) en los sobres de nicotina suelen ser sustancialmente inferiores a los del snus sueco y comparables a los de las TSN.

“La administración de nicotina -explica- es un factor importante para todos los tipos de productos sustitutivos de la nicotina en términos de eficacia para dejar de fumar. En este sentido, las bolsitas de nicotina sin tabaco son comparables al snus sueco. Tanto los TSN como el snus tienen una capacidad bien documentada para ayudar a algunos fumadores a conseguir dejar de fumar a largo plazo. Por lo tanto, es razonable suponer que también las bolsitas de nicotina sin tabaco tienen este potencial y pueden contribuir a reducir la prevalencia del tabaquismo entre la población. Por lo tanto, una prohibición de facto puede ser perjudicial para la salud pública, especialmente en un país como España, con una prevalencia del tabaquismo comparativamente alta”.

Opina que hay razones para creer que los niveles de componentes altamente cancerígenos son sustancialmente más altos en algunos productos sin humo de origen norteafricano o sudasiático, que se comercializan actualmente en muchos países europeos debido a la falta de un control de calidad adecuado con los métodos de fabricación tradicionales, y a la falta de regulación de los componentes en la actual Directiva europea sobre productos del tabaco.

Para facilitar el abandono del consumo de cigarrillos, estima que los consumidores deberían recibir información con base científica sobre los riesgos relativos para la salud del consumo de cigarrillos frente a las novedosas ayudas para dejar de fumar de riesgo reducido. “Los fumadores actuales también deberían tener acceso a estos productos de riesgo reducido”.

REGULACIÓN PRAGMÁTICA

Para Karl Fagerström, el objetivo general *“debe ser garantizar un alto nivel de protección de la salud pública, teniendo en cuenta tanto a los consumidores actuales como a los no consumidores de productos de nicotina, especialmente entre los jóvenes. Debería incluir restricciones a la comercialización (por ejemplo, límites de edad para la compra), un reglamento constitutivo y un límite al contenido de nicotina. El límite debería fijarse de forma que la exposición a la nicotina sea comparable a la del snus sueco y no la supere (por ejemplo, un contenido máximo de nicotina de 10-15 mg por consumible)”.*

Como resumen, Karls Fagerström escribe: *“Celebro que España proponga regular las bolsitas de nicotina. Un límite de contenido máximo de nicotina es esencial para salvaguardar a los consumidores de la toxicidad de la nicotina y del riesgo excesivo de adicción en comparación con el consumo de cigarrillos. Sin embargo, basándonos en las pruebas científicas disponibles, el nivel de nicotina propuesto de 0,99 mg es demasiado bajo para que las bolsitas de nicotina se conviertan en un sustituto de los cigarrillos, por lo que les insto a revisar esta parte del reglamento”.*

"Existen datos epidemiológicos convincentes que demuestran que la nicotina per se no está asociada a las enfermedades que constituyen la mayor parte del exceso de mortalidad observado entre los fumadores, es decir, el cáncer, las enfermedades cardiovasculares y la enfermedad pulmonar obstructiva crónica".

¿Riesgos de la nicotina para la salud?

Según Karl Fagerström, la nicotina es una sustancia vasoactiva con efectos fisiológicos temporales similares a los de la cafeína, por ejemplo, constricción de los vasos sanguíneos, aumento de la frecuencia cardíaca y de la presión arterial. La exposición a dosis elevadas suele provocar náuseas y vómitos.

La nicotina es el componente que más contribuye al potencial adictivo de los productos del tabaco. En animales jóvenes de laboratorio, la nicotina puede afectar al desarrollo del cerebro. Estas circunstancias hacen que sea razonable introducir una regulación científicamente fundamentada para todos los tipos de productos de administración de nicotina.

Sin embargo, existen datos epidemiológicos convincentes que demuestran que la nicotina per se no está asociada a las enfermedades que constituyen la mayor parte del exceso de mortalidad observado entre los fumadores, es decir, el cáncer, las enfermedades cardiovasculares y la enfermedad pulmonar obstructiva crónica.

Por lo tanto, se puede concluir que estos efectos adversos bien documentados del tabaquismo están relacionados casi exclusivamente con la inhalación de productos de combustión y, por lo tanto, ayudan a explicar la gran diferencia en los riesgos para la salud entre los productos de nicotina que implican combustión e inhalación frente a los que no son de combustión y se utilizan por vía oral (como las bolsitas de nicotina). Una regulación de los productos científicamente fundamentada debería tener en cuenta esta diferencia.

Posibles beneficios para la salud pública de las bolsitas de nicotina

En los países escandinavos, el consumo de snus sueco, un producto a base de tabaco de uso oral, ha sustituido en gran medida a los cigarrillos como producto del tabaco más consumido. En Suecia, esto se ha traducido en unas tasas de tabaquismo y de enfermedades relacionadas con el tabaquismo sin precedentes a nivel internacional, un fenómeno al que a menudo se hace referencia en la literatura científica como la «Experiencia Sueca». Según las estadísticas públicas suecas, la tasa diaria de fumadores es del 4,9%.

De acuerdo con los datos de la OMS, la mortalidad «relacionada con el tabaco» también se encuentra en Suecia en tasas bajas sin precedentes a nivel internacional. Suecia es el primer país que ha cumplido la definición de la OMS de fin del tabaquismo, es decir, una prevalencia de fumadores inferior al 5%.

Desde el punto de vista del consumidor, el snus y las bolsitas de nicotina sin tabaco son similares en cuanto al modo de utilización de los productos. Sus perfiles de suministro de nicotina también son comparables. Desde el punto de vista toxicológico, las bolsitas de nicotina representan una opción incluso de menor riesgo que el snus. En este contexto, hay razones para creer que también las bolsitas de nicotina pueden tener efectos positivos significativos en las tasas de abandono del tabaquismo a largo plazo y, por tanto, beneficiar a la salud pública.

LogistaSTRATOR

Tecnología de marcas líderes para garantizar el mejor rendimiento

Herramientas eficaces para reforzar tu negocio con el objetivo de proporcionarte una experiencia integral y ganar eficacia en la gestión diaria.



TPV + Software



Impresora de ticket



Escáner



Cajón monedero

Servicios adicionales

- + Ventas
- + Visibilidad
- + Fidelidad
- + Comodidad



Cajones inteligentes
Solución automatizada de control de efectivo.



Pantallas advertising
Cartelería digital para potenciar tu espacio, comunicando de forma más impactante y eficaz.



Reformas e interiorismo
Adecuamos el local, modernizamos el interior o realizamos una reforma integral de tu negocio.



Etiquetas electrónicas
Automatiza procesos y da visibilidad a los precios de tu negocio, facilitando la información a tus clientes y mejorando la experiencia de compra.



Strator inicia
Acompañamiento de un Consultor de Logista Strator durante los primeros días de tu negocio que te ayudará a iniciar, resolver dudas y gestionar de forma eficiente.

strator@logista.es
logistastrator.com



• TRENDING TOPIC

Bolsas de nicotina, ¿el próximo objetivo de los reguladores?

La regulación cada vez más estricta de los cigarrillos electrónicos desechables fue un tema ampliamente cubierto en las noticias de 2024. Sin embargo, otra categoría de productos de nicotina en rápido crecimiento también está atrayendo la atención de los legisladores: las bolsas de nicotina.

Una de las principales preocupaciones es el creciente atractivo de las bolsas de nicotina entre los grupos de edad más jóvenes. Al igual que los desechables, las bolsas suelen venderse en envases llamativos y vienen en una variedad de sabores como menta, frutos rojos y cítricos. Los críticos argumentan que estas características las hacen especialmente atractivas para adolescentes y adultos jóvenes, lo que podría llevar a la adicción a la nicotina en grupos que de otro modo evitarían los productos de tabaco. Además, las organizaciones de salud pública en toda Europa están advirtiendo sobre las tácticas de marketing de algunas empresas. Otro tema clave es la falta de regulación uniforme para las bolsas de nicotina en toda la Unión Europea. Al ser un producto relativamente nuevo, las bolsas a menudo han ocupado una posición poco clara. En algunos países se clasifican como productos alimenticios, mientras que otros las tratan como artículos medicinales o de tabaco. Este enfoque fragmentado genera confusión entre los fabricantes, los consumidores y los reguladores.

Las preocupaciones ambientales también merecen atención. Aunque las bolsas de nicotina no generan la misma cantidad de residuos que los cigarrillos electrónicos desechables, siguen siendo productos de un solo uso. Generalmente fabricadas con fibras sintéticas y aditivos químicos, pueden contribuir a la contaminación por microplásticos, y su embalaje también puede generar residuos. A medida que los gobiernos europeos continúan priorizando la sostenibilidad,



advertir sobre los riesgos para la salud asociados con la nicotina. Algunos países están proponiendo niveles muy bajos de contenido de nicotina, como Luxemburgo (0.048 mg por bolsa) y España (0.99 mg por bolsa). Los aumentos de impuestos a las bolsas de nicotina también podrían ser una posibilidad para disuadir su uso entre grupos con menor capacidad adquisitiva, como los adolescentes. Además, las iniciativas ambientales de la UE podrían llevar a progra-

mas obligatorios de reciclaje o al uso de materiales biodegradables. La pregunta central sigue siendo si los legisladores considerarán las bolsas de nicotina como parte del problema o como parte de la solución. Los defensores de la reducción de daños destacan que las bolsas de nicotina son una alternativa más segura para los fumadores que intentan dejar de fumar. Advierten que las restricciones excesivas podrían frenar la innovación y desalentar a los fumadores de hacer el cambio. Por otro lado, preocupa que no regularlas adecuadamente podría llevar a que algunos jóvenes comiencen a usar nicotina. La respuesta de la UE a los cigarrillos electrónicos desechables demuestra que los reguladores están dispuestos a tomar medidas decisivas frente a preocupaciones ambientales y de salud pública. Si las bolsas de nicotina continúan ganando popularidad, especialmente entre los usuarios más jóvenes y los no fumadores, podrían convertirse en el próximo objetivo de acción regulatoria.

Para más información:
www.TamarindIntelligence.com

De cara al futuro, las bolsas de nicotina podrían ser reguladas de maneras similares a los desechables. Los gobiernos podrían imponer restricciones a los sabores para reducir su atractivo entre los usuarios jóvenes. También podrían exigir etiquetas más claras y prominentes para advertir sobre los riesgos para la salud asociados con la nicotina. Algunos países están proponiendo niveles muy bajos de contenido de nicotina, como Luxemburgo (0.048 mg por bolsa) y España (0.99 mg por bolsa).

• NEWS DIGEST

Productos emergentes de tabaco y nicotina: las últimas noticias regulatorias

Las noticias en el sector de la nicotina “novel” han estado dominadas en gran medida por Estados Unidos y el presidente Trump en las últimas semanas, con varios acontecimientos importantes, entre ellos la confirmación de Robert F. Kennedy Jr. como secretario de Salud, la amenaza de aranceles comerciales internacionales, restricciones en la financiación de la investigación sanitaria, la posibilidad de recortes de personal en la FDA y la incertidumbre en torno a la propuesta de reducción de nicotina en los cigarrillos.

Por eso, es fácil olvidar que también están ocurriendo cosas en otros países. Aquí algunos de los acontecimientos más destacados:

En **Bulgaria**, los políticos están debatiendo un proyecto de ley que prohibiría completamente la venta y el uso de cigarrillos electrónicos, una medida inusualmente extrema para un país europeo.

En **Hong Kong**, según informes de los medios, es probable que para mediados del próximo año entre en vigor una prohibición total, que incluso podría extenderse a la posesión de cigarrillos electrónicos. Esto es poco común, ya que los países que prohíben los productos de vapeo suelen centrarse en la venta en lugar de la posesión o el uso.

En **Rusia**, también parece posible una prohibición, aunque no está claro hasta qué punto. Se ha redactado un proyecto de ley para prohibir la fabricación e importación de cigarrillos electrónicos y materias primas de nicotina, aunque aún no se ha publicado. La Unión Rusa de Empresas de la Industria de la Nicotina (Spini) ha declarado a ECigIntelligence que los legisladores probablemente impulsarán la prohibición, pero que Spini planea oponerse.

En **Lituania**, se ha propuesto prohibir la venta de desechables, siguiendo la línea de varias otras naciones europeas. Además, hay una propuesta para elevar la edad mínima legal de compra de productos de tabaco, incluidos los cigarrillos electrónicos, a 21 años.

También hay novedades fiscales. **España** no es el único país que experimenta nuevos impuestos sobre los productos de vapeo y las bolsas de nicotina. En **Eslovaquia**, un nuevo impuesto sobre los e-líquidos y las bolsas de nicotina entró en vigor a principios de febrero. Y en **Polonia**, el parlamento

está debatiendo un nuevo impuesto especial sobre ambos productos, que si se aprueba, entrará en vigor en julio.

En **Países Bajos**, el empaquetado neutro será obligatorio para los cigarrillos electrónicos a partir de julio y, en **Bélgica**, el gobierno ha anunciado su intención de extender la prohibición de fumar y vapear en interiores a las terrazas de bares y restaurantes, una medida que también ha sido ampliamente debatida en España.

Fuera de Europa, el estado de **Australia del Sur** se ha convertido en el primero del país en prohibir explícitamente las bolsas de nicotina. Según el gobierno, la medida pretende evitar su uso entre adolescentes. Sin embargo, las bolsas de nicotina ya estaban fuertemente restringidas por la legislación federal australiana, que exige receta médica para obtenerlas, por lo que esta nueva ley podría ser en gran parte simbólica.

En **Francia**, que acaba de prohibir los cigarrillos electrónicos desechables, hubo mejores noticias para los vendedores y usuarios de bolsas de nicotina. El gobierno parece haber abandonado los planes de prohibirlas mediante la nueva Ley de Finanzas de la Seguridad Social y, en su lugar, impondrá un nuevo impuesto sobre ellas.

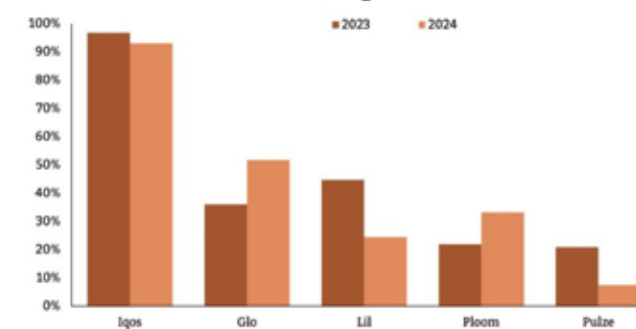
Desde **Canadá**, también hubo noticias potencialmente favorables para la industria del vapeo. Según informes de los medios, Ya'ara Saks, ministra de Salud Mental y Adicciones, anunció la suspensión temporal de la propuesta para prohibir los sabores en vapeo. Sin embargo, no se reveló el motivo de esta suspensión y Saks aclaró que la idea no ha sido descartada, por lo que esto podría ser solo un retraso temporal.

Por último, ¿veremos este año una nueva Directiva sobre Productos del Tabaco (TPD)? Quizás no. La Comisión Europea (CE) ha publicado su Programa de Trabajo para 2025 y la revisión del marco de control del tabaco –que incluye la TPD y la Directiva sobre Publicidad del Tabaco (TAD)– no aparece en el documento. Tampoco la revisión de la Directiva sobre Impuestos al Tabaco (TED). Esto podría indicar que no se revisarán estas directivas hasta 2026, aunque no hay garantía absoluta de que no ocurrirá en 2025. Simplemente, puede no ser una prioridad en este momento.

DATA CHART: EL GRÁFICO

El gráfico de este mes proviene de una encuesta realizada el año pasado por TobaccoIntelligence a minoristas de tabaco calentado. Se centró en tiendas físicas, dejando fuera a los vendedores online, y abarcó un total de nueve países. Aunque España no está incluida, el gráfico a continuación muestra igualmente la importancia del producto IQOS, de Philip Morris International (PMI), en el mercado europeo de tabaco calentado. Y, además, muchos más minoristas ofrecen productos IQOS en comparación con cualquier otra marca de tabaco calentado. Sin embargo, Glo (de British American Tobacco, BAT) y Ploom (de Japan Tobacco International, JTI) también lograron un avance notable durante 2023-2024.

Disponibilidad de marcas de tabaco calentado en Europa



Nota: Disponibilidad de marcas entre los minoristas encuestados que comercializan productos de tabaco calentado ponderada por el número de fumadores en el mercado; n = 40-45 entrevistas a minoristas por país, recopiladas entre julio y agosto de 2023 y 2024.



Según un informe de Analistas Financieros Internacionales (AFI)

La prohibición de sabores del vapeo supondría la pérdida de 263 millones de euros y 3.800 empleos

Prohibir los sabores distintos del tabaco en los cigarrillos electrónicos, como pretende el Ministerio de Sanidad, provocaría una reducción del 83% (263 millones de euros) en el valor añadido bruto anual generado por este sector en España y la pérdida de 3.800 empleos a tiempo completo. ésta es la principal conclusión del informe Evaluación del impacto económico de la prohibición de aditivos aromáticos en el sector de vapeo desde la perspectiva de la buena regulación, donde Analistas Financieros Internacionales (AFI) examina las consecuencias que tendría la medida planteada por el Ministerio de Sanidad en el borrador del Real Decreto que actualiza la normativa sobre productos de tabaco y relacionados.

Aunque el vapeo continúa siendo un fenómeno “minoritario”, en comparación con otros países europeos, ha mostrado un notable crecimiento en los últimos años, posicionándose como un sustituto frente al tabaco tradicional, con una relevancia significativa en el uso de aditivos aromáticos. De hecho, el 45% de la población que ha utilizado en alguna ocasión productos de vapeo lo ha hecho para reducir su consumo de tabaco o para dejar de fumar, según ha señalado Diego Vizcaíno, socio director de Afi, durante el acto de presentación del estudio en la sede de la CEOE.

UNA MEDIDA INEFICAZ

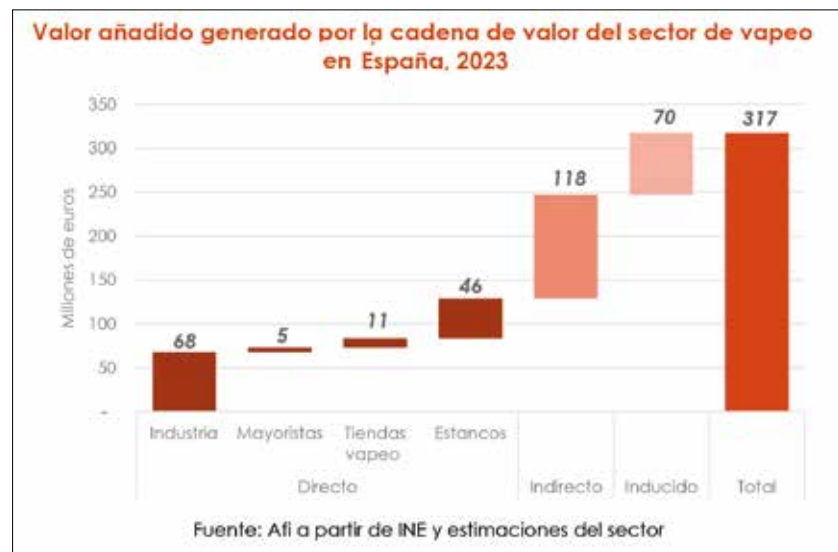
En su informe, Afi analiza si la prohibición de sabores planteada por Sanidad se ajusta a los principios de eficacia y proporcionalidad que debería cumplir cualquier propuesta de cambio regulatorio. Para ello, se basa en datos de consumo, tendencias de uso, el análisis de la cadena de valor del sector del vapeo en España, la evidencia científica y la experiencia internacional.



La primera conclusión es que prohibir los aditivos aromáticos en los cigarrillos electrónicos sería una medida ineficaz, pues una parte importante del consumo de vapeo se trasladaría al tabaco tradicional —en contra del objetivo del Real Decreto de reducir el tabaquismo— y crecería la economía sumergida.

En España, el 87% de los usuarios de cigarrillos electrónicos consumen líquidos saborizados como fruta, dulce o mentolado, mezclados o no con sabor a tabaco, y solo el 13% eligen exclusivamente líquidos con sabor a tabaco, según una encuesta de Sigma Dos de 2022. Asimismo, la evidencia científica muestra una relación positiva entre el uso de sabores de fruta y otros sabores dulces en los líquidos de vapeo y su eficacia como herramienta de abandono del tabaquismo.

Según Afi, en España, el cigarrillo electrónico es un sustituto claro del tabaco y, si se prohibieran los aditivos aromáticos, lo previsible es que aumente la prevalencia del tabaco y señala que estudios académicos recientes apuntan a un incre-

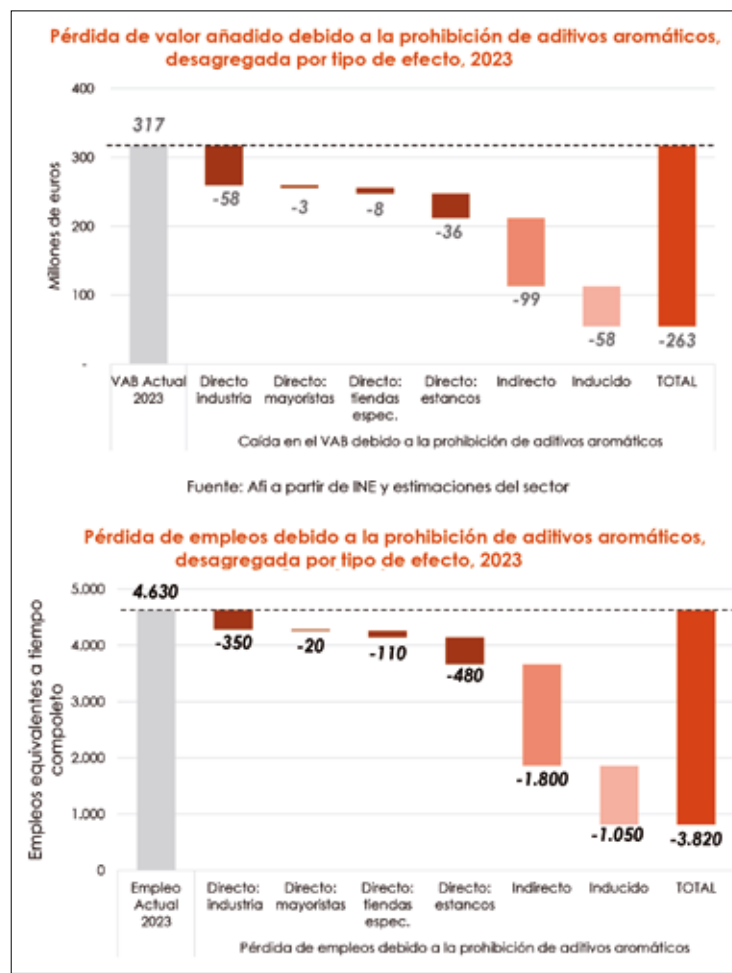


La estimación del impacto económico del sector del tabaco se basa en la diferenciación de tres efectos clave. El efecto directo se refiere a la contribución inmediata del sector a la economía, incluyendo la producción y distribución de productos de vapeo, lo cual se refleja en el PIB, empleo y contribución fiscal generados directamente por la industria del vapeo y la distribución mayorista y minorista. El efecto indirecto, por su parte, abarca el impacto económico que se produce a través de las relaciones del sector del vapeo con otras industrias. Esto incluye las actividades de las empresas suministradoras que proveen bienes y servicios necesarios para la operación del sector del vapeo, generando a su vez valor añadido, empleo y recaudación fiscal en estos sectores adyacentes. Finalmente, el efecto inducido se refiere al impacto económico generado por el gasto de las rentas (salarios) originadas por los impactos directo e indirecto. Este efecto captura el aumento del consumo en la economía general como resultado del gasto de los empleados tanto del sector del vapeo como de sus proveedores. Juntos, estos tres efectos proporcionan una visión integral del papel del sector del vapeo en la economía española.



Diego Vizcaíno, socio director de Afi; el director de Asuntos Públicos y Relaciones con las Cortes de la CEOE, José Luis Ayllón; y el presidente de la Unión de Estanqueros, Miguel Ángel Martínez.

mento de entre 0,5 y 0,9 puntos en la prevalencia del cigarrillo tradicional por cada punto que disminuye la prevalencia del vapeo.



PROPUESTAS DE AFI

Como explica AFI en su informe, cualquier política pública debe atender los principios de buena regulación y, para ello, es importante definir cuáles son sus objetivos. Considerando que, de acuerdo con el Plan Integral del Tabaquismo, el objetivo central de la política es “reducir la prevalencia del consumo de tabaco y sus productos relacionados”, la política no cumpliría el principio de eficiencia, puesto que el consenso de la evidencia empírica disponible apunta a que una prohibición de los aditivos de sabores incrementaría la prevalencia de consumo de tabaco entre los jóvenes.

AFI aboga por tres medidas alternativas:

- **Regular los puntos de venta a través de un sistema de licencias** otorgadas a estancos y tiendas especializadas que garantice un estricto control de no venta a menores. Con ello se reduciría la accesibilidad de los menores de edad a este tipo de productos además de facilitar la vigilancia del cumplimiento de la regulación de no venta a menores y el resto de regulación actual y futura. La prohibición de los líquidos con aromatizantes haría más complejo saber cuándo y quién vende estos productos a menores, no estando claro que finalmente se redujera el uso de dispositivos de vapeo entre las cohortes más jóvenes.
- **Reducir el atractivo de estos productos para los menores de edad.** Empleando varios instrumentos, como la eliminación de ciertas referencias especialmente atractivas para los menores, o la prohibición de envases y dispositivos con un diseño que pueda atraer especialmente a los menores de edad.
- **Llevar a cabo campañas de concienciación de los menores de edad.** Con la finalidad de incrementar su percepción del riesgo asociado a los productos del vapeo.

FUERTE IMPACTO ECONÓMICO

Al realizar el análisis de la proporcionalidad de la medida, Afi advierte de que eliminar los aditivos aromáticos en los cigarrillos electrónicos tendría un impacto económico desproporcionado sobre la cadena de valor. Frente a los 317 millones de euros que generó el sector del vapeo en 2023 —teniendo en cuenta el efecto directo, el indirecto y el inducido—, el valor añadido bruto se reduciría en más de un 83% (263 millones de euros), hasta los 54 millones de euros, si se prohibieran los sabores.

La primera conclusión del informe de Afi es que prohibir los aditivos aromáticos en los cigarrillos electrónicos sería una medida ineficaz, pues una parte importante del consumo de vapeo se trasladaría al tabaco tradicional y crecería la economía sumergida.

ALGUNOS DATOS DEL INFORME

El informe de Afi menciona que, según la Comisión Europea, a finales de 2020 existían en España 45.093 productos para vapeo únicos, lo que demuestra la innovación de este sector en proceso de expansión.

Afi señala que un 2,2% de la población española de más de 15 años vapea usualmente (durante el último mes), cifra ligeramente por debajo de la media europea, que se sitúa en el 2,9%, y bastante alejada de países con un sector del vapeo más asentado, como Estonia, República Checa o Irlanda, donde más del 6% de la población utiliza cigarrillo electrónico. El consumidor de cigarrillos electrónicos en España responde mayoritariamente a un perfil de antiguo fumador de tabaco tradicional. El 95% de los consumidores diarios de cigarrillos electrónicos son o han sido fumadores. Tan sólo un 5% nunca ha fumado tabaco tradicional, de acuerdo con los datos de 2022 de la encuesta EDADES del Ministerio de Sanidad. La edad media de inicio de consumo es de 31 años, más tardía que el inicio de consumo de tabaco que se sitúa en los 16,6 años (EDADES 2022).

Aunque se encuentre por debajo de la media europea, el sector del vapeo español muestra tasas de crecimiento, especialmente en el consumo ocasional. La prevalencia del cigarrillo electrónico alguna vez en la vida entre 2018 y 2022 de un 8,8% a un 12,1% entre la población adulta. Sin embargo, el consumo diario aumentó sustancialmente menos, pasando de un 0,9% a un 1% en el mismo periodo, lo que sugiera que el consumo ocasional ha ganado protagonismo en los últimos años.

Afi explica que la discrepancia entre las cifras de utilización y prevalencia del consumo de cigarrillos electrónicos (Figuras 2 y 3) se explica por los diferentes patrones de consumo que muestran los individuos que han probado en alguna ocasión los cigarrillos electrónicos. Pese a que estos



Paralelamente, el número de personas empleadas a tiempo completo se reduciría desde las 4.630 actuales hasta un total de 810, perdiéndose, por tanto, 3.800 empleos equivalentes a jornada completa.

La medida no sólo afectaría al sector del vapeo. Por cada euro menos de valor añadido y cada despido en el sector, se estima que se perderían 1,5 euros y 2,8 empleos adicionales

suponían un 12,15% de la población en 2022, menos de la mitad de ellos lo habían consumido en el último año, y apenas un 2% lo consumieron en el último mes.

La cifra de consumidores ocasionales oscila entre el 2% y el 4% en 2022, mientras que el porcentaje de consumidores diarios apenas supondría un 1%, que se repartirían a partes iguales entre hombres y mujeres. Además, datos de EDADES permiten apreciar una clara diferencia de género, ya que en 2022 la prevalencia era de un 13,6% para los hombres frente a un 10,7% para las mujeres.

En cuanto a las variedades de sabores, la principal elección entre los españoles son los frutales, con un 56%. Le siguen los sabores dulces, con un 31%; el sabor a tabaco, con un 28%; y los mentolados, con un 15%. En el caso de los líquidos con sabor a tabaco, en su mayor parte se consumen combinados con otros sabores –tan solo un 13,2% de los encuestados declararon que era el único sabor que usaban–. Por tanto, esto supone que un 86,2% de los consumidores de cigarrillos electrónicos utilizan, en mayor o menor medida, los líquidos de sabores.

CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO

El eslabón minorista de la cadena del vapeo (estancos y tiendas) vende un total de 320 millones de euros, de los cuales 250 millones (un 78%) provienen exclusivamente de la venta de líquidos con aditivos aromáticos, donde los preferidos son los frutales y dulces.

Para 2030, se estima que las ventas de cigarrillos electrónicos y sus líquidos asociados podrían llegar hasta los 670 millones de euros, un significativo incremento del 108% con respecto a 2023. Paralelamente, las ventas exclusivamente de líquidos aromáticos superarían los 520 millones de euros, una contribución económica que desaparecería de aprobarse

la prohibición de estos aditivos. En total, todas las ventas acumuladas hasta finales de la década se cifran en 4.210 millones de euros, con 3.310 millones generados gracias a los líquidos aromáticos no de tabaco.

En España los canales de venta al público general de productos del vapeo son tres: estancos, tiendas especializadas de vapeo y otro tipo de tiendas de conveniencia. En España existen más de 500 tiendas especializadas que emplean de forma directa a 1.100 personas.

les en el resto de la economía. Al mismo tiempo, habría una caída en la recaudación fiscal, ya que la contribución al erario público pasaría de los 77 millones de euros de 2023 a solo 10 millones.

Si se tuviera en cuenta el impacto dinámico de la prohibición hasta 2030, la caída de valor añadido superaría los 550 millones de euros y se destruirían más de 8.000 empleos.

Según Afi, en España, el cigarrillo electrónico es un sustituto claro del tabaco, por lo que si se prohibieran los aditivos aromáticos, lo previsible es que aumentase la prevalencia del tabaco. En particular, los estudios académicos más recientes apuntan a un incremento de entre 0,5 y 0,9 puntos en la prevalencia de los cigarrillos tradicionales por cada punto que disminuye la prevalencia del vapeo.

prácticas” por parte del Gobierno y del Parlamento que acaban generando “una mala regulación o una mala praxis” en la misma.

Ayllón ha advertido de que “la mucha cantidad y la mala calidad de las normas” en España tienen unas consecuencias negativas en la economía española, y ha criticado que en ocasiones se promuevan “grandes cambios en el ordenamiento jurídico no demasiado pensados”, porque está en juego “la imagen de un país”, la atracción de inversiones, el crecimiento económico y la creación de empleo.

MEDIDAS PARA IMPEDIR QUE LOS MENORES VAPEEN

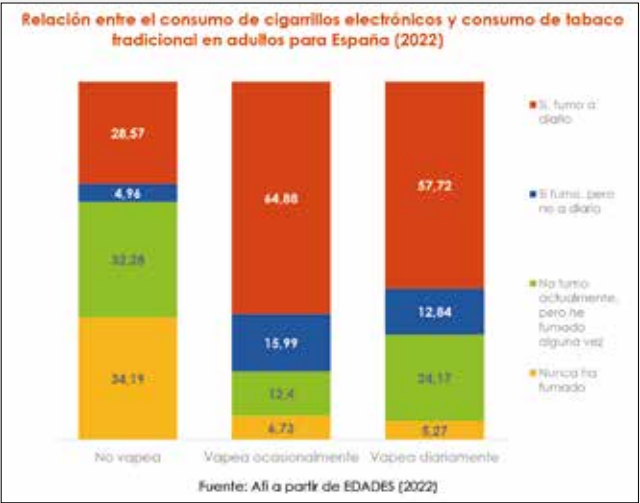
Analistas Financieros Internacionales aboga por una regulación menos drástica que la planteada por el Real Decreto y que contribuya a reducir los potenciales efectos negativos del vapeo mientras permite un control efectivo sobre el consumo y la calidad de los productos de vapeo.

Según ha señalado Vizcaíno, hay que considerar que los vapeadores son “utilizados mayoritariamente por fumadores o exfumadores para dejar de fumar o para reducir su consumo de tabaco”, y que los saborizantes tienen un “papel clave” en esto. En este sentido, prohibir los sabores “podría incrementar la prevalencia del consumo de tabaco”, también entre los jóvenes, hacer crecer el mercado negro y “destruir hasta el 82% de la aportación actual del sector a la economía española”.

AFI propone, en primer lugar, regular los puntos de venta de estos productos a través de un sistema de licencias otorgadas a estancos y tiendas especializadas que garantice un estricto control de no venta a menores. También ve conveniente reducir el atractivo de estos dispositivos para los menores de edad, prohibiendo ciertas referencias y determinados diseños, y llevar a cabo campañas de concienciación de los menores de edad para incrementar su percepción del riesgo asociado.

Por su parte, el presidente de la Unión de Asociaciones de Estanqueros de España, Miguel Ángel Martínez, ha afirmado que las Administraciones Públicas deben entender que productos alternativos como los cigarrillos electrónicos “pueden ser menos dañinos que el tabaco convencional” y que es necesario “apostar por ellos”, comprendiendo además que “el vapor sin sabor no tiene sentido”.

Asimismo, Martínez ha subrayado que los estancos, como punto de distribución, pueden y deben controlar la venta de estos productos, asegurándose de que “nunca se vendan a un menor de edad” y que cumplen las garantías sanitarias, como hacen con el tabaco.



Los estancos tienen una cuota de mercado superior a las tiendas de vapeo en dispositivos desechables y de recarga cerrada. Por su parte, las tiendas especializadas son la opción preferida para los productos de recarga abierta, donde el dispositivo y el líquido se venden por separado: casi el 90% de estos sistemas se venden en comercios especialistas.



Por último, el informe alerta de los posibles perjuicios sobre la innovación, al quedar sin efecto las inversiones realizadas y reducirse el atractivo del sector para nuevos inversores. Las más afectadas serían las pequeñas empresas, tanto de fabricación como de venta de productos de vapeo.

El director de Asuntos Públicos y Relaciones con las Cortes de la CEOE, José Luis Ayllón, ha criticado las “malas

La Familia

AMIGOS



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

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

YA PUEDES VOTAR A TUS FAVORITOS: ¡ELIGE A LOS GANADORES 2025!

PREMIOS 2025 RETAILERS FOR THE FUTURE

PARTICIPA
Y VOTA
A TUS
FAVORITOS



A lo largo del último mes se han ido recibiendo numerosas candidaturas de estancos que optan a la 12ª Edición de los Premios LBF Retailers for the Future 2025 y ya se ha llevado a cabo el proceso de selección de los estancos que han sido declarados finalistas en cada una de las 15 categorías de los galardones. Cuatro han sido los estancos elegidos por cada categoría entre todos aquellos que se han presentado y ha llegado el momento de elegir al ganador. Participa y vota a tus favoritos. Sólo hay que capturar este código QR con tu dispositivo móvil y marcar las casillas de quienes crees que merecen el galardón.

Las quince categorías de esta decimosegunda edición de los Premios LBF Retailers for the Future ya cuentan cada una de ellas con sus cuatro finalis-

tas, elegidos entre las numerosas candidaturas correctamente inscritas que se han presentado desde el 15 de enero pasado en que se abrió el plazo para hacerlo.

A través de nuestra página web –retailersforthefuture.com– y de las newsletters que recibirán en próximas fechas, se darán a conocer a todos los finalistas –60 en total– para que los lectores de la revista puedan elegir a los ganadores definitivos participando y ejerciendo su voto a través del código QR que aparece en estas páginas, lo que pueden hacer entre el 14 de marzo y el 14 de abril.

Una vez transcurrido este periodo de tiempo, las votaciones

CALENDARIO

PREMIOS 2025 RETAILERS FOR THE FUTURE

- **Presentación de candidaturas:** 15 de enero a 28 de febrero de 2025 ✓
- **Elección de finalistas:** 7 de marzo de 2025 ✓
- **Periodo de votaciones:** 14 de marzo al 14 de abril
- **Ganadores:** 30 de abril de 2025

• **Gala de Entrega de los Premios**
SAVE THE DATE
29 de mayo de 2025
19,30 horas
La Casa Encendida (Madrid)

29
MAYO
2025



¿QUIÉNES SON LOS FINALISTAS 2025?

PATROCINADO
POR

1.- Estanco con mejor imagen al consumidor

- Iván Cea Acedo, Exp. 9 Torrejón de Ardoz (Madrid)
- Rosa Mariño Buján, Exp. San Juan-Panxon, Nigrán (Pontevedra)
- Sonia Garijo García, Exp. 3 Calpe (Alicante)
- Teresa Buciega Fernández, Exp. 15 Benidorm (Alicante)



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

- Laura González Mira, Exp. 3 Coslada (Madrid)
- Xavier Villacres Duche, Exp. 1 Torrelodones (Madrid)
- Mª Teresa Roldán Díez, Exp. 479 Madrid
- Francesc Xavier Jiménez de la Parte, Exp. 10 Figueres (Girona)



3.- Estanco con mejor servicio y dedicación a productos de tabaco calentado

- Carlos Marhuenda Lillo, Exp. 65 Madrid
- Carlota Soler Molina, Exp. 97 Zaragoza
- Mª Victoria Soriano Mirón, Exp. 18 Alicante
- Pablo Jimeno Iñarra, Exp. 72 Bilbao (Vizcaya)



4.- Estanco con mejor diseño, estética y sostenibilidad

- Sofía Garrido Coluccio, Exp. 905 Madrid
- Francisco Javier Martínez Romero, Exp. 10 Reus (Tarragona)
- Antonio Moreno Florencio, Exp. 133 Sevilla
- Jorge Juan Moya Corrales, Exp. 863 Madrid



5.- Estanco más innovador de nueva apertura

- Enric Falcó Josa, Exp. 2 Cunit (Tarragona)
- Marina Montoro López, Exp. Mazarrón (Murcia)
- David Navarro Pedros, Exp. 139 Valencia
- Zheng Yang Ji Li, Exp. 2 Cubelles (Barcelona)



6.- Estanco con mejor oferta de picaduras y productos de nicho de mercado

- Francisco de Borja Martín Mirón, Exp. 5 Ávila
- Mª Carmen Rivera Fernández, Exp. La Vaguada Madrid
- Cristina Llorente Soriano, Exp. 9 Valladolid
- J. Ramón Aguilar Sánchez Sierra, Exp. 6 Talavera de la Reina (Toledo)



7.- Estanco con mejor adaptación a las nuevas tecnologías

- Nayara Izquierdo García, Exp. 130 Valencia
- Rafael Poyo Suero, Exp. 650 Madrid
- Silvia Morales Coll, Exp. 21 Sabadell (Barcelona)
- Rosalía Mata González, Exp. 2 San Pedro de Alcántara (Málaga)



8.- Estanco con mejor visual de productos de riesgo reducido

- Judith García Martínez, Exp. 4 Mataró (Barcelona)
- Mercedes Chamorro Ortiz de Zárate, Exp. 26 Santander (Cantabria)
- Manuel Muñoz Valencia, Exp. 98 Córdoba
- Luis Ángel Roa Gutiérrez, Exp. 2 Torrejón de Ardoz (Madrid)



9.- Estanco con mejor integración en su oferta de nuevos productos de riesgo reducido

- Aránzazu Trillo Benítez, Exp. 441 Madrid
- Carlos Muñoz Sánchez, Exp. 11 Leganés (Madrid)
- Javier Gutiérrez Gómez, Exp. 564 Madrid
- Francisco Javier Álves Tourón, Exp. 33 Vigo (Pontevedra)



10.- Estanco con la oferta más completa de productos de riesgo reducido

- Félix Murcia Marín, Exp. 35 de Murcia
- Víctor Miralles Crusat, Exp. 296 Barcelona
- Mª José Luque Luque, Exp. 9 de Málaga
- Diego José López Martínez, Exp. 1 de Lo Pagán (Murcia)



11.- Estanco con mejor oferta de productos de conveniencia

- Amadeo Puig Boada, Exp. 22 Barcelona
- José Rigual Amell, Exp. 8 Vilanova i la Geltrú (Barcelona)
- Luis Carlos Carrera Moreno, Exp. 105 Sevilla
- Joaquín Monroy de la Peña, Exp. 9 San Sebastián de los Reyes (Madrid)



12.- Estanco con la oferta más amplia de cigarros premium

- Eduardo Navarro Basabé, Exp. 168 Barcelona
- Jaume Coll Tell, Exp. 2 Roses (Girona)
- José Rodríguez Valero, Exp. 32 Alicante
- Paqui Parra González, Exp. 3 Boadilla del Monte (Madrid)



13.- Estanco con mejor oferta de artículos y complementos para el fumador

- Javier Bonet Piñana, Exp. 3 Benicarló (Castellón)
- Sergio Espejo Aguilera, Exp. 1 Calella (Barcelona)
- Alonso Luque Luque, Exp. 3 Mijas (Málaga)
- Antonio González Rodríguez, Exp. 30 Oviedo (Asturias)



14.- Premio Generación W a la mujer estancuera

- Mª José Plaza Serrano, Exp. 18 Leganés (Madrid)
- Rafaela Arroyo Calzado, Exp. 4 Mijas (Málaga)
- Mª Eugenia Fernández García, Exp. 36 Sevilla
- Mª Amparo Ana de Casas, Exp. 3 Segorbe (Castellón)



15.- Premio a toda una vida dedicada al estanco

- Joan López Sánchez, Exp. 3 Palafrugell (Girona)
- Baltasar Felguera Ballesteros, Exp. 1 Campillos (Málaga)
- Xavier Giménez i Pla, Exp. 3 Blanes (Girona)
- Josep Sans Aragonés, Exp. 1 Vilaseca (Tarragona)

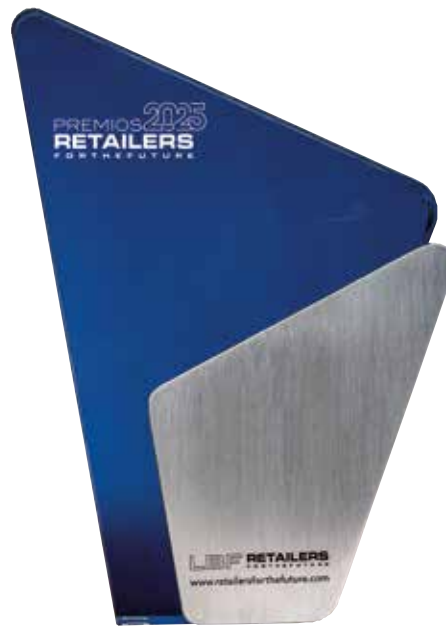


quedarán cerradas y se procederá a realizar el conteo de los votos recibidos, resultando ganador de cada categoría aquel estanco que haya recibido un mayor número de votos.

Este resultado se dará a conocer asimismo el 30 de abril de 2025 y se comunicará a los ganadores para que puedan asistir a la Gran Gala de Entrega de la 12ª Edición de los Premios LBF Retailers for the Future, que tendrá lugar, como ya hemos venido informando, el 29 de mayo de 2025, a las 19,30 horas, en La Casa Encendida, en Madrid. Una cita en la que se volverá a reunir toda la cadena de valor del sector en uno de los eventos que no hay que perderse cada año.

PREMIOS RETAILERS

Los Premios Retailers son, desde hace dieciséis años, el



evento más esperado por el sector tabaquero español y con ellos se reconoce la labor diaria que los

casi 13.000 estancos de la Red de Expendedurías realizan de forma cada vez más profesional.

La última Gala de Entrega de la XI Edición de los Premios LBF Retailers for the Future celebrada el 30 de mayo de 2024 en la Fundación Rafael del Pino, en Madrid, no sólo celebró la excelencia en el sector premiando en cada una de sus quince categorías a los estancos que más destacan en las más diversas áreas de la actividad de los negocios, 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 y consagrándose como uno de los acontecimientos anuales más reseñables en el conjunto de la cadena de valor del tabaco y productos relacionados en nuestro país.

PREMIO AL ESTANCO CON MEJOR IMAGEN AL CONSUMIDOR

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

Patrocinado por



Según Altadis Imperial Brands

En Altadis Imperial Brands, valoramos profundamente la calidad y la creatividad en nuestro sector. Al patrocinar de nuevo este galardón, el de estanco con mejor imagen al consumidor, en los premios 'Retailers for the Future 2025', reafirmamos una vez más nuestro compromiso con la promoción de las mejores prácticas en la industria.

Este reconocimiento se otorga a aquellos estancos que sobresalen en ofrecer una experiencia de compra excepcional, cuidando cada aspecto para satisfacer a sus clientes.

Para nosotros, este patrocinio demuestra nuestra firme creencia en la importancia de una imagen cuidada y profesional que refleje los valores de la marca y del sector en su conjunto. Un estanco con una excelente imagen al consumidor no solo mejora la percepción del cliente, sino que también contribuye al éxito y la sostenibilidad del negocio.

PREMIO A LA TRANSFORMACIÓN DE ESTANCO CONVENCIONAL A RETAILER FOR THE FUTURE

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

Patrocinado por



En JTI Iberia nos llena de orgullo formar parte de una nueva edición de los Premios Retailers for the Future 2025 y reafirmar nuestro compromiso como patrocinadores de estos galardones, que valoran la incansable labor de los estancos en su día a día.

En esta edición, JTI Iberia renueva su patrocinio para reconocer la evolución de los estancos tradicionales hacia el modelo de Retailer for the Future. Este premio pone en valor los esfuerzos de los estancos por adaptarse a las necesidades actuales del consumidor, ofreciendo una propuesta moderna y variada de productos y servicios. Un planteamiento que resuena profundamente con los valores y la visión de JTI: tenemos actitud ganadora, trabajamos mejor juntos, estamos comprometidos con la calidad y hacemos lo correcto.

Queremos expresar nuestras felicitaciones a LBF Retailers for the Future por su constante apoyo a toda la cadena de valor del tabaco y productos relacionados en España. Desde 2009, hemos estado orgullosos de respaldar esta iniciativa, que sigue siendo un referente del sector y una plataforma de reconocimiento para quienes transforman los estancos en espacios innovadores y dinámicos.

PREMIO AL ESTANCO CON MEJOR SERVICIO Y DEDICACIÓN A PRODUCTOS DE TABACO CALENTADO

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

Patrocinado por



PHILIP MORRIS SPAIN



Para Philip Morris Spain

Nos complace enormemente participar una vez más en la nueva edición de los Premios Retailers for the Future y ser patrocinadores de estos galardones que reconocen la valiosa labor que realizan los estancieros día tras día desde sus establecimientos.

En esta edición, Philip Morris Spain patrocinará nuevamente la categoría dedicada al tabaco calentado, un pilar importante dentro de nuestra estrategia multicategoría. Los estancos son la piedra angular de nuestra estrategia de comercialización y queremos reconocer el apoyo recibido por su parte en el impulso de las nuevas categorías de productos sin humo, en especial la de tabaco calentado.

Felicidades a LBF Retailers for the Future por su compromiso con toda la cadena de valor del tabaco y productos relacionados en España, reflejado durante tantos años en la organización de este gran evento que son los Premios. Una excelente iniciativa que hemos tenido el placer de poder apoyar con nuestro patrocinio desde el inicio.

PREMIOS 2025
RETAILERS
FORTHEFUTURE

PATROCINADORES

PREMIOS 2025
RETAILERS
FORTHEFUTURE

Logista STRATOR Logista RETAIL



PHILIP MORRIS SPAIN



RELX



LOST MARY



● PREMIO AL ESTANCO CON MEJOR DISEÑO, ESTÉTICA Y SOSTENIBILIDAD

Premio al estanco que ha destacado por su excepcional diseño tanto interior como en su exterior, su creatividad, funcionalidad y estética del espacio, convirtiéndolo en un lugar acogedor y atractivo, innovador y único.

Patrocinado por



Es un honor para nosotros, desde BAT, volver a formar parte un año más de los Premios Retailers for the Future 2025, con el patrocinio a la categoría de “Mejor diseño, Estética y Sostenibilidad”. Este galardón destaca el esfuerzo continuo de los estancos por modernizar, mejorar y adaptar sus negocios, reflejando así un compromiso con la innovación y sostenibilidad, valores que compartimos en BAT.

Este patrocinio viene a subrayar el apoyo que desde BAT damos a los estancos en su camino de evolución y transformación conforme a las nuevas demandas y que va paralelo al nuestro propio. Creemos firmemente que un diseño interior y exterior atractivo, único, e innovador, no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también contribuye a un entorno más responsable.

Por último, queremos felicitar a LBF Retailers for the Future por su incansable labor y compromiso con toda la cadena de valor del tabaco y de los productos relacionados, y por la organización de estos premios, que desde 2009 han reconocido y celebrado la excelencia en el sector. Es un privilegio para nosotros seguir formando parte de esta iniciativa y continuar apoyando a los estancos en su camino hacia un futuro más brillante y sostenible.

● PREMIO AL ESTANCO MÁS INNOVADOR DE NUEVA APERTURA

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

Patrocinado por



Desde RELX International nos enorgullece anunciar nuestro patrocinio del “Premio al estanco más innovador de nueva apertura”. En una industria en constante evolución, el sector del estanco no se queda atrás y es fundamental abrazar los cambios, explorar nuevas oportunidades y ofrecer una mejor experiencia de compra a un cliente que también evoluciona.

Son muchos los estancos de nueva apertura que han sabido entender esta realidad y apuestan por la innovación como pilar fundamental de su estrategia, implementando soluciones tecnológicas de vanguardia y creando espacios atractivos y especializados para atender a los consumidores cada vez más exigentes.

Implementar la última tecnología, con espacios especializados garantizan una atención personalizada mediante la cual el personal del estanco se convierte en el mejor asesor para aquellos clientes que buscan las mejores y más innovadoras alternativas al tabaco, como los que ofrecen los productos de RELX Y WAKA, marcas líderes en su categoría.

RELX INTERNATIONAL comparte la visión de futuro de todos los estancos que han decidido convertirse en asesores de productos de nueva generación y valora su capacidad de adaptación y su compromiso con la excelencia, algo cada vez más necesario en los tiempos de cambio constante en los que nos encontramos.

● PREMIO AL ESTANCO CON MEJOR OFERTA DE PICADURAS Y PRODUCTOS DE NICHOS DE MERCADO

Premio al estanco que tenga una especial atención a los productos de picaduras (liar, pipa, shisha...), así como de nuevos productos emergentes en el mercado (pouches de nicotina...).

Patrocinado por



Para Ibertabac Comercial es un verdadero placer el volver a formar parte de una nueva edición de los Premios que otorga la revista LBF Retailers for the Future y ser patrocinadores de una de las categorías de estos galardones tan vinculados al estanco y que año tras año cosechan un gran éxito de participación entre todos los componentes del sector, convirtiéndose en un evento muy esperado por todos. En la edición de este año de los Premios, Ibertabac Comercial va a patrocinar un año más la categoría relativa al estanco con mejor oferta de picaduras y productos de nicho de mercado y reconocer de esta forma el trabajo realizado en relación a todos esos productos de tabaco que se venden en ellos y la prestancia a incluir en su oferta otros productos de reciente llegada que, sin duda alguna, van a encontrar su hueco respectivo entre los consumidores.

Para terminar, queremos expresar nuestra más sincera enhorabuena a LBF Retailers for the Future por su compromiso con toda la cadena de valor del tabaco y de los productos relacionados en España reflejado tanto en la organización de los Premios Retailers for the Future como en la propia revista y resto de plataformas con las que nos tienen al tanto de cuanto acontece en torno a nuestro mundo.

● PREMIO AL ESTANCO CON MEJOR ADAPTACIÓN A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

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

Patrocinado por



En Logista Strator estamos comprometidos con la evolución tecnológica y el desarrollo del estanco. Es por ello que nos enorgullece patrocinar los premios 2025 Retailers for the Future, y en particular, este premio que reconoce a los estancos que han implementado las últimas tecnologías en sus procesos de gestión, incluyendo la informatización, digitalización y el uso de software. Nuestro patrocinio refleja nuestra misión de impulsar la innovación y eficiencia en el sector. Creemos que la adopción de nuevas tecnologías no solo mejora la operatividad y la rentabilidad de los estancos, sino que también enriquece la experiencia del cliente, ofreciendo un servicio más ágil y personalizado. En un mundo en constante cambio, es esencial que los estancos se adapten y evolucionen, y en Logista Strator, estamos aquí para apoyar esa transformación.

A través de este premio, celebramos a los estancos que están apostando por juntar tecnología y digitalización con los factores únicos y diferenciadores que son su conocimiento directo del cliente y ser un negocio de proximidad, de barrio. Es esta mezcla la que les permitirá liderar el camino hacia un futuro más rentable, gestionando un amplio abanico de ofertas y propuestas de valor de manera aún más eficiente. Nuestro compromiso es proporcionar las herramientas y el soporte necesarios para que cada estanco alcance su máximo potencial. Juntos estamos construyendo el futuro del sector estanco, donde la tecnología y la tradición se unen para ofrecer lo mejor a nuestros clientes y a la comunidad.

● PREMIO AL ESTANCO CON MEJOR VISUAL DE PRODUCTOS DE RIESGO REDUCIDO

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

Patrocinado por



En My Blu, creemos firmemente en la importancia de la innovación y la excelencia en la presentación de productos. Patrocinar el premio al estanco con mejor visual en una edición más de los premios ‘Retailers for the Future’ es prueba de nuestro compromiso con estos valores.

Este galardón no solo reconoce la creatividad y el esfuerzo de los estancos en la presentación de sus productos, sino que también destaca la importancia de una experiencia de compra atractiva y diferenciada para los consumidores.

Para My Blu, este patrocinio es una oportunidad de apoyar y fomentar las mejores prácticas en el sector. Creemos que una comunicación visual efectiva no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también impulsa el éxito comercial de los estancos.

Queremos agradecer LBF su dedicación y compromiso con el sector a través de estos premios, su papel es fundamental para conocer y promover la gran labor de los estancos en el comercio minorista de productos para fumadores.

● PREMIO AL ESTANCO CON MEJOR INTEGRACIÓN EN SU OFERTA DE NUEVOS PRODUCTOS DE RIESGO REDUCIDO

Premio al estanco que haya realizado una mejor integración de nuevos productos sin tabaco, como los pouches de nicotina, a su oferta de productos tradicionales del tabaco.

Patrocinado por



Es para nosotros un placer formar parte de una nueva edición de los Premios Retailers for the Future y ser patrocinadores de éstos. La vinculación de estos premios con vosotros, los estancieros, es sólo una pequeña muestra de agradecimiento por la inestimable labor que hacéis en el día a día detrás de los mostradores.

En esta edición, Landewyck patrocina la categoría dedicada al estanco con mejor integración en su oferta de nuevos productos de riesgo reducido, como son las bolsitas de nicotina. Considerando que esta categoría ofrece una nueva forma de consumir nicotina en cualquier momento y lugar, en 2022 lanzamos nuestra marca Thor.

Esta nueva categoría es una muestra de la innovación constante y las ganas del sector de seguir creciendo, mejorando y aprendiendo.

Queremos felicitar a LBF por su compromiso con toda la cadena de valor del tabaco y de los productos relacionados con el tabaco, poniendo especial atención a este tipo de productos novedosos, dedicación y trabajo que se ven plasmados desde hace ya tantos años en la organización de este gran evento.

● PREMIO AL ESTANCO CON LA OFERTA MÁS COMPLETA DE PRODUCTOS DE RIESGO REDUCIDO

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

Patrocinado por



Según ELFBAR y LOST MARY

Es un gran orgullo para la compañía patrocinar un año más los Premios Retailers for the future.

Nuestro compromiso es ofrecer a los fumadores adultos productos de nicotina alternativos que reduzcan los daños. Detrás de cada etiqueta QUAQ de ELFBAR y LOST MARY hay una creciente inversión en I+D. La fidelidad de los consumidores a los sabores se debe a la producción continua de alta calidad, posible gracias a una fabricación mecanizada en constante avance.

La fidelidad de los consumidores a nuestros productos se ha ganado el reconocimiento de los estancieros. En 2025, ampliaremos aún más nuestra oferta, ofreciéndoles una gama diversa de productos recargables e innovadores. Este logro, sin duda, no sería posible sin los estancieros, que sirven de enlace directo con los usuarios. Por eso este reconocimiento es tan merecido.

En nombre de todo el equipo, gracias.

● PREMIO AL ESTANCO CON MEJOR OFERTA DE PRODUCTOS DE CONVENIENCIA

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

Patrocinado por



Para Logista Retail

Es para nosotros un placer el volver a formar parte de una nueva edición de los Premios Retailers for the Future y ser patrocinadores de unos galardones tan vinculados al estanco y mediante los que se reconoce la inestimable labor que hacen estos establecimientos en el día a día desde detrás de sus mostradores.

En esta edición de los Premios, Logista Retail va a patrocinar un año más la categoría relativa al estanco con mejor oferta de productos de conveniencia, con la que se reconocen los esfuerzos tendentes a crear un negocio moderno y atractivo para el consumidor por la variada oferta de productos y servicios que acoge y donde Logista retail es el mejor partner del mercado para el estanco.

Queremos felicitar a LBF Retailers for the Future por su compromiso con toda la cadena de valor del tabaco y de los productos relacionados en España, plasmado desde hace ya tantos años en la organización de este gran acontecimiento que son los Premios. Una excelente iniciativa que desde sus inicios en 2009, donde ya iniciamos nuestra labor de su patrocinio.

● PREMIO AL ESTANCO CON LA OFERTA MÁS AMPLIA DE CIGARROS PREMIUM

Premio que reconoce al estanco que cuente en sus instalaciones con una oferta detallada de cigarros que resulte atractiva para sus clientes tanto por la variedad de orígenes ofertada, su cuidado, mantenimiento y atención especializada.

Patrocinado por



Para Davidoff of Geneva Iberia

Este premio es una manera de reconocer y premiar a los establecimientos que comparten nuestro compromiso por la excelencia en el mundo del tabaco de alta regala.

Davidoff ha construido su reputación sobre la calidad, el lujo y la pasión por ofrecer una experiencia única a los aficionados. Apoyar este premio reafirma nuestra dedicación a los estancos que no solo seleccionan cuidadosamente sus productos, sino que también brindan un servicio excepcional a sus clientes en consonancia con la filosofía de Davidoff: "From crop to shop" (de la cosecha a la tienda). Creemos que, al fomentar una oferta diversa y de alta gama, se fortalece la cultura del cigarro premium en España, a la vez que promovemos un espacio de conocimiento y disfrute para los consumidores más avezados.

Este galardón destaca el valor de cómo hacer la diferencia en el mundo del tabaco, sumando la precisión suiza con pasión caribeña.

● PREMIO AL ESTANCO CON MEJOR OFERTA DE ARTÍCULOS Y COMPLEMENTOS PARA EL FUMADOR

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

Patrocinado por



Según Zippo

Cada año nos hace mucha ilusión tener la oportunidad de hablar con unos de los mejores estancieros de España. Como sabéis, Zippo tiene cada vez más presencia a nivel europeo y el mercado español es y será siempre muy querido por nosotros. De hecho, nuestro icónico encendedor Zippo a prueba de viento ha sido siempre muy bien recibido en los puntos de venta españoles y sigue creciendo año tras año. Ahora, también crece gracias a la diversificación de productos Zippo: gafas de sol, gafas de lectura, artículos de piel como carteras, joyería para hombres...

Ésta es una fuerte señal que nos anima a esforzarnos cada día al máximo para desarrollar nuevas colecciones. Queremos hacer llegar a todos los estancieros una oferta más amplia, de calidad y adaptada a vuestros clientes, para así contribuir al crecimiento del negocio.

Por ello, nos complace presentar por cuarto año consecutivo la categoría "Premio al estanco con mejor oferta de artículos y complementos para el fumador".

● PREMIO GENERACIÓN W A LA MUJER ESTANQUERA

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

Patrocinado por



Como organizadora de InterTabac y EVO NXT, Messe Dortmund se enorgullece de patrocinar el premio «LBF Retailers for the Future Award 2025» en la categoría «PREMIO GENERACIÓN W A LA MUJER ESTANQUERA». Con mujeres ocupando puestos directivos en muchas partes de nuestra empresa -especialmente en el departamento de ferias comerciales-, nos consideramos un buen ejemplo de lo mucho que pueden lograr las mujeres en puestos de liderazgo.

La industria tabaquera es un sector apasionante y diverso, pero en la mente de mucha gente sigue siendo una industria fuertemente caracterizada y dirigida principalmente por hombres. Sin embargo, esto ya no es así. Esta imagen está cambiando, y estamos encantados de que el premio ponga a las mujeres responsables de este cambio en el punto de mira y les dé voz.

A lo largo de los más de 40 años de historia de InterTabac, hemos sido testigos y hemos acompañado año tras año el desarrollo inspirador de muchas mujeres en la industria del tabaco. Por esta razón, es importante para nosotros apoyar precisamente este desarrollo patrocinando este valioso premio.

● PREMIO A TODA UNA VIDA DEDICADA AL ESTANCO

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

Patrocinado por



Para la Unión de Estancieros

Es una enorme satisfacción patrocinar este premio. Para nosotros el premio a un estancero por toda una vida dedicada al sector es una gran oportunidad que nos ofrecen los Premios Retailers for The Future para reconocer el trabajo, el esfuerzo y la dedicación de los estancieros españoles a lo largo de los años detrás del mostrador.

Día a día, mes a mes, año a año, los estancieros dan servicio a sus vecinos de muchas maneras, desde el control del tabaco a la venta de títulos de transporte o la recogida de paquetería. La labor del estancero es discreta, pero su aportación a la ciudadanía es realmente relevante. Y algunos llevan toda la vida dedicados al estanco que es tanto como decir a sus conciudadanos.

Si los premios de LBF Retailers for The Future nos parecen un magnífico homenaje a la labor de nuestros compañeros, el de toda la vida dedicado al estanco que patrocina la Unión de Estancieros es un homenaje a los valientes que durante muchos años, cada mañana, con sol o nieve, han levantado el cierre para dar servicio a los demás.

EL VALOR DE LAS VENTAS DE TABACO EN ESPAÑA SUBE UN 5,42% EN 2024

Informe de Mercado de 2024 del Comité Consultivo del Comisionado para el Mercado de Tabacos

El Comité Consultivo del Comisionado para el Mercado de Tabacos ha hecho público su Informe de Mercado correspondiente a 2024 en el que se aprecia un incremento del valor de las ventas de labores de tabaco en nuestro país del 5,42% respecto a 2023, con incrementos en todos los segmentos, lo que contrasta con el descenso en volumen en cigarrillos, cigarros y cigarritos y tabaco de liar. Sólo el tabaco de pipa presenta una subida en volumen. El mercado de los cigarrillos, que representan un 82,81% del mercado de tabacos en España, ha presentado un aumento en valor (5,07%), pero un descenso en volumen (-1,15%).

Según los últimos datos publicados por el Comisionado para el Mercado de Tabacos, la venta de cigarrillos en España ascendió a 2.143,50 millones de cajetillas, lo que supone un aumento del 1,15% respecto a los 2.119,14 millones registrados en 2023. Asimismo, se vendieron en 2024 un total de 1.736,77 millones de cigarros y cigarritos (un 3,33% menos que en 2023); 6,50 millones de kilogramos de picadura de liar (un 0,18% menos que en 2023); y 1,95 millones de kilogramos de picadura de pipa (un 5,85% más que en 2022).

Las ventas de productos de tabaco en España supusieron en 2024 una facturación de 13.131,80 millones de euros, con un 5,42% más que en 2023, año en que el valor de las ventas alcanzó los 12.456,16 millones de euros.

De esos 12.456,16 millones de

euros, el 82,81%, es decir, 10.874,48 millones de euros correspondieron a cigarrillos (un 5,07% más que en 2023); un 4,00% correspondieron a los 542,73 millones de euros por la venta

La venta de cigarrillos en España a lo largo de 2024 alcanzó las 2.143,50 millones de cajetillas, con un ascenso del 1,15% respecto a las registradas en 2023.

de cigarros y cigarritos (un 1,43% más que en 2023); un 10,19% correspondieron a 1.338,73 millones de euros de las picaduras de liar (un 6,39% más que en 2023); y el 3,00% correspon-



Evolución del sector tabaco 2024-2023				
	2024	2023	% 2024/2023	% 2024
Cigarrillos				
Cajetillas	2.143.502.207	2.119.138.351	1,15%	
Valor	10.874.484.982 €	10.349.655.882 €	5,07%	82,81%
Tabaco de liar				
Kilogramos	6.498.159	6.509.759	-0,18%	
Valor	1.338.730.617 €	1.258.346.809 €	6,39%	10,19%
Cigarros/cigarritos				
Unidades	1.736.767.597	1.796.583.190	-3,33%	
Valor	524.727.151 €	517.314.600 €	1,43%	4,00%
Picadura de pipa				
Kilogramos	1.954.075	1.846.007	5,85%	
Valor	393.854.911 €	330.843.707 €	19,05%	3,00%
Ventas totales	13.131.797.663 €	12.456.160.998 €	5,42%	100,00%

Fuente: Comisionado para el Mercado de Tabacos.

dió a los 393,85 millones de euros de las ventas de picaduras de pipa (un 19,05% más que en 2023).

Las ventas de productos de tabaco hasta noviembre de 2024 supusieron una recaudación de 6.318 millones de euros en concepto de Impuestos Especiales (un 2,4% más que en el mismo

periodo de 2023, en el que ascendió a 6.168 millones de euros), según el Informe Mensual de Recaudación Tributaria publicado por la Agencia Tributaria. Esta cantidad de 6.138 millones de euros representa el 5,47% de la recaudación del Estado vía impuestos especiales.

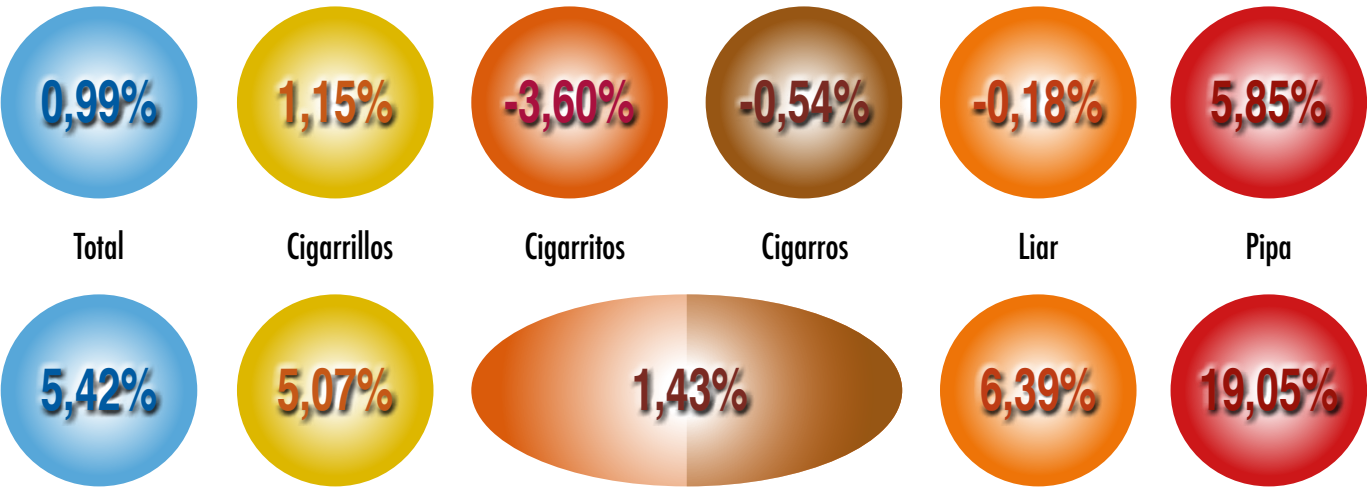
POR COMPAÑÍAS

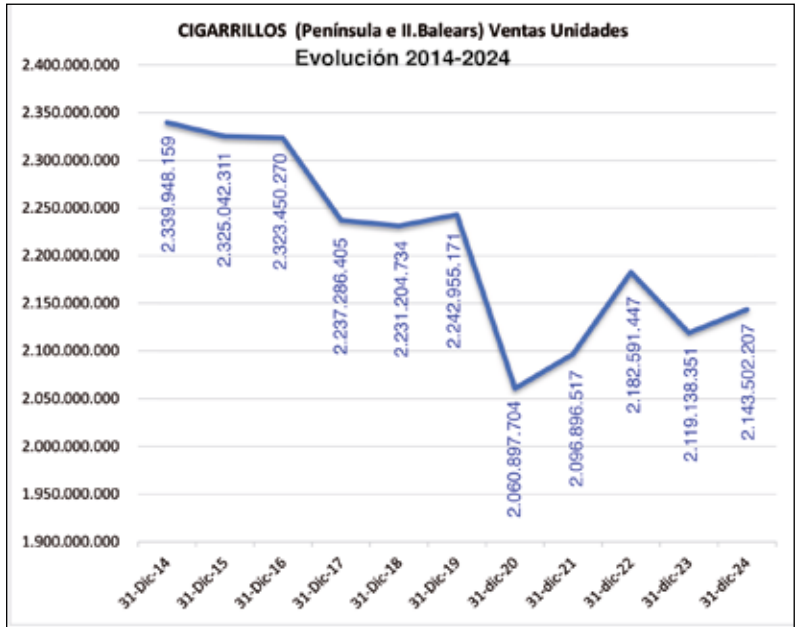
Altadis Imperial Brands es la compañía líder en el segmento de cigarrillos con una cuota de mercado del 27,50% (0,73 puntos porcentuales

La recaudación de impuestos indirectos por la venta de productos del tabaco ascendió a 6.318 millones de euros hasta noviembre de 2024, lo que supone un 2,4% más que lo recaudado en ese mismo periodo de 2023, cuando ascendió a 6.168 millones de euros, según el Informe Mensual de Recaudación Tributaria.

menos que en 2023), seguida por Philip Morris, con un 27,22% de cuota de mercado; por JTI, con el 26,07% de cuota; y BAT, con el 10,57% de cuota. Tras Landewyck, con un 2,95% de

Evolución del sector tabaco 2024-2023 (volumen de ventas y valor de ventas)





Cuadros de la evolución de las ventas de tabaco en España, por segmento, volumen y recaudación a lo largo de la última década (2014-2024). Elaboración propia con datos y gráficas del Comisionado para el Mercado de Tabacos.

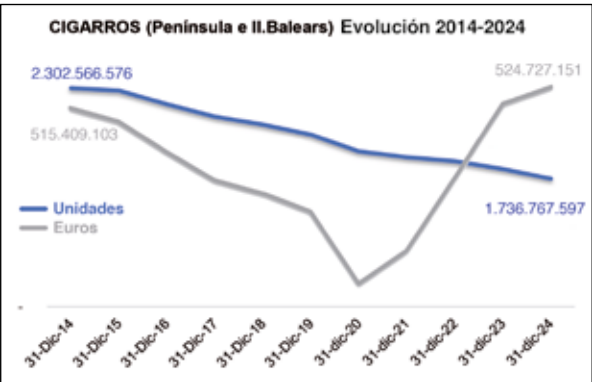
cuota; Von Eicken y KT International, ambas con un 1,06%, el resto de compañías que operan en el mercado de cigarrillos español obtienen cuotas de menos de un 1%.

En el segmento de cigarros y cigarrillos, la compañía líder en 2024 es Villiger, con unas ventas de 328,27 millones de unidades; seguida de Compañía Canariense, con 277,47 millones de unidades; de Von Eicken, con 187,44 millones de unidades; y de Altadis-Imperial Brands, con 177,84 millones de unidades. Por su parte, Habanos, con 22,37 millones de uni-

dades, aparece en decimocuarta posición del ranking.

En cuanto a picaduras de liar,

Logista volvió a ser la empresa de distribución mayorista líder en el mercado español, con el 96,98% de las cajetillas de cigarrillos distribuidas en 2024.



JTI figura en primera posición, con 1.999.281 kilogramos; seguida por Altadis Imperial Brands, con 1.589.315 kilogramos; de Poschl Tabak, con 919.386 kilogramos; y de Flandria N.V., con 580.109 kilogramos.

Respecto a las picaduras de pipa, Philip Morris figura al frente del ranking, con 391.092 kilogramos; seguida de Aldalya Tobacco, con 344.144 kilogramos; de Twist, con 319.063 kilogramos y de Al-Fakher, con 230.722 kilogramos.

MARLBORO, LÍDER EN CIGARRILLOS
Marlboro, con el 15,98%, es la

Ventas por provincias 2023-2022 (cigarrillos)						
	Euros 2024	Euros 2023	%	Uds. 2024	Uds. 2023	%
Álava	66.298.842	63.530.455	4,36	12.913.909	13.350.419	-0,02
Albacete	95.678.490	94.019.772	1,76	19.017.510	19.853.363	-1,99
Alicante	539.360.925	510.033.561	5,75	105.800.124	105.004.379	1,29
Almería	195.149.654	188.982.137	3,26	38.151.924	39.689.221	-0,51
Ávila	40.360.019	39.345.109	2,58	7.967.274	8.290.434	-1,27
Badajoz	152.328.826	149.467.732	1,91	30.570.678	31.596.113	-1,77
Balears (Illes)	373.434.996	356.021.272	4,89	71.597.331	71.819.691	0,33
Barcelona	1.125.393.617	1.101.207.534	2,20	220.003.047	232.822.202	-1,69
Burgos	86.252.259	81.166.190	6,27	16.890.763	17.532.999	1,97
Cáceres	99.871.920	96.584.810	3,40	19.944.422	20.472.645	-0,50
Cádiz	223.209.338	214.691.193	3,97	44.699.400	45.901.788	0,35
Castellón	153.871.120	149.263.522	3,09	30.915.805	31.451.638	-0,22
Ciudad Real	119.835.892	116.143.307	3,18	23.971.446	24.655.502	-0,03
Córdoba	156.298.994	151.850.147	2,93	31.322.450	32.894.967	-0,62
Coruña (A)	242.963.101	237.711.366	2,21	47.923.986	50.065.635	-1,69
Cuenca	54.510.106	53.311.194	2,25	10.726.478	11.467.569	-1,49
Girona	746.683.900	601.793.237	24,08	144.866.846	120.005.155	20,40
Granada	212.334.296	207.158.076	2,50	42.006.139	44.233.058	-1,13
Guadalajara	61.764.586	60.885.052	1,44	12.224.319	12.861.591	-2,33
Guipúzcoa	292.543.715	256.225.007	14,17	56.574.869	51.439.308	9,47
Huelva	137.409.356	132.583.324	3,64	27.689.460	28.421.886	0,23
Huesca	70.386.377	66.941.508	5,15	13.730.804	14.015.768	0,81
Jaén	131.222.803	126.607.943	3,65	26.208.008	27.552.561	0,09
León	108.771.385	104.855.820	3,73	21.308.896	22.211.447	-0,38
Lleida	169.015.555	148.884.806	13,52	33.551.310	30.223.073	9,57
Rioja (La)	75.499.920	73.491.828	2,73	14.844.449	15.489.113	-1,20
Lugo	73.337.614	70.991.887	3,15	14.318.168	14.809.079	-0,81
Madrid	1.230.549.378	1.218.169.141	1,02	243.418.562	263.343.414	-2,64
Málaga	430.945.842	404.690.265	6,49	84.136.047	83.759.402	2,16
Murcia	368.217.071	351.071.458	4,88	72.549.713	74.207.036	1,20
Navarra	262.128.260	233.089.187	12,46	51.218.119	48.669.536	8,19
Ourense	70.066.878	67.132.527	4,37	13.774.187	14.191.172	0,62
Asturias	238.939.806	233.403.771	2,37	47.151.640	49.615.598	-1,73
Palencia	39.030.506	38.100.372	2,44	7.635.378	7.994.658	-1,71
Pontevedra	183.641.862	180.422.103	1,78	36.428.545	38.349.778	-2,02
Salamanca	73.030.184	68.585.482	6,48	14.357.623	14.788.824	2,52
Cantabria	142.471.402	138.582.142	2,81	27.862.393	29.105.867	-1,36
Segovia	35.162.789	33.877.359	3,79	6.887.514	7.141.474	-0,25
Sevilla	335.579.565	323.784.630	3,64	67.982.065	71.439.916	0,61
Soria	20.463.682	20.257.542	1,02	3.969.443	4.330.343	-3,04
Tarragona	225.291.838	213.833.088	5,36	44.018.661	44.913.696	1,08
Teruel	35.058.677	33.986.378	3,16	6.855.309	7.057.610	-1,05
Toledo	168.291.289	161.573.309	4,16	33.739.470	34.538.881	0,77
Valencia	595.178.773	576.027.364	3,32	120.300.172	123.532.950	-0,38
Valladolid	110.454.083	107.412.597	2,83	21.815.609	22.993.878	-1,06
Vizcaya	239.539.311	233.400.672	2,63	46.714.263	49.231.310	-1,81
Zamora	40.728.372	39.210.228	3,87	7.943.585	8.304.666	-0,34
Zaragoza	226.037.809	219.298.487	3,07	45.004.095	46.950.849	-0,78
Total	10.874.484.982	10.349.655.891	5,07	2.143.502.207	2.182.591.462	1,15

LOGISTA,
LÍDER EN LA DISTRIBUCIÓN



En cuanto a los distribuidores mayoristas de nuestro mercado, Logista sigue siendo el líder, con un volumen del 96,98% de cuota y 2.078,70 millones de cajetillas distribuidas; seguida por Comet, con el 3,02% de cuota y 64,80 millones de cajetillas distribuidas.

En picadura de liar, Logista es líder absoluto, con un 99,80% de labores de este segmento distribuidas, es decir, 6,49 millones de kilogramos; seguida del 0,20% de cuota de Comet y 0,013 millones de kilogramos.

En cigarros y cigarrillos, Logista mantiene un 88,75% de cuota, con 1.541,33 millones de unidades distribuidas; seguida por el 11,04% de cuota de Comet y 191,76 millones de unidades; por el 0,11% de cuota de La Casa del Tabaco y 1,83 millones de unidades; por el 0,09% de cuota de DTC y 1,54 millones de unidades; y por el 0,02% de cuota de Aldista y 0,30 millones de unidades.

El 77,92% de cuota de Logista, con 1.522.539 kilogramos distribuidos, colocaron a la compañía como líder en la distribución de picadura de pipa, seguida por el 16,82% de cuota y 328.649 kilogramos distribuidos por Aldista, por el 3,20% y 62.515 kilogramos de La Casa del Tabaco, por el 2,03% y 39.730 kilogramos de Comet y por el 0,03% y 642 kilogramos de DTC.

marca líder; seguida por Camel, con el 11,59%; por Winston, con el 8,24%; por Lucky Strike, con el 8,01%; por Fortuna, con el 7,21%; por Winston Classic y por Chesterfield, con el 5,60% cada una.

En picadura de liar, la marca líder es Pueblo, con 892.025 kilogramos vendidos; seguida por Winston, con 784.619 kilogramos; por Camel, con 637.715 kilogramos; por Flandria, con 574.038 kilogramos; y por Horizon, con 460.798 kilogramos.

En cigarros y cigarrillos, la marca silverado, con 177,30 millones de unidades; Braniff, con 165,02 millones de unidades; Calypso, con 132,697 millones de unidades; Bullbrand, con 114,53 millones de unidades; y Roll's, con 72,83 millones de unidades copan el top 5 del segmento.

En cuanto a picaduras de pipa, el liderazgo lo obtuvo la marca Terea, con 388.709 kilogramos, seguida por Aldalya, con 283.973 kilogramos; de Al Fakher, con 224.724 kilogramos; por Eastwood, con 101.147 kilogra-

Marlboro siguió siendo en 2024 la marca líder de cigarrillos, con un 15,98% de cuota de mercado, seguida por Camel (11,59%) y Winston (8,24%).

mos; y por Moon Habana, con 82.342 kilogramos.

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LAS VENTAS

Cataluña es la comunidad autónoma que registró un mayor volumen de ventas de cigarrillos, con 406,78 millones de cajetillas y un 5,10% más que en 2023; seguida por Andalucía, con 330,59 millones de cajetillas y un 0,43% menos que el año anterior; por la Comunidad Valenciana, con 235,78 millones de cajetillas y un 0,34% menos que en 2023; y por Madrid, con 221,71 millones de cajetillas y un

Ventas de cigarrillos en turismo y frontera						
	Nacional			Turismo y Frontera		
	2024	2023	%	2024	2023	%
Alicante	65.521.941	65.422.757	0,152%	40.278.183	39.026.903	3,206%
Almería	34.428.534	34.564.104	-0,392%	3.723.390	3.784.474	-1,614%
Baleares	42.457.879	42.511.991	-0,127%	29.139.452	28.853.202	0,992%
Barcelona	216.021.489	220.200.242	-1,898%	3.981.559	3.582.110	11,151%
Gerona	27.958.066	28.117.176	-0,566%	116.908.780	92.206.002	26,791%
Granada	40.886.489	41.400.140	-1,241%	1.119.6503	1.085.673	3,130%
Guipúzcoa	30.981.021	30.401.758	1,905%	25.593.848	21.277.628	20,285%
Huesca	10.991.341	11.080.318	-0,803%	2.739.464	2.539.590	7,870%
Lérida	18.372.745	18.250.698	0,669%	15.178.564	12.370.177	22,703%
Málaga	52.078.545	49.757.521	4,665%	32.057.501	32.596.776	-1,654%
Murcia	65.174.037	64.744.244	0,664%	7.375.676	6.947.953	6,156%
Navarra	25.371.105	25.542.457	-0,671%	25.847.015	21.798.331	18,573%
Tarragona	38.535.749	37.864.792	1,722%	5.482.912	5.681.988	-3,504%
Resto	1.165.297.271	1.177.529.349	-1,039%	0	0	-
Frontera	113.674.278	113.392.407	0,249%	186.267.671	150.191.728	24,020%
Turístico	1.720.401.933	1.733.995.138	-0,784%	123.158.324	121.559.078	1,316%
Total	1.834.076.212	1.847.387.545	-0,721%	309.425.995	271.750.806	13,864%

Fuente: Comisionado para el Mercado de Tabacos.

3,77% menos que en 2023 (siendo líder de las ventas por provincias).

En el lado opuesto se situaron La Rioja, con 13,56 millones de cajetillas vendidas y un 1,87% menos que en 2023; Cantabria, con 25,56 millones de cajetillas y un 2,13% menos que el ejercicio anterior; Asturias, con 42,954 millones de cajetillas y un 2,91% menos que el año anterior; y Extremadura, con 46,17 millones de cajetillas y un 1,61% menos que en 2023.

Por provincias, detrás del liderazgo de Madrid se situaron Barcelona, 201,46 millones de cajetillas y un 1,69% menos que en 2023; Gerona, con 134,15 millones de cajetillas y un 20,40% más; Valencia, con 109,71 millones de cajetillas y un 0,38% menos que en 2023; y Alicante, con 97,60 millones de cajetillas y un 1,99% menos. En el lado contrario, Soria obtuvo unas ventas de 3,61 millones de cajetillas y un 3,04% menos que en 2023, seguida por Teruel, con 6,29 millones de cajetillas y un 1,05% menos; por Segovia, con 6,35 millones de cajetillas y un

Las ventas de cigarrillos en turismo y frontera han experimentado un considerable incremento del 13,86%, destacando el ascenso de Gerona, del 26,79%.

0,25% menos; por Palencia, con 6,95 millones de cajetillas y un 1,71% menos; y por Zamora, con 7,21 millones de cajetillas y un 0,34% menos.

Cabe señalar que el consumo turístico y fronterizo en 2024 se incrementó en un 13,86% respecto a 2023, con aumentos del 24,02% en el de frontera y del 1,32% en el turístico. Los mayores incrementos registrados han sido del 26,79% en Gerona, del 22,70% en Lérida, del 20,29% en Guipúzcoa y del 18,57% en Navarra. En el lado inverso, se han registrado descensos del 1,61% en Almería; del 1,65% en Málaga; y del 3,50% en Tarragona.

https://taquilla.mediaset.es/, nueva web con mayor oferta cultural y de ocio

TAQUILLA MEDIASET LLEGA A LOS ESTANCOS CON LOGISTA

Taquilla Mediaset, la agenda cultural y de ocio que cada fin de semana emite Divinity desde 2013 y que ofrece en su versión digital las mejores recomendaciones y propuestas de conciertos, festivales, musicales, teatro, exposiciones, entre otras actividades, ha arrancado 2025 con una renovación total de su web, la ampliación de su oferta con nuevas experiencias y escapadas y su expansión a puntos físicos de venta con su desembarco en miles de estancos de toda España.

Taquilla Mediaset traspasa las pantallas digitales y está ya presente en estancos de todo el país gracias a la alianza con Logista, el distribuidor líder a comercios de proximidad en Europa, lo que permitirá, entre otras opciones, la reserva de entradas. Los usuarios podrán consultar los eventos disponibles gracias a un código QR de Taquilla Mediaset disponible próximamente en los escaparates de los estancos. Tras realizar la reserva, será posible canjear y adquirir los tickets en la propia web utilizando para ello el localizador previamente proporcionado. Además, en el caso de actividades, parques y musicales, el usuario podrá seleccionar en el momento del canjeo la fecha en la que desea disfrutar de su experiencia (sujeto a disponibilidad).

Próximamente se incorporará también la opción de pago en el estanco, lo que permitirá al usuario abonar en efectivo sus entradas. En este caso, el usuario iniciará el proceso de compra de un evento en la web y recibirá en su mail un código de barras, que deberá mostrar en el estanco antes de proceder al pago.

Con un nuevo diseño, la nueva web de Taquilla Mediaset ha sido desarrollada por Elo, empresa tecnológica y agencia de viajes con licencia mayorista-minorista especializada en el sector turístico, e incorpora nuevas secciones que incrementan su potencial para acoger planes perfectos para todo tipo de públicos.



OFERTA RENOVADA Y AMPLIADA

Estos son algunos de los planes y propuestas culturales y de

La agenda semanal que Divinity emite los fines de semana desde 2013 incorpora a su versión digital -https://taquilla.mediaset.es/- una completa selección de experiencias y escapadas, que se suman a toda su oferta de entretenimiento y eventos en directo. Además, permitirá la reserva de entradas y la opción de pago en efectivo en miles de estancos de nuestro país.

ocio que ya es posible encontrar en Taquilla Mediaset:

- Más de 19.000 actividades, entre las que se encuentran visitas guiadas a monumentos históricos, estadios deportivos y museos.
- Parques: casi un centenar de parques naturales, temáticos, de atracciones, acuáticos y zoos, entre otros.
- Musicales: entradas para los musicales de mayor éxito de la temporada en Madrid y Barcelona.
- Conciertos: tickets para disfrutar de los artistas nacionales e internacionales en diferentes ciudades y de todo tipo de géneros musicales, además de shows de humor, monólogos, etc.
- Escapadas: experiencias para disfrutar o regalar en países como Alemania, Andorra, Bélgica, España, Francia, Italia, Luxemburgo, Países Bajos y Portugal.

ALTA SOCIEDAD

Capitol, la marca de lujo de cigarros premium, elaborados a mano con las mejores hojas de tabaco de Nicaragua, combina una imagen inspirada en el Art Déco con un refinado blend, que refleja la riqueza y complejidad de su sabor, con un intenso aroma cargado de matices.



CAPITOL
PREMIUM NICARAGUA

PREMIUM

NICARAGUA

NUEVO

CAPITOL SWING

ELEGANCIA Y SOFISTICACIÓN EN UN NUEVO FORMATO

Capitol Swing, ofrece un elegante formato de calibre fino (44) y longitud media (130mm).

Se presenta en estuches de 10 cigarros, con un precio de 7,90 euros por unidad, siendo la opción más accesible para disfrutar de la marca.

Desde su exitoso lanzamiento, la marca Capitol ha vendido más de 1 millón de cigarros en todo el mundo y está presente en 30 mercados. En España, más de 1.000 cavas selectas ofrecen Capitol.



Swing
(cepo 44 x 130 mm).
SAP: 3517953

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

Novedades normativas

El empaquetado genérico desaparece del Proyecto de Real Decreto de Sanidad

El Ministerio de Sanidad ha enviado a la Comisión Europea el texto del Proyecto de Real Decreto por el que se modifica el Real Decreto 579/2017, de 9 de junio, por el que se regulan determinados aspectos relativos a la fabricación, presentación y comercialización de los productos del tabaco y los productos relacionados, y en él se puede observar que ha desaparecido cualquier referencia al empaquetado genérico de los cigarrillos y las picaduras de liar, manteniéndose las relativas a los nuevos productos, como tabaco calentado, cigarrillos electrónicos, bolsas de nicotina y hierbas para calentar.

Por tanto, el texto enviado por Sanidad a la Comisión Europea contempla una parte expositiva, un artículo único, una disposición adicional, una disposición transitoria y una disposición final.

El artículo único de la norma hace referencia a en sus distintos apartados a la modificación del objeto de la norma para incluir los cigarrillos electrónicos sin nicotina; modifica e introduce definiciones de los términos expresados a lo largo de la norma; modifica el régimen de los ingredientes y aditivos para incluir a los productos por calentamiento; regula en los apartados 4 a 15 los cigarrillos electrónicos sin nicotina, las obligaciones de comunicación en relación con estos productos, los ensayos y los requisitos de control y verificación; modifica determinados requisitos de calidad y seguridad de los cigarrillos electrónicos; añade un nuevo título para regular productos relacionados diferentes de cigarrillos electrónicos, cigarrillos electrónicos sin nicotina y hierbas para fumar e introduce dos nuevas categorías de productos en nuestro ordenamiento jurídico, las bolsas de nicotina y los productos a base de hierbas calentadas.

Las disposiciones aluden a las competencias en materia de clasificación de nuevos productos; establece una prórroga de fabricación y comercialización; y la entrada en vigor el día siguiente de su publicación en el BOE.

PROCEDIMIENTO TRIS

El texto del Proyecto de Real Decreto se ha enviado por Sanidad a la Comisión Europea cumplir con el procedimiento TRIS (Technical Regulation Information System) que responde a la obligación establecida en la Directiva (UE) 2015/1535 por la que los Estados miembros de la Unión Europea tienen la obligación de notificar a la Comisión Europea los proyectos de

El texto del Proyecto de Real Decreto que el Ministerio de Sanidad ha enviado a la Comisión Europea para cumplir con el procedimiento TRIS –obligación establecida en la Directiva (UE) 2015/1535– no contempla ninguna medida relacionada con el empaquetado genérico.



reglamentaciones técnicas antes de su adopción con el objetivo de evitar la creación de obstáculos en el mercado interior antes de que se materialicen.

El procedimiento de notificación 2015/1535 permite a la Comisión y a los Estados miembros de la UE examinar las reglamentaciones técnicas que tienen previsto introducir los Estados miembros para productos (industriales, agrícolas y pesqueros) y para los servicios de la sociedad de la información antes de su adopción. El objetivo consiste en garantizar que dichos textos sean compatibles con la legislación de la UE y los principios del mercado interior.

Las principales ventajas del procedimiento son:

- permite identificar las nuevas barreras al mercado interior antes de que provoquen consecuencias negativas,
- permite detectar medidas proteccionistas,
- permite a los Estados miembros verificar el grado de compatibilidad de los proyectos notificados con la legislación de la UE,
- permite mantener un diálogo eficaz entre los Estados miembros y la Comisión durante la evaluación de los proyectos notificados,
- permite a los operadores económicos hacer oír su voz y adaptar sus actividades con suficiente antelación a las futu-

LA DECISIÓN DE SANIDAD

Javier Padilla, secretario de Estado de Sanidad, el número dos en el Ministerio de Mónica García, explicaba en la red social X la decisión sobre el empaquetado genérico:

"En la fase de audiencia hemos visto que el rango normativo adecuado es el de ley, no el de Real Decreto. Esto hace que para asegurar el correcto discurrir de la norma, no podamos meter cosas susceptibles de ser recuperadas que pudieran poner en jaque otros elementos como avanzar en la equiparación normativa de nuevas formas del tabaco prohibición de aromatizantes o limitación de saquitos de nicotina."



La evidencia sobre el empaquetado genérico defendemos que es robusta y así lo hemos defendido y seguiremos defendiendo, de modo que llevaremos esa iniciativa al otro gran desarrollo normativo que tenemos: la reforma de la ley 28/2005. Los procesos de desarrollo normativo sirven justamente para esto, para reforzar las normas para que sean mejores en calidad y más sólidas a la hora de dar garantías de que lo que se incluye se hace respetando todos los requisitos. Ahora, enviado el texto a la Comisión Europea, toca avanzar en el borrador de la ley, que contendrá aquello que por rango normativo no se podía regular por la vía del Real Decreto".

Y finaliza diciendo: *"En cuanto el Real Decreto vuelva de la Comisión Europea lo pasaremos al Consejo de Europa y esperamos que sea aprobado después en Consejo de Ministros en lo que sería el primer hito normativo del Plan Integral de Prevención y Control del Tabaquismo".*

ras reglamentaciones técnicas. Los operadores económicos ejercen ampliamente este derecho de escrutinio, ayudando a la Comisión y a las autoridades nacionales a detectar cualquier obstáculo al comercio,

- permite identificar las necesidades de armonización a escala de la UE.

A partir de la fecha de notificación del proyecto, existe un período de statu quo de tres meses durante el cual el Estado miembro que notifica no puede adoptar la reglamentación técnica en cuestión; este plazo permite a la Comisión a los otros Estados miembros examinar el texto del proyecto notificado y reaccionar correspondientemente.

Si se estima que los proyectos notificados pueden crear obstáculos a la libre circulación de mercancías o a la libre pres-

REAL DECRETO ÓMNIBUS

En nuestra anterior edición de LBF Retailers for the Future recogíamos la información de entrada en vigor del Real Decreto-ley 9/2024, de 23 de diciembre, por el que se adoptan medidas urgentes en materia económica, tributaria, de transporte, y de Seguridad Social, y se prorrogan determinadas medidas para hacer frente a situaciones de vulnerabilidad social, que contemplaba el desarrollo de algunas medidas aprobadas a su vez en la Ley 7/2024, de 20 de diciembre, entre ellas la creación de un Impuesto sobre los líquidos para cigarrillos electrónicos y otros productos relacionados con el tabaco.

Como todos nuestros lectores saben, a pesar de que este Real Decreto-ley –conocido como real decreto ómnibus– fue aprobado y publicado en el Boletín Oficial del Estado, fue rechazado por el Congreso de los Diputados con los votos en contra de la oposición (Partido Popular y VOX) y una formación política socio del Gobierno en la presente legislatura (Junts per Catalunya), lo que se producía en el momento en el que la revista estaba en imprenta. Por tanto, las medidas que en él se recogían quedaron completamente derogadas. Así, si bien la creación del impuesto sobre los líquidos para cigarrillos electrónicos es una realidad, quedó sin efecto el retraso hasta el 1 de abril de 2025 en la aplicación del impuesto especial a los líquidos de tabaco, daniendo aplicarse este impuesto a partir del 1 de enero de este año, como recogía la Ley 7/2024 que lo aprobó.

tación de servicios de la sociedad de la información, o no son compatibles con el derecho derivado de la UE, la Comisión y los otros Estados miembros pueden remitir un dictamen motivado al Estado miembro que ha notificado el proyecto. El dictamen motivado provoca la ampliación del periodo de statu quo otros tres meses para los productos y un mes adicional para los servicios. En caso de que se emita un dictamen motivado, el Estado miembro en cuestión debe explicar la medida que va a adoptar en respuesta a dicho dictamen.

Además, la Comisión y los otros Estados miembros pueden enviar observaciones sobre el proyecto notificado si, a pesar de que parece ser conforme con la legislación de la Unión Europea, requiere precisiones para su interpretación. El Estado miembro afectado deberá tener en cuenta, en la medida de lo posible, dichas observaciones.

La Comisión también puede bloquear un proyecto durante un periodo de 12 a 18 meses si se van a llevar a cabo o ya están en curso trabajos de armonización de la Unión Europea.

Al final del procedimiento 2015/1535, los Estados miembros están obligados a comunicar a la Comisión los textos definitivos en cuanto hayan sido adoptados y a indicar aquellos casos en que no se ha adoptado el proyecto notificado para que se pueda cerrar el procedimiento 2015/1535.

El compromiso del sector del tabaco en España contra el comercio ilícito

Hace unas semanas, se hizo pública la firma del Protocolo General de Actuación entre la Guardia Civil y la Mesa del Tabaco, un acuerdo que refuerza la colaboración público-privada en la lucha contra el comercio ilícito en el sector. El Protocolo establece un marco de cooperación estable para combatir el contrabando, promoviendo un mercado más seguro y reduciendo el impacto de estas actividades ilegales en la economía y la sociedad española.

Desde la Mesa del Tabaco y las diferentes compañías y organizaciones que integran la cadena de valor del tabaco en España, se viene trabajando activamente junto a las autoridades para minimizar el problema y atajar sus negativas repercusiones económicas y sociales.

Impacto del comercio ilícito

De acuerdo a estimaciones de los analistas de AFI, aproximadamente 400 millones de euros de valor añadido bruto quedan fuera del PIB debido a actividades ilícitas. Así, la contribución actual del sector del tabaco en España, estimada en más de 3.700 millones de euros anuales, podría ascender a 4.100 millones de euros, lo que implicaría un incremento del 10,5% en su aporte económico si se incluyera esta economía sumergida. Respecto al empleo, la influencia del comercio ilícito también se manifiesta en oportunidades laborales no materializadas. La pérdida de ingresos en las empresas legales debido a este comercio podría traducirse en unos 7.000 empleos no generados. Así, abordar eficazmente el comercio ilícito podría elevar la cifra de empleo en el sector de los 57.400 trabajadores actuales a más de 64.400, lo que significaría un incremento del 12,2% en la contribución laboral del sector.

Pérdidas de 400 millones de euros anuales y 7.000 empleos no generados

En este sentido, el comercio ilegal de tabaco es una problemática compleja con consecuencias graves en múltiples ámbitos:

- Pérdidas millonarias para el Estado: Cada año, el contraban-

do priva a las arcas públicas de miles de millones de euros en impuestos, afectando la financiación de servicios esenciales.

- Un deterioro de la calidad del producto: Mientras que el tabaco legal cumple con estrictos controles que garantizan su trazabilidad y alta calidad, el comercio ilícito introduce en el mercado productos de origen desconocido, sin supervisión ni garantías. Esto no solo afecta la experiencia del consumidor, sino que también puede implicar riesgos adicionales por la falta de control sobre su composición y fabricación. Añadido a que al operar fuera de la regulación, los canales ilegales no cumplen con las restricciones de venta a menores de edad.
- Una vía de acceso al crimen organizado: En ciertas regiones del territorio nacional, las autoridades alertan de que el comercio ilegal de tabaco es la puerta de entrada para redes delictivas vinculadas al narcotráfico, la trata de personas o el blanqueo de capitales.
- Impacto en el empleo y el mundo rural: El comercio ilícito afecta a todos los eslabones de la cadena de valor, desde el cultivo hasta la distribución, poniendo en riesgo miles de empleos -hasta 7.000 se pierden según AFI- y la fijación de población en zonas rurales.
- Un negocio en constante evolución: Con el auge de las redes sociales y los canales digitales, las mafias han adaptado sus métodos de venta, ampliando su alcance y dificultando su control; lo que hace más importante el compromiso del sector.

Colaboración público-privada

Mesa del Tabaco y Agencia Estatal de Administración Tributaria

- En 2021, se firmó un Acuerdo de Entendimiento entre la AEAT y la Mesa del Tabaco para reforzar la lucha contra el contrabando y mejorar la prevención.
- Gracias a esta cooperación, en el marco del compromiso de intercambio de información clave, se han desarrollado actuaciones conjuntas entre la Subdirección General de Operaciones del Departamento de Aduanas y la propia Mesa del Tabaco enfocadas a combatir la venta de tabaco a través de anuncios en internet, una actividad desarrollada de forma ilícita y no acorde con la legislación.

Mesa del Tabaco y Guardia Civil

- La reciente firma de un Protocolo General de Actuación entre la Dirección General de la Guardia Civil y la Mesa del Tabaco refuerza la cooperación en la lucha contra el fraude en el sector (foto).
- El acuerdo busca promover el desarrollo e intercambio de información relevante, así como evaluar e impulsar las prácticas que permitan promover una mayor concienciación y que contribuyan la detección del fraude y de los sujetos defraudadores.



La respuesta del sector

El sector del tabaco mantiene un firme compromiso con la erradicación del comercio ilícito y la defensa de un mercado regulado. A pesar de que aún queda mucho trabajo por hacer, gracias al actual esquema de cooperación, España cuenta con una de las tasas más bajas de contrabando de tabaco en Europa. En países como nuestra vecina Francia, donde se ha implementado el empaquetado genérico, el consumo ilegal ha alcanzado tasas del 33%, mientras que en España se mantiene por debajo del 3%. Tendencia similar ocurre en Irlanda y Reino Unido, con tasas del 28% y 26%, respectivamente. Entre otros elementos, destacamos los pilares en la respuesta, por parte de la Mesa del Tabaco y sus asociados, en la lucha contra el comercio ilícito de tabaco:

• Detección de venta ilegal de tabaco en internet

o A través de tecnología avanzada, uso de inteligencia artificial y análisis de Big Data, la Mesa del Tabaco ha logrado eliminar la mayoría de los anuncios ilegales detectados en plataformas digitales en los últimos años.

o Desde 2022, en colaboración con la firma Baylos, especializada en la protección de la propiedad industrial e intelectual, se han identificado 7.339 anuncios de venta ilícita, eliminando 7.234 de ellos, consolidando un sistema eficaz de control.

• **Más avanzado sistema de trazabilidad.** La trazabilidad se ha convertido en una herramienta clave en la lucha contra el comercio ilícito, garantizando un control riguroso sobre la cadena de suministro y dificultando la circulación de productos de origen desconocido.

o La implantación del sistema de trazabilidad europeo ha supuesto un gran esfuerzo para la industria, que, en colaboración con la Fábrica Nacional de Moneda y

De acuerdo a estimaciones de los analistas de AFI, aproximadamente 400 millones de euros de valor añadido bruto quedan fuera del PIB debido a actividades ilícitas. Así, la contribución actual del sector del tabaco en España, estimada en más de 3.700 millones de euros anuales, podría ascender a 4.100 millones de euros, lo que implicaría un incremento del 10,5% en su aporte económico si se incluyera esta economía sumergida.

Timbre (FNMT) y el Comisionado para el Mercado de Tabacos (CMT), ha invertido significativamente en tecnología y procesos para cumplir con los más exigentes estándares regulatorios. Gracias a este sistema, cada unidad de producto puede ser rastreada desde su fabricación hasta su venta final, lo que no solo protege los ingresos fiscales, sino que también refuerza la seguridad del consumidor, garantizando la calidad y evitando la proliferación de productos falsificados o de dudosa procedencia.

• **Intercambio de información clave:** Se han establecido mecanismos de comunicación en tiempo real con autoridades policiales y fiscales, lo que ha sido determinante en la detección de miles de anuncios ilegales y en la desarticulación de redes organizadas.

• **Apoyo a la inspección y control del mercado:** Se han reforzado los controles en fronteras y zonas críticas con tecnología avanzada y sistemas de trazabilidad, en estrecha colaboración con las compañías del sector.

• **Concienciación sobre los riesgos del comercio ilícito:** Se han desarrollado campañas de sensibilización sobre el impacto del contrabando, con especial atención en puntos de venta y comunidades vulnerables.

El trabajo conjunto entre el sector y las autoridades sigue siendo esencial para frenar el comercio ilegal, proteger a los consumidores y garantizar un mercado legal, asegurando un producto de la más alta calidad y seguro. La cooperación en áreas clave como la regulación y la concienciación resulta fundamental para combatir el avance del comercio ilícito, una amenaza que no sólo erosiona la recaudación fiscal y distorsiona el mercado, sino que también supone riesgos para la seguridad pública. Conscientes de la magnitud de este reto, la Mesa del Tabaco y sus asociados manifiestan nuevamente su compromiso en la lucha contra el contrabando y vienen anunciando que intensificarán, más si cabe, sus esfuerzos en colaboración con las administraciones públicas y las fuerzas de seguridad.





Arquitectas de su vida



CARLOTA SOLER

“LA IGUALDAD SE DEMUESTRA CON HECHOS,
NO CON PALABRAS”

Carlota Soler ha crecido rodeada del mundo del tabaco, pero nunca pensó que acabaría al frente de una expendeduría. Sin embargo, decidió aprovechar la oportunidad y, con esfuerzo e innovación, ha convertido su negocio, la expendeduría número 97 de Zaragoza, en un referente. En esta entrevista, nos habla de los retos del sector, su apuesta por la tecnología y la diversificación y cómo afronta el equilibrio entre su vida personal y profesional. Además, comparte su visión sobre el cada vez más relevante papel de las nuevas generaciones en la gestión de los estancos.

Cuando terminó sus estudios universitarios, se vio frente a dos opciones: opositar o adentrarse en el mundo del tabaco, un sector en el que sus padres llevan involucrados más de 30 años. Y "a pesar de haber dicho que nunca me dedicaría a ello, quise probar y aprovechar esta oportunidad. Empecé con dudas sobre si éste era mi mundo, pero en poco tiempo me enganchó. Hay tantas cosas por hacer y tan diversas que nunca te aburres. Sin embargo, a veces, cuando las bajas médicas y los dioses se alinean en mi contra, desearía no haberme embarcado en esta aventura".

○ ¿Cómo empezó a trabajar en el estanco? ¿Es una tradición familiar o fue un camino que encontró por casualidad?

Como he comentado anteriormente, mi padre lleva vinculado al mundo del tabaco desde hace más de 30 años, y en marzo de 2020, justo antes de decretarse el estado de alarma, adquirimos este estanco.

En un principio, era un proyecto menos ambicioso; se trataba de que los hermanos trabajáramos juntos y de que mis padres finalizaran su vida laboral. Sin embargo, en 2022 adquirimos otros dos estancos: uno a nombre de mi padre y otro a nombre de mi hermano.

Esto nos ha permitido crecer en productos y servicios. A veces, el esfuerzo que se dedica a innovar y ofrecer nuevos productos y perspectivas de negocio requiere una gran inversión de tiempo y dedicación, que no siempre resulta rentable si solo se puede aplicar en una única tienda. Sin embargo, ese esfuerzo hace que el trabajo diario sea mucho más gratificante.

○ Con un trabajo que exige tanta atención, ¿cómo ha hecho para equilibrar su vida familiar, personal y laboral?

Hasta ahora, me ha resultado muy sencillo. Aún vivo en casa de mis padres, pero ya veremos si puedo decir lo mismo dentro de un par de meses, cuando me independice.

A pesar de que hay que trabajar muchas horas, siempre intento sacar tiempo para disfrutar con mi familia, pareja y amigos.

○ Cuéntanos, ¿quiénes son las personas que forman parte de su equipo de trabajo en la expendeduría?

En el mostrador, tengo cuatro compañeras. Entre ellas y yo nos organizamos los turnos para cubrir nuestro amplio horario.

En la gestión, trabajo mano a mano con mi padre, realizando pedidos, ideando nuevos productos para la tienda, observando las tendencias del mercado e intentando mejorar siempre la experiencia del consumidor, tanto en mi expendeduría como en la de mi padre y mi hermano.

○ ¿Qué innovaciones han implementado recientemente en el negocio? ¿Alguna tecnología, producto o estrategia nueva?

Para facilitar el trabajo en la tienda, hemos instalado cajones de cobro automáticos. Tanto los empleados como nosotros estamos encantados, ya que se acabaron los tediosos cuadros de caja.

También hemos incorporado ambientadores con el mismo aroma en todas las tiendas para crear una sensación corporativa. Lo mismo ocurre con la música: intentamos generar un ambiente que invite al consumo y haga el trabajo más ameno.

Por otro lado, apostamos firmemente por las nuevas tecnologías en el consumo de nicotina, dedicando todos nuestros esfuerzos a pantallas, flyers y merchandising.

○ Sabemos que estáis planeando un cambio importante en los próximos meses. ¿Puede contarnos más sobre cómo será esta transformación del estanco?

Queremos transformar el estanco, no solo en un lugar para comprar tabaco, sino en un punto de encuentro para nuestros clientes. Vamos a habilitar una zona en la entrada para que puedan consumir los productos que vendemos, como si fuese una terraza interior. Además, en la planta baja crearemos un espacio para exposiciones y eventos,

Carlota Soler explica que en ocasiones ha notado que no se confiaba en ella “no por ser mujer, pero sí por ser joven. En algunas ocasiones, tanto comerciales como clientes han dudado de mi capacidad simplemente por mi edad”.





con muestras permanentes de artistas noveles de nuestra región.

Como mencionamos anteriormente, apostamos firmemente por las nuevas tecnologías, por lo que destinaremos una gran parte de nuestra tienda a estos productos.

Asimismo, queremos potenciar la venta de otros artículos de alimentación y bebidas, apostando por una gama de comida preparada gourmet. Nuestro objetivo es diferenciarnos de los supermercados habituales y especializarnos en productos de mayor calidad.

Todo ello irá acompañado de un nuevo horario de 24 horas los 365 días del año, aunque esto ya no es ninguna novedad en el sector.

Os invitamos a visitarnos en un par de meses, cuando el proyecto haya comenzado su andadura.

○ *¿Cree que el sector ha estado tradicionalmente enfocado en la figura del hombre?*

No, de hecho, conozco más estanqueras que estanqueros. Otra cuestión son las empresas tabaqueras, que tradicionalmente estaban gestionadas por hombres. Sin embargo, actualmente observo que las personas que las dirigen son

“Queremos transformar el estanco, no sólo en un lugar para comprar tabaco, sino en un punto de encuentro para nuestros clientes”. Entre sus planes, crear “un espacio para exposiciones y eventos, con muestras permanentes de artistas noveles de nuestra región”.

elegidas por su valía y no por su sexo. Cada vez hay más mujeres en puestos de relevancia dentro de estas empresas.

○ *¿Cree en el lenguaje inclusivo como una herramienta para fomentar la igualdad y la diversidad en el sector?*

No, creo que la igualdad se demuestra con hechos, no con palabras.

○ *¿Cómo ve el liderazgo femenino en el presente? ¿Sientes que hay avances, o aún queda mucho camino por recorrer?*

Creo que todo el mundo tiene las mismas oportunidades.

○ *En su experiencia, ¿cree que se nos exige más a las mujeres por el solo hecho de serlo?*

En mi corta experiencia, nunca lo he sentido.

○ *¿Ha sentido que alguna vez no confiaron en ti por ser mujer, pero lograste demostrar que estabas más que capacitada?*

No por ser mujer, pero sí por ser joven. En algunas ocasiones, tanto comerciales como clientes han dudado de mi capacidad simplemente por mi edad.

○ *Para terminar, ¿qué mujeres le han inspirado a lo largo de tu vida y tu carrera?*

Mis padres, que siempre han estado conmigo, apoyándome, ayudándome y transmitiéndome valores, haciéndome ver que, con trabajo, soy capaz de lograr todo lo que me proponga.

Am & Reyes

PUBLICACIONES

A.M. & Reyes Publicaciones presenta su completa oferta 360° de comunicación para el estanco.

Una oferta ya disponible en diversas plataformas tanto físicas como virtuales que en 2024 volverá a ser indispensable para los profesionales del estanco en nuestro país y para toda la actividad de la industria que se mueve en torno a la Red de Expendedurías de Tabaco y Timbre.

LBF RETAILERS

FORTHEFUTURE

COMPROMETIDOS
CON EL ESTANCO
HACIA UNA
COMUNICACIÓN

360°



ESCANEA EL CODIGO QR
Y VISITA NUESTRA WEB



COMUNICACIÓN
EN EL PUNTO
DE VENTA

PREMIOS 2024
RETAILERS
FORTHEFUTURE



NUESTRAS REVISTAS



NEWSLETTERS SEMANALES



MEDIA PARTNERS EVO NXT
VAPEXPO MADRID E INTERTABAC

Mesa del Tabaco

Acuerdo con la Guardia Civil para combatir el comercio ilícito

La Dirección General de la Guardia Civil y la Mesa del Tabaco han firmado un Protocolo General de Actuación para intensificar la lucha contra el comercio ilícito de tabaco. Se trata de una actividad que genera graves perjuicios sociales y económicos, afectando de forma directa a los intereses del Estado y que pone en riesgo a la sociedad en su conjunto por la ausencia de controles de calidad y seguridad en los productos ilegales, la facilidad de acceso de los menores al tabaco en canales ilícitos o la financiación de otras actividades ilegales.

El Protocolo tiene por objeto establecer un marco general de colaboración entre la Guardia Civil y la Mesa del Tabaco, para realizar actividades que fomenten la colaboración público-privada en la prevención del fraude y la reducción del comercio ilícito de tabaco en España. Se busca promover el desarrollo e intercambio de información relevante, así como evaluar e impulsar las prácticas que permitan promover una mayor concienciación y que contribuyan a la detección del fraude y de los sujetos defraudadores.

La firma de este protocolo es un paso más hacia la erradicación de una actividad que, además de provocar una pérdida significativa de ingresos fiscales, genera importantes riesgos sociales y económicos. Con este importante paso, la Guardia Civil y la Mesa del Tabaco se comprometen a trabajar



de la mano para contribuir significativamente a la reducción de este grave problema social. Para la Guardia Civil, este Protocolo re-

presenta una importante contribución en el marco de su estrategia de lucha contra los delitos e infracciones relacionadas con el mercado del tabaco.

ELIMINACIÓN DE ANUNCIOS ILEGALES

La Mesa del Tabaco ha eliminado 2.740 anuncios ilícitos de venta de tabaco en 2024, alcanzando una tasa de éxito del 98,6%. Así lo han reflejado los últimos datos presentados por Baylos, firma especializada en la protección de la propiedad industrial e intelectual. Estos resultados reflejan una evolución positiva en la lucha contra el comercio ilegal de estos productos y demuestran la efectividad de las estrategias implementadas en los últimos años.

El uso de tecnología avanzada y análisis de Big Data ha permitido mejorar la identificación y eliminación de estos anuncios en distintas plataformas, contribuyendo así a frenar el comercio ilícito de tabaco. Desde 2022, la eficacia de estas acciones ha ido en aumento: en ese año se capturaron 2.173 anuncios, de los cuales 1.992 fueron eliminados, logrando una tasa de éxito del 91,7%. En 2023, los esfuerzos se intensificaron, con 2.593 capturas y 2.502 eliminaciones, lo que elevó la tasa de éxito al 94,3%. Finalmente, en 2024, se ha alcanzado un récord en la eliminación de estos anuncios, con 2.573 capturas y 2.740 eliminaciones, logrando una efectividad del 98,6%.

Desde que se comenzó con esta estrategia en 2022, el total acumulado de capturas asciende a 7.339 anuncios detectados, con 7.234 eliminaciones, consolidando así un sistema eficiente y eficaz en la erradicación de los anuncios ilícitos de tabaco. “La evolución y estabilidad de estos datos demuestra que el esfuerzo conjunto está dando resultados concretos. Seguiremos trabajando con determinación para erradicar por completo el comercio ilícito de estos productos”, ha subrayado Águeda García-Agulló, directora general de la Mesa del Tabaco.

Asimismo, la Mesa del Tabaco ha trabajado en numerosas ocasiones con la Agencia Tributaria y más recientemente con la Guardia Civil en la detección y eliminación de anuncios ilegales de tabaco, consolidando un marco de cooperación que ha resultado clave para optimizar los procesos de vigilancia y acción. Desde el sector reafirmamos nuestro compromiso con esta labor y seguiremos trabajando para erradicar completamente la publicidad ilícita de tabaco.

El pasado día 16 de enero de 2025 tuvo lugar la primera reunión de la Comisión de Seguimiento de este Protocolo, en este encuentro, se empezaron a planificar acciones formativas conjuntas, que sin duda, permitirán incrementar la eficacia y las capacidades de las unidades Fiscales y de Fronteras de la Guardia Civil, desplegadas en todo el territorio nacional.

En esta materia las unidades Fiscales y de Fronteras de la Guardia Civil han realizado 8.319 inspecciones en el transcurso del año 2024, 2.509 de las cuales han dado resultado positivo. Estas inspecciones, junto con otro tipo de actividades policiales como las investigaciones, las patrullas y los controles de todo tipo, han permitido realizar un total de 7.424 aprehensiones de labores del tabaco irregulares.

El Protocolo tiene por objeto establecer un marco general de colaboración entre la Guardia Civil y la Mesa del Tabaco, para realizar actividades que fomenten la colaboración público-privada en la prevención del fraude y la reducción del comercio ilícito de tabaco en España.

Por su parte, la directora general de la Mesa del Tabaco, Águeda García-Agulló, ha querido apuntar que “este acuerdo refleja la relevancia de la colaboración público-privada para abordar un problema que trasciende al sector, impactando directamente en la sociedad, la economía y la seguridad de nuestro país. La implicación de la Guardia Civil, sumada al firme compromiso del sector, refuerza nuestra capacidad de acción y nos permite avanzar hacia soluciones más eficaces frente a esta problemática”.

Además, añade, “medidas como la implementación del empaquetado genérico, como ya se ha puesto de manifiesto en otros países, agravan el problema del comercio ilícito al eliminar los elementos distintivos que permiten identificar productos legales, generando un impacto negativo tanto en la recaudación fiscal como en los esfuerzos conjuntos para combatir el fraude”.

Estados Unidos

La decisión del Tribunal Federal de Apelaciones, una victoria para la industria del tabaco

El Tribunal de Apelaciones de los Estados Unidos para el Distrito de Columbia ha emitido una decisión en el caso judicial Cigar Association of America et al. contra la United States Food and Drug Administration et al. sobre la norma de los cigarros premium. El Tribunal confirmó la esencia de la decisión “bien razonada” del tribunal de distrito de que la decisión de la FDA de regular los cigarros “premium” era arbitraria y caprichosa porque se presentaron a la agencia pruebas que tenían relación directa con el perfil de riesgo de los cigarros premium que ignoró, lo que significa que los “cigarros premium” no están sujetos a la regulación de la FDA según la Norma Deemin.

El Tribunal sostuvo además que las deficiencias en la reglamentación de la FDA eran “graves” y solicitó la anulación de la norma. El Tribunal devolvió el caso al tribunal de distrito con el propósito limitado de determinar el alcance de la orden de anulación después de permitir una sesión informativa adicional sobre la definición regulatoria adecuada de un “cigarro premium”.

“Esta es una gran victoria para la industria del tabaco”, dijo el presidente del Consejo de la Asociación de Cigarro de América (Cigar Association of America, CAA), Javier Estades, y presidente de Tabacalera USA. “La CAA está muy orgullosa de haber sido la parte demandante en este caso y de haber trabajado junto con nuestros socios de la Premium Cigar

Association y Cigar Rights of America para lograr este resultado”.

El presidente de la CAA, Scott Pierce, compartió el entusiasmo de Estados por la decisión del Tribunal y expresó su optimismo por la oportunidad de

abordar la definición de tabaco premium.

“Después de tantos años de trabajo duro, es un día maravilloso para la industria del tabaco”. Pearce dijo: “CAA ha sostenido durante mucho tiempo que una definición adecuada generará el entorno regulatorio estable y justo que los fabricantes, minoristas y consumidores merecen”.

Esta acción no volverá al tribunal de distrito hasta que se emitan los mandatos, que probablemente ocurrirá este mes de marzo.

Javier Estades y Scott Pierce, de la CAA.



Como ha señalado, Scott Pierce, presidente de la Cigar Association of America (CAA), parte demandante en este caso, esta organización “ha sostenido durante mucho tiempo que una definición adecuada generará el entorno regulatorio y justo que los fabricantes, minoristas y consumidores merecen”.

Entre ellas, 14 fábricas clandestinas

Más de 30 operaciones contra el contrabando de tabaco en 2024

A lo largo del 2024, como informa NoContrabando los medios de comunicación se hicieron eco de 35 operaciones contra el contrabando de tabaco. Estas informaciones hacían referencia al desmantelamiento de 14 fábricas clandestinas, la intervención de más de seis millones de cigarrillos y más de 20.000 kilos de picadura ilegal.

El mes de febrero fue el que concentró un mayor número de informaciones mediáticas relacionadas con el contrabando de tabaco. Entonces se registraron hasta 7 operaciones diferentes. No obstante, la mayor intervención del año fue la que tuvo lugar en Málaga y Sevilla el pasado mes de abril. La Vigilancia Aduanera de la Agencia Tributaria, la Guardia Civil y la Policía Nacional lograron desarticular una organización criminal que poseía más de 3.000 kilos de tabaco de contrabando y más de 9.000 kilos de material utilizado para la fabricación ilegal de tabaco. Esta red criminal, que está siendo investigada por un fraude de dos millones de euros, operaba en cinco fábricas de picadura y dos almacenes de hoja de tabaco.

También es reseñable la operación Ganuz-Califa Duke 24, en la que la Guardia Civil intervino cerca de 33 toneladas de hoja de tabaco y 6 millones de cigarrillos. La red criminal



internacional desarticulada se dedicaba no sólo a la fabricación y distribu-

La mayor intervención del año tuvo lugar en abril en Sevilla y Málaga y se desarticuló una organización criminal que operaba en cinco fábricas de picadura.

ción de tabaco de contrabando, sino también al posterior blanqueo de los beneficios ilícitos obtenidos. La operación desmanteló dos instalaciones en Lucena y Humanes de Madrid y se estima que las incautaciones realizadas ascendían a un valor cercano a los 7,6 millones de euros. Otra de las últimas instalaciones desmanteladas tuvo lugar en Badajoz el pasado mes de noviembre. En ella, funcionarios de la Unidad Operativa del Servicio de Vigilancia Aduanera de la Agencia Tributaria en Badajoz y la Unidad de Análisis de Investigación Fiscal y Fronteras de la Guardia Civil intervinieron 77,75 kilos de picadura de tabaco y 1.504 kilos de hoja de tabaco.

ANDALUCÍA, LA REGIÓN MÁS CASTIGADA
De las 35 operaciones registradas en los medios de comunicación durante 2024, 22 tuvieron lugar en Andalucía. Según estas informaciones, a lo largo del año se desmantelaron 11 instalaciones de contrabando de tabaco en la región.

2025 EMPIEZA CON TRES GRANDES OPERACIONES

A principios de año, la Guardia Civil y la Policía Local de Casariche (Sevilla) dieron un “duro golpe” al contrabando de tabaco con una operación en la que se incautaron más de 890.000 cajetillas de tabaco que no tenían precintos legales. Todo comenzó con la intercepción de una furgoneta en un polígono de Casariche, la cual cargaba con 15.000 cajetillas de tabaco. Una semana después, tuvo lugar en Écija otra importante operación contra el contrabando de tabaco. En este caso, el Servicio de Vigilancia Aduanera de la Agencia Tributaria y la Policía Nacional desarticularon una red criminal dedicada al contrabando de tabaco, tráfico de drogas, extorsión, blanqueo de capitales y tráfico ilícito de armas. Finalmente, la Guardia Civil de Tenerife con la “Operación TEAMPRO” detuvo e investigó a 175 personas que se encargaban de introducir grandes cantidades de tabaco de contrabando en Inglaterra. Tras una larga investigación se identificó una jerarquía de personas que cometían de manera repetida delitos de contrabando de tabaco y posterior blanqueo de capitales. El valor de todos los productos aprehendidos en ambos países, ascienden a más de un millón y medio de euros.

Recibidas en el portal No Contrabando, de Altadis

530 denuncias registradas durante 2024



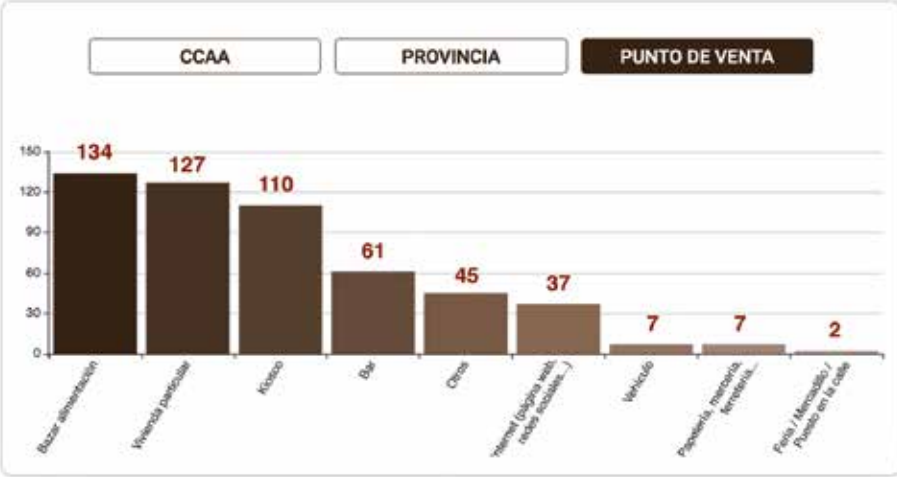
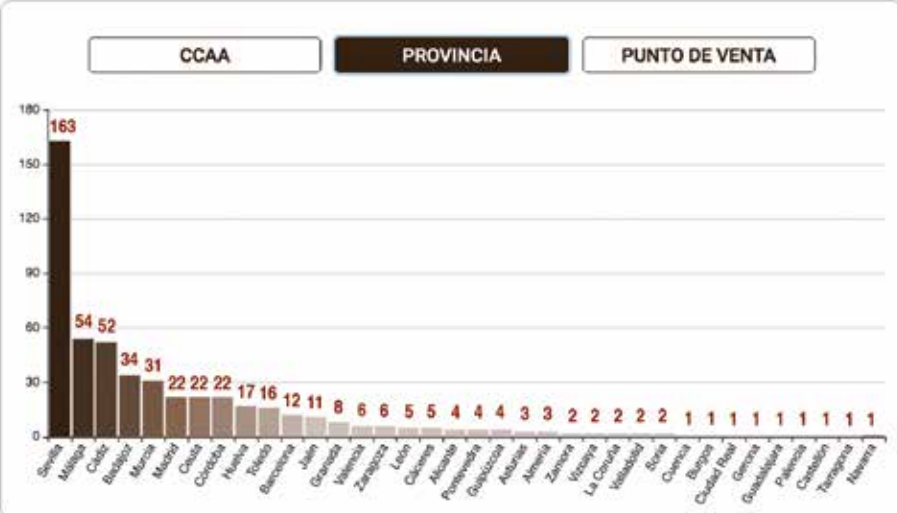
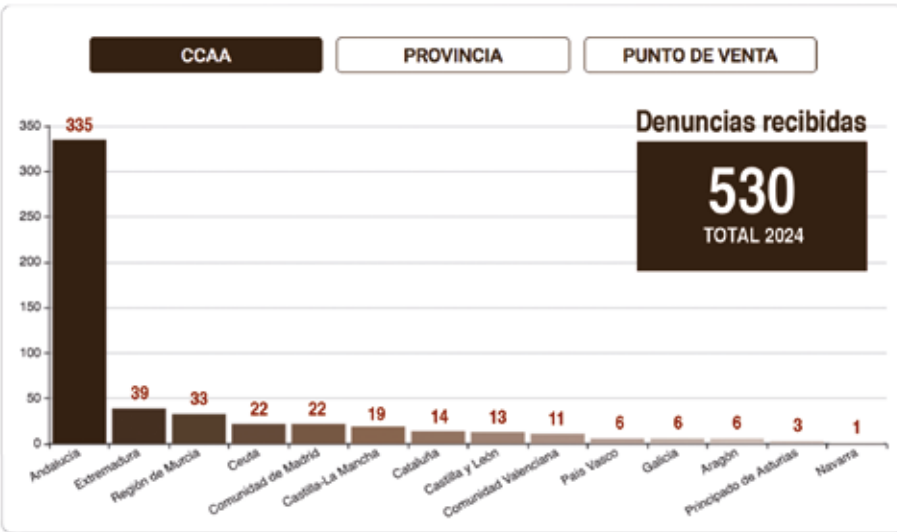
Durante 2024 el portal No Contrabando, de Altadis Imperial Brands, ha recogido un total de 530 denuncias anónimas a través de su página web –nocontrabando.altadis.com– y la app. Comparado con 2023 en el que denunciaron de forma anónima un total de 1.218 personas, esta vez se han registrado 688 denuncias menos.

Un año más Andalucía es la comunidad que más denuncias registra con un total de 335. Es, además, en la comunidad que mayor número de fábricas ilegales de picadura de tabaco se han desmantelado (11). Dentro del territorio andaluz, Sevilla se sitúa en primera posición con 163 denuncias, seguida de Málaga con 54 y Cádiz con 52. Extremadura y la Región de Murcia siguen a Andalucía, a mucha distancia con 39 y 33 denuncias, respectivamente. Badajoz es la cuarta provincia con más denuncias, concretamente 34, seguida de Murcia, con 31. Navarra contabilizó únicamente una denuncia en todo el 2024, al igual que las provincias de Cuenca, Burgos, Ciudad Real, Gerona, Guadalajara, Palencia, Castellón y Tarragona.

BAZARES, LOS MÁS DENUNCIADOS

Según la clasificación de denuncias por lugar de venta, se han recogido 134 acusaciones en bazares de alimentación en los que se vendía tabaco de forma ilegal. Las viviendas particulares se colocan en segundo lugar (127 denuncias) y los kioscos en tercer lugar (110 denuncias). Para seguir frenando el comercio ilícito en todo el territorio español y en todas sus manifestaciones, Altadis pone a disposición de todos los ciudadanos el canal de denuncias al que se puede acceder en su web #NOCONTRABANDO. También se puede denunciar de manera anónima, rápida y gratuita cualquier punto de venta ilegal directamente desde un dispositivo móvil a través de la app. Después de recibir la denuncia, se comparte de manera anónima con las autoridades pertinentes. “Juntos, queremos ponerle freno al contrabando de tabaco porque es algo con lo que #PERDEMOSTODOS”.

Andalucía es la Comunidad Autónoma que más denuncias registra con un total de 335, seguida de Extremadura (39) y Murcia (33).



PHILIP MORRIS INTERNATIONAL

Resultados del ejercicio 2024: el negocio sin humo alcanza el 40% de los ingresos netos totales

Philip Morris International (PMI) acaba de dar a conocer los resultados al cierre del ejercicio de 2024, que ha registrado un aumento orgánico del 7,3% de sus ingresos en todo el mundo. Además, el negocio sin humo alcanza el 40% de los ingresos netos totales y el 42% del beneficio bruto en el último trimestre del año. Estos sólidos resultados de 2024, como señala la compañía, han estado impulsados por el crecimiento continuado de IQOS y ZYN.

Uno de los puntos más relevantes del ejercicio es, como ya venía ocurriendo en los últimos trimestres, el progreso de Philip Morris (PMI) en su transición hacia un futuro sin humo. Los productos sin combustión representan ya el 40% de los ingresos netos totales de la compañía y el 42% de su beneficio bruto en el último trimestre del año. Estos productos ya están en 95 mercados globales, con una inversión de 14.000 millones de dólares por parte de PMI para el desarrollo, la investigación científica y la comercialización de productos sin humo desde 2008.

Los usuarios de productos sin humo de PMI (tabaco calentado, productos orales y cigarrillos electrónicos) han alcanzado los 38,5 millones de personas adultas. Jacek Olczak, CEO de PMI, ha manifestado a la vista de estos buenos resultados de la compañía, que "la tan esperada autorización de la FDA para las bolsas de nicotina ZYN comercializadas actualmente en Estados Unidos es una prueba más de la convincente base científica que respalda los productos sin humo. Esperamos que otros países sigan el ejemplo de Estados Unidos y adopten medidas eficaces para reducir los daños asociados al hábito de fumar".

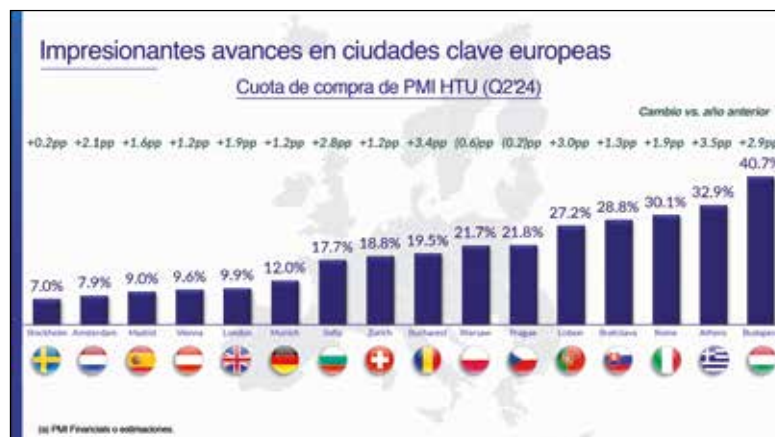
Entre los datos que se destacan en el informe de resultados, se apunta que 2024 ha sido el cuarto año consecutivo de crecimiento en volumen, llegando al 2,9% en volumen de envíos (0,6% en combustibles, 11,6% en tabaco calentado y 24,6% en productos orales).

Respecto a la presencia de IQOS en los mercados europeos, la cuota de mercado ajustada de tabaco calentado aumentó en 0,9 puntos porcentuales en el cuarto trimestre de 2024 alcanzando el 10,6% y se ha situado en el 40% en Budapest, capital de Hungría; en el 30% en Roma (Italia); el 15% en Belgrado (Serbia) o el 10% en capitales como Londres (Reino Unido) y Viena (Austria), ascendiendo al 9% en Madrid (España).

IQOS mantiene su posición como la segunda marca de nicotina a nivel mundial con 32,2 millones de usuarios, de los que el 72% ha dejado de consumir completamente cigarrillos tradicionales.

Según Jacek Olczak, "con un fuerte impulso en todas las categorías, confiamos en que nuestra transformación sin humo y nuestra excepcional cartera de productos seguirán ofreciendo un excelente rendimiento y creando valor para nuestros accionistas en 2025 y a largo plazo".

A LA VISTA DE ESTOS DATOS JACEK OLCZAK, CEO DE PMI, HA SEÑALADO QUE "CONFIAMOS EN QUE NUESTRA TRANSFORMACIÓN SIN HUMO Y NUESTRA EXCEPCIONAL CARTERA DE PRODUCTOS SEGUIRÁN OFRECIENDO UN EXCELENTE RENDIMIENTO".



EXPECTATIVAS MUY SÓLIDAS PARA 2025

La poderosa combinación de impulso subyacente y medidas proactivas respalda, según PMI, el mejor perfil de crecimiento de su clase, con crecimiento estructural de ingresos sin humo con una economía superior e inversión para el crecimiento mientras se impulsa la rentabilidad a través de la combinación, los precios, la escala y las eficiencias.

En cuanto a la transformación sin humo ofrece un valor significativo para los accionistas, donde el desempeño generalizado impulsa la generación de efectivo y ya son 17 años de crecimiento de dividendos, comprometidos con los retornos para los accionistas.

LKBITRONIC

¿Cómo Lk Bitronic y Cashlogy ayudan a mi estanco?



ESCANÉAME PARA



VER EL VÍDEO

Teníamos muchos problemas con errores y clientes que se quejaban. **Cuando pusimos el Cashlogy se acabaron todos los problemas.**

La verdad es que **estoy contento con LK BITRONIC**, por eso no he cambiado y sigo con vosotros. Estoy encantado.

Todo el personal está altamente contento. Al principio eran reacios, pero poco a poco se han ido dando cuenta de las mejoras y ventajas que les ha aportado en su día a día de trabajo.

En Barcelona con Steve Aoki

IQOS presenta “IQOS Game Changers Música” y su nueva Edición Limitada

IQOS, el innovador dispositivo que calienta tabaco en lugar de quemarlo, ha presentado de la mano de Steve Aoki, en el Palacio Victoria Eugenia de Barcelona, su nueva campaña “IQOS Game Changers Música” durante un evento exclusivo que reunió a 1.000 personas. Durante el último año, IQOS ha capitalizado el concepto “Game Changers” desafiando a artistas de sectores como la moda y el arte. En esta ocasión, la marca retó a sus propios usuarios a reinterpretar su IQOS Track.

En el evento, que contó con la participación del mundialmente reconocido DJ y productor Steve Aoki, se presentó en exclusiva la nueva Edición Limitada del dispositivo IQOS ILUMA x Steve Aoki en la que él mismo ha participado. La noche se transformó en una experiencia inolvidable cuando Aoki subió al escenario, ofreciendo una sesión electrificante que hizo vibrar a todos los asistentes. En un momento icónico, Aoki presentó en primicia esta edición limitada, impregnada de su estilo visionario, dejando claro que innovación y creatividad pueden fusionarse para crear algo realmente único.

“Estoy muy emocionado de compartir mi nueva colaboración con IQOS, un producto realmente increíble. He pasado mucho tiempo con los diseñadores para que a través de él te sientas como en uno de mis shows”, ha afirmado el artista.

La nueva Edición Limitada está disponible desde el 3 de febrero en los tres modelos de la marca: IQOS ILUMA PRIME, IQOS ILUMA y IQOS ILUMA ONE, ofreciendo un diseño exclusivo y rompedor a los usuarios y fumadores adultos que busquen una mejor alternativa. La colaboración incluye, además, una colección exclusiva



de accesorios diseñados por el propio Aoki, quien explica que “estos accesorios simbolizan el compromiso que comparto con IQOS con la innovación y el progreso”.

Pero las sorpresas fueron más. De nuevo IQOS puso el protagonismo en sus usuarios lanzándoles el reto de participar directamente en la creación de una nueva versión de su

canción, dando vida a “La Canción con más Game Changers del Mundo”. Esta composición musical ha permitido que los usuarios saquen su lado más creativo. Un himno colaborativo, capitaneado y dirigido por el productor Ed is Dead, que deja su huella en esta icónica composición.

Para Alejandro Flores, director de marketing de la marca, “IQOS ha cambiado las reglas del juego de la industria demostrando una vez más su carácter Game Changer. Continuamos inspirando a los fumadores adultos a ir más allá y unirse al cambio con una mejor alternativa, IQOS. Con la creación de esta nueva



El célebre DJ, Steve Aoki, ofreció una sesión electrificante en el Palacio Victoria Eugenia, en Barcelona, donde se presentó en primicia una edición limitada de IQOS ILUMA en la que el propio artista ha participado.

IQOS



versión de la IQOS Track, estamos invitando a nuestros usuarios a ser parte de algo verdaderamente transformador, reflejando nuestra visión de un futuro libre de humo”.

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

SOBRE IQOS GAME CHANGERS MÚSICA

Escucha “La Canción con más Game Changers del Mundo” en <https://game-changers.myiqos.es/musica/iqos-track>

Ver las cosas de manera diferente, avanzar y ayudarnos a avanzar, es lo que define a los Game Changers como IQOS, que ha cambiado las reglas del juego al transformar la manera en que se consume tabaco, pasando de quemarlo a calentarlo y apostando por un futuro libre de humo.

IQOS vuelve a desafiar lo establecido en el territorio ‘Música’ con dos hitos importantes: retar a sus propios usuarios a reinterpretar su canción más icónica, el IQOS Track y la colaboración con el DJ internacional, productor musical, artista e icono de la moda Steve Aoki. Reconocido por su enfoque vanguardista y por romper las reglas del juego, Aoki conecta a la perfección con el compromiso de cambio de IQOS, cuyo objetivo es liderar un futuro sin humo, transformando la industria al ofrecer alternativas revolucionarias para los fumadores adultos. Como afirma el propio Aoki: “Considero que la visión de IQOS es progresiva, innovadora y, realmente, muy inspiradora”.

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

Entrevista con Angelika Bauer, directora general adjunta de Messe Dortmund

LAS FERIAS PROFESIONALES APORTAN VALOR AÑADIDO Y NUEVAS SOLUCIONES A EMPRESAS Y ESTANCOS

El año 2025 ya discurre entre todos nosotros y en breve comenzarán a celebrarse distintos encuentros feriales, empezando en abril por EVO NXT 2025, en Milán (Italia), y finalizando con InterTabac e InterSupply, en Dortmund (Alemania) en el mes de septiembre. Sobre todo lo que nos deparan estos eventos hemos conversado con Angelika Bauer, directora general adjunta de Messe Dortmund, propietaria y operadora del recinto ferial de Dortmund, quien apunta que todas estas citas feriales aportan valor añadido y nuevas soluciones a empresas y estancos.

Tras dos años celebrándose en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga, EVO NXT 2025 traslada su escenario a Italia, un cambio sobre el que no podemos evitar preguntar a Angelika Bauer.

○ ¿Podría explicarnos el cambio de localización a Milán de EVO NXT 2025? ¿Cuáles son las razones detrás de esta decisión y cómo consideran que beneficiará al evento?

Tras dos exitosos eventos en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Fycma), la historia de EVO NXT continuará en Milán, Italia, en 2025. Nuestro plan es hacer hincapié en el carácter de EVO NXT como festival innovador y roadshow. Pero también tenemos en mente otro factor clave: Con estos dos países, hemos seleccionado dos mercados objetivo muy fuertes en el sur de Europa. Los dos primeros eventos han demostrado que EVO NXT ofrece exactamente los incentivos adecuados para esta moderna industria. Por eso queremos crear un entorno óptimo para nuestros expositores internacionales y visitantes profesionales experimentados.

“Creemos firmemente que las ferias comerciales son un lugar en el que los distintos agentes del sector pueden intercambiar opiniones e ideas y aunar fuerzas para construir un futuro para su sector empresarial”.

○ ¿Qué criterios se han utilizado para seleccionar a los ponentes principales y las temáticas de las sesiones?

El sector de las NGP se encuentra en un estado de cambio constante, con nuevas tendencias e innovaciones que llegan al mercado en rápida sucesión y

normativas gubernamentales de todo el mundo que plantean constantemente nuevos e importantes retos a los distintos agentes. Hemos lanzado EVO NXT para apoyar a esta industria aún joven y promover el diálogo entre todos los agentes. Lo hemos lanzado como una plataforma en la que los implicados dan forma al futuro del sector NGP, y como un foro que también refleja plenamente el estado actual de la cuestión y actúa como centro de referencia para recopilar toda la información esencial desde el principio. No importa si se trata de las últimas tendencias e innovaciones del sector o de la actualidad política.

Por este motivo, concedemos gran importancia a reunir a ponentes de distintos ámbitos del sector con los visitantes de nuestra feria para que intercambien ideas. Para nosotros es importante contar con una mezcla de expertos de asociaciones, empresas e investigación en nuestro programa de apoyo. Porque nos da la oportunidad de reunir diferentes perspectivas del sector. Y de utilizar la fusión de todos estos conocimientos para hacer avanzar tanto al propio sector como a expositores y visitantes.



○ ¿Qué expectativas tiene en cuanto a la asistencia y la diversidad de expositores este año?

Con las cuatro zonas temáticas y el variado programa de EVO NXT pretendemos dar cabida a todo el sector de los NGP. Creemos que tanto los expositores como los visitantes se benefician más cuando nuestro festival empresarial es lo más diverso posible. Porque no importa a qué segmento de la industria pertenezca: pensar de forma diferente siempre es una buena manera de desarrollar su negocio.

Nos alegramos de que nuestros primeros expositores confirmados representen ya una gran variedad, incluyendo, por ejemplo, empresas del sector de las bolsas, como la noruega Den Norske Snusfabrikken y el fabricante polaco de bolsas de nicotina y energía Luna Corporate. También habrá expositores del sector del vaporizador, como Absolute E-Juice, del Reino Unido, o SKE, de China, y del sector del cannabis, como

Narcos, de Alemania. Con ARAC (Applied Research And Analysis Company) de los EE.UU. también tenemos una empresa dedicada a la consultoría, investigación y desarrollo de productos a bordo.

Y estos son sólo algunos ejemplos. Esperamos atraer a visitantes tan diversos como nuestro programa y nuestra oferta de expositores.

○ Dado el crecimiento del sector NGP, ¿qué objetivos específicos busca alcanzar EVO NXT con sus talleres, paneles y sesiones de networking?

“Conocer a personas con ideas afines e intercambiar opiniones y conocimientos en persona es importante para las empresas que buscan el éxito. Eventos como el PouchXchange de InterTabac o el Mission Mixologist de EVO NXT e InterTabac potencian este intercambio”.

INTERTABAC WORLD ALTERNATIVE AWARDS 2025

En 2024 se celebraron por primera vez los premios InterTabac World Alternative Awards 2024 en InterTabac e InterSupply y ya se ha anunciado la celebración de la segunda convocatoria para este 2025.

○ ¿Cuáles son las principales novedades previstas para la edición 2025 en comparación con la edición de 2024? ¿Se planea incluir nuevas categorías de premios este año? Si es así, ¿podría decirnos cuáles serán?

Tras el éxito de los InterTabac World Alternative Awards 2024, junto con nuestro socio The Vaping Group Ltd. tomamos la decisión de continuar con este evento en una fase muy temprana. Y hubo una cosa en la que nos pusimos de acuerdo muy rápidamente: Queremos dar un escenario exclusivo a este premio. Así que la primera y muy importante novedad es que no entregaremos los premios en los stands de las empresas ganadoras como hicimos el año pasado, sino que los homenajearemos en directo en el escenario de un acto privado que tendrá lugar el viernes por la noche. De este modo, las empresas tendrán la oportunidad de hablar y celebrarlo con un grupo de expertos y profesionales del sector.

Y, lo que es más, estamos planeando introducir categorías adicionales para honrar la gran diversidad y el poder innovador de la industria NGP. Como la planificación aún está en marcha, todavía no podemos pronunciarlos en detalle. Así que, permanezcan atentos.

Como ya se ha dicho, el sector NGP no sólo es un sector joven y dinámico, sino que además está en constante cambio. Por eso, nuestro principal objetivo es reunir a todos los agentes y, por supuesto, a todos los países, para que nuestros participantes puedan establecer contactos cara a cara, mantenerse a la vanguardia de la innovación, intercambiar perspectivas, crear y mantener redes de contactos. Queremos que los participantes en EVO NXT obtengan valor añadido y nuevas soluciones para sus empresas.

○ ¿Cómo influye el evento en el desarrollo y la adopción de nuevas tecnologías y productos en el mercado de la nicotina alternativa?

En nuestra opinión, los pasos importantes hacia la innovación y el desarrollo futuro son la creación de redes, la búsqueda de inspiración, la apertura, la escucha de otros puntos de vista u opiniones diferentes. ¿Y dónde encon-

trar eso si no es en una feria que reúne la competencia y los conocimientos concentrados de todo un sector en un solo lugar?

○ ¿Podría dar más detalles sobre la colaboración con GINN y cómo esta asociación enriquecerá la experiencia para los asistentes de EVO NXT?

En primer lugar, lo que ha unido a EVO NXT y a la GINN es que trabajamos con los mismos objetivos: promover la innovación y el desarrollo en el sector de los nuevos productos de nicotina. Como organizadores de ferias comerciales, podemos ofrecer a los miembros de la industria y a los expertos un entorno que fomente la innovación y el desarrollo. Y podemos trabajar para que este entorno sea lo más adecuado posible para alcanzar este objetivo. Pero por mucho que seamos expertos en el sector ferial, no somos expertos ni miembros de la industria NGP. En cambio, lo que podemos hacer es reunir a tantos actores valiosos como sea posible para proporcionar a los participantes de EVO NXT información e inspiración. Por eso la GINN, con sus conocimientos, su competencia y sus conexiones, es un socio valioso para nosotros. Estamos muy contentos de trabajar juntos y de ofrecer un escenario para su importante trabajo y experiencia.

Es más: GINN complementa a la perfección nuestra gama de socios de alta calidad. Es un honor contar con el apoyo de tantos expertos y asociaciones cuya labor ha sido y es muy importante para el sector.

○ Los eventos sociales como PouchX-change y Mission Mixologist Battle han sido muy destacados. ¿Qué estrategias se implementan para maximizar el valor de networking en estas actividades?

Si hay algo que hemos aprendido en los últimos años, en los que los contactos sociales fueron a menudo imposibles debido a la pandemia, es el hecho de que nada puede sustituir a los contactos cara a cara. Conocer a personas con ideas afines e intercambiar opiniones y conocimientos en persona es importante para las empresas que buscan el éxito. Eventos

como el PouchXchange de InterTabac o el Mission Mixologist de EVO NXT e InterTabac potencian este intercambio. Porque lo combinan con una experiencia en vivo, con conocimientos prácticos... para resumir: con diversión. Por eso estoy convencido de que eventos como estos no solo hacen que EVO NXT sea más atractiva, sino también más valiosa para nuestros participantes.



○ Con una visión hacia el futuro, ¿cómo ve la evolución de los productos alternativos a la nicotina y el papel de eventos como InterTabac y EVO NXT juegan en esta transformación?

Dado que la gente se preocupa cada vez más por su salud y busca un estilo de vida más sano, el mercado de pro-

"El sector NGP no sólo es un sector joven y dinámico, sino que además está en constante cambio. Por eso, nuestro principal objetivo es reunir a todos los agentes y, por supuesto, a todos los países, para que nuestros participantes puedan establecer contactos cara a cara, mantenerse a la vanguardia de la innovación, intercambiar perspectivas, crear y mantener redes de contactos."

ductos alternativos crecerá sin duda aún más de lo que lo ha hecho en los últimos años. Por otro lado, tenemos normativas estrictas en todo el mundo que enfrentan a las empresas de este sector a retos siempre cambiantes.

Creemos firmemente que las ferias comerciales son un lugar en

el que los distintos agentes del sector pueden intercambiar opiniones e ideas y aunar fuerzas para construir un futuro para su sector empresarial. En EVO NXT encontrarán exclusivamente productos alternativos y, por tanto, una mayor atención a lo que concierne únicamente a este segmento.

En InterTabac, en cambio, también encontrarán la oportunidad de pensar de forma diferente. Cada año reunimos en Dortmund a todos los miembros de la polifacética industria del tabaco y los productos alternativos. Y aunque los expositores procedan de diferentes segmentos -por ejemplo, cigarros o cigarrillos, vaping o incluso la cadena de producción-, hemos comprobado que el intercambio entre ellos es útil y valioso para todos y cada uno de ellos.

En Milán (Italia), el 3 y 4 de abril de 2025

LAS BOLSAS DE NICOTINA, PROTAGONISTAS EN EVO NXT 2025

El mundo de los productos de nueva generación es dinámico, innovador y rebosante de potencial. Con EVO NXT, Messe Dortmund creó el año pasado un foro moderno que hace justicia precisamente a este potencial. Este festival empresarial se celebrará por tercera vez en abril de 2025, convirtiendo este año a Milán en el punto de encuentro indiscutible de NGP, donde visionarios, líderes de opinión y expertos pueden encontrarse y debatir en un ambiente verdaderamente único.

Uno de los temas centrales de EVO NXT 2025 ya está surgiendo: las bolsas de nicotina se han convertido en una tendencia rápida en este creciente mercado de nuevos productos de tabaco y nicotina. Según un estudio de Tobaccolntelligence de 2023 sobre el mercado de las bolsas de nicotina, el mercado en la UE creció de 100 millones de euros en 2019 a 930 millones de euros en 2023. Este estudio fue encargado por la Nordic Nicotine Pouches Association (NNPA), uno de los socios de EVO NXT.

En el estudio titulado 'The EU Nicotine Pouch Report', los expertos estiman que el mercado crecerá al menos otro 70% hasta 2027. El análisis mostró que había 300.000 usuarios en la UE en 2019 y 2,6 millones en 2023, con una tendencia que avanza constantemente al alza. Las bolsas de nicotina están disponibles en una gran variedad, incluyendo diferentes concentraciones de nicotina y diferentes sabores. Según el análisis de Tobaccolntelligence, las tendencias en términos de desarrollo de productos son: material de relleno innovador para optimizar la nicotina, distribución de sabores y envases sostenibles.

A pesar de su rápido crecimiento, la industria, al igual que el segmento de NGP en general, tiene que superar una y otra vez una variedad de obstáculos, entre los que se incluyen, en particular, cuestiones regulatorias. Por ello, los productos bucales son el centro de atención de los organizadores de la EVO NXT 2025. Incluso a estas alturas,

ya está claro que esto se reflejará no sólo en la gama internacional de expositores, sino también en el variado programa de apoyo del festival.

Varios proveedores internacionales del sector de las bolsas ya han asegurado su plaza en la EVO NXT, que tendrá lugar los días 3 y 4 de abril de 2025, entre ellos la noruega Den Norske Snusfabrikken, la india Dholakia Tobacco, la joven empresa sueca Vont, la lituana Garant y Camo Snus, y el fabricante polaco de bolsas de nicotina y energéticas Luna Corporate.

Los principales oradores, expertos del sector y figuras destacadas del sector también ofrecerán información valiosa de una manera variada y entretenida como parte del programa complementario. La planificación del aspecto informativo de EVO NXT ya está en pleno apogeo, al igual que las inscripciones de expositores. Si desea obtener información en profundidad sobre las últimas tendencias en el mercado global, incluidas las tecnologías innovadoras y los últimos hallazgos sobre reducción de



daños, sostenibilidad y aspectos legales, ¡EVO NXT es el lugar donde todo está sucediendo! El organizador del evento Messe Dortmund cuenta con la asistencia de socios competentes con un profundo conocimiento de la industria, incluida la NNPA y Svenska Snustillverkarföreningen, la organización comercial sueca para fabricantes de productos de snus y nicotina.

La O-Zone es la zona en la que los visitantes encontrarán en abril todo lo relacionado con los productos alternativos a la nicotina, como las bolsas y el snus. Como en años anteriores, las diferentes facetas de la industria de los NGP volverán a

estar reflejadas en cuatro zonas. A la O-Zone se unirán la E-Zone, que mostrará los últimos avances en cigarrillos electrónicos, la Heat-Zone con productos de tabaco que no queman, como calentadores de tabaco y barritas de tabaco, y la Green-Zone, donde todo gira en torno a los múltiples usos posibles del cáñamo.

EVO NXT 2025 se convertirá en una fuente de inspiración y conocimiento, un foro creativo, un evento de networking, un festival de música y mucho más en Milán.



EVO NXT 2025: INNOVACIÓN Y REGULACIÓN EN EL CENTRO DEL DEBATE



Fecha: 3 y 4 de abril de 2025
Lugar: Milán, Italia
Recinto ferial: SuperStudio Maxi, Milán
Organiza: Feria de Dortmund GmbH
Web: <https://www.evo-nxt.com/>



para debatir sobre el borrador del Código de Prácticas de GINN y eventos sobre la investigación en salud bucal relacionada con las bolsas de nicotina.

EVO NXT 2025 también contará con la participación de importantes empresas del sector, incluyendo Dholakia Tobacco, Absolute E-Juice, Blendfeel, Narcos, Luna Corporate y Cannashock, quienes ya han asegurado su presencia en la feria.

El ansiado EVO NXT 2025, tendrá lugar en Milán los días 3 y 4 de abril, y reunirá a la industria de productos de próxima generación en un festival empresarial único. Este evento contará con zonas temáticas, debates, presentaciones y talleres dirigidos por expertos del sector, incluyendo figuras clave como John Dunne (UKVIA), Jonas Lundqvist (NNPA) y Umberto Rocatti (IEVA).

El evento abordará temas críticos como la regulación y restricciones legales, el análisis del mercado y las tendencias emergentes. La asociación con el Instituto Global de la Nueva Nicotina (GINN) reforzará el compromiso de EVO NXT con la innovación, la investigación y la promoción de estándares comunes en la industria. Además, se organizará una mesa redonda

De abril a septiembre, todo a la vista de todos

COMPLETO CALENDARIO FERIA 2025

Con EVO NXT Milán, el completo calendario ferial de 2025 va a dar comienzo en este mes de abril. A lo largo de numerosos certámenes, los profesionales del sector del tabaco y de los productos relacionados van a tener ocasión de conocer todas las novedades, tendencias, proyecciones a futuro, debates y mucho más. InterTabac e InterSupply, en septiembre, darán por finalizado un año muy prometedor.

SHISHAMESSE, LA FERIA LÍDER EN LA INDUSTRIA DE LA SHISHA



Fecha: del 27 al 29 de junio de 2025
Lugar: Valencia
Recinto ferial: Feria Valencia
Organiza: ShishaMesse
Web: <https://shishamesse.de/de/valencia>



de comestibles. Su misión es proporcionar un espacio dinámico y vibrante que impulse el desarrollo económico y sirva como plataforma clave para establecer conexiones estratégicas y potenciar el crecimiento sostenible del sector.

- Más de 20.000 visitantes esperados.
- Más de 10.000 metros cuadrados de exhibición.
- Más de 300 expositores confirmados.

Desde 2013, ShishaMesse se ha consolidado como el evento más grande e influyente del sector, celebrándose anualmente en Messe Frankfurt. Esta feria es el epicentro donde se presentan las innovaciones más importantes y se establecen las tendencias que definirán el futuro de la industria.

Como socio comprometido con el crecimiento del sector, ShishaMesse se especializa en la organización de exposiciones tanto nacionales como internacionales, reuniendo a actores clave de una industria en constante evolución, fomentando la innovación y atrayendo a una audiencia diversa, ampliando el alcance e impacto de cada ubicación en la que se desarrolla.

ShishaMesse también desempeña un rol esencial en la distribución de productos, abasteciendo al mercado minorista

VAPEXPO MADRID 2025, EL EVENTO IMPRESCINDIBLE DEL SECTOR DEL VAPEO



Fecha: 31 de mayo y 1 de junio de 2025
Lugar: Madrid
Recinto ferial: Pabellón Cristal Casa de Campo
Organiza: Vapexpo
Web: <https://vapexpo-spain.com/>



Tras ocho años de crecimiento y seis ediciones de éxito en España, Vapexpo Madrid se ha consolidado como exposición de referencia en la industria del vapeo. Este evento reúne a los principales actores del sector, ofreciendo un espacio idóneo para el intercambio de ideas, la presentación de novedades y el fortalecimiento de relaciones comerciales.

Vapexpo Madrid no es sólo una feria, sino una plataforma de conexión entre fabricantes de dispositivos y e-líquidos, distribuidores, mayoristas, gerentes de tiendas y consumidores apasionados. La edición de 2025 promete superar las cifras de asistencia de ediciones anteriores, con más de 700 expositores y 50.000 visitantes acumulados en su historia.

En ella, los asistentes conocen de primera mano las innovaciones del mercado, prueban nuevos productos y participan en conferencias impartidas por expertos. Además, ofrece una oportunidad única para que las empresas fortalezcan su imagen

de marca y expandan su red de contactos a nivel nacional e internacional.

Desde sus inicios, Vapexpo se ha centrado en la creación de un vínculo entre fabricantes y consumidores, fomentando un mercado en constante evolución. La feria destaca las tendencias emergentes y los avances tecnológicos del vapeo y también busca contribuir al crecimiento económico del sector. Asimismo resalta el papel del vapeo en la transformación de hábitos de consumo, promoviendo el debate en torno a su impacto en la sociedad.

INTERTABAC 2025, UN EVENTO CLAVE PARA LA INDUSTRIA DEL TABACO Y LA NICOTINA



Fecha: 18 al 20 de septiembre de 2025
Lugar: Dortmund, Alemania
Recinto ferial: InterTabac Dortmund
Organiza: Westfalenhallen Unternehmensgruppe GmbH
Web: <https://www.intertabac.de/en-gb>



Tras el éxito rotundo de los premios InterTabac World Alternative Awards 2024 en InterTabac e InterSupply, la industria del tabaco y productos alternativos a la nicotina se prepara para la próxima edición en 2025. Esta ceremonia, que celebra la innovación y el crecimiento del sector de productos de nueva generación (NGP), contará nuevamente con la colaboración de The Vaping Group Ltd. y se llevará a cabo en un espacio exclusivo alejado de los stands de la feria comercial.

En sus más de 40 años de historia, InterTabac e InterSupply se han convertido en la feria líder mundial de la industria del tabaco, convirtiendo a Dortmund en el punto de encuentro del sector cada septiembre.

InterTabac 2025 será el escenario para la presentación de nuevos productos y colaboraciones estratégicas en la industria del tabaco y la nicotina alternativa y contará con una serie de eventos exclusivos, incluyendo:

- *Get Together Party de la Global Vape Alliance* (18 de septiembre): un evento de networking con más de 200 líderes de la industria y CEOs.
- *InterTabac Get Together Evening* (19 de septiembre): una

gran fiesta de networking con 700 representantes del sector, con la presencia de Sabine Loos y Litto Gomez, acompañada de un espectáculo de samba y música en vivo.

- *PouchXchange* (20 de septiembre): un evento de networking exclusivo para la industria de bolsas de nicotina y snus, con alrededor de 400 participantes.
- *Mission Mixologist Battle* (21 de septiembre): un concurso de mezcla de sabores en vivo, donde el campeón Cristian Gallardo González defenderá su título frente a otros expertos en e-líquidos.

Además, los eventos dedicados a los puros incluirán catas exclusivas, talleres y masterclasses.

Con una combinación de innovación, networking y lanzamientos exclusivos, InterTabac 2025 es un evento imprescindible para los profesionales y entusiastas del sector.

CIERRE DEL PRIMER TRIMESTRE CON UN AUMENTO DEL 6% DE SU BENEFICIO NETO

Logista, uno de los mayores operadores logísticos de Europa, acaba de anunciar sus resultados de los primeros tres meses del ejercicio fiscal 2025, correspondientes al trimestre entre el 1 de octubre y el 31 de diciembre de 2024. En este periodo, obtuvo unos ingresos de 3.292 millones de euros, un 4% más que en el mismo trimestre del ejercicio anterior.

Con respecto a las Ventas Económicas, aumentaron hasta los 458 millones de euros, un 7% más que en el mismo trimestre del ejercicio anterior.

El Beneficio de Explotación (EBIT) alcanzó los 86 millones de euros, un 20% más que en el primer trimestre del ejercicio 2024.

Todo ello sitúa el beneficio neto del trimestre en 77 millones de euros, un 6% superior a los 73 millones del primer trimestre del ejercicio 2024.

RESULTADOS POR REGIÓN

En la región de Iberia, los ingresos aumentaron un 13% en el primer trimestre del ejercicio hasta alcanzar los 1.278 millones de euros mientras que las ventas económicas subieron un 10% hasta los 304 millones de euros.

En Italia, los ingresos (estables res-



pecto al mismo periodo del ejercicio anterior) alcanzaron 1.117 millones de euros, mientras que las ventas económicas alcanzaron 104 millones de euros, lo que supone un incremento del 9% respecto al primer trimestre del ejercicio anterior.

Por último, en Francia, los ingresos alcanzaron 912 millones de euros en el primer trimestre del ejercicio (un 2% menos) mientras que las ventas económicas ascendieron a 51 millones de euros (un 6% menos que en el primer trimestre del ejercicio 2024).

Iñigo Meirás, consejero delegado de Logista, ha señalado que *“continuamos trabajando de acuerdo con los objetivos de nuestro plan estratégico para seguir aportando crecimiento y diversificación a nuestros negocios, así como valor a nuestros clientes y accionistas”*.

• DIVIDENDO TOTAL POR IMPORTE DE 277 MILLONES DE EUROS (2,09 EUROS POR ACCIÓN)

La Junta General de Accionistas de Logista ha aprobado la distribución de un dividendo total por importe de 277 millones de euros (2,09 euros por acción) con cargo al ejercicio 2024, lo que representa un aumento del 13% respecto al dividendo repartido en el ejercicio anterior (1,85 euros brutos por acción). La compañía mantiene así su compromiso de distribuir al menos el 90% de su beneficio neto vía dividendos.

El dividendo aprobado consolida el dividendo a cuenta del ejercicio 2024, que se abonó el pasado 29 de agosto de 2024, por importe total de 74 millones de euros (0,56 euros por acción) y un dividendo complementario por importe total de 203 millones de euros (1,53 euros por acción), que se pagará el próximo 27 de febrero.

El relevante incremento de los

resultados (+13%) y del dividendo anual se debe, principalmente al buen comportamiento de la actividad, al aumento de los ingresos financieros y al relevante beneficio por revalorización de los inventarios.

La Junta ha aprobado también todas las propuestas de acuerdo presentadas, incluyendo, como las cuentas anuales y la gestión del Consejo de Administración, así como la ratificación, nombramiento y reelección de los consejeros Celso Marciniuk, con la categoría de dominical, y Cristina Ruíz Ortega y Luis Isasi Fernández de Bobadilla, ambos con la categoría de independientes, por el nuevo plazo estatutario de 3 años.

Logista ha introducido modificaciones al reglamento del Consejo de Administración para adaptarse a los mejores estándares de gobierno corpora-

tivo, incluyendo la reducción de la duración del mandato de sus consejeros a tres años o la eliminación de la posibilidad de que algún consejero presida, simultáneamente, el Consejo de Administración y cualquiera de sus comisiones.

Luis Isasi, presidente de Logista, señaló que *“la compañía avanza en su compromiso con la gobernanza y durante el ejercicio 2024 ha revisado los reglamentos del Consejo de Administración y de sus Comisiones, adecuándolos a los mejores estándares de gobierno corporativo en compañías cotizadas”*.

Iñigo Meirás, consejero delegado de Logista, subrayó que *“en el año 2024 la compañía ha continuado ejecutando su plan estratégico, generando valor tanto para los accionistas como para sus clientes, y alcanzando los mejores resultados de su historia”*.

LOGISTA STRATOR ANUNCIA SU EXPANSIÓN A CANARIAS Y CELEBRA SU 10º ANIVERSARIO

Logista Strator, la plataforma tecnológica especializada en la gestión del retail perteneciente a Logista, ha anunciado su expansión a las Islas Canarias coincidiendo con la celebración de su décimo aniversario. Este hito viene marcado tras una década de innovación y crecimiento continuo y consolida a la compañía como una marca de referencia en el sector.

Con esta expansión, Logista Strator reafirma su compromiso en apoyar a los comerciantes de todas las regiones, proporcionando herramientas avanzadas y servicios de calidad que faciliten su crecimiento y desarrollo.



Carlos Vasques, director general Iberia de Logista Strator.

Desde su creación en 2015, Logista Strator ha transformado la manera en que los comercios gestionan sus operaciones diarias, ofreciendo soluciones integrales de software de punto de venta, recargas y pagos de facturas, gestión de efectivo y sistemas de seguridad que optimizan las operaciones diarias, mejorando la experiencia de los clientes y aumentando su rentabilidad. Con presencia en toda España, la expansión a las Islas Canarias representa un paso estratégico para acercar sus soluciones

a un mercado en crecimiento y con necesidades específicas.

“Estamos muy orgullosos de celebrar nuestro décimo aniversario y anunciar esta expansión significativa en una región tan importante como las Islas Canarias”, ha destacado Carlos Vasques, director gene-

ral Iberia de Logista Strator. *“Nuestro compromiso con la innovación y nuevos servicios busca aumentar la actividad y rentabilidad de los comercios locales, permitiéndonos crecer y adaptarnos al mercado. Esta expansión es parte de nuestra estrategia de crecimiento a largo plazo”*.

SOBRE LOGISTA STRATOR

Logista Strator es la plataforma tecnológica especializada en la gestión del retail perteneciente a Logista, que ofrece la mejor solución para cada cliente, adaptándose a las necesidades y asesorando de una manera personalizada. Con una visión 360, se ha consolidado como la solución integral para cualquier negocio, integrando los productos líderes para la gestión del efectivo, control horario, telemetría, etiquetas electrónicas y seguridad, además de servicios que aportan valor al negocio de sus clientes como el cobro de facturas, contenidos electrónicos o conveniencia, creación de páginas web o reformas entre otros. Más información: www.logistastrator.com

Logista
STRATOR

CON PRESENCIA EN TODA ESPAÑA, LA EXPANSIÓN DE LOGISTA STRATOR A LAS ISLAS CANARIAS REPRESENTA UN PASO ESTRATÉGICO PARA ACERCAR SUS SOLUCIONES A UN MERCADO EN CRECIMIENTO Y CON NECESIDADES ESPECÍFICAS.

NACEX AUMENTA UN 55% SUS ENVÍOS A TRAVÉS DE COMERCIOS Y LOCKERS EN 2024

Empujadas por la necesidad de avanzar hacia un eCommerce más sostenible, conveniente y flexible, las entregas Out of Home (OOH) son una de las grandes tendencias de la última milla. En esta línea, en 2024, NACEX, la firma de mensajería urgente de Logista, gestionó un 55% más de envíos a través de su red de puntos de conveniencia, NACEX.shop.

En concreto, el pasado año, un 47% más de destinatarios eligieron como primera opción de entrega recoger sus compras online en un punto NACEX.shop y las devoluciones por medio de esta vía crecieron un 53%. Además, el incremento todavía fue más importante durante dos campañas críticas como son Black Friday y Navidad, un 83,82% más de envíos respecto al año anterior.

La red NACEX.shop, formada por más de 4.000 comercios y lockers, un 30% más que en 2023, proporciona a los destinatarios una vía fácil para recoger y devolver sus compras online. La consecuencia es una experiencia de compra mejorada que, para los comercios electrónicos, revierte en más ventas y una mayor capacidad de atracción

LA RED NACEX.SHOP, FORMADA POR MÁS DE 4.000 COMERCIOS Y LOCKERS, UN 30% MÁS QUE EN 2023, PROPORCIONA A LOS DESTINATARIOS UNA VÍA FÁCIL PARA RECOGER Y DEVOLVER SUS COMPRAS ONLINE.

y retención de clientes. La clave es una gran cobertura en España y Portugal y un amplio horario de apertura, en muchos casos incluso en fin de semana, que asegura su disponibilidad.

Paralelamente, NACEX.shop es una solución sostenible que ayuda a minimizar las emisiones de CO₂ y mejorar la convivencia de vecinos, comercios y repartidores al



agrupar los envíos y reducir los desplazamientos de última milla. En 2024, el aumento de actividad de este servicio se tradujo en un ahorro de cerca de 190 toneladas de CO₂e.

“Tal como demuestran estas cifras, los consumidores cada vez confían más en esta modalidad de envío alternativa a la domiciliaria para recoger y devolver sus compras online. Una tendencia positiva que genera un impacto positivo en el medioambiente y refuerza nuestro compromiso sostenible en nuestra actividad. Confiamos en que esta modalidad se mantendrá en el futuro, y, por eso, seguiremos trabajando para ampliar nuestra red”, explica Xavier Calvo, director de Desarrollo de Negocio en NACEX.

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 Europa. NACEX cuenta con una flota de más de 2.600 vehículos y más de 4.300 colaboradores, así como con una red de 35 plataformas, más de 300 franquicias en España, Portugal y Andorra, y más de 4.000 puntos NACEX.shop en España y Portugal.

NACEX

INICIO DE AÑO ENFOCADO EN LA LUCHA CONTRA LAS FALSIFICACIONES

Sectores como la moda, la cosmética y, sobre todo el lujo, son particularmente vulnerables a estas prácticas ilícitas, que no solo impactan económicamente al sector, sino que también erosiona la confianza de los consumidores y daña la reputación de las marcas. Según datos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), las falsificaciones suponen un 3,3% del comercio mundial. En este contexto, Habanos, S.A., líder mundial en la comercialización de tabaco premium, trabaja a diario para proteger a sus aficionados mediante un conjunto de medidas diseñadas para garantizar la autenticidad de sus productos.

“La calidad y autenticidad son valores esenciales para nuestras marcas, y queremos asegurarnos de que cada Habano que llega a los aficionados sea una experiencia real y única”, señalan Beatriz Garrido y Álex Fernández-Blanco desde la Dirección de Marketing Operativo de Habanos, S.A.

Para cumplir con este compromiso, la compañía cubana ha desarrollado un sistema integral que combina elementos físicos y digitales para proteger sus productos y ofrecer a los consumidores la confianza de que están comprando un producto verdadero. Todos los Habanos están avalados por la Denominación de Origen Protegida (D.O.P.), que certifica que el tabaco utilizado proviene exclusivamente de regiones específicas de Cuba y cumple con estrictos estándares de calidad. Este distintivo garantiza la exclusividad del producto y refuerza la autenticidad de su origen único en el mundo.

El Sello de Garantía Nacional de la República de Cuba, presente en todos los estuches y cajones de Habanos, incluye hologramas, códigos de barras únicos, micro-puntos visibles solo mediante escáner y un diseño autodestructivo que impide su reutilización en caso de manipulación. Desde 1994, este sticker, situado en la esquina superior derecha de los envases, lleva escrito el texto “Denominación de Origen Protegida”.

El fondo del cajón también juega un papel clave en la autenticación. Cada uno de los cajones que salen de las instalaciones de Habanos, S.A. lleva estampado en caliente la inscripción “Hecho en Cuba”, y desde 1989, los envases de Habanos de Tripa Larga incluyen la frase “Totalmente a Mano”, mientras que los de Tripa Corta añaden el distintivo “TC”.

En los últimos años, Habanos, S.A. también ha incorporado la tecnología NFC en algunos de sus lanzamientos más exclusivos. Este innovador sistema permite a los aficionados verificar la autenticidad de los Habanos mediante un dispositivo móvil, y en aquellos países en los que la regulación lo permite, pueden acceder a información detallada sobre el producto, su origen e incluso valorarlo. Esta tecnología no solo refuerza la confianza en la marca, sino que



también ofrece una experiencia interactiva y diferenciadora para los aficionados.

Otra de las medidas de seguridad que, Habanos, S.A. y sus distribuidores aplican, es la utilización de sellos distintivos por mercado. Este tipo de sellos permiten al comprador identificar que el producto que adquiere está distribuido para ese mercado en concreto.

El último distintivo de autenticidad que Habanos, S.A. ha incorporado para garantizar un producto auténtico es el Sello VMC (Venta Mercado Cubano), diseñado para proteger los productos comercializados en Cuba. Este sello utiliza un adhesivo de alto estándar, resistente a temperaturas extremas y humedad. Marrón será el color del sello para el 2025.

AMPLIA RED GLOBAL DE VENTA SEGURA

Habanos, S.A. recuerda que la mejor manera de evitar falsificaciones es adquirir productos únicamente a través de Distribuidores Exclusivos Autorizados, como los estancos en España. Los amantes de los Habanos pueden visitar su red oficial de puntos de venta, como La Casa del Habano, los Habanos Point, los Habanos Specialist y los Cohiba Atmosphere, presentes en más de 130 territorios en todo el mundo. Además, la compañía ofrece una herramienta en línea para verificar la autenticidad de los productos y localizar los puntos de venta más cercanos.

Con estas medidas, Habanos, S.A. reafirma su liderazgo en el sector del lujo y garantiza que cada Habano ofrecido sea una experiencia única y genuina. La compañía refuerza su compromiso con los valores de calidad y autenticidad que han definido a sus marcas durante décadas.

EL GRUPO JT INCREMENTA EN UN 10,9% SUS INGRESOS GLOBALES EN 2024

El grupo JT (Japan Tobacco Inc.), que en España opera a través de su filial JTI Iberia, ha presentado sus resultados del ejercicio fiscal 2024 y las previsiones para 2025. Frente a los resultados del ejercicio anterior, el Grupo JT ha aumentado en un 10,9% los ingresos globales en 2024, alcanzando 3.1498 billones de yenes japoneses (aproximadamente 19,8 mil millones de euros) con un beneficio operativo y un crecimiento del 7,5%. A pesar de la reducción interanual en flujo libre de caja, este alcanzó los 170,5 mil millones de yenes, reflejando una sólida capacidad para generar liquidez. El dividendo por acción se ha establecido en 194 JPY (1,18 EUR), con una tasa de pago del 74,3%, lo que demuestra el compromiso de la compañía con sus accionistas.

Estos datos reflejan un desempeño excepcional en 2024, que convierten a JTI en la tabaquera con mayor crecimiento a nivel mundial: “Me complace informar que, a pesar de los desafíos en nuestro entorno operativo, el desempeño del Grupo JT en 2024 alcanzó niveles récord en ingresos y beneficio operativo ajustado”, señaló Masamichi Terabatake, presidente y CEO de JT. Además, la compañía fortaleció su presencia global con la expansión geográfica del dispositivo de tabaco calentado Ploom, su inversión prioritaria, que llegó a 24 mercados a finales de 2024, entre ellos España: “Hemos conseguido



do incrementar las cuotas de mercado de tabaco calentado en todos los mercados, incluido Japón, el mercado más grande de esta categoría. Así mismo, los sólidos resultados generales también han sido respaldados por la exitosa adquisición de Vector Group Ltd. en octubre de 2024”, agregó Terabatake.

ESPAÑA, UN MERCADO CLAVE EN LA ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO DE JTI

El informe confirma el papel estratégico de España dentro del grupo, destacando su crecimiento sostenido en el segmento de combustibles con marcas icónicas como Camel y Winston. Además, el país ha cobrado un nuevo protagonismo

en la categoría de tabaco calentado con el exitoso lanzamiento de Ploom en 2024. Esta apuesta refuerza la posición de JTI en el mercado español y consolida su compromiso con la innovación para responder a las nuevas tendencias de consumo.

“HEMOS CONSEGUIDO INCREMENTAR LAS CUOTAS DE MERCADO DE TABACO CALENTADO EN TODOS LOS MERCADOS, INCLUIDO JAPÓN, EL MERCADO MÁS GRANDE DE ESTA CATEGORÍA”, HA APUNTADO MASAMICHI TERABATAKE, PRESIDENTE Y CEO DE JT.

Desde 1975

J. Roig Pañella

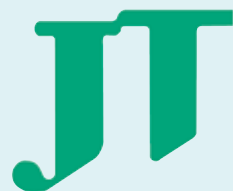
Agente de la Propiedad Inmobiliaria

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

SOBRE JT

Japan Tobacco Inc. es una compañía internacional con sede en Tokio, Japón. Cotiza en la sección primaria de la Bolsa de Tokio. El Grupo JT, con más de 53.000 empleados y 62 fábricas en todo el mundo, opera en tres segmentos de negocio: tabaco, productos farmacéuticos y alimentos procesados. Consumidores, accionistas, empleados y sociedad son los cuatro grupos de interés en el centro de todas las actividades del Grupo JT. Para más información, <https://www.jt.com/>



FÁTIMA RAMÍREZ, NUEVA DIRECTORA DE IT

JTI Iberia ha nombrado a Fátima Ramírez nueva directora de IT (Information Techonology) de la compañía para los mercados de España, Portugal, Andorra y Gibraltar. En su nuevo cargo, liderará esta función desde el hub o Centro Global de Tecnologías de la Información, ubicado en Madrid, que ofrece soporte a más de 40.000 empleados en todo el mundo.

Licenciada en Ciencias Matemáticas, Estadística e Investigación Operativa por la Universidad de Sevilla, ha desarrollado gran parte de su carrera dentro de JTI, donde está a punto de cumplir 18 años. Desde su incorporación a la sede de Madrid en 2007, ha desempeñado diversos roles clave en la compañía. Inició su carrera como Data Manager para la aplicación global de la Fuerza Comercial de JTI, para luego asumir el cargo de Process Expert Manager en este área. En julio de 2017, pasó a formar parte del departamento Global de IT de Servicios Tecnológicos de Negocio para Marketing, Ventas y Análisis Estratégico, y fue nombrada Business Expert Manager en julio de 2020. Desde entonces ha asumido puestos de creciente responsabilidad en dicho departamento.

El hub global de IT de JTI, situado en Madrid, comenzó sus operaciones en 2005 como parte de una importante inversión de la compañía en España. Desde entonces, ha tenido un impacto significativo en la economía local, generando empleo para más de 200 ingenieros, de las cuales más del 30% son mujeres. Este centro de excelencia impulsa el talento español en el ámbito de la innovación, brindando un entorno donde las nuevas generaciones de profesionales, especialmente mujeres STEM, pueden desarrollar su potencial y contribuir al crecimiento del sector tecnológico en el país.

“Asumo este nuevo puesto con mucho orgullo, formando



parte del gran número de mujeres que ocupamos cargos directivos dentro de la compañía, tanto en el área de tecnologías de la información como en otros sectores”, afirma Fátima Ramírez. “Nuestro trabajo demuestra que el talento español está en auge y, desde JTI, creemos que invertir en él es clave para el futuro de la economía, haciendo a las empresas más competitivas y posicionando a España como un referente mundial en el desarrollo de soluciones tecnológicas y de negocio”.

A lo largo de los años, el hub ha experimentado un crecimiento constante para responder a la creciente demanda de soluciones tecnológicas en áreas clave como Marketing, Operaciones y Finanzas. Actualmente, es el más importante de los 6 centros que JTI tiene a nivel mundial, consolidándose como un referente en el desarrollo de soluciones analíticas y operativas para el negocio.

SOBRE JTI IBERIA

JTI es una multinacional líder en tabaco que comercializa sus productos en más de 130 países. Es propietaria a nivel mundial tanto de Winston, la segunda marca de cigarrillos del mundo, como de Camel, fuera de los Estados Unidos. Otras marcas globales incluyen MEVIUS y LD. JTI también es un importante jugador en el mercado internacional de tabaco calentado con su dispositivo Ploom. Con sede en Ginebra, Suiza, la empresa emplea a más de 46.000 personas y fue galardonada como Top Employer Global por undécimo año consecutivo en 2025. JTI pertenece al Grupo JT. JTI Iberia está constituida por los mercados de España, Portugal, Andorra y Gibraltar. En España emplea a más de 950 personas comprendiendo todas las operaciones comerciales, 4 sedes, un Centro Global de Excelencia Informática & Tecnológica y el mayor centro de producción industrial del archipiélago canario, con la mayor fábrica de cigarrillos de España, ubicada en la Isla de Tenerife. Para obtener más información, visite www.jti.com



POR DUODÉCIMO AÑO CONSECUTIVO

JTI REAFIRMA SU POSICIÓN COMO TOP EMPLOYER

Tras doce años consecutivos certificados por el Top Employers Institute, Japan Tobacco International (JTI) se consolida como una de las mejores empresas para trabajar en la península ibérica. JTI ocupa el sexto puesto del prestigioso ranking Top Employer 2025 en España, el segundo en Portugal y es la única empresa certificada en Andorra. Este reconocimiento respalda así el firme compromiso de JTI con sus empleados, creando un entorno seguro que les permite prosperar profesionalmente y a través de un modelo de gestión del talento que empodera a las personas, fomenta la colaboración, el desarrollo personal y el impacto positivo en la sociedad.

En Iberia, JTI cuenta con más de 950 empleados de más de 30 nacionalidades distribuidos por España Peninsular, Canarias, Portugal y Andorra. “Este reconocimiento refleja nuestro compromiso con la creación de empleo de calidad”, afirma Mike Macapagal, nombrado hace unos meses director de People & Culture de JTI Iberia: “Las personas son nuestra mejor inversión, y por ello ofrecemos condiciones laborales que priorizan una remuneración competitiva, una amplia gama de prestaciones sociales, flexibilidad, conciliación familiar y espacios de trabajo modernos y colaborativos”. Un compromiso que no sólo implica poner a las personas en el centro de la organización, sino también promover un entorno laboral donde los empleados cultiven su talento, se sientan valorados, y donde se fomente su crecimiento profesional y personal.

El programa de certificación de Top Employers Institute evalúa a las empresas líderes en la gestión del

“LAS PERSONAS SON NUESTRA MEJOR INVERSIÓN, Y POR ELLO OFRECEMOS CONDICIONES LABORALES QUE PRIORIZAN UNA REMUNERACIÓN COMPETITIVA, UNA AMPLIA GAMA DE PRESTACIONES SOCIALES, FLEXIBILIDAD, CONCILIACIÓN FAMILIAR Y ESPACIOS DE TRABAJO MODERNOS Y COLABORATIVOS”, SEÑALA MIKE MACAPAGAL, DIRECTOR DE PEOPLE & CULTURE.

talento mediante su HR Best Practices Survey, que abarca seis áreas clave de recursos humanos, incluyendo 20 categorías como estrategia de personas, ambiente laboral, adquisición de talento, formación, bienestar y diversidad e inclusión.

JTI no solo ha sido reconocida con esta distinción en materia de gestión de personas, sino que también cuenta con múltiples certificaciones y premios locales en varios países, lo que demuestra el éxito de sus prácticas en conciliación y cultura. Uno de los principales focos de la compañía es el desarrollo profesional de sus empleados a través de programas que fomentan la inclusión, la igualdad de oportunidades y el compromiso con el liderazgo femenino.

“La Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) es fundamental para crear un entorno laboral inclusivo y atractivo para el talento. Para nosotros, es una prioridad de sostenibilidad y seguiremos centrados en mantener a nuestros empleados en el centro de todo lo que hacemos”, concluye Macapagal.



SOBRE JTI IBERIA

JTI es una multinacional líder en tabaco que comercializa sus productos en más de 130 países. Es propietaria global tanto de Winston, la segunda marca de cigarrillos del mundo, como de Camel, fuera de los Estados Unidos. Otras marcas globales incluyen MEVIUS y LD. JTI también es un importante jugador en el mercado internacional de tabaco calentado con su dispositivo Ploom. Con sede en Ginebra, Suiza, la empresa emplea a más de 46.000 personas y fue galardonada como Top Employer Global por décimo año consecutivo en 2024. JTI pertenece al Grupo JT.

JTI Iberia está constituida por los mercados de España, Portugal, Andorra y Gibraltar. En España emplea a más de 950 personas comprendiendo todas las operaciones comerciales, 4 sedes, un Centro Global de Excelencia Informática & Tecnológica y el mayor centro de producción industrial del archipiélago canario, con la mayor fábrica de cigarrillos de España, ubicada en la Isla de Tenerife. Para obtener más información, visite www.jti.com

SOBRE TOP EMPLOYERS INSTITUTE

Top Employers Institute es la autoridad global número 1 en estrategias de personas. Con nuestra certificación líder en el mundo y nuestros análisis basados en datos, guiamos y empoderamos a las organizaciones para transformar sus prácticas de personas, impulsando sus resultados y ayudándoles a atraer, comprometer y fidelizar al mejor talento. En 2025, Top Employers Institute ha certificado a más de 2.400 organizaciones en 125 países/regiones. Los Top Employers certificados tienen un impacto positivo en las vidas de más de 13 millones de empleados en todo el mundo. **Top Employers Institute. For a better world of work.**

LKBITRONIC
900 118 694 • www.lkbitronic.com

disashop

LAS MEJORES RECARGAS Y PRODUCTOS DIGITALES PARA TU NEGOCIO



RECARGAS NACIONALES



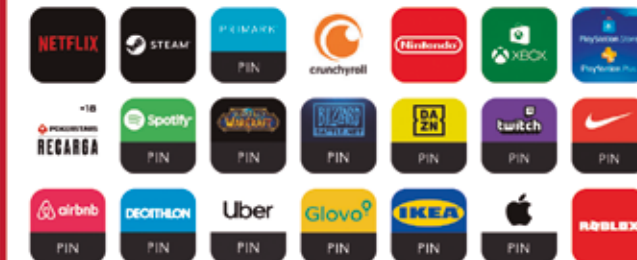
RECARGAS INTERNACIONALES



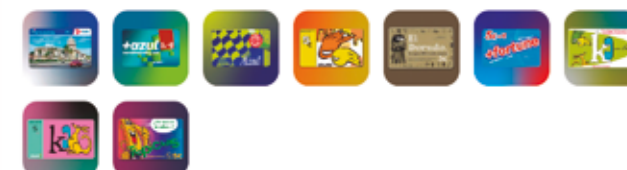
MEDIOS DE PAGO



CONTENIDOS DIGITALES



TARJETAS INTERNACIONALES



ACTIVACIÓN TARJETAS SIM



Disashop, líder en recargas y productos digitales en España, ahora en Estancos Élite



ESCANÉAME PARA
MÁS INFORMACIÓN

PINGÜINOS Y MOTAUROS

LANDEWYCK TABACOS ESPAÑA, EN LOS PRINCIPALES EVENTOS MOTEROS DEL PAÍS

Landewyck Tabacos España ha reafirmado su compromiso con el mundo motero al participar en dos de los eventos más destacados del año: Pingüinos y Motauros. Con una presencia destacada en ambas concentraciones, la compañía ha conectado con miles de apasionados de las dos ruedas, consolidando su marca y acercando sus productos Thor y Roll a fumadores adultos.

Pingüinos, celebrado en Valladolid del 9 al 12 de enero, es uno de los encuentros moteros más grandes y emblemáticos de Europa, con una asistencia de más de 41.000 participantes. Este evento representó una oportunidad única para que Landewyck Tabacos España pudiera conectar con los aficionados al mundo de las motos, presentar sus marcas Thor y Roll, especializadas en bolsitas de nicotina y accesorios, y afianzar su presencia en un entorno lleno de pasión y energía por las dos ruedas.

Por su parte, Motauros 2025, el icónico evento de Tordesillas celebrado del 16 al 19 de enero, reunió a más de 22.000 participantes. Este encuentro permitió a la compañía continuar su labor de acercar sus marcas a un público adulto que valora la calidad y la cercanía, consolidando aún más su presencia en un entorno vibrante y lleno de entusiasmos moteros.

Ambos eventos ofrecieron a Landewyck una excelente oportunidad no sólo para compartir sus productos, sino también para conocer de cerca las expectativas y necesidades de sus clientes, lo que contribuye al fortalecimiento de las relaciones con el público. La empresa subraya que el contacto directo sigue siendo esencial para construir relaciones sólidas, duraderas con los consumidores y para poder dar a conocer su nueva gama de productos, en esta ocasión Roll, la nueva marca de

LANDEWYCK TABACOS ESPAÑA CONTINUARÁ PARTICIPANDO EN EVENTOS CLAVE QUE PERMITAN ACERCAR SUS MARCAS A FUMADORES ADULTOS QUE COMPARTEN LA PASIÓN POR EL MUNDO MOTERO.



accesorios para el fumador que cuenta con filtros y papel, y Thor, las bolsitas de nicotina que puedes usar en cualquier momento y en cualquier lugar.

SOBRE LANDEWYCK

Heintz van Landewyck fue fundada en 1847 en Luxemburgo como un pequeño e independiente negocio familiar que se ha convertido en una gran compañía internacional con fábricas en Alemania, Hungría y Luxemburgo. Tiene presencia en más de 40 países incluida España. Entre el amplio abanico de marcas que produce se encuentra Elixir, Austin, Maya, Ducal, Che y Mademoiselle. Landewyck comercializa también tabaco de picadura y todo tipo de accesorios para el fumador.



GESINTA

GONZALO DE LEÓN, DIRECTOR ADJUNTO AL PRESIDENTE, REFUERZA EL EQUIPO DIRECTIVO

Gesinta Invest Company, empresa líder en el sector de la distribución y con subsidiarias de renombre en los ámbitos tabaquero, hostelero y gastronómico, continúa su ambicioso plan de crecimiento y expansión con la incorporación de un nuevo talento a su equipo directivo. Gonzalo de León Civera, reconocido experto en la industria del tabaco y con una amplia experiencia en el sector de la restauración, se une a la compañía como director adjunto al presidente.

"Estoy realmente encantado de unirme a este magnífico equipo y de contribuir para que Gesinta alcance nuevos hitos en su viaje hacia nuevos horizontes empresariales", afirma Gonzalo de León durante su presentación ante la compañía. Y añade que "una de las razones principales que me atrajo a esta empresa fue su firme compromiso con ofrecer productos de alta calidad a precios competitivos y con un servicio excepcional al cliente. Esta triada siempre ha sido un pilar fundamental en mi carrera, por lo que me siento muy identificado con la filosofía de la empresa. Es un enfoque que comparto plenamente y que me motiva a dar lo mejor de mí".

Con una trayectoria de más de 35 años en el sector, el zaragozano ha trasladado su residencia a Denia (Alicante), sede de Gesinta, para aportar toda su



y asistir a la presidencia en su división de distribución.

El perfil multidisciplinar de Gonzalo de León, con formación en áreas como gestión empresarial, protocolo y comunicación, y su dilatada experiencia en prensa, lifestyle, productos gourmet y hostelería, aportarán un valor añadido a la compañía del que se beneficiarán todos sus miembros asociados. Su capacidad de liderazgo y su visión de futuro serán fundamentales para impulsar los nuevos proyectos de Gesinta.

La incorporación de De León se alinea con la estrategia de Gesinta de consolidarse como un referente en los diferentes sectores en los que opera y de diversificar sus actividades hacia negocios de éxito. Su experiencia y conocimientos serán fundamentales para alcanzar los ambiciosos objetivos de la compañía, comprometida desde sus

inicios con la excelencia y la innovación que le han permitido posicionarse como un actor clave en el mercado.

"UNA DE LAS RAZONES PRINCIPALES QUE ME ATRAJO A ESTA EMPRESA FUE SU FIRME COMPROMISO CON OFRECER PRODUCTOS DE ALTA CALIDAD A PRECIOS COMPETITIVOS Y CON UN SERVICIO EXCEPCIONAL AL CLIENTE. ESTA TRIADA SIEMPRE HA SIDO UN PILAR FUNDAMENTAL EN MI CARRERA", COMENTA GONZALO DE LEÓN.

experiencia, visión estratégica y un profundo conocimiento de los sectores en los que la compañía ha diversificado su negocio. Tras iniciarse en el mercado minorista de tabacos, su experiencia se ha desarrollado en diferentes ámbitos, desde la gestión de empresas multinacionales en España y Portugal hasta la representación del sector en asociaciones y como colaborador en medios de comunicación especializados.

Su incorporación como director adjunto al presidente supone un refuerzo clave para Gesinta, ya que se encargará de supervisar nuevas áreas de negocio, coordinar proyectos estratégicos, potenciar la expansión nacional e internacional

SOBRE GESINTA



Gesinta International Tobacco Company es un fabricante internacional de tabaco enfocado en satisfacer las necesidades de sus consumidores, brindando algunos de los mejores puros en relación precio-calidad del mercado. Fabrica y distribuye puros y tabacos de diferentes regiones del mundo, entre ellas Nicaragua, Honduras, Islas Canarias y Europa, entre sus marcas figuran Condega, Don José, Raza, Kraken, Umnum, Anonymous, Mala Vida y La Oveja Negra que están disponibles en 37 mercados de todo el mundo.



Davidoff Aniversario Double "R", exquisito y para ocasiones

Lanzada en 1986, la Línea Aniversario de Davidoff cuenta con seis vitolas que tienen como característica su gran calidad y la buena selección de tabacos dominicanos que los conforman, siendo el Doble R el de mayor formato.

En el Davidoff Aniversario Doble R, los maestros tabaqueros de la marca se esforzaron para conseguir en un gran tamaño la complejidad y desarrollo de un cigarro grato en el paladar y muy especialmente destinado para grandes ocasiones, ya que su degustación puede alargarse casi hasta la hora y media.

Elaborado en su tripa y capote con tabacos procedentes de las vegas de Davidoff situadas en el norte de la República Dominicana próximas a Santiago de los Caballeros, la capa exterior, de un color animadamente claro, bien aceitado y perfectamente extendido, procede de tabaco Connecticut de Ecuador.

Ya en los comienzos de la degustación y sus primeras aspiraciones, el Doble R nos marca perfectamente el buen recorrido a lo largo de sus 190 milímetros que, gracias a los 19,84 milímetros de diámetro y a su cepo 50, nos hace llegar a la boca

EL SABOR ES COMPLEJO, REFINADO Y LO PODRÍAMOS DEFINIR COMO AUDAZ, YA QUE A LO LARGO DE SUS TRES TERCIOS PODEMOS ENCONTRAR RASTROS DE ESPECIAS, MADERA Y UNOS TOQUES PICANTES BASTANTE SUAVES.

La cantidad de tabacos de este Davidoff supera los 20 gramos.



un humo no excesivamente denso y a la vez ligero sin agresividad de ningún tipo.

El sabor es complejo, refinado y lo podríamos definir como audaz, ya que a lo largo de sus tres tercios podemos encontrar rastros de especias, madera y unos toques picantes bastante suaves.

Otra de sus peculiaridades es que en la ligada creada por los expertos de Davidoff lograron hacer conjuntar una mezcla de tabacos de cuatro cosechas, por lo cual se consigue una singularidad en sus sabores que, junto con la magnífica elaboración de los pureros, hace de la fumada una fácil y gustosa degustación que, unido a su espléndida combustibilidad, logra sensaciones altamente placenteras.

La suavidad de las aspiraciones nos llega porque el Doble R se ideó para que este cigarro no superase una fortaleza media, que fue catalogada en su día como de 2,5 sobre 5, por lo cual tenemos asegurada una cata sin alteraciones a lo largo de la misma.



LA LÍNEA ANIVERSARIO SE CREÓ Y LANZÓ PARA CONMEMORAR EL 80 ANIVERSARIO DE ZINO DAVIDOFF EN 1986 Y ES LA LÍNEA MÁS DIFÍCIL DE ROLAR DE TODAS LAS LÍNEAS DE LA WHITE BAND COLLECTION DE DAVIDOFF. DE ELLO SE ENCARGAN TORCEDORES CON MÁS DE DIEZ AÑOS DE EXPERIENCIA.

Lanzada en 1986 la Línea Aniversario quiso conmemorar el 80 cumpleaños de Zino Davidoff, a quien se considera que introdujo el hábito de fumar en el ámbito del lujo y de la distinción, consiguiendo que su marca se consolidase en el mundo de los puros de calidad como un referente.

De todas formas, el Aniversario Doble R está dedicado para aquellos aficionados a los cigarros Premium que puedan



Davidoff Aniversario Double "R" se presenta en cajas de madera de 25 cigarros.

ser catalogados como expertos, ya que la experiencia de su fumada es compleja a la vez que grata y con una alta capacidad de percepciones en boca.

Esta Doble Corona, también llamada Doble Robusto por su tamaño, nos deja para finalizar su último tercio toda una gama de matices con la mansedumbre y garantía de que su humo, no excesivamente denso, nos aporta un retrogusto sencillo y asequible.

DAVIDOFF ANIVERSARIO DOUBLE "R"

FORMATO

Longitud: 190 mm.
Diámetro: 19,84 mm.
Cepo: 50
Peso: 20,5 gr.

TABACO

Tripa: República Dominicana.
Capote: República Dominicana.
Capa: Connecticut Ecuador.

ANTES DE ENCENDER

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

FUMADA

Cigarro de gran exquisitez en el que ya desde los inicios de la degustación muestra su calidez en sabores suaves de tipo medio, con presencia de toques especiados y amaderados, de gran combustibilidad y magnífico retrogusto sin ningún tipo de aristas en boca.

TIEMPO DE FUMADA

75/80 minutos.

TIRO

Excelente.

CENIZA

Gris clara.

PRESENTACIÓN COMERCIAL

Caja de madera de 25 cigarros.

PVP: 35,00 €.

COMENTARIO

Un gran cigarro Premium de la serie Aniversario con vitola de galera Doble Corona (doble Robusto también llamado), que ofrece una sensación espléndida en medio de su buena y compleja degustación, con la seguridad y garantía de la confección de la casa Davidoff y un excepcional gramaje de tabaco.



Dos orígenes americanos aunque de distintas procedencias ya que el primero de ellos, el Partagás Lusitanias, es uno de los Habanos más clásicos procedentes de las vegas cubanas de Pinar del Río, mientras que La Finca No. 3 responde a uno de los más novedosos cigarros centroamericanos y más concretamente de tabacos de los valles de Honduras y Nicaragua.

PARTAGÁS LUSITANIAS

FORMATO

Longitud: 194 mm.
Diámetro: 19,45 mm.
Cepo: 49
Peso: 19,97 gr.

TABACO

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

ANTES DE ENCENDER

Color: colorado.
Aroma: terroso.
Gusto: tabaco añejado.

FUMADA

Ya en sus inicios muestra su carácter y fortaleza que, avanzada la combustión, nos ofrece toques terrosos y la pimienta blanca hace su aparición con una mayor intensidad de sabores y vigor con un aporte de madera y especias junto con un perfecto balance.

TIEMPO DE FUMADA

75/80 minutos.

TIRO

Excelente.

CENIZA

Gris de tonos medios con rodales negros.

PRESENTACION COMERCIAL

Cajas de 25 cigarros.

PVP: 31,20 €.

COMENTARIO

Este magnífico habano de vitola de galera Prominentes muestra todo el carácter y la fortaleza de la ligada de la casa Flor de Tabacos de Partagás, lo que le indica muy apropiado para grandes ocasiones y sobre todo para los aficionados que prefieran los cigarros cubanos de concepción más tradicional y con una larga fumada.



LA FINCA Nº 3

FORMATO

Longitud: 102 mm.
Diámetro: 19,06 mm.
Cepo: 60
Peso: 7,32 gr.

TABACO

Tripa: Nicaragua.
Capote: Sumatra.
Capa: Ecuador.

ANTES DE ENCENDER

Color: carmelita entre natural y maduro.
Aroma: floral.
Gusto: dulzón.

FUMADA

De inicios de cierta suavidad, los rastros de tabaco grato y gustoso sin ninguna agresividad para las papilas se mantienen en su corta degustación, en la que también presenta tonos tostados y la madera, siempre presente, con sabores tenues de tabaco bien cuidado.

TIEMPO DE FUMADA

45-55 minutos.

TIRO

Perfecto.

CENIZA

Gris de tonos claros.

PRESENTACION COMERCIAL

Caja de 25 cigarros envueltos en celofán.

PVP: 3,00 €.

COMENTARIO

Lo mejor de esta pequeña vitola centroamericana, elaborada en tierras hondureñas, quizás sea la buena combinación de los tabacos cultivados en los fértiles valles de Nicaragua y Honduras, con una perfecta conjunción de sabores y muy corta degustación.



LIVE LIFE FROM A TO *Zino*



SOME PEOPLE ARE HAPPY BEING A TO B. AND SOME PEOPLE WANT THE WHOLE A TO Z VIA ANYWHERE THEY LIKE THE LOOK OF. JUST LIKE ZINO DAVIDOFF. THE CIGARS ROLLED IN HIS NAME SUIT HIS SPIRIT OF DISCOVERY.

A UNIQUE BLEND OF FLAVOURS FROM A-Z

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



Capitol Swing: la música de Rafael Nodal

Con razón se dice que no importa saber, sino tener el teléfono del que sabe. Por suerte, son muchos los números que atesoro; entre ellos, el de Raúl Rodríguez, director de esta revista, sabio en lo referente al tabaco, al periodismo y a la amistad. Por él he conocido la peripecia de Rafael Nodal, el maestro que ha preparado la liga del Capitol Swing elegido para esta tenida, músico entregado y febril, aparte de experto tabaquero, que toca con desparpajo multitud de instrumentos y no se contiene ante la cercanía de un piano. Era cuestión de tiempo que entregase su música a la marca que exhibe en sus anillas la fachada de un teatro dibujada con el metal brillante de los años veinte.

Es un cigarro dinámico, de cepo cuarenta y cuatro y trece centímetros de longitud, una mareva que ha pasado por el gimnasio, aunque su nombre de galera es... Swing (¿a que no lo esperaban?). Capa entre colorado y oscuro, brillante y lisa, que encierra con firmeza, pero sin exceso de peso, la mezcla de hojas nicaragüenses que don Rafael sabe y calla.

Según lo que apunté, en frío entrega aromas de cuero, cítricos y una melaza salvaje y viva, muy cercana al guarapo; los sabores antes del fuego sorprenden: cacao, una nota láctica inesperada y un claro sabor a pulpa de agave. Lo apuntado tiene toda la exactitud de la que soy capaz, pero el aire notarial de un cuaderno de catas es injusto con el cigarro (como con tantos otros) porque no recoge las sensaciones sin taxonomía que despierta en quien lo sostiene; hablo de elegancia y descaro, pero también de intimidad y lentitud, de un formato sinuoso que susurra y guarda un grito de júbilo. Los entendidos hablan de puros versátiles, yo prefiero nombrarlos "trotamundos", porque puedo imaginarlos conmigo en la ciudad, a primera hora de la tarde, o en un muelle, a última hora de la madrugada.

Regala humo abundante y fluido desde la primera calada, fuerte al principio como un acorde de ataque astringente y con pimienta, aunque pronto comienza a desarrollarse la melodía: la base rítmica la conforma un prominente sabor tostado (esas percusiones hipnóticas de la música caribeña...), mientras que el tema lo desarrollan, con el descaro de una sección de metal bailonga, sabores salinos y de almendra. Quizás un contrapunto melancólico que apacigüe el vendaval: Osborne Fine Ruby Porto, anisado y con frutos rojos al olerlo, dulce, cargado de alba-

LOS ENTENDIDOS HABLAN DE PUROS VERSÁTILES, YO PREFIERO NOMBRARLOS "TROTAMUNDOS", PORQUE PUEDO IMAGINARLOS CONMIGO EN LA CIUDAD, A PRIMERA HORA DE LA TARDE, O EN UN MUELLE, A ÚLTIMA HORA DE LA MADRUGADA.



ricoques y persistente cuando se bebe. Supongo que los portugueses estarán hartos de que se les mencione la saudade, pero es imposible no pensar en ella ante un trago como éste, sosegado y silencioso, que consigue arrancar algo de chocolate al cigarro, aunque el Capitol está muy entregado a su ritmo para detenerse en esta cadencia tranquila.

Y es que el nombre de Swing ha sido uno de los muchos aciertos de este puro porque también es cosmopolita, agitado, rítmico. A mitad de la fumada inunda la boca de notas torrefactas, desde el fruto seco tostado al café; no es un cigarro de mucha fortaleza, pero sí de persistencia y empaque. Arde con ganas y fluye con limpieza, y tengo la sensación de que su gran solo puede llegar en cualquier momento. Para prepararlo,

Los Siete Misterios Doba-Yej

Este mezcal mejicano de Oaxaca es el primer producto de Siete Misterios elaborado en un alambique de cobre, a diferencia del tradicional alambique de barro que se utiliza en otros mezcales. Fiel al estilo de Siete Misterios, cada lote es supervisado por un mezcalero diferente y el producto es elaborado a partir de jugo de agave 100% natural de la variedad Angustifolia Haw y se hornea en horno cónico subterráneo, empleando madera y piedras de río. Este mezcal tiene un tono cristalino con vetas plateadas y presenta aromas cítricos a limón amarillo, limón verde, toronja, delicados destellos ahumados y manzana amarilla. En boca ofrece tonos florales de violetas y delicadas notas dulces de agave cocido y caramelo tostado. Mezcal Los Siete Misterios fue fundado en 2010 por los hermanos Julio y Eduardo Mestre con la intención de capturar la pasión, las tradiciones y la cultura detrás de la producción de mezcal.



Porto Osborne Fine Ruby

Vino generoso de Oporto originario de Vilanova de Gaia, situada al noroeste de Portugal, y elaborado con la mejor selección de uvas de las variedades autóctonas del Douro: touriga nacional, touriga francesa, tinta roriz, tinta amarela y tinta barroca. La uva es totalmente despalillada y la fermentación se hace con remontes prolongados en cubas de acero inoxidable a temperatura controlada y, posteriormente, es envejecido durante una media de cuatro años en barricas de roble americano. Rico y delicioso, tiene un hermoso y muy intenso color rubí, con viscosidad media. Un vino que nos deleita con ricos aromas y sabores de frutos rojos, equilibrados con matices especiados y taninos deliciosamente dulces y suaves.

un poco de mezcal Siete Misterios, pensando en aquella tentación de agave que me asaltó al principio. Su aroma es vegetal, profundo y radiante; si alguna vez quebraron un cactus sabrán a lo que me refiero. Su sabor es salino y recuerda al hollejo de la uva cuando aún está fresco, un sabor de septiembre, aire libre y luz dorada, traídos por un alcohol perfectamente integrado, que acaricia la garganta y aviva todas las sensaciones. Música con música, el humo toma untuosidad y carácter "rancio", con toda la bondad que el término trae del ayer de cada uno de nosotros: graso, apetitoso, fuerte.

La entrada perfecta para que el trompetista se levante, arroje lejos la sordina y lance al aire una nota sostenida, vibrante y feroz, la nota que termina con la orquestación para que comience el frenesí: Ron Havana Club 7 en la copa; ni siquiera el hielo es necesario. Tiene piña, vainilla, pinceladas ahumadas y un muy adecuado punto de tabaco que se atreve con el baile convulso que se le viene encima. Las caladas finales del Swing desatan cedro, vainilla, sabores dulces muy vivos, también terrosos, también cafeteros, de cacao y de avellana, alzados todos sobre un suelo de tabaco negro en el que improvisar una danza tan enloquecida como elegante, tan sensual como amistosa. La vainilla del ron y la del humo juegan y rien, como rien y juegan todas las notas de tabaco y madera. En pocas ocasiones un final ha sido tan interminable.

Que un cigarro devuelva la música que uno cree, a veces, haber perdido es una experiencia extraña, salvífica, memorable. El maestro Rafael Nodal ha dado forma a una big band de muy altos vuelos. Y a quienes hayan notado la paronomasia les diré que, con todos los respetos, siempre preferiré a quien esgrima un cigarro y una partitura que a un mago de la raqueta.

CAPITOL SWING

FORMATO

Longitud: 130 mm.
Diámetro: 17,46 mm.
Cepo: 44.

TABACO

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

NOTAS DE CATA

Color: Carmelita oscuro tirando a maduro, aceitada, de tacto suave y esponjoso.
Aroma: Amaderado, torrefacto, tostado, especiado y ligeramente dulce. Cuero, cacao y algo cítrico.
Gusto: Café, cacao, pimienta y almendra tostada con un toque de vainilla, miel y cedro ahumado, que deja un gusto muy largo y persistente.
Tiro: Muy bueno.
Combustión: Muy pareja y homogénea a lo largo de toda la fumada.
Fortaleza: Media a media-fuerte.
Ceniza: De color gris medio mate y gris oscuro mate, con vetas de gris claro.
Tiempo de fumada: Unos 45-50 minutos aproximadamente.
Presentación comercial: Caja de 10 cigarros, envueltos en celofán.
Precio: 7,90 €/cigarro; 79,00 €/caja.



Havana Club Añejo 7 Años

Havana Club fue fundada en 1934 por José Arechabala. Su producto estrella es el ron fabricado en Santa Cruz del Norte, en Cuba. Havana Club Añejo 7 años, conocido como "El Ron Fundacional", fue traído al mundo en 1978 por el legendario Maestro Ronero Cubano Don José Navarro. De las bases de ron que lo componen, la más joven tiene 7 años de añejamiento, pero contiene bases de hasta 14 años. De color oscuro y aroma apacible, dominado por las notas del añejamiento, con toques de vainilla, de frutas secas y de maderas del bosque, en boca es sedoso en un primer momento, para luego mostrar todo su esplendor con notas de tabaco, cacao, vainilla, caña de azúcar, castaña y frutas tropicales tibias caramelizadas, reforzados por una nota de roble y especia marrón. Sus notas envejecidas regalan un final intenso y suave.





MARIDAJE
DAVID CAGIGAS

MONTECRISTO ESPECIALES Nº 2

Continuismo clásico

Montecristo es una de las marcas de Habanos más reconocidas en todo el mundo: fue fundada en 1935, su nombre se origina en la novela "El Conde de Montecristo", de Alejandro Dumas, y la marca se creó en la Fábrica de H. Upmann en La Habana. Montecristo es considerada la referencia por la que se mide a todos los demás Habanos debido a su perfil aromático tan característico y sus vitolas de Tripa Larga, elaboradas "Totalmente a Mano" con hojas procedentes de "Vuelta Abajo", la zona más prestigiosa para el cultivo del tabaco en Cuba.

Montecristo ha ido ampliando su vitolario desde su primer lanzamiento con sus vitolas de la Línea Clásica numerada del 1 al 5, en el 2004 incorpora la Línea Edmundo, en 2009 la Línea Open, siendo quizá éstas las más representativas, pero no hay que olvidarse de la Línea 1935 de 2017 o la vitola Herederos en 2020. Pues bien, ahora nos presentan el quizá no tan nuevo, pero sí muy discreto en su momento, Montecristo Especial nº2.

EN BOCA, EL TABACO MUESTRA UNA FORTALEZA QUE VA EVOLUCIONANDO DESDE EL RANGO MEDIO DURANTE EL INICIO DE LA FUMADA, EN LA QUE YA DEJA ENTREVER SU POTENCIAL, HASTA LA FORTALEZA ALTA DESDE LA SEGUNDA MITAD APROXIMADAMENTE HASTA EL FINAL DEL TABACO.

Montecristo Especial nº2 posee un cepo 38 y 152 mm., muestra una vitola Laguito Nº2 con su distintivo pigtale, o rabo de cerdo, y su tiempo de fumada está en torno a los 60 minutos, como siempre, dependiendo de la velocidad de fumada. Su precio es de 18,30€ en expendeduría.

En frío, el tabaco revela notas de tofe, cuero fino, moka y especias como pimienta negra, nuez moscada, jengibre y canela, incluso anís estrella. También se detectan frutos secos confitados tales como almendras, nueces y cacahuètes, además de una nota terrosa de musgo con tierra fresca y un

toque de regaliz. Adicionalmente, se discernen notas florales de miel, pétalos

de rosa caramelizados, piel de cítricos dulces, bollería y madera aromática. En general, podemos decir que nos encontramos ante un tabaco que presenta un perfil aromático complejo y durante la fumada ya se prevé que habrá bastantes giros.

Aunque cada bocanada muestra



Montecristo Especiales Nº 2

Vitola de galera: Laguito Nº 2.

Tamaño: 152 mm x cepo 38.

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

Capa: Colorado natural.

Fortaleza: Media a media-alta.

Tiempo de fumada: Unos 60 minutos.

Presentación comercial: Cajas de 25 cigarros.

PVP: 18,30 €/cigarro.

457,50 €/estuche.

TODO MARIDADO

MI OPINIÓN

La complejidad y riqueza de sabores del Grant Family Reserve se complementan perfectamente con el carácter sedoso y redondo del Montecristo Especial nº2, creando una experiencia sensorial única. La interacción de las notas de moka, toffee y canela del whisky con las especias de pimienta negra y nuez moscada del cigarro elevan el disfrute a un nuevo nivel, mientras que la acidez refrescante de las uvas Sauternes recubre delicadamente el paladar, equilibrando la untuosidad del chocolate y las notas de bollería del Montecristo, además de su untuosidad, más que apreciable. Así, cada bocanada y cada sorbo permiten una armonía de sabores que se despliegan con cada inhalación y degustación.

EL ESPECIAL Nº2 POSEE UN CEP0 38 Y 152 MM., MUESTRA UNA VITOLA LAGUITO Nº2 CON SU DISTINTIVO PIGTALE, O RABO DE CERDO, Y SU TIEMPO DE FUMADA ESTÁ EN TORNO A LOS 60 MINUTOS, COMO SIEMPRE, DEPENDIENDO DE LA VELOCIDAD DE FUMADA.

pequeñas evoluciones donde podemos apreciar cómo van interactuando las distintas notas y como todo ello llevaría su extensión ir narrando una a una, vamos a reducir a dos tercios la evolución de este tabaco. De esta manera tendríamos un inicio de bocanada de madera aromática dulzona intensa de arcón de abuela en el desván, acompañado de las notas especiadas mencionadas en frío

y con la nota floral de pétalo de rosa caramelizada, que son las que van a predominar, sin olvidar que tendremos a su vez, y con no poca fuerza, las notas terrosas y la pimienta negra.

En el segundo tercio se repiten las notas, pero

empiezan a despuntar con mayor intensidad el moka especiado, disminuyendo las notas florales, y en el último tercio la madera se torna más tostada, generando cierta nota de carbón; las notas florales desaparecen, pero se incrementan las de bollería por la untuosidad y dulzor del cigarro.

En boca, el tabaco muestra una fortaleza que va evolucionando desde el rango medio durante el inicio de la fumada, en la que ya deja entrever su potencial, hasta la fortaleza alta desde la segunda mitad aproximadamente hasta el final del tabaco. En general, el dulzor es el característico de la marca, no muy alto, dejándolo quizá en el rango medio, por lo que los demás componentes se percibirán de una forma más intensa. De tanicidad redonda y untuosidad media a alta, el tabaco gracias a ello se va a percibir muy sedoso y seco.

William Grant's Family Reserve Whisky

William Grant es el fundador de esta destilería, cuyos destilados iniciaron su producción en 1887. La fuente principal de agua pura proviene de Robbie Dhu. La destilería mantiene la metodología tradicional establecida por William Grant. Para crear este Grant Family Reserve, se mezclan aproximadamente 25 whiskies diferentes de malta y grano. El whisky de grano procede de Girvin, donde se destila al vacío a baja temperatura, lo que le otorga una ligereza y refinamiento distintivos. El proceso de añejamiento utiliza tres tipos de barricas: barrica nueva, barrica de roble americano ex-bourbon y barrica ex-sherry. Esto proporciona una profundidad y complejidad adicionales al producto final.

Las notas predominantes incluyen manzana al horno, almendra silvestre, brezo, moka, toffee, miel y toques sutiles de madera de vainilla, canela, bollería de bizcocho borracho y jengibre, con un alcohol bien integrado y redondo debido a su añejamiento.

Uva de Sauternes recubierta de chocolate negro

Sauternes es una zona de producción vinícola de Francia, concretamente de la zona de Aquitania, Burdeos, en la que se elabora uno de los mayores blancos dulces del mundo, Chateau d'Yquem, en los que las variedades blancas como la Sauvignon Blanc o Semillon son utilizadas.

Las uvas empleadas en este producto son de la variedad Sauvignon Blanc, que se caracteriza, entre otras cualidades, por unos niveles de acidez considerablemente altos que ayudan a refrescar la boca sin llegar a limpiarla. De esta manera, estas perlas de chocolate tienen un nivel de azúcar más que apreciable, pero equilibrado por esta acidez. De hecho, la cobertura de chocolate va a resultar ligera, puesto que esta acidez irá limpiando la película de grasa que nos proporciona el chocolate sin, por supuesto, eliminar el sabor de éste.



Tabacalera

Cuatro nuevas presentaciones de Habanos

Montecristo Montecristo Especial No. 2, San Cristóbal de La Habana El Príncipe, Partagás Lusitanias y Vegueros Centrogordos son las cuatro nuevas presentaciones que protagoniza Habanos en las cavas de los estancos.

Vuelve al mercado español Montecristo Montecristo Especial No. 2, una vitola que destaca por su calibre fino muy icónico dentro del portafolio de la marca.

Este lanzamiento se presenta en caja de madera sin barnizar con 25 Habanos de vitola de galera Laguito No. 2 (152 mm y cepo 38), cada uno representativo de todo el sabor y aroma que caracterizan la ligada de la marca, en la que resaltan las notas dulces y especias con recuerdos a cuero, madera, café y miel.

Tiene un precio de venta al público de 18,30 euros/cigarro y el de la caja de 25 cigarros es de 457,50 euros.

SAN CRISTÓBAL DE LA HABANA EL PRÍNCIPE

Regresa a las cavas españolas San Cristóbal de La Habana El Príncipe, una vitola de corto recorrido ideal para aquellos amantes de la ligada suave a media de la marca.

Este lanzamiento, de vitola de galera Minutos (110 mm y cepo 42) se presenta en caja de madera habilitada con 25 Habanos elaborados Totalmente a Mano con Tripa Larga, con hojas de la zona de Vuelta Abajo en Pinar del Río.

Tiene un precio de venta al público de 7,00 euros/cigarro y el de la caja de 25 cigarros es de 175,00 euros.

PARTAGÁS LUSITANIAS

Aclamada vitola ya clásica dentro del portafolio de Partagás y uno de los cigarros más apreciados y valorados por los fumadores para las grandes ocasiones, a partir de ahora podrá encontrarse en los estancos de España en caja habilitada de 10 cigarros.

Este habano, conocido en galera como Prominentes, ofrece todo el carácter de la marca en sus 194 mm de fumada con cepo 49, resaltando las notas terrosas y especias que perduran con gran intensidad.

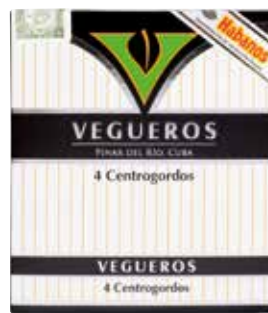
Tiene un precio de venta al público de 31,20 euros/cigarro y el de la caja de 10 cigarros es de 312,00 euros.

VEGUEROS CENTROGORDOS

Vegueros estrena nuevo formato de envase en su vitola Centrogordos: un estuche de cuatro cigarros que se suma a la actual lata metálica. Vegueros Centrogordos, la quinta vitola y de mayor cepo dentro del portafolio de la marca, a partir de ahora podrá encontrarse en los estancos de España también en estuche de cuatro cigarros, además de la ya existente lata metálica de 16 cigarros. De esta forma, el portafolio de Habanos continúa ampliando su abanico de presentaciones para satisfacer las necesidades de sus aficionados.

Esta vitola, de cepo 54 y 100 mm de longitud (vitola de galera Centro Gordos), se caracteriza por su intensidad de sabores y aromas, en línea con la ligada de la marca. Es una opción atractiva para aquellos que buscan un habano accesible y con una ligada de sabor medio a fuerte.

Se elabora, como el resto del vitolarío de la marca, con hojas de tabaco procedentes de la zona de Vuelta Abajo, en Pinar del Río en Cuba. Se presenta en un estuche de 4 cigarros con la nueva imagen de la marca. Su precio es de 7,25 € el habano y 29,00 euros la caja.



Tabacalera

Nuevos lanzamientos de Juan López y Hoyo de Monterrey

Acaban de llegar a los estancos dos nuevos lanzamientos de Habanos. Por un lado, el Juan López Cien cuenta y Cuatro Edición Regional 2023. Por otro, Hoyo de Monterrey Coronations Tubo.

Cien cuenta y Cuatro, de la marca Juan López, es la vitola seleccionada en 2023 para esta Edición Regional de venta en exclusiva para los amantes del Habano en España. Estos Habanos, elaborados "Totalmente a Mano con Tripa Larga" con hojas seleccionadas de la zona de Vuelta Abajo*, donde se produce el considerado mejor tabaco del mundo, en la región de Pinar del Río*, Cuba*, forman parte de una producción especial y única de 50.000 cajas individualmente numeradas que contienen 10 cigarros cada una. Esta nueva vitola de Juan López es comercializada por Tabacalera S.L.U, Distribuidor Exclusivo de Habanos, S.A. en España.

Juan López Cien cuenta y Cuatro Edición Regional 2023 es un cigarro de 120 milímetros de longitud y cepo 54, vitola de galera Magnum 54, que se presenta en cajas de 10 cigarros. Su precio de venta al público es de 22 euros/cigarro y 220 euros/caja.



HOYO DE MONTERREY

Hoyo de Monterrey estrena en el mercado español una nueva presentación de su vitola Coronations, una opción ideal para paladares que disfrutan la fortaleza suave, con buena pujanza de sabores y notables percepciones tabaqueras.

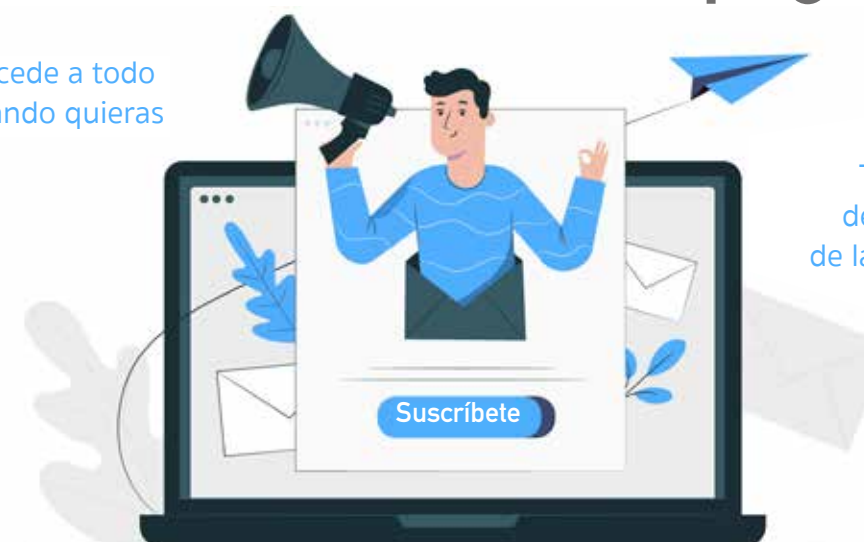
Este reciente lanzamiento lleva la nueva imagen de la marca y se presenta en caja habilitada de 25 Habanos con envoltura de cedro y en tubo, un mix perfecto para su conservación.

Este Coronations Tubo (vitola de galera Petit Coronas, 129 mm y cepo 42), se presenta en cajas de 25 cigarros y tiene un precio de venta al público de 11,60 euros/cigarro y 290 euros/caja.



¿Aún NO conoces nuestra página web?

Suscríbete y accede a todo el contenido cuando quieras



También puedes descargar el PDF de las últimas ediciones

Tabacalera

Ya está aquí el Boneshaker Morning Star, rebelde por naturaleza

Boneshaker sorprende a sus aficionados con el lanzamiento de una nueva vitola: **Boneshaker Morning Star**. Un formato que pasa a incorporarse al portafolio estándar de la marca. Con esta propuesta (cepo 56 x 152 mm), Boneshaker completa su vitolario de calibres gruesos y contundentes, dirigidos a los aficionados más atrevidos. Se une a los formatos ya presentes en la marca: **Mace 60** (cepo 60 x 114 mm) y **Maul 54** (cepo 54 x 152 mm). Todos ellos con su característica anilla e imagen rompedora con la calavera.

Los Boneshaker son puros premium de tripa larga, están elaborados a mano con tabacos procedentes de los fértiles suelos volcánicos de Nicaragua. Vienen envueltos en una capa oscura y aceitosa. Son cigarros complejos y van dirigidos a un público que busca sensaciones fuertes. Desde su exitoso lanzamiento en España en 2018 la marca lleva vendidos más de 200.000 cigarros vendidos en nuestro país, sus aficionados se caracterizan por su espíritu joven y rebelde que busca romper esquemas y probar nuevas sensaciones.

Boneshaker Morning Star está a la venta en España desde este mes de febrero pasado a un precio de 6,20 euros el cigarro.



FICHA TÉCNICA Y DE CATA

FORMATO

Vitola: Morning Star (152 mm x cepo 56).

TABACO

Capa: Connecticut Broadleaf.

Capote: Nicaragua.

Tripa: Nicaragua y Connecticut Broadleaf.

NOTAS DE CATA

Capa: Maduro casi oscura, suave, sedosa y con grasa.

Aroma: Tostado, torrefacto y muy especiado.

Gusto: Amaderado, ahumado y a frutas maduras. Nos deja un posgusto a madera tostada, café expreso, cacao, vainilla, y pimienta negra.

Fortaleza: Media-fuerte.

Tiro: Muy bueno.

Combustión: Pareja y homogénea en toda la fumada.

Ceniza: Compacta, de color gris oscuro con alguna veta de gris medio.

Tiempo de fumada: 60-70 minutos aproximadamente.

Presentación: Caja de 20 cigarros.

PVP: 6,20 euros/cigarro; 124,00 euros/caja.



Zeniza Cigars & Company

Acuerdo para representar la marca Simón Beltré en España

Zeniza Cigars & Company ha alcanzado un acuerdo con Simón Beltré para representar la marca dominicana de cigarros premium en nuestro país, encargándose de su distribución a estancos a través de la compañía Comet. Simón Beltré es una firma con una trayectoria de cuatro generaciones cultivando tabaco en el Valle de Azua, situado al sur de República Dominicana.

Cuatro son las vitolas de Simón Beltré que se van a comercializar en España a través de Zeniza Cigars & Company, todos ellos presentados en cajas de 20 unidades: Simón Beltré Andullo (114 mm y cepo 57), a 11,80 euros el cigarro; Simón Beltré CSZ "Chocolate Suizo" (152 mm y cepo 56), a 13,80 euros el cigarro; Simón Beltré Cuatro Caminos (152 mm y cepo 50), a 9,80 euros el cigarro; y Simón Beltré Aniversario (150 mm y cepo 54), a 13,60 euros el cigarro.

Simón Beltré Andullo es un Short Robusto con capa Habano 2000 de Ecuador, capote Olor Dominicano y tripa San Vicente, Piloto San Vicente Mejorado y Andullo dominicanos, de fortaleza media y un profundo sabor a tabaco añejo.

Simón Beltré CSZ "Chocolate Suizo" es un toro con capa



Habano 2000 de Ecuador, capote Olor Dominicano y tripa Semilla 2000, San Vicente Negrito y San Vicente Mejorado dominicanos, de fortaleza suave-media y con sabores a cacao, nueces y cuero.

Simón Beltré Cuatro Caminos es un toro con la misma composición de tabacos que en el caso anterior, de fortaleza suave-media y con sabores cremosos con notas de café, cacao, cuero y tierra,

Extremadamente complejo, Simón Beltré Aniversario es un toro con capa Habano 2000 de Ecuador, capote HVA Dominicano y tripa Criollo 98, Olor Dominicano y San Vicente Dominicano.

Con la incorporación de Simón Beltré al catálogo de Zeniza Cigars & Company, ya son cuatro las marcas que representa

esta firma en nuestro país, junto a las vitolas de la firma Barreda Cigars, de La Rosa de San Diego y de Valentino Siesto.



RETAILERS
FOR THE FUTURE

LBF

360°

retailersforthefuture.com

Davidoff

Davidoff Year Of The Snake, llega la nueva edición del Año Nuevo Chino

Luego de cerrar el ciclo zodiacal del año chino con el Davidoff Year of the Dragon en el 2024 y demostrar nuevamente que esta línea de ediciones limitadas tiene mucho carisma y es la insignia de innovación de Davidoff tanto en el empaquetado, como en el cigarro y los accesorios, aparte de haberse convertido en una reliquia y un producto de colección para todos los aficionados, llega a España Davidoff Year of the Snake.

La esperada edición limitada del año chino de Davidoff ya está en España, en esta ocasión el año de la serpiente (Year of the Snake). La serpiente, representa elegancia, equilibrio, lealtad y pasión, esos son los valores que se transmiten con esta edición limitada del 2025, por medio de un formato Lancero, con tabacos de República Dominicana, Ecuador y México. Los cuales brindan una experiencia gustativa totalmente diferente, con notas a limón, cuero y café. Esto se logra porque el tabaco de San Andrés México se coloca en la tripa y mezclado con un Híbrido Dominicano 98 que agrega notas dulces, cremosas y equilibradas hacen una mezcla fantástica y nunca antes realizada por Davidoff.



Davidoff Grand Cru Diademas Finas L.E 2024, ya en las cavas

Después de realizar la presentación a finales del 2024 en las bodegas de Pago de Carraovejas, explicando todas las similitudes y diferencias del mundo tabaco y el vino, bajo la campaña "The Difference". La hermandad del vino y el tabaco, ha llegado a España, para la degustación de todos los consumidores del cigarro premium, con el Davidoff Grand Cru Diademas Limited Edition 2024.

Esta Diadema concluye las ediciones limitadas de las familias clásicas de Davidoff con anilla blanca (Signature Nro1, Millennium Lancero, Aniversario Nro1), y abre paso para una degustación del tabaco más asociada a la gastronomía y a los productos complementarios que utiliza el aficionado al estar degustando un puro. En este caso, un maridaje perfecto, el vino tinto, debido a las hojas de la tripa de dominicana que han sido añejadas en barricas de vino de burdeos por 6 meses y que resaltan notas cítricas, amaderadas y cremosas.

Este cigarro es resaltar la línea Grand Cru, icónica y la hereda de la línea Chateau de los años 60, con una liga de

tabacos magnífica, redondeada y sutil, que en ese formato diademas, hará impresionar a muchos conocedores del vino y del tabaco.



Con una intensidad de 3 sobre 5, el formato Lancero (7 x 43 RG / 17,8cm x 1,8 cm) emulando lo longitud de la serpiente, brinda una fumada única e irrepetible. Además, para los aficionados que compren la caja completa, ésta trae una medalla removible para los coleccionistas y también están disponibles sets de regalo con accesorios del motivo de la serpiente.

El precio de esta edición es de 62,00€ por cigarro, todos los aficionados y coleccionistas ya pueden adquirirlo en su estanco de preferencia (SAP: 3521195).



FICHA TÉCNICA Y DE CATA

FORMATO

Vitola: Doble figurado (172 mm y cepo 50).

TABACO

Capa: Connecticut Ecuador.

Capote: República Dominicana.

Tripa: República Dominicana.

NOTAS DE CATA

Capa: Carmelita claro, con brillo, sedosa y fina.

Fumada: Empieza con pronunciadas notas cítricas y el sabor evoluciona hacia la pimienta y los frutos secos tostados. Un comienzo equilibrado con notas cremosas adicionales. El tabaco San Vicente envejecido en barricas cobra protagonismo y predominan los aromas de cerezas oscuras y un sabor que recuerda a un vino tinto de Burdeos, con notas de madera de roble y tierra. El gran final presenta notas pronunciadas de nuez y un aumento de intensidad, especias frescas y vainilla.

Fortaleza: Suave-media.

Tiempo de fumada: 60-75 minutos.

Presentación: Caja de 20 cigarros.

PVP: 57,00 euros/cigarro.



Davidoff



Zino Short Puritos, "Vive tu vida de la A a la Z"

En búsqueda de incentivar aún más el lema de Zino, "Vive tu vida de la A a la Z", se ha agregado un nuevo formato a la línea de puros Zino Nicaragua, el Short Puritos. Hechos 100% con tabaco y con el mismo perfil de sabor de los formatos con más cepo, ofrece una pausa muy dinámica para todos los aventureros.

Estos puritos no requieren humidificación y vienen pre-cortados, es decir, listos para degustar en cualquier momento y vivir espontáneamente. Un formato que busca la conveniencia y el estar presente en todas las ocasiones de los fumadores.

Aunque se degusten sabores parecidos a la línea Zino Nicaragua como chocolate negro, pimientas frescas y frutos secos tostados, su liga es un poco distinta, con capa y capote de México, y la

tripa de Dominicana y Ecuador. El formato Short Puritos es 3 ¼ x 26 RG / 8cm x 1 cm.

A un precio inmejorable de 6,90€ el pack de 10 y una caja de cartón muy conveniente, estos puritos ya están disponibles para acompañar a todos los aficionados. (SAP:3521203)



S.T. DUPONT

NUEVO BOLÍGRAFO CLASSIQUE, EL RENACIMIENTO DE UN ICONO

- El primer bolígrafo de lujo del mundo, diseñado para Jackie Kennedy

La historia de Classique es un testimonio de artesanía, diseño e historia. 50 años después de su lanzamiento, S.T. Dupont presenta una nueva versión del primer bolígrafo de lujo del mundo. Fabricado por petición de Jackie Kennedy, este icono de diseño de los 70 se reinventa con una forma ligeramente más gruesa y ergonómica, apta para ambos sexos, pero que preserve los detalles que definen su elegancia y atemporalidad.



diseño de los 70 y el comienzo de la trayectoria como maestros de la escritura.

EL NUEVO CLASSIQUE

El nuevo bolígrafo Classique conserva todo el ADN de su histórico predecesor, pero con una forma ligeramente más gruesa. Gracias a ello, ofrece una experiencia de escritura más comfortable. Materiales exquisitos, acabados preciosos (oro y paladio) y una sofisticada paleta de color define la elegancia de esta pieza. Su estética, moderna pero atemporal, es realizada por un clip en contraste.

El nuevo Classique está disponible en cinco colores y acabados diferentes, incluyendo paladio y oro cepillado, laca negra, roja y azul, y guilloché vertical y diagonal. Se fabrican en los históricos talleres de la marca en Faverges, y cada pieza es testimonio del compromiso de la firma con la excelencia.

P.V.P. recomendado

- Bolígrafo Classique Paladio Cepillado: 365 euros
- Bolígrafo Classique Negro y Oro: 385 euros
- Bolígrafo Classique Azul y Paladio: 385 euros
- Bolígrafo Classique Rojo y Oro: 425 euros
- Bolígrafo Classique Paladio Diagonal: 425 euros

SOBRE S.T. DUPONT

Fundada en 1872 en Faverges (Francia) por Simon Tissot Dupont, donde a día de hoy siguen situados sus talleres. Este empresario saboyano comenzó manufacturando carruajes de lujo antes de encontrar su misión en la marroquinería y la manufactura de equipajes de lujo para las élites de su tiempo. S.T. Dupont es un símbolo del savoir vivre francés con sus elegantes encendedores, estilográficas, bolsos y accesorios. Bajo el patronazgo de la emperatriz Eugenia, la casa desarrolló los primeros accesorios de viaje, hasta que los hijos Dupont, por una apuesta familiar, pasaron al mundo de los baúles de viaje por encargo y los pequeños accesorios. Entre sus clientes estaba el extravagante Maharaja de Patiala, que les encargó una pieza única, un minaudiere con un encendedor para cada una de sus favoritas- que acabó convirtiéndose en el primer encendedor de lujo. La marca registró su patente en 1940.

En los setenta, fue el primer bolígrafo de lujo lo que atrajo la atención de Jackie Kennedy, seguido por el bolso Riviera, un básico para Audrey Hepburn. Elegido por innumerables estrellas y artistas, incluyendo a Picasso, S.T. Dupont es reconocido por su maestría en las técnicas más tradicionales, que constantemente reinventa. Los más relevantes son el guilloché y la orfebrería, así como la laca de China. Hoy, más creativo e innovador que nunca, S.T. Dupont encarna la elegancia atemporal y la excelencia artesanal.

S.T. Dupont
PARIS 1872

Logista

STRATOR

Las ventas nunca se interrumpen, aunque falte conexión

Funcionamiento total de Strator aunque no tengas Wifi gracias a nuestras dos aplicaciones, Gestión y Venta, que se sincronizan continuamente.



En cualquier momento y desde cualquier dispositivo conoce el volumen de ventas, gestiona pedidos, modifica precios y controla tu negocio.



Acompañamiento personalizado y garantía de funcionalidad



Service
Desk



Consultor
propio



Formación
e instalación

strator@logista.es

logistastrator.com

Conciertos, actividades,
museos, musicales
y mucho más.

¡Ya en tu estanco!



taquilla
powered by elo

MEDIASET

Logista