

Nuevo IQOS ILUMA i

**El dispositivo N°1 para calentar tabaco.*
Con Pantalla táctil, Modo Pausa y más.**



Este material es para uso exclusivo del estanco. 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 adultos.

IQOS es el dispositivo N°1 para calentar tabaco*

Hay más de 30 millones de usuarios
de IQOS en todo el mundo.



El único en calentar desde el interior

Tecnología patentada
SMARTCORE INDUCTION SYSTEM™



Una duración larga

6 minutos o 14 inhalaciones



Sin residuos

No requiere ningún tipo de limpieza
y no deja residuos

*Según estimaciones de información de ventas para España (Península, Baleares, Ceuta y Melilla) del panel de Logista Diciembre 2024.

**fuente: <https://es.iqos.com/es/advertencias-instrucciones>

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

Nuevo IQOS ILUMA i

Nuevas funciones avanzadas



Pantalla Táctil

Visualiza y controla tu experiencia.



Modo Pausa

Desliza, pausa y reinicia.



FlexPuff*

Alarga tu experiencia hasta 4 inhalaciones.

*FlexPuff funciona solo con tu SMARTCORE STICK™. La experiencia y el número de inhalaciones dependen de patrones individuales, alargar la experiencia puede no aplicarse en todos los casos.

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

Calienta tabaco y controla la duración de la experiencia.

Nuevo
IQOS ILUMA i



Azul Brisa

Código Logista: 2005060

Nuevo
IQOS ILUMA i



Negro Medianoche

Código Logista: 2005058

¡Añádelo a tu pedido!

*Según estimación de ventas acumuladas de IQOS a diciembre de 2024 del panel de Logista para España (Península, Baleares, Ceuta y Melilla).

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

LBF RETAILERS

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

Nº370 / V.3 [2025] www.retailersforthefuture.com



John Freda y Javier Roa (JTI)

**SIEMPRE PONEMOS AL CONSUMIDOR EN
EL CENTRO DE TODO LO QUE HACEMOS**

Logista

STRATOR

¿Tu comercio está listo para Verifactu?



Con **Strator** asegura la legalidad de tu comercio con la mejor tecnología

✉ strator@logista.es

🌐 logistastrator.com

SUMARIO

PREMIOS 2025
RETAILERS
FOR THE FUTURE



PREMIOS LBF RETAILERS 2025.
¡Conoce a los ganadores!

GENERACIÓN W.
Marina Montoro: "Cada vez somos más
las mujeres que estamos liderando
proyectos en este sector"

REPORTAJE.
La CNMC comparte la necesidad de prevención,
pero recomienda reforzar la evidencia empírica
de ciertas medidas antitabaco

REPORTAJE.
Médicos y expertos defienden
el modelo sueco frente a la propuesta
del Ministerio de Sanidad

REPORTAJE.
Philip Morris certifica la hoja de tabaco
de Extremadura para su uso
en tabaco calentado

REPORTAJE.
IQOS Game Changer (R) Evolution:
la revolución de IQOS

NOTICIAS.
Entran en vigor los impuestos a los
líquidos de vapeo, las bolsas de nicotina
y otros productos relacionados

REPORTAJE.
Procigar celebra el XVII Festival
del Cigarro Dominicano

CATAS: VEGAFINA NICARAGUA GRAN RESERVA X ANIVERSARIO,
AVO HERITAGE ROBUSTO, JUAN LÓPEZ CINCUENTA Y CUATRO EDICIÓN REGIONAL ESPAÑA

4

EDITORIAL.

Muchas gracias por vuestro compromiso

6

24

ENTREVISTA.

John Freda y Javier Roa (JTI):
"Siempre ponemos al consumidor
en el centro de todo lo que hacemos"

30

34

REPORTAJE.

Muchas gracias por todo, Gonzalo

36

38

INFORME.

Los E-cigs con nicotina duplican el éxito
para dejar de fumar

40

42

ANÁLISIS TAMARIND INTELLIGENCE.

La guerra comercial de Estados Unidos y
sus consecuencias

44

46

SOMOS SECTOR. *por la Mesa del Tabaco.*

La Asamblea de Extremadura se une en
apoyo al sector del tabaco

50

52

REPORTAJE.

Lost Mary lanza BM1000 Turbo

54

58

ENTREVISTA.

Sabine Loos (InterTabac) anuncia un evento
destacado para 2025

66

70

REPORTAJE.

Festival del Habano: Edición 2025 de
la cumbre mundial de los cigarros premium



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.

Portada: Adrián Vázquez

Muchas gracias por vuestro compromiso

La duodécima edición de los Premios LBF Retailers for the Future está llegando a su final. El día 29 de mayo se va a celebrar en La Casa Encendida, en Madrid, la Gala de Entrega de este año y, como siempre, todo el sector homenajeará a los quince estancos ganadores que se han hecho acreedores de estos galardones.

Desde que se anunciara la convocatoria de estos Premios haya por el mes de septiembre del pasado año, han sido unos meses cargados de trabajo en el desarrollo de todo el proceso para su realización, un proceso en el que **queremos destacar el compromiso demostrado por todas las empresas**, y que vienen demostrando desde hace muchos años, para que convocatoria tras convocatoria lleguen a buen término, para lo cual no tenemos suficientes palabras de agradecimiento. Sin el esfuerzo de todas ellas, que nos consta, **los Premios LBF Retailers for the Future no se hubieran convertido en toda una referencia dentro del mundo del estanco.**

Tampoco queremos dejar pasar esta oportunidad para agradecer asimismo el interés plasmado una vez más por **todos aquellos estancos que han decidido participar en ellos presentándose como candidatos** en cada una de las categorías, algo que nos anima a seguir convocando nuevas ediciones para el futuro.

Pero si hay un aspecto que nos gustaría destacar en esta edición de 2025 es **la enorme participación de todo el sector a la hora de elegir a los ganadores finales.** La de este año es, con diferencia, la edición que ha contado con mayor número de votos recibidos.

En el global de votos emitidos, 2.614 personas han emitido su veredicto a través de la votación, lográndose nada menos que **10.647 votos** para el conjunto de las quince categorías de los premios, lo que implica una media de 710 votos por cada categoría, una cifra que es muy representativa dentro del sector y que nos anima a que en futuras ediciones queramos que sea superada.

Nuevamente, gracias a todos por implicaros de esta forma con esta iniciativa de LBF Retailers for the Future. Para nosotros es algo que nos llena de orgullo y satisfacción y nos predispone a seguir trabajando por y para todos vosotros.

En esta edición de la revista **anunciamos quiénes han sido los estancos ganadores de los Premios**, a quienes esperamos recibir con los brazos abiertos en la Gala de Entrega del próximo 29 de mayo, un acontecimiento del que, como es habitual, volveremos a manteneros informados a través de nuestras plataformas para dar visibilidad al conjunto de la cadena de valor del tabaco y los productos de nueva generación por los que la red de expendurías en nuestro país es reconocida como una parte indispensable de nuestra sociedad y nuestra economía.

Nuestra más sincera enhorabuena a los ganadores y, a los que no han conseguido hacerse con el galardón, animaros a seguir participando, pues también os merecéis este reconocimiento y quién sabe si os puede llegar en la próxima edición de los Premios LBF Retailers for the Future.



**Superprecio
para tus consumidores.**

HASTA 1000 CALADAS*
POR 7,50€ PVPR**

NUEVO STARTER KIT



VEEV

La calidad no se explica.
Se siente.

DISPONIBLE EN 3 SABORES

-  **CÓD. LOGISTA. Sandía 2004933**
-  **CÓD. LOGISTA. Menta y Crema 2004932**
-  **CÓD. LOGISTA. Arándanos 2004934**

**CONTIENE
1 DISPOSITIVO + 1 RECARGA**

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

**El precio final de venta lo fija el establecimiento.

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

Tras el recuento del elevado número de votos de esta 12ª Edición

¡CONOCE A LOS GANADORES 2025!

La 12ª Edición de los Premios LBF Retailers for the Future 2025 ya tiene ganadores. Finalmente, tras el cierre del periodo de votaciones –que se prorrogó tres días más allá de la fecha inicialmente prevista para dar la oportunidad a los que no lo habían hecho todavía de seguir votando a los favoritos–, cada una de las quince categorías de la convocatoria de este año ya tiene a su ganador respectivo. En las siguientes páginas presentamos a cada uno de ellos, a los que damos nuestra más sincera enhorabuena. Os esperamos a todos en la Gala de Entrega del 29 de mayo.

Las quince categorías de esta decimosegunda edición de los Premios LBF Retailers for the Future ya tienen a su respectivo ganador, elegido entre los cuatro finalistas que llegaron a la última fase de la competencia entre las numerosas candidaturas correctamente inscritas que se presentaron.

Tras quedar cerrado el plazo de las votaciones, recibidas a través del código QR habilitado para ello, se ha procedido al conteo de los votos que cada uno de los 60 finalistas de esta edición ha recibido.

Y no podemos más que mostrar nuestra gran satisfacción por la elevadísima participación obtenida este año. Si ya en ediciones anteriores de los Premios Retailers for the

10.647 votos recibidos
¡Impresionante!

Future año a año se iban rompiendo récords, lo de esta decimosegunda edición escapa a cualquier calificativo que no sea más allá de un elocuente "¡impresionante!": 10.647 votos emitidos entre todas las categorías.

Los resultados finales han sido muy apretados en unas categorías; en otras, no tanto. Pero lo que es seguro es que las votaciones han reflejado el

objetivo de cada una de las categorías de reconocer a quienes mejor las representan.

LBF Retailers for the Future ya ha dado a conocer ese resultado de las votaciones a través de la página web y de las newsletters semanales y se lo ha comunicado a los propios 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 y en la que espera-

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)

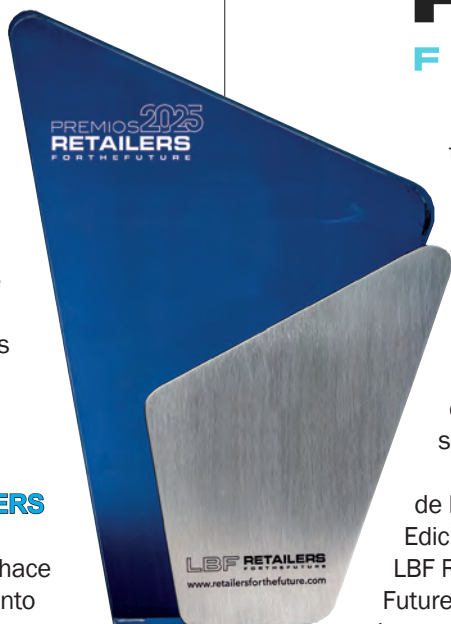
29
MAYO
2025



mos poder contar con la presencia de todos los galardonados y así felicitarles en persona. A todos ellos, nuestra enhorabuena, os lo merecáis; y a todos los que han participado con su candidatura en esta edición de los Premios Retailers for the Future, os esperamos en la edición de 2026, que también tenéis merecimientos más que de sobra para obtener estos galardones.

PREMIOS RETAILERS

Los Premios Retailers son, desde hace dieciséis años, el evento más esperado por el sector



PREMIOS 2025 RETAILERS F O R T H E F U T U R E

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 estancos 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.

PREMIOS 2025
RETAILERS
F O R T H E F U T U R E

PATROCINADORES

PREMIOS 2025
RETAILERS
F O R T H E F U T U R E

Logista
STRATOR

Logista
RETAIL



PHILIP MORRIS SPAIN



RELX



LOST
MARY



S DUPONT
PARIS

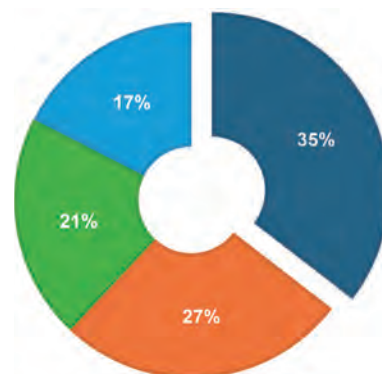
● PREMIO AL ESTANCO CON MEJOR IMAGEN AL CONSUMIDOR

Iván Cea Acedo, Expendeduría Nº 9 de Torrejón de Ardoz (Madrid)



El Premio al estanco con mejor imagen al consumidor, que se otorga 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, ha recaído en Iván Cea Acedo, de la Expendeduría Nº 9 de Torrejón de Ardoz (Madrid), habiendo recibido un 35% de los 663 votos emitidos en esta categoría.

VOTOS RECIBIDOS: 663



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

Para Iván Cea Acedo, tras informarle que ha sido el ganador de esta categoría, ha comentado: “Una sonrisa de nuestros clientes, nuestra mayor satisfacción”.

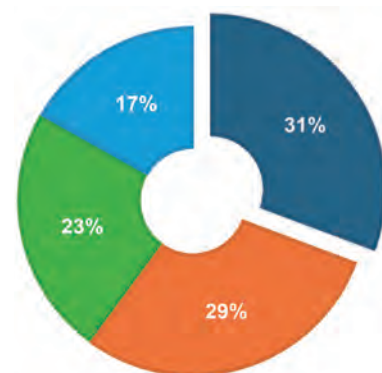
● PREMIO A LA TRANSFORMACIÓN DE ESTANCO CONVENCIONAL A RETAILER FOR THE FUTURE

Xavier Villacres Duche, Expendeduría Nº 1 de Torrelodones (Madrid)



El 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, ha recaído en Xavier Villacres Duche, de la Expendeduría Nº 1 de Torrelodones (Madrid), habiendo recibido un 31% del total de los 810 votos emitidos en esta categoría.

VOTOS RECIBIDOS: 810



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

Como comenta Xavier Villacres Duche tras ganar este premio, “trabajamos adaptándonos a las necesidades actuales, sin descuidar los productos de siempre”.

¡REFORMA TU NEGOCIO Y DESTACA!

¡NO TE QUEDES ATRÁS Y DALE A TU NEGOCIO EL IMPULSO QUE NECESITA PARA DESTACAR!

Las reformas permiten adaptar tu espacio a las nuevas tendencias y necesidades del consumidor, optimizando la funcionalidad y estética del negocio.

Un comercio renovado puede aumentar la visibilidad y el atractivo, diferenciándote de la competencia y fomentando un ambiente que invita a los clientes a volver.

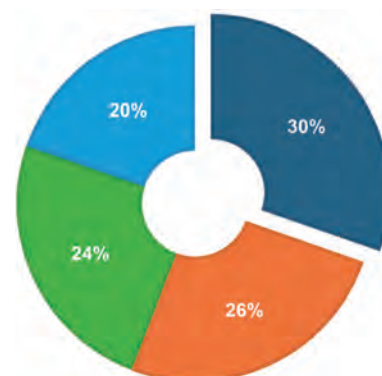
● PREMIO AL ESTANCO CON MEJOR SERVICIO Y DEDICACIÓN A PRODUCTOS DE TABACO CALENTADO

Carlos Marhuenda Lillo, Expendeduría N° 65 de Madrid



El Premio al estanco con mejor servicio y dedicación a productos de tabaco calentado, premio que se otorga 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, ha recaído en Carlos Marhuenda Lillo, de la Expendeduría N° 65 de Madrid, habiendo recibido un 30% de los 695 votos emitidos en esta categoría.

VOTOS RECIBIDOS: 695



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

Carlos Marhuenda Lillo, ganador de esta categoría, considera que la “constancia, entusiasmo y profesionalidad es la clave del éxito”.

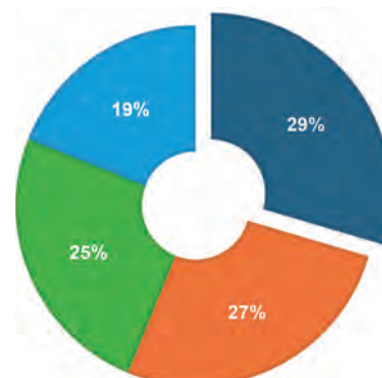
● PREMIO AL ESTANCO CON MEJOR DISEÑO, ESTÉTICA Y SOSTENIBILIDAD

Sofía Garrido Coluccio, Expendeduría N° 905 de Madrid



El 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, ha recaído en Sofía Garrido Coluccio, de la Expendeduría N° 905 de Madrid, habiendo recibido un 29% del total de los 680 votos emitidos en esta categoría.

VOTOS RECIBIDOS: 680



- Sofía Garrido Coluccio.
Exp. 905 de Madrid
- Francisco Javier Martínez Romero.
Exp. 10 de Reus (Tarragona)
- Antonio Moreno Florencio.
Exp. 33 de Sevilla
- Jorge Juan Moya Corrales.
Exp. 863 de Madrid

Como dice Sofía Garrido Coluccio, “ganar este premio ha sido un reconocimiento al esfuerzo diario, no solo del estanco y su estética, sino también un al equipo de trabajo por su esfuerzo y dedicación. Muchas gracias a todos los votantes, los queremos”.

glo



Hecho con hojas de tabaco
real para un sabor real.

Con neo™ TrueLeaf™



NUEVO neo

Tabaco calentado para glo™

18+ Este producto del tabaco es nocivo para su salud y crea adicción.

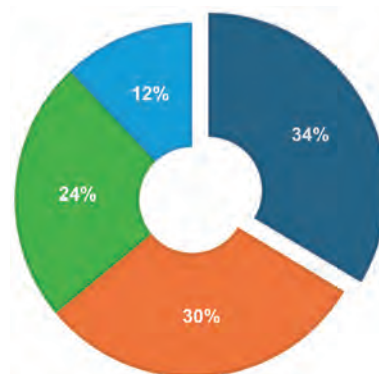
● PREMIO AL ESTANCO MÁS INNOVADOR DE NUEVA APERTURA

David Navarro Pedros, Expendeduría N° 139 de Valencia



El Premio al estanco más innovador de nueva apertura, que premia 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., ha recaído en David Navarro Pedros, de la Expendeduría N° 139 de Valencia, habiendo recibido un 34% de los 797 votos emitidos en esta categoría.

VOTOS RECIBIDOS: 797



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

Es breve, pero contundente, el comentario de David Navarro Pedros, titular del estanco ganador, “tecnología en vena, servicio con corazón”.

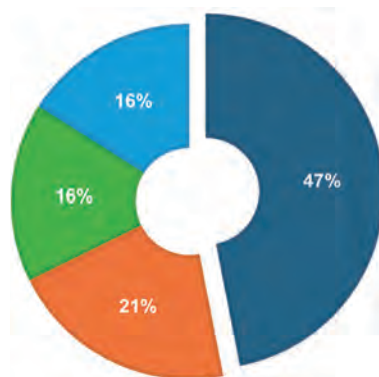
● PREMIO AL ESTANCO CON MEJOR OFERTA DE PICADURAS Y PRODUCTOS DE NICHO DE MERCADO

Purificación Aguilar Sánchez Sierra, Expendeduría N° 6 de Talavera de la Reina (Toledo)



El Premio al estanco con mejor oferta de picaduras y productos de nicho de mercado, otorgado 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...), ha recaído en Purificación Aguilar Sánchez Sierra, de la Expendeduría N° 6 de Talavera de la Reina (Toledo), habiendo recibido un 47% del total de los 812 votos emitidos en esta categoría.

VOTOS RECIBIDOS: 812



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

Para Purificación Aguilar Sánchez Sierra, “en un mercado donde el consumidor evoluciona constantemente, es fundamental identificar sus necesidades y conocer a fondo el producto que se ofrece, con el objetivo de brindar un servicio de excelencia”.

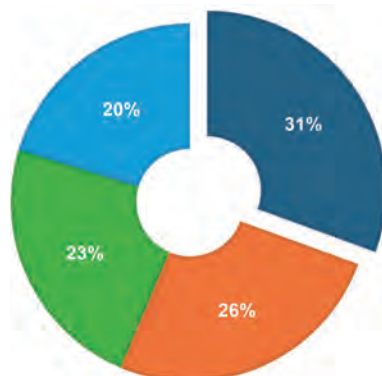
● PREMIO AL ESTANCO CON MEJOR ADAPTACIÓN A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

Nayara Izquierdo García, Expendeduría N° 130 de Valencia



El Premio al estanco con mejor adaptación a las nuevas tecnologías, premio al estanco que haya introducido de forma más eficiente las últimas tecnologías (informatización, digitalización, software...) en relación con los procesos de gestión del conjunto del establecimiento, ha recaído en Nayara Izquierdo García, de la Expendeduría N° 130 de Valencia, habiendo recibido un 31% de los 687 votos emitidos en esta categoría.

VOTOS RECIBIDOS: 687



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

Para Nayara Izquierdo García, es fundamental “liderar con empatía, crecer con visión y mantener siempre el equilibrio. Soy madre, empresaria y parte de este proyecto llamado Humonnos, que está marcando la diferencia”.

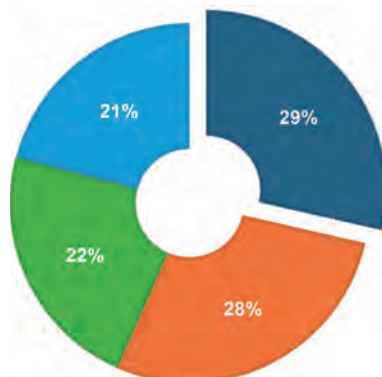
● PREMIO AL ESTANCO CON MEJOR VISUAL DE PRODUCTOS DE RIESGO REDUCIDO

Manuel Muñoz Valencia, Expendeduría N° 98 de Córdoba



El Premio al estanco con mejor visual de productos de riesgo reducido, premio 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..., ha recaído en Manuel Muñoz Valencia, de la Expendeduría N° 98 de Córdoba, habiendo recibido un 29% del total de los 728 votos emitidos en esta categoría.

VOTOS RECIBIDOS: 728



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

Para Manuel Muñoz Valencia, “ganar este premio es la confirmación de que hacer las cosas con alma y dedicación, como hace cada día nuestro equipo, marca la diferencia”.

RELX

WAKA Empowered by
RELX

VERSIÓN

WAKA
soMatch 2.0
rechargeable



Máxima potencia
con tu nuevo **soMatch** de **10W**

Obtén **mayor rentabilidad**
con cada pod con los **nuevos**
duopacks de **soMatch**

7,99€ PVPR

Disponibles desde mayo en Logista

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



**GUARDIAN
PROGRAM**

Preventing Underage Use

Traemos los sabores **más exóticos y exclusivos**

INFINITY 2 PLUS



NUEVO

Manzana

NUEVO

Lichi

Haz tu pedido con
Logista

Conoce las promociones
de RELX y WAKA by RELX
en la web o llama a
nuestro call center

relxsuperstar.com
+34 911 080 807

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

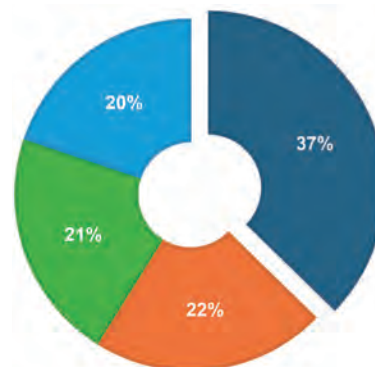
● **ESTANCO CON MEJOR INTEGRACIÓN EN SU OFERTA DE NUEVOS PRODUCTOS DE RIESGO REDUCIDO**

Francisco Javier Álves Tourón, Expendeduría Nº 33 de Vigo (Pontevedra)



El Premio al estanco con mejor integración en su oferta de nuevos productos de riesgo reducido, premio que se otorga 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, ha recaído en Francisco Javier Álves Tourón, de la Expendeduría Nº 33 de Vigo (Pontevedra), habiendo recibido un 37% de los 574 votos emitidos en esta categoría.

VOTOS RECIBIDOS: 574



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

Francisco Javier Álves Toruón, ganador de esta categoría, comenta tras su elección que "este premio es una motivación para seguir creciendo como Expenduría".

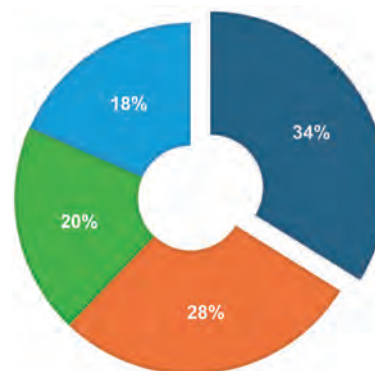
● **ESTANCO CON LA OFERTA MÁS COMPLETA DE PRODUCTOS DE RIESGO REDUCIDO**

María José Luque Luque, Expendeduría Nº 9 de Fuengirola (Málaga)



El Premio al estanco con 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, ha recaído en María José Luque Luque, de la Expendeduría Nº 9 de Málaga, habiendo recibido un 34% del total de los 597 votos emitidos en esta categoría.

VOTOS RECIBIDOS: 597



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

Para María José Luque Luque, "con motivación como motor, esfuerzo como camino y constancia como compañera, hoy celebramos el reconocimiento al trabajo bien hecho: un premio que refleja nuestro compromiso con la innovación y con los productos de riesgo reducido". En la imagen, su hijo, José Luque Báez.

**NOW
OR
NEVER**

**9'00
€**

Equivalencia 20 cigs: 4,50 €



40 cig
**FORMATO
AHORRO**

Cód Logista 3520482

Únete al Club
Landewyck



LANDEWYCK
IBERIA

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

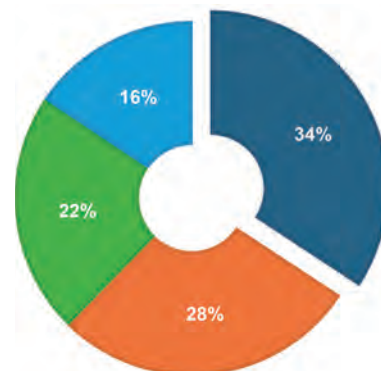
● PREMIO AL ESTANCO CON MEJOR OFERTA DE PRODUCTOS DE CONVENIENCIA

Joaquín Monroy de la Peña, Expendeduría N° 9 de San Sebastián de los Reyes (Madrid)



El Premio al estanco con mejor oferta de productos de conveniencia, premio al estanco con mejor y diferenciada oferta de artículos que no son de tabaco ni productos de riesgo reducido y se convierten en una alternativa para el cliente, que los adquiere en él aunque no sea consumidor de productos del tabaco, ha recaído en Joaquín Monroy de la Peña, de la Expendeduría N° 9 de San Sebastián de los Reyes (Madrid), habiendo recibido un 34% de los 610 votos emitidos en esta categoría.

VOTOS RECIBIDOS: 610



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

Joaquín Monroy de la Peña: "es un orgullo ganar este premio, el primero que recibo en este sector, y me lo tomo como la rampa de salida. Vengo del mundo de las loterías, donde soy un referente, pero aquí aún soy un benjamín. Es un empujón de ilusión y fuerza para seguir creciendo. Gracias a mi mujer Soraya, a mi cuñado Fer, al equipo de Estanco Triana y a los organizadores".

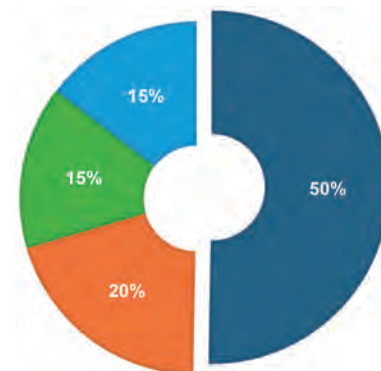
● PREMIO AL ESTANCO CON LA OFERTA MÁS AMPLIA DE CIGARROS PREMIUM

José Rodríguez Valero, Expendeduría N° 32 de Alicante



El Premio al estanco con la oferta más amplia de cigarro premium, premio que reconoce al estanco que cuente en sus instalaciones con una oferta detallada de cigarros que resulte atrayente para sus clientes tanto por la variedad de orígenes ofertada, su cuidado, mantenimiento y atención especializada, ha recaído en José Rodríguez Valero, de la Expendeduría N° 32 de Alicante, habiendo recibido un 50% del total de los 1.103 votos emitidos en esta categoría.

VOTOS RECIBIDOS: 1.103



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

Según nos cuenta José Rodríguez Valero al enterarse que es el ganador de esta categoría, "es un sueño recibir este premio tras 71 años dedicado a esta profesión".

INEFABLE

Artículo | Del lat. *ineffabilis* 'indecible'.

1. adj. Que no se puede explicar con palabras.

SIN.: inenarrable, inexpresable, indecible, impronunciable, sublime, divino, maravilloso, genial.



www.logistaretail.es



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

Logista
RETAIL

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

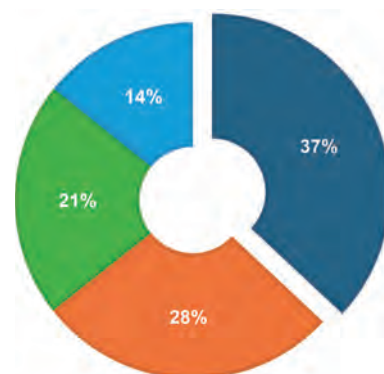
Patrocinado por
ZIPPO

Sergio Espejo Aguilera, Expendeduría N° 1 de Calella (Barcelona)



El 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, ha recaído en Sergio Espejo Aguilera, de la Expendeduría N° 1 de Calella (Barcelona), habiendo recibido un 37% de los 598 votos emitidos en esta categoría.

VOTOS RECIBIDOS: 598



- Sergio Espejo Aguilera.
Exp. 1 de Calella (Barcelona)
- Alonso Luque Luque.
Exp. 3 de Mijas (Málaga)
- Antonio González Rodríguez.
Exp. 40 de Oviedo (Asturias)
- Javier Bonet Piñana.
Exp. 3 de Benicarló (Castellón)

Claro y muy elocuente es el comentario que nos aporta Sergio Espejo Aguilera: “si tú no crees en lo que vendes, tampoco lo hará el que lo compra”.

● PREMIO GENERACIÓN W A LA MUJER ESTANQUERA

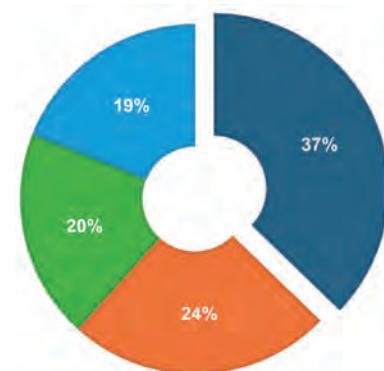
Patrocinado por
inter tabac **EVO NXT**

Rafaela Arroyo Calzado, Expendeduría N° 1 de Mijas (Málaga)



El Premio Generación W a la mujer estancuera, premio en reconocimiento a una titular de estanco que se haya convertido en referente o imagen de igualdad de la mujer dentro del sector, ha recaído en Rafaela Arroyo Calzado, de la Expendeduría N° 1 de Mijas (Málaga), habiendo recibido un 37% del total de los 641 votos emitidos en esta categoría. La ganadora de este premio, así como las otras tres finalistas, son Embajadoras Generación W por derecho propio.

VOTOS RECIBIDOS: 641



- Rafaela Arroyo Calzado.
Exp. 1 de Mijas (Málaga)
- María José Plaza Serrano.
Exp. 18 de Leganés (Madrid)
- María Eugenia Fernández García.
Exp. 36 de Sevilla
- María Amparo Ana de Casas.
Exp. 3 de Segorbe (Castellón)

Para Rafaela Arroyo Serrano, “es un honor la nominación y, por supuesto, el premio conseguido después de 45 años en el estanco. He visto muchos cambios en el sector y estos premios ayudan a que avancemos más para el futuro. Muchas gracias a todos”.

Secure
ticket now!

save THE DATE!

Discover an exquisite selection of classic
tobacco products and smoking accessories

18 — 20
September 2025
Messe Dortmund
Germany

intertabac.com

inter
tabac



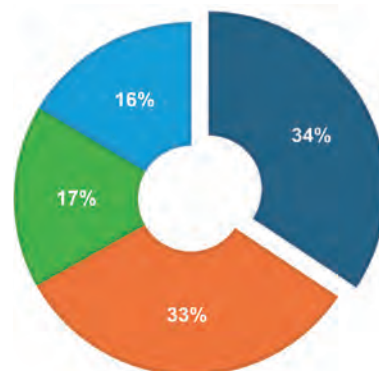
● PREMIO A TODA UNA VIDA DEDICADA AL ESTANCO

Joan López Sánchez, Expendeduría Nº 3 de Palafrugell (Girona)



El Premio a toda una vida dedicada al estanco, premio que se otorga 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, ha recaído en Joan López Sánchez, de la Expendeduría Nº 3 de Palafrugell (Girona), habiendo recibido un 34% de los 652 votos emitidos en esta categoría.

VOTOS RECIBIDOS: 652



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

Para Joan López Sánchez, “trabajar en el estanco es mi pasión. Es un honor recibir este premio. Llevo toda la vida dedicado a esta profesión y mientras la salud me acompañe no pienso en la jubilación”.

LBF RETAILERS
FOR THE FUTURE



retailersforthefuture.com

ESTD 1896
CIGARETTES
Chesterfield
LABEL

5'40€
EQUIVALENTE A 20 CIGS.
4'70€

NUEVO



**UN NUEVO FORMATO MÁS GRANDE,
MENOS PRECIO POR CIGARRILLO.
CÓDIGO LOGISTA CHF LABEL 23 3522847**

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

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

Director general y director de Marketing de JTI Iberia

JOHN FREDA Y JAVIER ROA

**"EN JTI SIEMPRE PONEMOS
AL CONSUMIDOR EN EL CENTRO
DE TODO LO QUE HACEMOS"**

John Freda y Javier Roa llegan a JTI Iberia tras ocupar distintas responsabilidades dentro de la compañía, en particular en el mercado asiático, en el que coincidieron un tiempo. Ahora, ambos en el mercado Iberia, centran su estrategia con el objetivo de consolidar a JTI como la compañía líder en España poniendo al consumidor en el centro de todo lo que hacen y reforzando constantemente su relación con el estanco. Con ambos hemos compartido una muy interesante conversación en la que nos desvelan éstas y otras cuestiones.



No son pocos los interrogantes que se pueden plantear a John Freda en relación a su visión del mercado español, al que ha llegado en unos momentos en los que se plantean cambios regulatorios importantes tanto para el tabaco convencional como para los productos de nuevo desarrollo.

En este sentido, John Freda nos comenta que "JTI es una empresa responsable que comercializa productos legales y regulados. Como parte de la industria, compartimos objetivos fundamentales con los reguladores, como garantizar que los consumidores estén debidamente informados sobre los riesgos asociados al consumo de tabaco, evitar que los menores accedan a productos con nicotina o combatir el comercio ilícito, entre otros".

"Desde nuestra perspectiva –añade–, es fundamental que cualquier regulación que se plantee instaurar en España sea proporcionada y basada en evidencia científica. Abogamos

por una normativa alineada con las directrices europeas, que considere el impacto socioeconómico y que permita la convivencia de distintas alternativas para los consumidores adultos, en especial de las alternativas con el potencial de reducir los riesgos asociados con el consumo de tabaco. Creemos que sólo mediante políticas bien equilibradas y diferenciadas se pueden alcanzar los objetivos sanitarios sin perjudicar injustamente a los consumidores adultos ni afectar la cadena de valor del sector".

○ Aunque el anuncio de estas nuevas medidas se realizó antes de su llegada a España, ¿qué ha hecho JTI para que

"Nuestra visión a futuro es clara: seguir ofreciendo productos de la más alta calidad, adaptarnos a las nuevas tendencias y necesidades del mercado y contribuir de manera sostenible al desarrollo del sector en España".

estos cambios normativos fueran proporcionados y se mantuviera un equilibrio entre la protección de la salud, la implantación de nuevos productos y el desarrollo del sector?

Desde JTI, hemos trabajado activamente para contribuir a que la formulación de cambios normativos sea equilibrada y a que garanticen tanto la protección de la salud pública como el desarrollo sostenible del sector. Para ello, hemos presentado alegaciones formales a las autoridades competentes, respaldadas por estudios de impacto que analizan las consecuencias económicas y sociales de distintas regulaciones.

Además, colaboramos estrechamente con la Mesa del Tabaco, un espacio que reúne a todos los eslabones de la cadena de valor y que representa a las más de 53.000 personas que en España vivimos de nuestra industria y, por supuesto, a nuestros más de 14.000 estancos.

Nuestro enfoque se basa por tanto en la transparencia y la coope-



TITULARES

"Nuestro principal objetivo es consolidarnos como la compañía líder en España".

"Es fundamental que cualquier regulación que se plantee instaurar en España sea proporcionada y basada en evidencia científica".

"JTI seguirá apostando por la innovación, el empleo y el apoyo al mercado local".

"Mi enfoque es claro: queremos crecer de manera sólida y bien planificada".

"En JTI, creemos que en el futuro del sector convivirán los cigarrillos tradicionales con las nuevas alternativas".

Fotos: Adrián Vázquez

"Nuestro objetivo es seguir evolucionando y ofreciendo soluciones que faciliten el día a día del estanco, consolidando una relación de confianza y crecimiento mutuo".

ducido y un enfoque centrado en el consumidor.

En este sentido, nuestra gran apuesta es el tabaco calentado a través de nuestro dispositivo Ploom, una categoría en la que vemos un gran potencial de crecimiento. Además, reforzamos constantemente nuestra relación con el estanco, asegurando que cuenten con el apoyo, las herramientas y la formación necesarias para seguir creciendo.

Nuestra visión a futuro es clara: seguir ofreciendo productos de la más alta calidad, adaptarnos a las nuevas tendencias y necesidades del mercado y contribuir de manera sostenible al desarrollo del sector en España.

○ *Innovación, empleo de calidad y apoyo al mercado local siempre han formado parte de la estrategia de JTI en España. ¿Hacia dónde se dirigirá JTI bajo su mando en estos campos?*

Bajo mi liderazgo, JTI seguirá apostando por la innovación, el empleo y el apoyo al mercado local, pilares fundamentales en nuestra estrategia en España. Uno de mis compromisos es continuar fortaleciendo la creación de puestos de trabajo de calidad y el desarrollo del talento español. Un claro reflejo de esto es la expansión de nuestro hub de IT en Madrid, que ya se ha convertido en el más grande de JTI a nivel mundial, consolidando a España como un centro tecnológico clave para la compañía.

También continuaremos invirtiendo en nuestra fábrica de Tenerife, donde hemos destinado más de 85 millones de euros en la última década y donde seguimos reforzando nuestras operaciones y mantenemos nuestro compromiso con el sector agrícola español con la compra de hoja de tabaco en Extremadura, asegurando la estabilidad y el desarrollo de toda la cadena de valor.

ración, con la convicción de que cualquier regulación deberá ser efectiva, justa y basada en datos reales. Por ello, seguimos participando en foros y colaborando con las instituciones para asegurar que las nuevas normativas respondan a un equilibrio entre salud pública, innovación y la sostenibilidad de nuestra industria.

○ *En 2024 JTI celebró su 25 aniversario en España, un periodo en el que ha consolidado su presencia y en el que ha sido la compañía que más ha crecido gracias al éxito de sus productos entre los consumidores, al apoyo del estanco y, por supuesto, al trabajo de todo el equipo de la compañía. En cuanto a sus planes para la compañía en nuestro país, ¿qué objetivos se ha marcado y va a desarrollar desde su responsabilidad para continuar con esta consolidación?*

Efectivamente, hace unos meses JTI celebró 25 años de nuestra creación y

presencia en España, un periodo en el que hemos consolidado nuestro crecimiento gracias a la confianza de los consumidores, el apoyo del estanco y, por supuesto, el esfuerzo de todo nuestro equipo. Durante este tiempo, hemos evolucionado con el mercado, apostando por la innovación y adaptándonos a las nuevas tendencias de consumo, lo que nos ha permitido crecer de manera sostenida durante estos años.

De cara al futuro, nuestro principal objetivo es consolidarnos como la compañía líder en España, y para ello nos basaremos tres pilares: la sostenibilidad del negocio, la innovación en productos de potencial riesgo re-

"Sólo mediante políticas bien equilibradas y diferenciadas se pueden alcanzar los objetivos sanitarios sin perjudicar injustamente a los consumidores adultos ni afectar la cadena de valor del sector".

JOHN FREDA



Director general desde el pasado enero para la división en Iberia de JTI (España peninsular, Islas Canarias, Portugal, Andorra y Gibraltar), Freda inició su carrera profesional en Coca-Cola como Management Trainee en el área de logística. En 1997 llegó a JTI en Reino Unido, donde ocupó diversos puestos de responsabilidad en ventas y marketing y en 2005 pasó a asumir la dirección general de los mercados de Hungría y Eslovenia.

En 2008 fue nombrado Head of Consumer & Trade Marketing, para dirigir el departamento desde Alemania, puesto desde el que pasó a ocupar la dirección del mercado irlandés hasta 2014, año en el que asumió la vicepresidencia en Marketing & Sales para Asia Pacífico.

Desde 2020, ha desempeñado el cargo de director de la compañía en Filipinas, donde destacó la inauguración, en octubre de 2023, de la nueva sede en Bonifacio Global City. Asimismo, Freda culminó su paso por Filipinas convirtiendo a JTI en líder del mercado en 2024 y lanzando su innovador dispositivo de tabaco calentado, Ploom, un hito que cerró un año emblemático donde la compañía se consolidó como la empresa tabaquera de más rápido crecimiento en ese país.

Asimismo, para mí es fundamental seguir apoyando al estanco, pieza clave de nuestro negocio, por lo que seguiremos trabajando para poder adaptarnos a la evolución del mercado.

○ *En referencia a los productos de potencial riesgo reducido, JTI cuenta con Ploom, el dispositivo de calentamiento de tabaco como principal referencia. ¿Cómo va a desarrollarse Ploom en los próximos años de cara a una mayor implantación en España?*

El lanzamiento de Ploom en Madrid en 2024 fue un gran paso para noso-

tros y la acogida de Ploom en la capital superó nuestras expectativas. A partir de esa experiencia, en 2025 hemos decidido dar un paso más con un plan de expansión que nos permitirá cubrir el 65% de la demanda en España. Nuestro enfoque será llevar Ploom

“Seguiremos trabajando e invirtiendo en el crecimiento de Ploom, con la intención de fortalecer nuestra propuesta para ofrecer alternativas de calidad que garanticen a los consumidores la mejor experiencia posible”.

a provincias clave como Barcelona, Baleares, Málaga, Valencia y Alicante, donde ya hemos identificado un creciente interés por el tabaco calentado.

Mi enfoque es claro: queremos crecer de manera sólida y bien planificada. No se trata sólo de ampliar nuestra presencia, sino de hacerlo bien, escuchando a los consumidores y adaptándonos a sus necesidades. El tabaco calentado tiene un gran potencial en España y estamos en pleno proceso de crecimiento y desarrollo. Por ello, seguiremos trabajando e invirtiendo en el crecimiento de Ploom, con la intención de fortalecer nuestra propuesta para ofrecer alternativas de calidad que garanticen a los consumidores la mejor experiencia posible.

○ *¿Existen proyectos para el desembarco de nuevos productos (vapeo, bolsas de nicotina, etc) por parte de JTI?*

Si bien es cierto que JTI comercializa estos productos en otros mercados internacionales, en España nuestra estrategia dentro de la categoría de productos de potencial riesgo reducido está centrada en el tabaco calentado, con nuestro dispositivo Ploom, ya que creemos que a día de hoy ésta es la categoría con mayor potencial de crecimiento. Aun así, en JTI siempre ponemos al consumidor en el centro de todo lo que hacemos, por lo que seguimos atentos a sus intereses y preferencias para evaluar el desarrollo de estas categorías.

○ *Y sobre los productos de tabaco tradicional, ¿cuál es su apuesta para años venideros?*

A día de hoy, la realidad del mercado español es que los combustibles, tanto cigarrillo como picadura, representan la mayoría del consumo de productos de nicotina y mantendrán este peso tan significativo en los próximos años. En JTI, creemos que en el futuro del sector convivirán los cigarrillos tradicionales con las nuevas alternativas. Por este motivo nuestra apuesta es seguir ofreciendo productos de la más alta calidad, innovando dentro de cada categoría y garantizando que los consumidores adultos puedan ele-

gir libremente entre todas las opciones disponibles en el mercado.

○ En anteriores entrevistas que hemos llevado a cabo con representantes de JTI, nos hablaban de los distintos programas de la compañía de cara al estanco (JTI Connect, JTI Suma, el programa de asesoría o los planes comerciales individualizados). ¿Cómo han funcionado estos programas y cómo van a seguir implementándose dentro de la estrategia del estanco como uno de sus principales partners?

En JTI, seguimos apostando firmemente por iniciativas que aporten valor al estanco, consolidándolo como un pilar fundamental de nuestra estrategia.

JTI Connect se ha convertido en una herramienta esencial para mantener informados a los estanceros, permitiéndonos compartir actualizaciones regulatorias clave y desarrollar programas como JTI SUMA o CATMAN. Gracias a esta plataforma,

A lo largo de los 25 años de JTI en España "hemos evolucionado con el mercado, apostando por la innovación y adaptándonos a las nuevas tendencias de consumo, lo que nos ha permitido crecer de manera sostenida durante estos años".

más de 5.000 estancos reciben semanalmente información relevante sobre la industria y nuestras marcas. Además, nuestros planes de territorio han sido una iniciativa clave para que nuestro equipo de ventas continúe al lado del estancero, reforzando nuestro compromiso con el crecimiento y la sostenibilidad del canal.

Mirando al futuro, seguiremos invirtiendo en innovación dentro de JTI Connect, incorporando nuevas herramientas y contenido como los videotutoriales sobre la programación de máquinas vending. Nuestro objetivo es seguir evolucionando y ofreciendo soluciones que faciliten el día a día del estancero, consolidando una relación de confianza y crecimiento mutuo.

DESDE JTI ESTAREMOS, COMO SIEMPRE LO HEMOS HECHO, AL LADO DEL ESTANQUERO

Javier Roa es el responsable de marketing en esta nueva etapa de JTI Iberia y su llegada coincide con la John Freda como director general. "Volver a España y poder aportar mi experiencia a este gran proyecto es, sin duda, un honor a nivel profesional y una gran satisfacción a nivel personal", nos comenta, una labor que desarrollará estrechamente con los estanceros "para afrontar juntos y con éxito los desafíos de nuestro sector".



○ Antes de volver a España estuvo en Japón como responsable de marketing y ventas, donde desarrolló la implantación de Ploom y otros productos de potencial riesgo reducido. ¿Significa esto que JTI tiene previsto añadir nuevos productos de esta categoría en nuestro país?

Como bien ha comentado John, en España nuestra principal prioridad dentro de los productos de potencial riesgo reducido es el tabaco calentado, ya que creemos que ofrece la experiencia más satisfactoria para los consumidores que buscan alternativas.

Mi tiempo en Japón, que como muchos sabéis es el mercado líder en esta categoría, me permitió conocer de primera mano las mejores estrategias para desarrollar y consolidar este tipo de productos en mercados avanzados. La experiencia fue muy gratificante, ya que Ploom ha sido la marca de mayor crecimiento allí durante los últimos tres años. Además, mi paso por Japón me ha proporcionado herramientas y cono-

cimientos que podemos aplicar en España para seguir ofreciendo a nuestros consumidores productos innovadores, de alta calidad, y que se adapten a sus nuevas expectativas. Volver a España y poder aportar mi experiencia a este gran proyecto es, sin duda, un honor a nivel profesional y una gran satisfacción a nivel personal.

○ ¿Cuál es la estrategia de marketing de la compañía para España tanto para los productos tradicionales de tabaco como para los de nueva generación?

Nuestra estrategia en España está enfocada en ser el referente para todas las categorías de tabaco, tanto tradicionales como de nueva generación. Nos proponemos ofrecer soluciones completas que aborden las diversas necesidades de los consumidores, cubriendo desde cigarrillos y picadura a tabaco calentado.

Desde JTI nuestro compromiso es seguir invirtiendo tanto en los productos tradicionales como en nuevas

alternativas, para asegurar una oferta variada y de alta calidad que se adapte a la demanda real del mercado. De esta forma, buscamos ofrecer en el estanco los mejores productos para acompañar a nuestros consumidores en su elección, ofreciéndoles siempre la mejor experiencia posible.

○ *La implantación del empaquetado genérico del tabaco ha estado encima de la mesa de las autoridades sanitarias hasta el último momento y parece que se retomará en un futuro. ¿Cuál es la experiencia de JTI, en especial desde la perspectiva del marketing, en mercados donde ya está implantado, como Reino Unido o Francia?*

Si algo ha demostrado la experiencia en los países donde se ha implantado el empaquetado genérico es que esta medida no logra los objetivos para los que fue diseñada. Lejos de reducir las tasas de consumo de tabaco, en muchos casos ha generado efectos adversos significativos, como el incremento del comercio ilícito. En Francia, donde la propia ministra de Sanidad admitió que el empaquetado genérico no había servido para reducir las ventas, el comercio ilícito no ha parado de crecer, alcanzando un 32%. La experiencia es similar en otros países de nuestro entorno como Reino Unido, donde en estos momentos se considera que el mercado negro está fuera de control.

Desde una perspectiva de mercado y consumo, esta medida también limita la capacidad de elección de los consumidores y ha impulsado el fenómeno del “downtrading”, es decir, el desplazamiento del consumo hacia productos de menor precio y, en muchos casos, de origen ilícito.

Además, esta medida impacta directamente en los estancieros, al dificultar su labor de gestión en el estanco y generar incertidumbre en el sector. Lo que si me gustaría dejar claro es que, si esta normativa finalmente se llegara a implantar en España, desde JTI estaremos, como siempre lo hemos hecho, al lado del estancero, acompañándole en la transición y buscando mitigar los efectos negativos de esta medida, tal y como lo hemos hecho en otros países donde se ha implantado.

JAVIER ROA

Nuevo director de marketing para España, Portugal, Andorra y Gibraltar, su nombramiento supone su regreso a España después de una amplia trayectoria internacional en la compañía, que abarca más de 25 años y múltiples áreas estratégicas. Graduado cum laude en Administración de Empresas, Finanzas y Marketing por la Universidad de Saint Louis (EE. UU.), Roa inició su carrera en JTI en 1999, desempeñándose como responsable de planificación empresarial y crédito. Desde entonces, ha asumido una serie de roles con creciente responsabilidad en los departamentos de marketing, finanzas e inteligencia estratégica, consolidando su experiencia en el sector.

En Reino Unido, trabajó como gestor de marca y director de marketing. En Suiza, lideró iniciativas como director regional de investigación de consumidores para Europa Occidental y vicepresidente de inteligencia estratégica. En los últimos tres años, ha estado en Japón como director de marketing y ventas, teniendo un papel fundamental en la integración de las operaciones de la compañía y el desarrollo del mercado japonés. Entre sus logros, destaca la promoción de Ploom y el impulso de productos de potencial riesgo reducido en ese mercado.

○ *Su llegada a JTI en España coincide con la llegada de John Freda como nuevo director general. ¿Qué perspectivas espera que se cumplan bajo esta nueva dirección y etapa para la compañía?*

John y yo nos conocemos desde nues-



“Desde JTI nuestro compromiso es seguir invirtiendo tanto en los productos tradicionales como en nuevas alternativas, para asegurar una oferta variada y de alta calidad que se adapte a la demanda real del mercado”, afirma Javier Roa.

tra etapa en Asia, y su experiencia en mercados desafiantes como Filipinas es un gran activo para JTI en España. Filipinas es un mercado clave por su volumen de consumidores y su complejidad, y bajo su dirección, John logró importantes avances para nuestra compañía que llevaron a JTI a afianzar su liderazgo en este mercado. Ahora, con la oportunidad de trabajar juntos nuevamente, estoy convencido de que su visión estratégica y su capacidad para liderar equipos serán fundamentales para seguir consolidando nuestro crecimiento en España.

Personalmente desde mi nuevo rol como director de marketing, asumo con entusiasmo este reto y espero poder innovar en nuestras estrategias para conectar aún más con nuestros consumidores. Contar con un equipo de gran talento y una fuerza de ventas excepcional, como la que tenemos en España, serán fundamentales para seguir consolidando nuestro crecimiento y poder alcanzar nuevas metas para nuestras marcas, siempre con el rol clave de los estancieros. Y, por supuesto, no podemos olvidar el papel fundamental de los estancieros, cuya cercanía con el consumidor y conocimiento del mercado son esenciales. Sin duda, seguiremos trabajando estrechamente para afrontar juntos y con éxito los desafíos de nuestro sector.



EXPERIENCIA ÚNICA DE **TABACO CALENTADO**

Gracias a la mezcla de tabacos de excelente calidad.

Diseñado con la innovadora tecnología japonesa Heatflow que calienta el tabaco, a la temperatura óptima.



Sin humo



Menos olor *



5 minutos de caladas
ilimitadas



3 sesiones de uso
consecutivo

*Basado en un panel sensorial comparado con la intensidad del olor del humo de un cigarro y el vapor de una muestra representativa de los sticks de tabaco calentado de Ploom X.

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



MARINA MONTORO

“CADA VEZ SOMOS MÁS LAS MUJERES QUE ESTAMOS
LIDERANDO PROYECTOS EN ESTE SECTOR”

Marina Montoro es una joven emprendedora de 36 años, originaria de Murcia capital, aunque desde muy joven ha tenido un vínculo especial con Mazarrón. Es más que una estancquera: es una emprendedora con visión de futuro que ha sabido transformar un negocio tradicional en un espacio innovador, adaptado a las nuevas formas de consumo. Desde Mazarrón, impulsa VapeQueen Certified, una red de colaboración entre estancos que apuesta por la formación, el apoyo mutuo y la evolución del sector. Con determinación y frescura, Marina encarna una nueva generación de liderazgo femenino que no teme romper moldes.



Este lazo emocional con Mazarrón la llevó finalmente a establecerse allí y, tras años de maduración personal y profesional, decidió dar el salto al mundo del estanco. Marina es una persona polifacética, con formación en distintas áreas y una energía innata por emprender. Siempre está en búsqueda de nuevos retos, lo que la ha llevado a transformar su estanco en algo más que un simple punto de venta: en un espacio vivo, adaptado a los nuevos tiempos y a las nuevas formas de consumo.

○ *¿Cómo ha hecho para conciliar la vida familiar, personal y laboral?*

La conciliación ha sido, sin duda, uno de los mayores retos desde que decidí emprender con el estanco. Al principio, el volumen de trabajo era muy alto y todo requería mi implicación directa, lo que dificultaba encontrar un equilibrio real. Pero con el tiempo, a base de mucho esfuerzo y aprendizaje, he comprendido la importancia de organizarme bien, planificar cada semana y, sobre todo, confiar en mi equipo. Delegar ha sido fundamental: rodearme de personas en las que puedo confiar me ha permitido liberar carga mental y centrarme en lo realmente importante, tanto a nivel profesional como personal. Hoy en día sigo en ese proceso constante de aprendizaje, pero tengo claro que priorizar el bienestar propio es parte esencial del éxito de cualquier negocio.

○ *¿Qué innovaciones le han hecho al negocio en los últimos tiempos?*

Hemos apostado fuerte por los productos NGP y por generar contenido distinto en redes sociales, que no sólo busca vender, sino crear comunidad. Esta estrategia nos ha abierto puertas, como participar en un RAID solidario en Marruecos con el apoyo de marcas como Just Juice y Oxva. Además, creamos VapeQueen, un grupo de compra que impulsa la colaboración entre estancos, ofreciendo formación, asesoría y mejores condiciones de compra.

○ *¿Cómo nació la idea de crear VapeQueen Certified y qué necesidades del mercado busca cubrir?*

La idea nació de una necesidad real que vivimos en primera persona: muchos estancos, sobre todo los peque-

ños, tienen dificultades para acceder a productos NGP de calidad y a buen precio. En nuestra búsqueda por optimizar las compras, asistimos a ferias y conectamos con marcas y proveedores directamente. Ahí vimos el potencial de crear un grupo de compra que no sólo mejorara nuestras condiciones, sino que también ofreciera asesoría y un catálogo innovador al resto de estancos. Así nació VapeQueen Certified.

○ *¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrentan los estancos hoy en día en la venta de productos alternativos al tabaco?*

Uno de los principales retos es el desconocimiento generalizado del cliente sobre los productos alternativos al tabaco, lo que obliga al estancero a adoptar un papel más formativo y cercano. A esto se suma que muchos estancos siguen anclados en modelos tradicionales, mostrando cierta resistencia a adaptarse a un mercado que está en constante evolución. Además, el marco normativo actual es muy restrictivo, lo que complica tanto la visibilidad como la promoción de estos productos, haciéndolo aún más desafiante para quienes quieren innovar dentro del sector.

○ *¿Qué diferencia a VapeQueen Certified de otras iniciativas similares en el mercado?*

Creemos que ofrecemos un modelo realmente innovador y disruptivo dentro del sector. Mientras la mayoría de los distribuidores compiten por los mismos estancos, nosotros apostamos por una estrategia de océano azul, navegando hacia nuevas oportunidades a través de la creación de una comunidad sólida y colaborativa. Nuestro enfoque no se basa sólo en vender, sino en apoyar a nuestros asociados, mejorar sus márgenes y facili-



Sobre VapeQueen, Marina Montoro explica que "en nuestra búsqueda por optimizar las compras, asistimos a ferias y conectamos con marcas y proveedores directamente. Ahí vimos el potencial de crear un grupo de compra que no sólo mejorara nuestras condiciones, sino que también ofreciera asesoría y un catálogo innovador al resto de estancos".

tar la venta de productos NGP con herramientas, asesoría y formación constante. No competimos, creamos nuevas formas de avance para nuestros asociados. Facilitamos su vida.

○ *Uno de los principales beneficios de pertenecer a VapeQueen Certified es el acceso a "Approved Suppliers" con precios negociados. ¿Cómo logran estas condiciones tan competitivas?*

La clave está en la fuerza del grupo. Al centralizar las compras de múltiples estancos, generamos un volumen significativo que nos permite negociar directamente con fabricantes y distribuidoras, consiguiendo precios muy competitivos para nuestros asociados.

Además, aplicamos un sello de calidad en la selección de productos, lo que garantiza que nuestros asociados accedan no sólo a buen precio, sino también a marcas confiables, a productos seleccionados y testados en nuestros estancos.

○ *¿Cómo ayuda el visual merchandising y la presencia en redes sociales a mejorar las ventas de los estancos adheridos?*

La creación de nuestra propia marca, junto con un visual merchandising cuidado y una presencia activa en redes sociales, ha sido clave para dar visibilidad y valor a los estancos adheridos a Vape Queen. Esta estrategia permite que incluso quienes no son especialistas en productos NGP, puedan ofrecerlos con confianza, ya que la imagen y comunicación de la marca hacen gran parte del trabajo. A través de contenidos cercanos, con un toque humorístico y fácil de entender, conseguimos llegar al cliente, generar curiosidad y posicionar los productos seleccionados por VapeQueen como una elección segura y de calidad.

○ *Menciona que se están adelantando a los próximos cambios normativos y regulatorios del sector. ¿Qué tipo de regulaciones creen que afectarán más al mercado de los NGP en España?*

"Formar parte de una red como VapeQueen te permite adaptarte a tiempo, con las herramientas y el respaldo necesario para aprovechar esta transformación del mercado", comenta Marina Montoro.



Creemos que uno de los principales cambios será una mayor regulación sobre los puntos de venta. Consideramos que los productos NGP, al ser una alternativa al tabaco, deberían comercializarse exclusivamente en establecimientos especializados como los estancos y no en canales menos regulados o profesionalizados.

Además, estos productos están afectando directamente a la facturación del estanco tradicional, por lo que es fundamental que el sector esté preparado. Desde VapeQueen Certified nos adelantamos a esa transición, asesorando a nuestros asociados sobre cómo implantar correctamente estos productos y qué referencias ofrecen mayor rentabilidad. Como solemos decir: quien golpea primero, golpea más fuerte.

○ *José García, como fundador del grupo de compra VapeQueen Certified, ¿qué lo motivó a apostar por los productos de nueva generación en el sector de los estancos?*

La principal motivación fue entender que estábamos ante un mercado cambiante, con nuevas demandas y un perfil de consumidor diferente. En la población donde abrimos nuestro primer estanco, detectamos un nicho claro: ningún otro estanco apostaba tan fuerte por productos de nueva generación, a pesar de que sí existían varias tiendas especializadas en ellos. Vimos una oportunidad real de diferenciación, no sólo comercial, sino también estratégica.

Apostar por este modelo fue una forma de romper con lo tradicional, aplicar una visión más actual del negocio y posicionarnos en un océano azul dentro del sector.

○ *¿Cómo ve la evolución que tendrá el consumo de productos alternativos al tabaco en los próximos cinco años?*

Estamos en un momento clave. Cada vez hay más personas preocupadas por los efectos del tabaco tradicional y buscan alternativas menos dañinas. Ya no es raro que entren al estanco preguntando directamente por este tipo de productos, lo que demuestra un cambio claro en el perfil del consumidor.

Todo apunta a un crecimiento exponencial en los próximos años, tanto en variedad de productos como en demanda. Por eso, es fundamental estar preparados desde ahora. Formar parte de una red como VapeQueen te permite adaptarte a tiempo, con las herramientas y el



El equipo del estanco, formado, de izquierda a derecha, por Rubén Romero, Paula Gallén, Marina Montoro y José García.

respaldo necesario para aprovechar esta transformación del mercado.

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

Sí, tradicionalmente el mundo del tabaco se ha vinculado mucho más a la figura masculina. Aun así, la figura de la estancuero siempre ha estado muy presente, aunque quizás menos visibilizada. Hoy en día eso está cambiando y cada vez somos más las mujeres que estamos liderando proyectos en este sector.

○ *¿Cómo ve el liderazgo femenino hoy en día?*

Creo que el liderazgo femenino es más fuerte y visible que nunca. En nuestro entorno empresarial nadie se sorprende de ver a una mujer liderando y eso me parece muy positivo. También creo que el hecho de que seamos un equipo joven influye mucho en la naturalidad con la que vivimos este cambio.

○ *¿Cree que se nos exige más a las mujeres por el simple hecho de serlo?*

En mi experiencia personal no siento que se me haya exigido más por ser mujer. Creo que eso es algo que está cambiando y me gustaría pensar que estamos dejando

atrás esa mentalidad. Hoy en día, el talento y la capacidad deben ser lo que defina a una persona, no su género. En definitiva, lo importante son los resultados.

○ *¿Siente que alguna vez no se confió en usted por el hecho de ser mujer, pero al final ha demostrado que podía?*

Sinceramente, no me he encontrado en esa situación. Al menos en el entorno en el que me muevo, creo que está más que asumido que el género no define la capacidad de emprender ni de liderar un proyecto. Hoy en día, lo que realmente pesa es el compromiso, la preparación y los resultados. Y en ese sentido, nunca he sentido que ser mujer haya sido una barrera.

○ *¿Qué mujeres le han inspirado en su vida?*

Mi madre, sin duda. He crecido viendo cómo se convertía en una empresaria de éxito en su campo y todo eso sin dejar de ser una persona cercana, generosa y una madre increíble. Ha sido y sigue siendo un referente constante para mí.

“Uno de los principales retos es el desconocimiento generalizado del cliente sobre los productos alternativos al tabaco, lo que obliga al estancuero a adoptar un papel más formativo y cercano”.

PHILIP MORRIS SPAIN

MUCHAS GRACIAS POR TODO, GONZALO

EN EL MOMENTO DE SU MARCHA, GONZALO OTERO HA DESEMPEÑADO LA RESPONSABILIDAD DE HEAD OF FUTURE RETAIL EN LA COMPAÑÍA, CARGO AL QUE ACCEDIÓ EN 2022 TRAS UNA LARGA TRAYECTORIA DE MÁS DE DOS DÉCADAS.



Gonzalo Otero es una de esas personas que queda en el recuerdo. Tras muchos años siendo la cara visible de Philip Morris Spain en el estanco –y por qué no, también la cara amable–, Gonzalo deja la compañía para centrarse en nuevos proyectos profesionales. Muchas son las experiencias vividas, enorme la cercanía que ha tenido con los estancos de toda España. Gran profesional y mejor persona, deja con su marcha un hueco difícil de llenar desde que allá por el año 2003 se iniciara como supervisor de ventas de la empresa en Galicia. No podemos más que decirle "Muchas gracias por todo, Gonzalo", en nombre de todo el sector.

Licenciado en Ciencias Políticas por la Universidad de Santiago de Compostela, Gonzalo Otero ha sido desde octubre de 2022 hasta el momento de su marcha Head of Future Retail en Philip Morris Spain. Anteriormente fue Manager Commercial Planning and Activation y Manager Regional Sales, llegando a liderar un equipo de 38 personas y siendo el responsable del desarrollo e implementación de la estrategia comercial en la zona centro de España, encargándose de la segmentación de clientes y desarrollo de las marcas líderes en el mercado, con control y gestión de presupuesto, realización del plan de negocio anual y responsable asimismo del Trade Program.

Pero más allá de su indudable y más que demostrada capacidad profesional, cada vez que coincidíamos, y nos ha pasado a todos, siempre mostraba su mejor sonrisa. Incluso en tiempos difíciles en los que se cernían sobre el mundo del tabaco iniciativas normativas que podían poner en riesgo el futuro de la profesión, tanto la desarrollada en el ámbito empresarial como la realizada en el campo de los establecimientos de cara al público que son los estancos.

Juntos afrontamos la incertidumbre que nos trajo la ley antitabaco de 2005, la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los produc-

tos del tabaco, endurecida posteriormente en 2010. También lo hicimos con los cambios que fue experimentando el sector, con el desarrollo que tuvo en su día la picadura de liar, con la llegada de los primeros vapeadores, con la irrupción posterior del tabaco calentado, en especial gracias a IQOS, y ahora, nuevamente, con la explosión de los productos de potencial riesgo reducido.

La enorme experiencia y profesionalidad de Gonzalo, desde su capacidad de negociación, dirección y desarrollo de equipos de trabajo hasta su conocimiento de marketing, planificación, gestión de ventas, administración, investigación de mercados, productos de alta rotación, estrategia de mercados y empresas, satisfacción del cliente, liderazgo y comunicación, fueron clave para que transitáramos sin mayor problema sobre la evolución del sector desde casi principios de este siglo.

Por todo ello, no podemos más que agradecer a Gonzalo toda su dedicación y amistad a lo largo de estos años y desearle un enorme éxito en sus nuevos proyectos profesionales. No nos cabe la menor duda de que así será.

En la imagen superior, Gonzalo Otero, sentado al volante de un clásico italiano y acompañado por Raimundo de los Reyes, director general de A.M. & Reyes Publicaciones, editora de LBF Retailers for the Future, durante la visita que Philip Morris Spain organizó a sus instalaciones en la ciudad de Bolonia.

Muchas
gracias
a todos

PREMIOS **2025**
RETAILERS
FOR THE FUTURE

Informe sobre el proyecto de real decreto

La CNMC comparte la necesidad de prevención, pero recomienda reforzar la evidencia empírica de ciertas medidas antitabaco



La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) ha analizado en un informe el proyecto de real decreto que regulará aspectos de la fabricación, presentación y comercialización de los productos del tabaco (IPN/CNMC/040/24). La CNMC comparte plenamente el objetivo de proteger la salud y prevenir el tabaquismo, pero detecta que el anteproyecto incluye varias restricciones a la competencia.

Como explica la CNMC en su informe, la futura norma que ha analizado introduce dos novedades a tener en cuenta:

- Prohíbe incluir aromatizantes o saborizantes distintos a los que confieran aroma y/o sabor a tabaco en los cigarrillos electrónicos, las bolsas de nicotina y productos a base de hierbas calentadas.
- Introduce la apariencia uniforme o el etiquetado genérico para los cigarrillos y el tabaco de liar.

Como puntos principales del informe en lo referente a sabores y bolsas de nicotina, el informe señala el impacto negativo sobre la competencia y la innovación, incluso en referencia a la puesta a disposición en el mercado de productos claramente menos dañinos para la salud de los consumidores.

Afirma, asimismo, la vulneración de principio de reserva de ley y cuestiona su adecuación a los principios de buena regulación, por la falta de evidencia en la Memoria de Análisis de Impacto Normativo (MAIN) sobre la eficacia y proporcionalidad de las restricciones propuestas.

La CNMC reconoce que la restricción del contenido de nicotina en las bolsas supone una prohibición de facto del producto, apunta a la afectación al principio de libre circulación de mercancías y señala la conveniencia de considerar medidas más proporcionadas, como reforzar el control de la prohibición de venta a menores y promover campañas de sensibilización e información, pronunciándose en términos similares respecto al empaquetado genérico.

ASPECTOS DESTACADOS

Sobre impacto en competencia, la CNMC expone

Como recoge la CNMC en su informe, algunas medidas afectan a la libertad de empresa, por lo que deberían justificarse bajo los principios de buena regulación e incluirse en una norma con rango de ley.



Sede de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia en Madrid.

que, una vez analizado el proyecto normativo, y a diferencia de lo que señala la MAIN a este respecto, desde esta Comisión se considera que incide sobre la competencia al menos en los siguientes aspectos: por un lado, estableciendo restricciones en cuanto al nivel de fabricación, al prohibir determinados ingredientes (sabores o aromas distintos del tabaco) en los cigarrillos electrónicos y otros productos; por otro, en el de la comercialización, al exigir requisitos de etiquetado comunes para cigarrillos y picadura para liar y requisitos de niveles de nicotina máximos (0,99 mg) en las denominadas bolsas de nicotina.

Cabe recordar, dice, que la competencia es un catalizador de reducciones de precios y márgenes empresariales, así como de mejoras de calidad e innovación y que algunas de ellas pueden suponer la puesta a disposición en el mercado de productos claramente menos dañinos para la salud de los consumidores. Por otro lado, en la medida en que puede ser razonable la preocupación del sector público por que tales efectos positivos de la competencia puedan inducir un mayor consumo, existen igualmente herramientas para desincentivar aquel, nota-

blemente las de tipo fiscal o las relativas a campañas de información.

Sobre la reserva de Ley, dada la afectación de las restricciones reseñadas a la libertad de empresa constitucionalmente reconocida, cabe exigir su respaldo en norma con rango de ley.

A este respecto, la Ley 28/2005 de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco, habilita al Gobierno, mediante real decreto a determinar “los contenidos y componentes de los productos del tabaco, en particular los elementos adictivos, así como las condiciones de etiquetado que deben cumplir”. En su artículo 2 se define a los productos de tabaco como “los productos que pueden ser consumidos y constituidos, total o parcialmente, por tabaco, genéticamente modificado o no”.

Esta habilitación, a juicio de la CNMC, no afectaría a los cigarrillos electrónicos, las bolsas de nicotina o los productos a base de hierbas precalentadas, por lo que se sugiere una reforma legal que ofrezca un respaldo indubitado a las medidas planteadas en estos nuevos productos.

Sobre la restricción de sabores y aromatizantes, dice que los argumentos recogidos en la MAIN no acreditan suficientemente su correcta adecuación a los principios de buena regulación:

Por una parte, debe analizarse si la medida planteada contribuye directamente a lograr el objetivo perseguido, reducir la prevalencia del consumo de tabaco y sus productos relacionados, incluyendo la reducción del tabaquismo y la prevención del inicio por parte de los jóvenes. Este análisis no se desprende de la MAIN que acompaña al PRD ni tampoco de estudios que se hubieran aportado sobre los efectos de la medida en otros países.

Adicionalmente a los estudios científicos, parece lógico que la medida se apoye sobre encuestas directamente realizadas a la población española consumidora de los productos que tienen actualmente estos aromatizantes, para verificar en qué medida se producirían estas modificaciones en los hábitos de consumo.

Desde la óptica de proporcionalidad, se aconseja analizar medidas alternativas potencialmente eficaces y menos dañinas desde la óptica de competencia. Por ejemplo, aquellas relacionadas con reforzar el control de la prohibición de venta a menores y la promoción de campañas de sensibilización e información.

Sobre la prohibición de comercialización de bolsas de nicotina con más de 0,99 mg/sobre, en el texto del PRD

RECOMENDACIONES DE LA CNMC

La CNMC establece en su informe una serie de recomendaciones:

- Las restricciones deberían ajustarse a los principios de buena regulación (necesidad, proporcionalidad, no discriminación...) y sustentarse en razones de interés general debidamente identificadas y acreditadas.
- Dado que las restricciones afectan a la libertad de empresa, deberían estar respaldadas en una norma con rango de ley. Se sugiere una reforma legal que ofrezca un respaldo indubitado a las medidas planteadas para los nuevos productos.
- En cuanto al etiquetado genérico, la prohibición de sabores y aromas y la de comercializar bolsas de nicotina (+0,99 mg/sobre), deberían ofrecerse evidencias empíricas para acreditar que se ajustan a los principios de buena regulación.
- Se recomienda justificar adecuadamente que el periodo transitorio (entre 10 y 12 meses) es suficiente para que el sector se adapte a la norma.

y en la MAIN no se encuentra una justificación que explique por qué se fija la cantidad en cuestión. Como en los supuestos anteriormente analizados, no queda suficientemente acreditado el principio de necesidad y proporcionalidad.

La medida establecería de facto una prohibición a la comercialización en el mercado español de un producto que sí puede comercializarse en otros países de la Unión Europea.

De mantenerse la medida, para verificar la legalidad de esta también desde la óptica del derecho de la UE, debería reforzarse todavía más si cabe la acreditación de la razón de salud pública potencialmente alegable y su justificación desde la óptica de los principios de necesidad y proporcionalidad ya citados anteriormente.

Finalmente, sobre la prórroga de aplicación, la CNMC recomienda justificar adecuadamente las razones por las que el periodo transitorio establecido se considera suficiente.

Las restricciones deberían ajustarse a los principios de buena regulación (necesidad, proporcionalidad, no discriminación...) y sustentarse en razones de interés general debidamente identificadas y acreditadas.



Según un nuevo estudio de Cochrane (www.cochrane.org)

LOS E-CIGS CON NICOTINA DUPLICAN EL ÉXITO PARA DEJAR DE FUMAR



Una revisión Cochrane que ha analizado 90 estudios sobre casi 30.000 personas señala que de cada 100 personas que utilizan cigarrillos electrónicos (E-cigs) con nicotina para dejar de fumar, entre 8 y 10 podrían dejar el tabaco de forma exitosa, en comparación con sólo un 6% que utilizan el tratamiento de reemplazo de nicotina, un 7% de los que recurren a cigarrillos electrónicos sin nicotina, o un 4% de quienes no reciben apoyo o que solamente reciben apoyo conductual.

Los investigadores puntualizan que "todavía se necesita más evidencia", pero apuntan que "los cigarrillos electrónicos con nicotina pueden ayudar a las personas a dejar de fumar durante al menos seis meses".

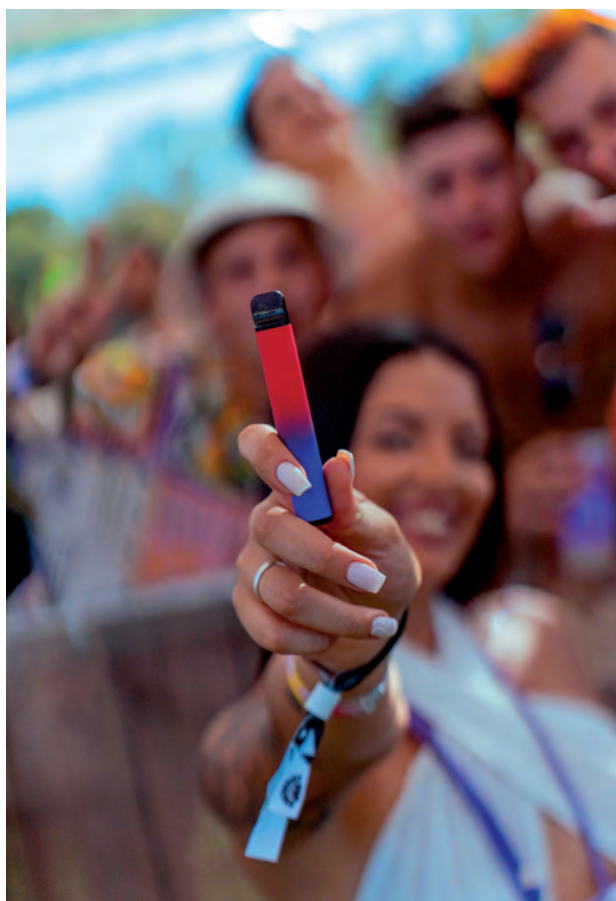
EFECTOS BENEFICIOSOS

Según indican, "la evidencia muestra que funcionan mejor que el tratamiento de reemplazo de nicotina y probablemente mejor que los cigarrillos electrónicos sin nicotina y podrían funcionar mejor que ningún apoyo o el apoyo conductual solo, y podrían no asociarse con efectos no deseados graves".

Los autores añaden que "la evidencia que compara los e-cigs con nicotina con la atención habitual o ningún tratamiento también apunta a un efecto beneficioso, pero la certeza es menor debido al riesgo de sesgo inherente al diseño de los estudios".

En este sentido, precisan que estos resultados "se basan en unos pocos estudios para la mayoría de desenlaces, y para algunos desenlaces, los datos variaron ampliamente".

Así, aclaran que los estudios que compararon los cigarrillos electrónicos con nicotina con el apoyo conductual o ningún apoyo también mostraron mayores tasas de abandono en las personas que utilizaron



cigarrillos electrónicos con nicotina, pero proporcionan datos menos seguros debido a problemas con el diseño del estudio.

MEJOR CIGARRILLOS ELECTRÓNICOS CON NICOTINA

"Existe evidencia de que los cigarrillos electrónicos con nicotina ayudan a más personas a dejar de fumar en comparación con el tratamiento de reemplazo de nicotina —señala el trabajo—. Los cigarrillos

electrónicos con nicotina probablemente ayuden a más personas a dejar de fumar que los cigarrillos electrónicos sin nicotina, pero aún se necesitan más estudios para confirmarlo".

Los investigadores buscaron ensayos controlados aleatorios que analizaran el uso de los E-cigs para dejar de fumar para determinar cuántas personas dejaron de fumar durante al menos seis meses; cuántas tuvieron efectos no deseados.

Encontraron 90 estudios que incluyeron a 29.044 adultos fumadores en lo que se comparaba los cigarrillos electrónicos de nicotina con tratamiento de reemplazo de nicotina (TRN), como parches o chicles; vareniclina (un medicamento que ayuda a dejar de fumar); cigarrillos electrónicos sin nicotina; tabaco por calentamiento; apoyo conductual, como asesoramiento o consejo, o ningún apoyo para dejar de fumar. La mayoría de los estudios se realizaron en Estados Unidos (39 estudios), el Reino Unido (20) e Italia (9).

AL MENOS DURANTE 6 MESES

Los resultados indicaron que las personas tienen más probabilidades de dejar de fumar durante al menos seis meses con el uso de los cigarrillos electrónicos con nicotina que con el uso del tratamiento de reemplazo de nicotina (siete estu-

dios; 2.544 personas) o con los cigarrillos electrónicos sin nicotina (seis estudios; 1.613 personas).

Los cigarrillos electrónicos con nicotina podrían ayudar a más personas a dejar de fumar en comparación con ningún apoyo o apoyo conductual solo (11 estudios; 6.819 personas).

Según indican los investigadores, "no se sabe con certeza si hay una diferencia entre la cantidad de efectos no deseados que se producen al utilizar los cigarrillos electrónicos con nicotina en comparación con el tratamiento de reemplazo de nicotina, ningún apoyo o apoyo conductual solo".

Constatan que hubo alguna evidencia de que los efectos no deseados no graves fueron más frecuentes en grupos que utilizaban cigarrillos electrónicos con nicotina en comparación con ningún apoyo o apoyo conductual solo.

EFFECTOS NO DESEADOS

En los estudios que comparan los E-cigs con nicotina con el tratamiento de reemplazo de nicotina se informó de un escaso número de efectos no deseados, incluidos los

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

efectos no deseados graves. "Es probable que no haya una diferencia en la cantidad de efectos no deseados no graves que presentan las personas al utilizar los cigarrillos electrónicos con nicotina en comparación con los cigarrillos electrónicos sin nicotina", comentan.

Los efectos no deseados más frecuentes de los cigarrillos electrónicos con nicotina fueron la irritación de la garganta o la boca, dolor de cabeza, tos y mareo.

"Estos parecieron ser similares a los que experimentan las personas que utilizan TRN, añaden, y se redujeron con el tiempo a medida que las personas continuaron usando los cigarrillos electrónicos con nicotina", si bien indican que "la mayoría de los resultados acerca de los efectos no deseados podrían cambiar cuando se disponga de más evidencia".

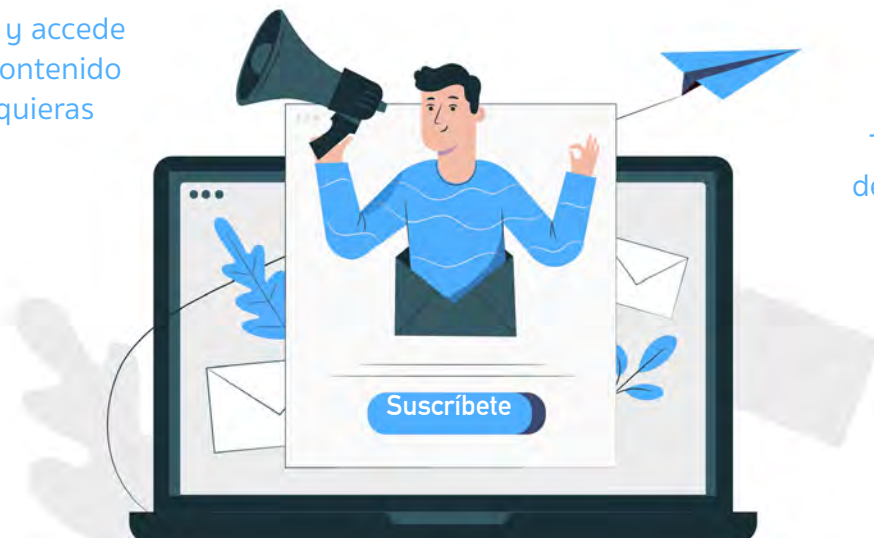
COCHRANE

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

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

¿Aún NO conoces nuestra página web?

Suscríbete y accede a todo el contenido cuando quieras



También puedes descargar el PDF de las últimas ediciones

Plataforma para la Reducción del Daño por Tabaquismo

Médicos y expertos defienden el modelo sueco frente a la propuesta del Ministerio de Sanidad



Plataforma para la reducción del daño por tabaquismo

Para analizar las propuestas del Ministerio de Sanidad para reducir las tasas de tabaquismo en nuestro país y conocer cómo están afrontando ese desafío algunos de los países más avanzados en esta materia, la Plataforma para la Reducción del Daño por Tabaquismo ha organizado un webinar —“Avances en la lucha tabáquica: España vs experiencias internacionales”— en el que médicos y expertos en la lucha contra el tabaquismo defienden

el modelo sueco frente a las citadas propuestas del Ministerio de Sanidad.

Reducir el número de fumadores es uno de los principales desafíos en materia de salud pública con el objetivo de minimizar la tasa de enfermedades prevenibles. Para lograrlo el Ministerio de Sanidad aprobó en abril de 2024 el Plan integral de Tabaquismo una iniciativa con la que pretende rebajar las tasas de tabaquismo en nuestro país.

En el webinar de la Plataforma para la Reducción del Daño por Tabaquismo han participado Karl Fagerström, psicólogo clínico y creador del test de Fagerström, Konstantinos Farsalinos, cardiólogo e investigador de la Universidad de Patras en Atenas y Fernando Fernández Bueno, portavoz de la Plataforma para la reducción del daño y cirujano oncológico del hospital Gómez Ulla.

Los doctores han aplaudido la decisión del Gobierno español de situar la lucha contra el tabaquismo como una de

las grandes prioridades de su agenda política y han valorado positivamente medidas como la subida de impuestos al cigarrillo de combustión y la aprobación del empaquetado genérico, con un especial foco en garantizar la protección del menor. Sin embargo, han lamentado la decisión de Sanidad de equiparar a los nuevos productos con el cigarrillo de combustión, sin aportar informes científicos que justifiquen esta medida.

En este contexto, se han referido al Real Decreto de Sanidad para regular los nuevos productos como son el cigarrillo electrónico o las bolsas de nicotina y que en la práctica supondría la prohibición de facto de estos productos al establecer medidas como la prohibición de sabores o el establecimiento de límites casi inexistentes a la cantidad de nicotina.

“Esta prohibición de facto es un grave error en términos de salud ya que la ciencia ha demostrado que ambos productos son sustancialmente menos dañinos, y contribuyen a la cesación tabáquica ofreciendo a los fumadores adultos una vía de escape menos dañina que fumar cigarrillos, tal y como han puesto de manifiesto las experiencias internacionales”, ha explicado el doctor Fernández Bueno.

En esta línea, el profesor Karl Fagerström ha señalado que “España no ha hecho ningún avance en la lucha contra el tabaquismo y prohibir sabores y límites a la nicotina sólo va a conseguir que el número de fumadores siga siendo alto”.

Por su parte, el doctor Farsalinos ha señalado que con esta prohibición de facto no sólo no se va a dar soluciones realistas a los fumadores, sino que, además, se va a generar un mercado negro.

EL MODELO SUECO

Karl Fagerström ha explicado también cómo en Suecia el uso de productos de tabaco y nicotina de uso oral, como las bolsas de nicotina, ha logrado reducir la tasa de fumadores por debajo del 5% situando a este país como el primer país libre de humo del mundo, según el umbral que establece la OMS. En concreto, los datos sanitarios oficiales publicados por la agencia sueca de salud pública muestran que sólo el 4,5% de los adultos nacidos en Suecia fuman, una cifra cinco veces inferior a la tasa media de tabaquismo en la UE.

Fagerström ha señalado que otra de las consecuencias positivas que ha tenido el uso de este tipo de productos es la



“Esta prohibición de facto es un grave error en términos de salud ya que la ciencia ha demostrado que ambos productos son sustancialmente menos dañinos, y contribuyen a la cesación tabáquica ofreciendo a los fumadores adultos una vía de escape menos dañina que fumar cigarrillos, tal y como han puesto de manifiesto las experiencias internacionales”, explica el doctor Fernández Bueno.

“España no ha hecho ningún avance en la lucha contra el tabaquismo y prohibir sabores y límites a la nicotina sólo va a conseguir que el número de fumadores siga siendo alto”, afirma Karl Fagerström.



El doctor Konstantinos Farsalinos señala que con esta prohibición de facto no sólo no se va a dar soluciones realistas a los fumadores, sino que, además, se va a generar un mercado negro.

reducción de enfermedades asociadas al tabaquismo. Un informe de la organización Smoke-Free Sweden publicada en 2024 titulado “Sin humos, menos daños” destaca que, aunque Suecia tiene un nivel de consumo de nicotina similar a la media europea, el país registra un 41% menos de incidencia de cáncer de pulmón y menos de la mitad de las muertes relacionadas con fumar cigarrillos que sus homólogos europeos.

Los doctores han coincidido en que si España quiere progresar en la lucha contra el tabaquismo debe hacerlo apostando por la ciencia y por la innovación tratando de ofrecer soluciones realistas a los fumadores como ya han hecho otros países como Suecia, Islandia, Noruega o Reino Unido.

Además de Suecia, otro caso de éxito es Reino Unido donde el Ministerio de Sanidad ha hecho una apuesta por incorporar el cigarrillo electrónico en la lucha contra el tabaquismo situando la tasa de tabáquica en un 12%, 13 puntos porcentuales por debajo de la que tiene España.

Por último, el doctor Farsalinos ha hecho un repaso de la contundente evidencia científica que existe en torno a los nuevos productos como el cigarrillo electrónico y ha explicado que, según datos del Centro de Control de Enfermedades de Estados Unidos, no hay evidencia científica que sustente la pretendida epidemia de vapeo juvenil y sí la hay de que las prohibiciones de sabores aumentan las tasas de tabaquismo.

RETAILERS

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

LBF

360°

retailersforthefuture.com

• TRENDING TOPIC

La guerra comercial de Estados Unidos y sus consecuencias

En el momento en que escribimos este artículo (mediados de abril), la guerra comercial del presidente estadounidense Donald Trump contra el resto del mundo –especialmente China– era la noticia más importante. Es poco probable que eso cambie para cuando leas estas palabras, aunque los detalles puedan haber variado. Entonces, ¿qué significa esto para el sector del vapeo y los nuevos productos de nicotina?

El mayor impacto se sentirá, por supuesto, en Estados Unidos y China. La mayoría de los productos de vapeo que se venden en todo el mundo provienen de la ciudad china de Shenzhen. Estos ahora estarán sujetos a un nivel altísimo de aranceles al llegar a Estados Unidos, que actualmente suman un 180%.

Y eso significará un gran aumento en los precios de los productos de vapeo para los consumidores estadounidenses, o una gran cantidad de productos importados ilegalmente, sin pagar aranceles. O ambas cosas.

Mucho dependerá de la aplicación de la ley. Hay que recordar que la mayoría de los productos de vapeo vendidos en EE. UU. son técnicamente ilegales de todos modos (porque no han sido aprobados por la Administración de Alimentos y Medicamentos, o FDA), por lo que es posible que ni los minoristas ni los consumidores se preocupen demasiado por infringir la ley. Pero redadas de las autoridades en tiendas podrían cambiar esa actitud, y por supuesto, más productos podrían ser detenidos en la frontera estadounidense.

Sin embargo, no es sólo un asunto entre Estados Unidos y China. El sector del vapeo en otros países también podría verse afectado de varias maneras. Si las empresas chinas no pueden exportar tanto a EE. UU. –su mayor mercado–, buscarán otros destinos. Algunas podrían simplemente abandonar la industria del vapeo. Pero otras seguramente intentarán aumentar sus exportaciones a otros países, especialmente en Europa. Esto podría aumentar la competencia y hacer bajar los precios. También podría aumentar el mercado ilícito en Europa. Por otro lado, los precios en Europa

también podrían subir. Si las empresas chinas pierden buena parte de su negocio en EE. UU., podrían intentar compensar subiendo los precios en otros lugares. Esto también beneficiaría al mercado ilícito.

países sea inmediatamente tan eficiente como en Shenzhen.

Las grandes tabacaleras podrían beneficiarse. Si disminuye el suministro chino a EE. UU., la industria estadounidense del vapeo no tendría los recursos para



También es posible que los fabricantes chinos de vapeo decidan trasladarse a otros países para evitar los aranceles. Algunos países del sudeste asiático también han sido objeto de aranceles muy altos por parte de Trump (aunque no tan altos como China), pero hay otros que se han visto menos afectados. Incluso es posible que parte de la producción se traslade completamente fuera del este asiático, por ejemplo a América Latina, Europa, Oriente Medio o África. Esto probablemente también aumentaría los precios, ya que es poco probable que la producción en estos

cubrir la demanda mediante la producción nacional –pero las grandes tabacaleras sí los tendrían. (Y, a diferencia de las empresas chinas, estas sí cuentan con productos aprobados por la FDA)–. Esto podría fomentar más innovación por parte de las tabacaleras. También podría crecer la demanda de productos alternativos como el tabaco calentado y las bolsitas de nicotina, lo que nuevamente impulsaría la innovación. Por último, aunque la mayor guerra comercial hasta ahora es entre EE. UU. y China, también es posible que otros países sigan el ejemplo estadounidense e impongan sus propios aranceles a productos chinos. Esto complicaría aún más el impacto en los precios y las decisiones sobre ubicación de la producción.

A largo plazo, el panorama es imposible de prever. Pero a corto plazo, sería un error pensar que el sector europeo de la nicotina no se verá afectado por la disputa entre Estados Unidos y China.

La mayoría de los productos de vapeo que se venden en todo el mundo provienen de la ciudad china de Shenzhen. Estos ahora estarán sujetos a un nivel altísimo de aranceles al llegar a Estados Unidos, que actualmente suman un 180%.



• NEWS DIGEST

Productos emergentes de tabaco y nicotina: las últimas noticias regulatorias

El Tribunal Superior de Justicia de Cataluña ha anulado una ordenanza del Ayuntamiento de Barcelona que prohibía el uso de productos de vapeo y tabaco calentado en las playas de la ciudad. El tribunal dictaminó que el ayuntamiento había excedido sus competencias. El consistorio argumentó que tenía autoridad para imponer la prohibición porque regula asuntos medioambientales en Barcelona. El tribunal consideró que los productos de vapeo y tabaco calentado no tienen un impacto directo en el medio ambiente.

También en **España**, la asociación antitabaco Nofumadores ha criticado al Parlamento de Extremadura por apoyar el uso de hoja de tabaco cultivada localmente en productos de tabaco calentado. Philip Morris International (PMI) planea utilizar esta hoja de tabaco en sus productos. También ha pedido al gobierno que prohíba la venta de bolsitas de nicotina. Un proyecto de ley que se espera se debata en el parlamento en los próximos meses. Mientras tanto, ya han entrado en vigor los nuevos impuestos especiales sobre las bolsitas de nicotina y los productos de vapeo.

En **Gibraltar**, parece probable que se introduzca una prohibición permanente de la compra de productos de tabaco para cualquier persona nacida en 2009 o después, similar a la prohibición prevista en el Reino Unido. La medida entraría en vigor en 2027.

En **Francia**, el Comité Nacional Contra el Tabaquismo ha expresado su preocupación por el uso reciente en productos de vapeo y bolsitas de nicotina de la 6-metilnicotina (6-MN), un análogo sintético de la nicotina también conocido como metatrina. La organización afirma que la 6-MN se presenta como menos dañina que la nicotina y no adictiva, lo que la hace especialmente atractiva para los jóvenes, pero señala que aunque se desconocen sus efectos a largo plazo podría ser incluso más adictiva que la nicotina tradicional.

En **Bélgica** han comenzado nuevas restricciones a la venta de productos de tabaco. Desde principios de abril, ya no se pueden exhibir en tiendas; solo se permite una lista de productos. Además, las tiendas grandes, de más de 400 metros cuadrados, no podrán vender productos de tabaco en absoluto. Los minoristas han calificado esta medida como desproporcionada.

Eslovaquia es el país europeo más reciente en considerar una prohibi-

ción de los cigarrillos electrónicos desechables y está considerando prohibir los sabores para productos de nicotina, excepto el mentol, menta y tabaco.

En **Austria**, las flores secas de cáñamo con menos del 0,3% de THC ahora se consideran productos de tabaco a efectos legales, ya que suelen fumarse. Esto significa que sólo los estancos pueden venderlas y están sujetas al régimen fiscal del tabaco.

Polonia ha implementado la prohibición de sabores en productos de tabaco calentado impuesta por la UE. Entrará en vigor el próximo enero.

Miembros centristas y de izquierda del Parlamento Europeo han expresado preocupación por la próxima revisión de la Directiva sobre Productos del Tabaco (TPD). Dado que el Parlamento Europeo tiene una mayoría de derecha, temen que una nueva versión de la TPD favorezca a la industria.

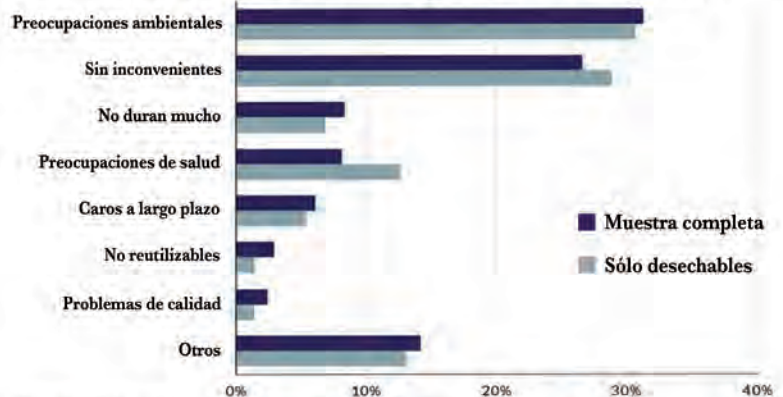
El debate continúa en **Rusia** sobre una posible prohibición de los cigarrillos electrónicos, aunque parece que el gobierno no apoya el último intento de imponer una prohibición en el parlamento. Como alternativas a una prohibición total se están considerando la concesión de licencias a los minoristas de vapeo y un aumento de los impuestos. Sin embargo, la Unión Rusa de Empresas de la Industria de la Nicotina (Spini) advierte que subir los impuestos o la prohibición total sólo alimentará el mercado ilegal.

El producto de tabaco calentado Iqos, de PMI, finalmente se lanza en **Estados Unidos**, un mercado potencialmente enorme. Se ha lanzado en Austin, Texas, y planea hacerlo en otras ciudades. Iqos es la única marca de tabaco calentado aprobada para su venta por la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) de EE. UU. Por otro lado, dos empresas de vapeo perdieron un caso ante la Corte Suprema sobre los sabores. El tribunal determinó que la FDA, que se ha negado a aprobar cualquier e-líquido con sabores a frutas o postres, no actuó de forma injusta en la gestión de las solicitudes de aprobación de productos. Y, finalmente, la industria del vapeo en EE. UU. ha sido criticada por Fox News por sus supuestos vínculos con el Partido Comunista Chino (PCCh) e informó que la Vapor Technology Association (VTA) tiene “fuertes lazos con el PCCh y con opositores de Trump”.

DATA CHART: EL GRÁFICO

El gráfico de este mes proviene de una encuesta reciente realizada por ECigIntelligence en el Reino Unido, donde está a punto de entrar en vigor una prohibición de los cigarrillos electrónicos desechables. Muestra que muchos –alrededor del 30%– están de acuerdo en que estos productos pueden representar un problema ambiental. Pero muchos menos están preocupados por los efectos en la salud. Estos hallazgos sugieren que, si otros gobiernos europeos quieren contar con el apoyo de los consumidores para prohibir los desechables, podrían centrarse en el impacto ambiental.

Desventajas de los dispositivos desechables



Notas: Encuestados que compraron un dispositivo desechable en los últimos seis meses; pregunta abierta; muestra completa: n=786; sólo dispositivos desechables: n=222. Datos recopilados en octubre y noviembre de 2024.

En un acto celebrado en el municipio cacereño de Talayuela

Philip Morris certifica la hoja de tabaco de Extremadura para su uso en tabaco calentado

- España se coloca a la cabeza de Europa al ser de los primeros países cultivadores de tabaco junto a Italia, en conseguir esta certificación que busca la sostenibilidad de este cultivo.

Philip Morris Spain ha reunido a los principales representantes del sector del cultivo del tabaco extremeño en un acto en el municipio cacereño de Talayuela. Dentro de la transformación que está impulsando la compañía hacia los productos libres de humo, Philip Morris ha hecho oficial que la hoja de tabaco de Extremadura ha obtenido la certificación que permite su uso para los nuevos productos de tabaco calentado.

Esta certificación, en la que la compañía viene trabajando desde hace años, podrá traer oportunidades para la región como reconocía el presidente de Philip Morris, Daniel Cuevas: *“Si conseguimos que la expansión de estas alternativas evolucione en España al ritmo de lo que ya está pasando en muchos países cercanos como Portugal, Italia o Grecia, esto nos permitiría garantizar no solamente seguir comprando hoja de tabaco aquí, sino incluso incrementar nuestros volúmenes de compra y valorar posibles nuevas inversiones acorde con nuestra transformación”*.

La compañía ha reconocido por otro lado que la adopción de estos productos en España depende, en gran medida, de que exista una regulación que tenga en cuenta la evidencia científica que respalde a estos nuevos productos sin combustión, porque como sector es esencial ofrecer a los fumadores adultos productos menos dañinos. Desde la compañía se ha mencionado la importancia de que la transformación que están impulsando hacia productos mejores sea entendida como algo positivo, tal y como pasa con otros sectores. Asimismo, Cuevas ha reconocido que *“nos jugamos mucho ante los crecientes desafíos regulatorios tanto en Europa como en España y, por*



Daniel Cuevas, presidente de Philip Morris Spain, ha afirmado que ante los nuevos desafíos regulatorios "es clave más que nunca que estemos unidos como sector y apostemos por la innovación".

Daniel Cuevas ha hablado durante la sesión sobre la importancia de que el sector ofrezca productos menos dañinos a los fumadores y que esta transformación sea entendida como algo positivo, tal y como pasa con otros muchos sectores.

A la derecha, en la imagen, Angélica García, diputada delegada de agricultura de la Diputación de Cáceres; Blanca Martín, presidenta de la Asamblea de Extremadura; Daniel Cuevas, presidente de Philip Morris Spain; Mercedes Morán, consejera de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Sostenible de la Junta de Extremadura; y Roberto Baños, alcalde de Talayuela.



EL TABACO EXTREMEÑO, A LA CABEZA

España es uno de los mayores países productores de hoja de tabaco de toda Europa y aproximadamente el 98% de este tabaco se cultiva en tierras extremeñas. Los cultivadores de tabaco de Extremadura llevan décadas trabajando para hacer de la hoja extremeña una garantía de calidad, siendo pioneros en el uso de los últimos avances, como la reconversión de los secaderos a biomasa, eliminando por completo el uso de combustibles fósiles.

Durante el evento, se ha proyectado un vídeo con declaraciones de la presidenta de Extremadura en el que ha mostrado el respaldo de la Junta a un sector fundamental que genera miles de puestos de trabajo. María Guardiola ha defendido que su región necesita empleo, desarrollo y crecimiento y ha querido agradecer la iniciativa de Philip Morris que remarca la unidad y la apuesta por la innovación y el desarrollo. En palabras de la presidenta de Extremadura, *“juntos conseguimos mucho más, juntos Extremadura es mucho más fuerte”*.

La certificación de la hoja de tabaco extremeña para tabaco calentado, que ha conllevado un proceso exhaustivo, supone un paso más en la apuesta de la compañía por el cultivo en la región tras décadas en las que cada año desde 1992 de manera ininterrumpida ha comprado hoja de tabaco, con una inversión total en la última década de 230 millones de euros. Asimismo, la compañía ha impulsado programas de buenas prácticas agrícolas orientadas a la mejora de la calidad, productividad del tabaco y la apuesta por el desarrollo y la formación.

“Estamos convencidos de que el tabaco de Extremadura tiene futuro y, lo más importante, tiene continuidad para las nuevas generaciones de cultivadores de tabaco”, ha asegurado en su intervención Cesare Trippella, director de hoja para Europa de Philip Morris.



Cesare Trippella, director de hoja para Europa de Philip Morris.

ello, es clave más que nunca que estemos unidos como sector y apostemos por la innovación”.

En el acto, que ha contado con la presidenta de la Asamblea de Extremadura, Blanca Martín; la consejera de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Sostenible de la Junta de Extremadura, Mercedes Morán; el alcalde de Talayuela, Roberto Baños; y la diputada delegada de agricultura de la Diputación de Cáceres, Angélica García, se ha recibido este hito como algo muy positivo, al ser España uno de los primeros países cultivadores de Europa en conseguir esta certificación, junto a Italia.

PMI, POR UN FUTURO SIN HUMO

Philip Morris International (PMI) es una empresa tabaquera líder a escala internacional, que trabaja activamente por un futuro sin humo y está desarrollando su cartera a largo plazo para incluir productos fuera del sector del tabaco y la nicotina. La actual cartera de productos de la empresa se compone principalmente de cigarrillos y productos sin humo. Desde 2008, PMI ha invertido más de 14.000 millones de dólares para desarrollar, fundamentar científicamente y comercializar productos sin humo innovadores para adultos que, de otro modo, seguirían fumando, con el objetivo de acabar por completo con la venta de cigarrillos. Esto incluye la creación de capacidades de evaluación científica de categoría mundial, especialmente en las áreas de toxicología de sistemas preclínicos, investigación clínica y conductual, así como estudios posteriores a la comercialización. En 2022, PMI adquirió Swedish Match -líder en la administración oral de nicotina- creando un grupo mundial libre de humo. La Administración de Alimentos y Medicamentos de EE.UU. ha autorizado versiones de los dispositivos para tabaco calentado y sus consumibles de PMI y el producto de tabaco oral de Swedish Match como Productos de Tabaco de Riesgo Modificado y las solicitudes de renovación de estos productos están actualmente pendientes ante la FDA. A cierre de 2024, los productos libres de humo de PMI estaban disponibles para la venta en 95 mercados, y PMI estima que 38,6 millones de adultos en todo el mundo utilizan los productos libres de humo de PMI. El negocio de los productos sin humo representó aproximadamente el 40% de los ingresos netos totales de PMI a cierre de 2024. Con una base sólida y una experiencia significativa en ciencias biológicas, PMI tiene la ambición a largo plazo de expandirse a las áreas de bienestar y salud para mejorar la vida a través de la prestación de servicios de salud integrados. «PMI» se refiere a Philip Morris International Inc. y sus filiales. Para más información, visite www.pmi.com y www.pmscience.com.

Este hito representa un paso clave dentro del compromiso de la compañía con Extremadura y con el cultivo de tabaco desde hace décadas.

“Estamos convencidos de que el tabaco de Extremadura tiene futuro y, lo más importante, tiene continuidad para las nuevas generaciones de cultivadores de tabaco”, aseguraba Cesare Trippella, director de hoja de Philip Morris para Europa.



La Asamblea de Extremadura se une en apoyo al sector del tabaco

- Extremadura concentra el 98% de la producción de tabaco en España y cerca del 20% en Europa, siendo un pilar económico en comarcas como La Vera, Campo Arañuelo, Plasencia y el Valle del Alagón.

El pasado jueves 27 de marzo se alcanzó un consenso en la Asamblea de Extremadura tras aprobarse una Declaración Institucional conjunta de apoyo al sector del tabaco, leída al inicio de la Sesión Plenaria por el vicepresidente segundo de la cámara extremeña, Manuel Naharro Gata (en la imagen derecha), que fue respaldada de forma unánime por los cuatro grupos parlamentarios con representación: PSOE, PP, VOX y Unidas por Extremadura.



Importancia estratégica

La iniciativa pone de relieve la importancia estratégica del cultivo de tabaco en la región, no solo como motor económico, sino también como herramienta clave frente al reto demográfico. Extremadura concentra el 98% de la producción española de hoja de tabaco y alrededor del 20% de la producción europea, con un impacto directo en zonas como La Vera, Campo Arañuelo, Plasencia y el Valle del Alagón. Este sector no sólo genera empleo directo e indirecto de calidad, sino que también contribuye de forma decisiva a fijar población en el entorno rural y a dinamizar territorios con menor tasa de paro y mayor renta neta por hogar.

El texto subraya la importancia de reconocer y proteger el modelo productivo del tabaco en Extremadura, un modelo que se ha distinguido por su capacidad de innovación, su compromiso con la sostenibilidad y su aportación al equilibrio territorial. Asimismo, los grupos han hecho hincapié en la necesidad de que cualquier nueva normativa, como el empaquetado genérico o la ampliación de restricciones al consumo en espacios al aire libre, se base en evidencia científica contrastada y evaluaciones rigurosas que permitan anticipar su impacto socioeconómico, especialmente en sectores estratégicos para la región.

Por último, se remarca la importancia de

promover medidas regulatorias proporcionadas que tengan en cuenta la diversidad de productos y favorezcan la transición hacia alternativas de menor riesgo, como el tabaco calentado, cuyas particularidades ya están siendo reconocidas por numerosos países europeos.



Águeda García-Agulló Bustillo, directora general de la Mesa del Tabaco, valoró positivamente esta Declaración Institucional, resaltando que "este tipo de iniciativas institucionales reflejan la importancia de trabajar unidos para apoyar al tejido económico y social del entorno rural".



La Declaración Institucional

La Asamblea de Extremadura, consciente de la relevancia del cultivo del tabaco para la economía y el desarrollo social de nuestra región, quiere poner en valor el impacto crucial del sector. Extremadura es líder nacional y europeo en la producción de tabaco, representando el 98% de la producción española y aproximadamente el 20% de la producción comunitaria.

Este sector tiene un papel fundamental en el bienestar económico y social del territorio, con impacto especialmente en las comunidades rurales de La Vera, Campo Arañuelo, Plasencia o el Valle del Alagón, contribuyendo de forma significativa a la fijación de la población rural, la creación de empleo y la generación de riqueza.

El cultivo de tabaco en nuestra región es un pilar estratégico en la lucha contra la despoblación y un factor clave en el fortalecimiento del tejido social, no solo por la creación de puestos de trabajo directos e indirectos de calidad, con un peso importante de empleo femenino, sino también por el impulso del desarrollo de comarca, que presentan indicadores sociales y económicos diferenciales, con menor tasa de paro o mayor renta neta por hogar.

Los agricultores de hoja de tabaco en Extremadura han adoptado prácticas sostenibles y tecnológicamente muy adelantadas, lo que no sólo ha mejorado la calidad del producto, sino que también ha permitido paralelamente la implementación de sistemas de trazabilidad muy avanzados. Además, se han introducido nuevas técnicas de cultivo y secado, innovadoras y respetuosas con el medioambiente, como el uso de biomasa en lugar de combustibles derivados del petróleo en los secaderos, que ha elevado el estándar de calidad del tabaco extremeño colocándolo a la vanguardia del sector a nivel europeo.

Por su parte, las localidades cacereñas en Navalmoral de la Mata y Talayuela albergan la sede de CETARSA, empresa pública de referencia que asegura la competitividad del sector a través de la primera transformación de tabaco.

Los cuatro grupos parlamentarios (PSOE, PP, VOX y Unidas por Extremadura) aprobaron el pasado 27 de marzo una Declaración Institucional conjunta en defensa del sector, reconociendo su papel en la creación de empleo y la lucha contra la despoblación. En ella se subraya, entre otras, la necesidad de que nuevas medidas regulatorias, como el empaquetado genérico o restricciones en espacios al aire libre, se basen en evidencia científica y evalúen su impacto socioeconómico.

En los últimos años, la región ha impulsado una notable modernización, con inversiones que han fortalecido la sostenibilidad y la competitividad, consolidando su posición de liderazgo. Como resultado, el tabaco extremeño ha alcanzado uno de los estándares de calidad más altos del mundo, respaldado por la apuesta de grandes compañías internacionales. En este contexto resulta esencial que cualquier medida legislativa, ya sea en relación al empaquetado genérico o a las restricciones al consumo, se valore con una perspectiva integral basada en evidencias científicas y en evaluaciones rigurosas de impacto económico y social, asegurando que las medidas propuestas sigan avanzando en la protección de la salud pública, sin comprometer sectores económicos fundamentales.

Por ello, la Asamblea de Extremadura: Uno. Resalta la importancia de reconocer y proteger el modelo productivo de tabaco en Extremadura, un sector que garantiza empleo de calidad, el empleo femenino, dinamiza la economía rural y refuerza el compromiso con la sostenibilidad y la innovación.

Dos. Considera prioritario que, cualquier iniciativa normativa, como el empaquetado genérico o la ampliación de restricciones al consumo en espacios al aire libre, cuente con datos científicos contrastados que demuestren su eficacia real, a la vez que se valoren cuidadosamente sus posibles repercusiones a nivel socioeconómico por su impacto sobre sectores clave para la economía extremeña.

Tres. Subraya la necesidad de mantener medidas regulatorias proporcionadas que respeten la diversidad de productos y fomenten la transición hacia alternativas con menos riesgo, como el tabaco calentado, cuyas características diferenciadas ya son reconocidas en muchos países de la Unión Europea y a nivel mundial.

La Asamblea de Extremadura reafirma su apoyo a la actividad productiva del tabaco en su compromiso con la defensa de los intereses de las comunidades rurales extremeñas, promoviendo un diálogo abierto con todos los actores implicados en el sector para asegurar un futuro próspero y sostenible para la región.

Las políticas antitabaco australianas excluyen a los más vulnerables

Mientras los esfuerzos para reducir el tabaquismo en Australia han logrado ciertos avances, una nueva investigación advierte que las políticas actuales están dejando atrás a las comunidades más desfavorecidas. Las estrategias centradas en el aumento de impuestos han tenido un impacto limitado en quienes más lo necesitan, y los expertos piden un enfoque más justo y efectivo para combatir esta problemática.



Durante años, el gobierno de Australia ha apostado por aumentar los impuestos sobre el tabaco como herramienta principal para disminuir su consumo. Aunque esta medida ha logrado que muchos dejen el hábito, nuevas evidencias muestran que no ha sido suficiente para alcanzar el objetivo nacional de reducir la tasa de fumadores por debajo del 5% antes de 2030, especialmente entre los sectores con menos recursos.

Un estudio reciente de la Universidad de Queensland, publicado en Tobacco Control, muestra que el gasto anual en cigarrillos de los hogares de bajos ingresos puede superar los 4.310 euros (4.900 dólares). A pesar de que la cantidad de hogares que fuman ha disminuido, quienes persisten en el hábito, en particular, en comunidades marginadas, están destinando una porción cada vez mayor de sus ingresos a este consumo.

La profesora Coral Gartner, autora del estudio, advirtió que este grupo vulnerable suele sacrificar necesidades básicas como alimentación, atención médica o educación con tal de mantener el consumo de tabaco. Según Gartner, se necesita implementar medidas adicionales: desde limitar los puntos de venta, hasta regular el tabaco de forma similar a los medicamentos y facilitar el acceso a terapias gratuitas para dejar de fumar.

LA EXCLUSIÓN DE ALTERNATIVAS MÁS SEGURAS

Curiosamente, el estudio de la Universidad de Queensland no considera el uso de productos de nicotina menos dañinos, como los vapeadores, que en otras partes del mundo han demostrado ser eficaces para dejar el cigarrillo. Esta omisión ha sido destacada por el profesor Ross Fitzgerald, de la Universidad de Griffith, quien abordó la misma problemática desde una perspectiva distinta.



Fitzgerald subraya que los fumadores con menores ingresos consumen más cigarrillos por día que sus contrapartes más acomodadas, lo que aumenta las tasas de enfermedades graves como el cáncer de pulmón. Esto no solo perpetúa la desigualdad en salud, sino que también contribuye significativamente a la brecha de esperanza de vida entre ricos y pobres.

EL MERCADO NEGRO EN AUGE

Australia aplica uno de los impuestos al tabaco más altos del mundo, con un aumento acumulado de más del 280%. Un paquete de cigarrillos legales puede costar hasta 35,17 euros (40 dólares), mientras que las versiones del mercado negro están disponibles por apenas 13,19 euros (15 dólares). Como consecuencia, muchos fumadores con recursos limitados recurren a productos ilícitos, lo que alimenta un mercado paralelo en expansión. Este comercio ilegal no solo priva al gobierno de ingresos fiscales significativos,

A pesar de que la cantidad de hogares que fuman ha disminuido, quienes persisten en el hábito, en particular, en comunidades marginadas, están destinando una porción cada vez mayor de sus ingresos a este consumo.

sino que también se vincula a actividades delictivas, como ataques a minoristas y enfrentamientos violentos. A la par, la regulación estricta de los productos de vapeo ha dificultado su acceso, incluso con prescripción médica.

Un estudio basado en una encuesta a 332 farmacias reveló que tres de cada cuatro no ofrecen productos de vapeo con receta y muchas ni siquiera están dispuestas a encargarlos por la complejidad burocrática, preocupaciones reputacionales o falta de claridad en la normativa. Solo el 26% de las

farmacias encuestadas comercializa estos productos, y quienes lo hacen, cuentan con un surtido muy limitado.

Este modelo regulatorio, que restringe el acceso a vapeadores legales, ha sido calificado por algunos expertos como un “*fracaso político*”. Mientras tanto, países como Nueva Zelanda han adoptado enfoques más abiertos, con resultados positivos en la reducción del tabaquismo.

UNA LLAMADA A REPENSAR EL ENFOQUE

Frente a este escenario, se alzan voces que reclaman una estrategia más equilibrada y compasiva. Permitir que comercios autorizados vendan productos de vapeo bajo estrictas normas de control de calidad y verificación de edad podría ser un paso importante para frenar tanto el tabaquismo como el mercado negro.

En definitiva, si bien los altos impuestos han disuadido a muchos de fumar, también han provocado consecuencias imprevistas en las comunidades más vulnerables. La falta de acceso a métodos alternativos, sumado al crecimiento del comercio ilícito, pone en entredicho la efectividad del modelo actual. Es momento de rediseñar la política de control del tabaco en Australia, priorizando la salud pública sin dejar atrás a quienes más ayuda necesitan.

Portugal refuerza su regulación sobre el tabaco

Portugal ha introducido cambios significativos en su legislación sobre el tabaco, reestructurando el marco normativo que regula el consumo y la comercialización de productos relacionados con la nicotina. Estas nuevas medidas buscan equiparar los cigarrillos electrónicos con el tabaco tradicional, generando efectos sustanciales en los hábitos de consumo, las dinámicas de mercado y las estrategias empresariales.

 La nueva normativa coloca a los cigarrillos electrónicos bajo el mismo control regulatorio que los productos de tabaco convencionales. Esto incluye restricciones sobre su uso en espacios públicos y mayores limitaciones en su distribución y venta. El objetivo principal de esta medida es reducir el consumo entre menores, minimizar la exposición a la adicción a la nicotina y fomentar un entorno libre de humo en diversos espacios sociales. Estas regulaciones también impactan a los fabricantes y distribuidores, que ahora deben replantear sus estrategias de mercado para adaptarse a un entorno más restrictivo. Además, los consumidores enfrentan un acceso limitado a los cigarrillos electrónicos en ciertos lugares, lo que los impulsa a explorar alternativas más alineadas con las nuevas directrices.

LAS BOLSAS DE NICOTINA GANAN TERRENO

En este contexto, las bolsas de nicotina han emergido como una solución innovadora y práctica para quienes buscan satisfacer su consumo de nicotina sin recurrir al tabaco ni a los cigarrillos electrónicos. Estos productos, libres de humo y vapor, ofrecen una experiencia discreta y adaptable, lo que los convierte en una opción atractiva en el cambiante panorama legislativo. El crecimiento en la demanda de estas alternativas refleja una transición del mercado hacia opciones más saludables y sostenibles. A nivel mundial, productos como las bolsas de nicotina han ganado popularidad debido a su capacidad para minimizar los riesgos asociados al tabaquismo y al vapeo. En Portugal, su disponibilidad a través de diversos canales minoristas evidencia un cambio en las preferencias de los consumidores hacia soluciones que priorizan el bienestar personal. Las nuevas leyes han provocado un reajuste en los hábitos de consumo, especialmente entre aquellos acostumbrados a utilizar cigarrillos electrónicos. Ante las restric-



ciones, muchos buscan alternativas más versátiles que se adapten a las regulaciones vigentes y a sus estilos de vida. Este cambio no solo responde a la normativa, sino también a una creciente conciencia sobre la salud y la necesidad de productos más seguros.

La adopción de bolsas de nicotina como sustituto del tabaco y el vapeo representa una evolución en la forma en que los consumidores abordan sus necesidades de nicotina. Estas opciones permiten una reducción del impacto ambiental y social, al tiempo que ofrecen una experiencia personalizada a través de sabores y niveles de nicotina variados.

MERCADO EN TRANSICIÓN

Este período de transición, impulsado tanto por los cambios regulatorios como por la sensibilización sobre la salud, señala una transformación significativa en el mercado del tabaco en Portugal. Las alternativas libres de tabaco como las bolsas de nicotina no sólo ofrecen una solución viable para los consumidores, sino que también refuerzan el compromiso con estilos de vida más saludables en una sociedad en constante evolución.

Bélgica, primer país de la UE que prohíbe los vapeadores desechables

Bélgica ha marcado un precedente en la Unión Europea al convertirse en el primer país en prohibir la venta de cigarrillos electrónicos desechables desde el pasado 1 de enero, una medida que busca proteger a los menores y mitigar los daños al medio ambiente.

 La decisión forma parte de una estrategia nacional contra el tabaquismo, ya que estadísticas oficiales revelan que los jóvenes belgas inician con mayor frecuencia el hábito a través de los vapes en lugar de los cigarrillos tradicionales. El ministro de Salud, Frank Vandenbroucke, señaló que estos dispositivos están diseñados específicamente para atraer a un público joven. *“Los cigarrillos electrónicos desechables buscan captar nuevos usuarios, especialmente aquellos que nunca antes habían fumado”*, afirmó en una entrevista.

Aunque defensores de los vapes argumentan que pueden ayudar a las personas a dejar de fumar, las autoridades sanitarias advierten que sus diseños llamativos y sabores afrutados resultan especialmente atractivos para los adolescentes. Según la legislación vigente en Bélgica, la venta de vapes está prohibida para menores de 18 años, pero esto no ha impedido que su uso crezca entre ellos.

GRAN ATRACTIVO

Además de proteger a los jóvenes, el gobierno belga espera que esta prohibición ayude a reducir el impacto ambiental de los vapes desechables, que contienen plásticos, productos químicos y baterías no recargables. Steven Pomeranc, propietario de una tienda de cigarrillos electrónicos en Bruselas, respaldó la medida, afirmando que muchos clientes no reciclan adecuadamente las baterías de estos dispositivos.

Una exposición que celebra la evolución del diseño y la tecnología

IQOS Game Changer (R)Evolution: la revolución de IQOS

IQOS, el dispositivo que calienta tabaco en lugar de quemarlo, continúa con su iniciativa "IQOS Game Changers". Esta vez, el auténtico Game Changer es IQOS, gracias a la evolución en tecnología y diseño que ha desarrollado a lo largo de los años y que han cambiado la manera de consumir tabaco entre fumadores y usuarios adultos. Del 6 al 9 de marzo, y de la mano de UVNIT Art Fair, IQOS presenta IQOS GAME CHANGER (R)EVOLUTION, una exposición en la que los usuarios de IQOS y fumadores adultos podrán sumergirse en el mundo IQOS, explorar su historia y descubrir la transformación de sus dispositivos, incluidas las ediciones limitadas que han marcado cada hito en su evolución y lo han convertido en un Game Changer.

En su 9ª edición, UVNIT Art Fair se reinventa explorando los lenguajes más frescos, actualizando códigos estéticos y estableciendo nuevas tendencias en el mundo del arte. De la misma manera que IQOS, que desde su lanzamiento hace más de 10 años, es un verdadero Game Changer que no ha dejado de retar a lo convencional y ha transformado la manera de consumir tabaco, ofreciendo una alternativa revolucionaria que combina tecnología avanzada con diseño que ha cambiado para siempre las reglas del juego.

Por esta razón, el mismo dispositivo IQOS es el protagonista de esta nueva edición de Game



La exposición se ha podido visitar también en las Boutiques de Madrid, Barcelona, Sevilla y Valencia desde finales del pasado mes de marzo.

Changers. Porque con más de 30 millones de usuarios adultos en todo el mundo que ya han dado el paso hacia una mejor alternativa, IQOS ha demostrado ser mucho más que un simple dispositivo.

IQOS PRESENTA IQOS GAME CHANGER (R)EVOLUTION, UNA EXPOSICIÓN DONDE ACERCAR A LOS CONSUMIDORES LA HISTORIA DE LA MARCA Y DESCUBRIR LOS DISPOSITIVOS Y EDICIONES LIMITADAS DE LA MARCA.

IQOS es una revolución. IQOS llegó para cambiar las reglas del juego. Porque el futuro es para los que se atreven a transformar. IQOS es IQOS GAME CHANGER (R) EVOLUTION.

Y es que la innovación está en el corazón de IQOS. Desde su tecnología HeatControl™ hasta su diseño ergonómico, cada aspecto de IQOS ha sido meticulosamente desarrollado. Este producto es el resultado del trabajo de más de 400 científicos y expertos y más de 3 mil millones de dólares en inves-



tigación y desarrollo que han llevado la innovación a nuevos niveles, proporcionando a los usuarios dispositivos más eficientes, con diseño elegantes y fáciles de usar.

Para conmemorar esta historia de innovación y desarrollo, la exposición hará su aparición tras la feria en las boutiques de Madrid, Barcelona, Sevilla y Valencia. Así, los usuarios de otras ciudades de España podrán sumergirse en esta experiencia única y celebrar junto a IQOS este momento inolvidable.

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

IQOS se vistió de Fallas en Valencia

La magia de las Fallas ha inundado cada rincón de Valencia y, este año, IQOS se ha vuelto a sumar a la celebración con un tributo especial a la ciudad y su espíritu innovador. Al igual que las Fallas representan la transformación y la evolución, IQOS también desafía lo convencional apostando por un futuro sin humo, al calentar el tabaco en lugar de quemarlo.



Para plasmar esta fusión de tradición y modernidad, la IQOS Boutique de Valencia exhibirá un bordado fallero único, diseñado en exclusiva para la marca. Una pieza creada con la maestría que caracterizan a los artesanos valencianos y que simboliza el punto de encuentro entre el

legado cultural de la ciudad y la visión vanguardista de IQOS.

Las Fallas son una expresión de la identidad y el orgullo de la ciudad de Valencia y IQOS quiere acompañar a todos los valencianos en esta fiesta emblemática diciendo adiós al pasado y dando la bienvenida a nuevos objetivos que nos ayuden a seguir avanzando. Así es como actúa IQOS, yendo más allá de lo establecido para avanzar hacia un futuro sin humo.

Para Alejandro Flores, director de marketing de IQOS, "las Fallas son un momento de celebración en el que Valencia se une para despedirse

de lo viejo y abrazar nuevas oportunidades. En IQOS nos gusta ir un paso más allá y retar lo convencional. Por eso, este año queremos romper las reglas del juego e invitar a todos los fumadores adultos valencianos a dejar el humo atrás y descubrir las ventajas de calentar tabaco con IQOS".



IQOS BOUTIQUE EN VALENCIA

Desde su inauguración en 2023, la IQOS Boutique de Valencia, la sexta de la marca en España, se ha consolidado como un referente para acercar a los fumadores adultos valencianos los últimos avances en diseño y tecnología de los dispositivos para tabaco calentado. Con más de 260 m² diseñados por el prestigioso estudio italiano Parisotto+Formenton Architetti, este espacio se suma a la red de boutiques IQOS presentes en ciudades clave de todo el mundo como Ámsterdam, Berlín, Milán y Tokio.



Duración, potencia y estética en un solo dispositivo

Lost Mary lanza BM1000 Turbo

LOST MARY ha presentado el nuevo BM1000 Turbo ante la prensa especializada y otros stakeholders del sector en un evento que ha tenido lugar en Madrid. Este nuevo modelo de vapor, ya disponible en el mercado, redefine los estándares del sector con su innovadora tecnología y un renovado diseño de su clásica e inconfundible petaca.

Diseñado para quienes buscan una experiencia intensa y personalizable, este nuevo modelo combina duración, potencia, estética y reciclabilidad en un solo dispositivo. Se trata del vapor ideal para fiestas y festivales, así como para llevarse de viaje.

INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA AVANZADA

El nuevo LOST MARY BM1000 Turbo ofrece hasta mil caladas, asegurando una mayor duración y disfrute. El dispositivo incorpora una pantalla que muestra el porcentaje de consumo en tiempo real, permitiendo a los usuarios un control de uso preciso. Además, este vapor ofrece una función de emisión de vapor ajustable, adaptándose a las preferencias individuales de cada consumidor.

Uno de los aspectos más innovadores es su exclusivo modo Turbo.



Con sólo presionar un botón, los usuarios pueden activar esta función, que intensifica la experiencia de vapeo con una mayor producción de vapor y una sensación más potente. Además, cuenta con una batería desmontable que facilita su recarga, prolonga su vida útil y permite una correcta gestión de residuos.

BM1000 Turbo de LOST MARY constituye un modelo mejorado y maxi-



mizado del clásico BM600, que ha cosechado un enorme éxito en el mercado durante los últimos años. BM1000 mantiene el diseño clásico y popular de siempre, con un tamaño perfecto para el día a día y la misma intensidad de sabor, pero ahora con más caladas, pantalla de consumo, batería desmontable y modo Turbo.

VARIEDAD Y PERSONALIZACIÓN

Este nuevo dispositivo está disponible en 12 sabores, ofreciendo una amplia variedad de opciones para todos los gustos. Su diseño no se queda atrás: cuenta con una estética moderna y sofisticada, con colores pastel degradados que lo convierten en un accesorio visualmente atractivo y elegante.

Más información en lostmary.es.

BM1000 TURBO

Modo Turbo, máximo impacto!

- HASTA 1000 PUFFS
- % CONSUMO EN PANTALLA
- EMISIÓN DE VAPOR AJUSTABLE

Modo Turbo

Pantalla de E-líquido

Batería desmontable

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

FOR THE FUTURE

COMPROMETIDOS
CON EL ESTANCO
HACIA UNA
COMUNICACIÓN

360°

ESCANEA EL CODIGO QR
Y VISITA NUESTRA WEB

COMUNICACIÓN
EN EL PUNTO
DE VENTA

NUESTRAS REVISTAS

NEWSLETTERS SEMANALES

MEDIA PARTNERS EVO NXT.
VAPEXPO MADRID E INTERTABAC

Según un comunicado de UPEV

La CNMC cuestiona a Sanidad por restringir la competencia al legislar contra el vapeo sin aportar suficientes evidencias

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) ha emitido un informe crítico sobre el Proyecto de Real Decreto que modifica el RD 579/2017 y aumentaría las restricciones enmarcadas dentro del Plan Nacional de Prevención y Control del Tabaquismo 2024-2027 así como la actualización de requisitos en la fabricación y presentación de productos derivados del tabaco, según afirma un comunicado de la Unión de Promotores y Empresarios del Vapeo (UPEV). La CNMC —apunta— destaca que las nuevas restricciones propuestas por el Ministerio de Sanidad podrían tener un impacto negativo en la libre competencia, la innovación y el desarrollo del sector.

Como señala UPEV, en un contexto europeo donde se promueven principios de competitividad y desarrollo económico, la CNMC advierte de que las medidas del proyecto de RD del Gobierno carecen de suficiente evidencia científica para justificar su aplicación, a pesar de que el objetivo de Sanidad es proteger la salud y reducir el tabaquismo. UPEV cita algunas de las medidas con las que más crítica es la CNMC:

- Empaquetado genérico, que podría afectar a la competencia e innovación en el sector.
- Restricción de sabores y aromatizantes: el hecho de permitir únicamente los que tengan sabor a tabaco, pese a que los estudios demuestran que la diversidad de sabores en los vaporizadores facilita la transición de fumadores a alternativas menos dañinas.
- La prohibición de bolsas de nicotina con contenido superior a 0,99 mg/sobre: se considera una prohibición de facto del producto, pues la mayoría supera este límite.
- Prórroga de aplicación: se otorgan plazos de adaptación a la nueva normativa de 10 meses para fabricantes y de 12 para comerciantes, lo que, según el informe, carece de justificación adecuada para que se consideren suficientes estos periodos.

Con todo, el máximo organismo defensor del buen funcionamiento de todos

los mercados reconoce que la necesidad es proteger la salud pública. Sin embargo, las restricciones deben cumplir con los principios de necesidad, proporcionalidad y no discriminación. Así, muchas de las medidas se aplican sin contar con suficiente respaldo empírico y científico que demuestre su efectividad para reducir la incidencia de tabaquismo. Además, recuerda que se obstaculizaría la entrada de nuevos competidores, favoreciendo así a los grandes grupos empresariales del sector y perjudicando la innovación y reducción de daños en este grupo poblacional.

“La CNMC insta a seguir los trámites normativos correctos, el calado de esta medida requiere ser aprobada en las Cortes y no apoya que pueda regularse por Real Decreto. Este informe está alineado con lo que venimos defendiendo desde UPEV y es que cuando se pretende legislar sin escuchar a los principales actores se pone en riesgo no solo a empresarios, sino también a consumidores”, concluye Arturo Ribes, presidente de UPEV.

La CNMC argumenta que la prohibición de facto de aromatizantes de vapores y de bolsitas de nicotina no se sustenta y critica al Ministerio por utilizar la salud pública como justificación para imponer medidas contrarias a la libre competencia.

Reino Unido

El aumento de los impuestos al tabaco dispara el contrabando

El fisco británico está dejando de percibir aproximadamente 3,09 millones de euros (2.600 millones de libras esterlinas) en impuestos debido al incremento del comercio ilegal de tabaco, impulsado por los continuos aumentos fiscales que han llevado a muchos fumadores a recurrir al mercado negro.

Como parte de la política del gobierno de elevar el impuesto al tabaco, la tasa ha ido subiendo anualmente un 2% por encima de la inflación. Sin embargo, algunos críticos advierten que este incremento ha generado un efecto contrario al esperado, ya que ha incentivado la compra de productos de contrabando, reduciendo así la recaudación fiscal. Datos oficiales indican que al menos el 14,5% del tabaco que circula en el Reino Unido proviene de fuentes ilegales, aunque algunos expertos sugieren que la cifra real podría ser el doble.

La Oficina de Responsabilidad Presupuestaria (OBR) había estimado originalmente que los impuestos sobre el tabaco generarían 11.400 millones de libras esterlinas en ingresos. Sin embargo, la recaudación final ascendió a solo 8.800 millones, un 12% menos que el año anterior, la mayor disminución anual registrada hasta la fecha.

Actualmente, los impuestos sobre el tabaco en Reino Unido incluyen un 16,5% sobre el precio de venta, más un fijo de 6,69 libras esterlinas por paquete de 20 cigarrillos o 4,17 libras por cada 10 gramos de tabaco en cigarro. Para el tabaco de liar, la tasa asciende a 14,30 libras por paquete de 30 gramos, mientras que el tabaco para calentar se grava con 2,06 libras por cada 6 gramos.

Las autoridades continúan evaluando estrategias para frenar el comercio ilícito y mitigar la pérdida de ingresos fiscales, aunque la efectividad de los aumentos impositivos sigue siendo objeto de debate.

Desde el de abril

Entran en vigor los impuestos a los líquidos de vapeo, bolsas de nicotina y otros productos relacionados con el tabaco

La Ley 7/2024, de 20 de diciembre, aprobó un nuevo impuesto especial de fabricación sobre los líquidos para cigarrillos electrónicos y otros productos relacionados con el tabaco, como las bolsas de nicotina. Desde el 1 de abril ha de empezar a liquidarse, como recoge la Orden del Ministerio de Hacienda 86/2025, de 13 de enero, por la que se aprueba el modelo 573 «Impuesto sobre los líquidos para cigarrillos electrónicos y otros productos relacionados con el tabaco. Autoliquidación» y el modelo A24 «Impuesto sobre los líquidos para cigarrillos electrónicos y otros productos relacionados con el tabaco. Solicitud de devolución por envíos dentro de la Unión Europea», se determina la forma y el procedimiento para su presentación, y se regula la inscripción en el Registro territorial de los contribuyentes del artículo 64 quinquies de la Ley de Impuestos Especiales.

El impuesto especial sobre líquidos para cigarrillos electrónicos y otros productos relacionados está regulado en la Ley y el Reglamento de Impuestos Especiales y tiene por objeto gravar el consumo de los productos incluidos en su ámbito objetivo dentro del ámbito territorial del impuesto.

Además de los hechos impositivos propios de los impuestos especiales de fabricación, son hechos impositivos la tenencia con fines comerciales y la introducción en Península o Baleares procedente del territorio de otros Estados miembros. Desde el 1 de abril de 2025 están disponibles los trámites relativos a este nuevo Impuesto Especial, para lo que se ha habilitado en la Sede electrónica de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT) el modelo de declaración informativa relativa a almacenamiento, con fines comerciales, de existencias de estos productos a 1 de abril de 2025. También se ha abierto, hasta 30 días hábiles después de esa fecha, la inscripción en el registro territorial de impuestos especiales, para el caso de fábricas, depósitos fiscales, destinatarios con fines comerciales de productos introducidos desde el territorio de otros Estados miembros de la Unión Europea, en un enlace específico del apartado Registro Territorial.

En relación con el hecho imponible importación se han habilitado los códigos a incluir en la declaración aduanera tanto para la liquidación del impuesto como para la vinculación de la mercancía a régimen suspensivo.

La Orden de Hacienda recoge los Modelos 573 de solicitud del Impuesto sobre Líquidos para Cigarrillos Electrónicos y otros Productos relacionados con el Tabaco y A24 de Autoliquidación y del Impuesto sobre los Líquidos para Cigarrillos Electrónicos y otros Productos relacionados con el Tabaco. Solicitud de devolución por envíos dentro de la Unión Europea.

El período de liquidación será de un mes natural y el plazo para la presentación de la autoliquidación y, en su caso, ingreso simultáneo de la deuda tributaria serán los veinte primeros días naturales siguientes a aquel en que finaliza el mes en que se hayan producido los devengos, sin perjuicio de los plazos especiales previstos en la disposición adicional primera de la orden ministerial, que señala que la tenencia de productos almacenados con fines comerciales a 1 de abril de 2025, siempre y cuando no se vinculen al régimen suspensivo, implica la necesidad de regularizar la situación tributaria de estos productos, ya que se produce el devengo del impuesto, regularización que se efectuará mediante la autoliquidación del modelo 573, correspondiente al mes de abril de 2025, que se deberá presentar, y en su caso ingresar, entre el 1 al 20 de julio de 2025. Y de la disposición transitoria primera, que recuerda que las



autoliquidaciones correspondientes a los periodos de liquidación de los meses de abril, mayo y junio de 2025, se deberán presentar del 1 al 20 de julio de 2025. Los modelos se presentarán de forma obligatoria por vía electrónica a través de Internet, mientras que la obligación de presentar el modelo 573 y, en su caso, de efectuar el pago de la deuda tributaria deberá cumplirse por cada uno de los establecimientos en que los obliga-

dos desarrollen su actividad ante la Administración tributaria competente por razón del territorio, si bien cuando el sujeto pasivo sea titular de varios establecimientos, la oficina gestora podrá autorizar la presentación y el pago de una única autoliquidación centralizada en una entidad colaboradora autorizada.

La obligación de presentar el modelo 573 y, en su caso, de efectuar el pago de la deuda tributaria deberá cumplirse ante la Administración tributaria competente correspondiente a su domicilio fiscal en España.

TIPOS IMPOSITIVOS

La Ley de Impuestos Especiales establece en su artículo 64 septies cuatro tipos impositivos aplicables diferenciados por epígrafes según el tipo de producto:

- Epígrafe 1: Líquido para cigarrillos electrónicos que no contenga nicotina o que contenga 15 miligramos de nicotina o menos, por mililitro de producto, 0,15 euros por mililitro.
- Epígrafe 2: Líquido para cigarrillos electrónicos que contenga más de 15 miligramos de nicotina por mililitro de producto, 0,20 euros por mililitro.
- Epígrafe 3: Bolsas de nicotina, 0,10 euros por gramo.
- Epígrafe 4: Otros productos de nicotina, 0,10 euros por gramo.

Alicante

Desarticulada una organización criminal dedicada a la fabricación clandestina de tabaco

Agentes de la Policía Nacional, en una operación conjunta con la Guardia Civil y Vigilancia Aduanera de la Agencia Tributaria, han desarticulado una organización criminal presuntamente dedicada a la fabricación y distribución de tabaco falsificado a nivel nacional e internacional. Esta operación ha permitido la detención de siete personas y la intervención de más de 328.000 cajetillas de tabaco falsificado, además de maquinaria industrial y material para su producción. medidas regulatorias contrastadas y proporcionadas.

Las investigaciones comenzaron en noviembre de 2024, cuando la Policía Local de Onil (Alicante) detectó una gran cantidad de tabaco y material de fabricación abandonados en un punto limpio de la localidad. A raíz de este hallazgo, los agentes iniciaron las pesquisas que permitieron localizar y dar el alto, junto con agentes del Destacamento de Tráfico de Orihuela y la Guardia Civil de Callosa de Segura, un camión que transportaba 328.000 cajetillas de tabaco falsificado y, posteriormente, identificar una red de fabricación ilegal con varias naves industriales en la provincia de Alicante.

La organización contaba con una infraestructura perfectamente organizada, con fábricas y almacenes en Mutxamel, Xixona, Elche y Alicante, donde se procesaba el tabaco y se preparaba para su distribución en España y el extranjero. Durante los registros, los agentes incautaron 100 palets de tabaco picado, 10.000 litros de cola blanca, bobinas de papel con anagramas de marcas comerciales y planchas de cartón para la fabricación de cajetillas, además de otros materiales relacionados con la producción ilegal de cigarrillos.

En la nave de Mutxamel, donde se encontraba la principal línea de fabricación, los agentes descubrieron zonas habilitadas como vivienda para los trabajadores. En el lugar se hallaron efectos personales, camas y restos de vitamina D, un suplemento utilizado para paliar la falta de exposición solar.

SIETE DETENIDOS Y REGISTROS EN VARIAS LOCALIDADES

El operativo, cuya investigación ha



La red operaba en el ámbito internacional, con fábricas y almacenes en varias localidades de la provincia de Alicante.

sido llevado a cabo de marea conjunta por el Grupo de Respuesta Especial para el Crimen Organizado (GRECO Levante) de la Policía Nacional, el Equipo de Delincuencia Organizada y Antidroga (EDOA) perteneciente a la Unidad Orgánica de Policía Judicial de Alicante y el Servicio de Vigilancia Aduanera (SVA) de la Agencia Tributaria, y ha contado con la colaboración de EUROPOL, se ha saldado con la detención de siete personas, cinco hombres de nacionalidad española, de entre 33 y 69 años, un hombre de

nacionalidad búlgara, de 45 años y un hombre de nacionalidad colombiana, de 24 años.

Las detenciones se han producido en Santomera, San Juan, Aspe, Castalla y Alicante y se han practicado registros en siete domicilios y naves industriales vinculadas a la organización.

Los detenidos, a los que se les imputan delitos contra la salud pública, contrabando, contra la propiedad industrial y de organización criminal, han pasado a disposición del Juzgado de Instrucción nº 2 de Elche, que ha decretado el ingreso en prisión para dos de ellos.

La operación sigue abierta y no se descartan futuras detenciones, tanto en España como en el extranjero.

En el Carnaval de Cádiz y en las Fallas de Valencia

Ávora reparte miles de ceniceros portátiles reutilizables

Ávora, la asociación que gestiona el SCRAP (Sistema Colectivo de Responsabilidad Ampliada del Productor) de filtros para tabaco, que contengan plástico que promueve la gestión responsable de estos residuos, ha llevado a cabo sendas acciones de reparto de ceniceros portátiles durante la celebración de los Carnavales de Cádiz y de las Fallas de Valencia 2025.

La primera de estas acciones se llevó a cabo en colaboración con el Ayuntamiento de Cádiz y con el apoyo de la empresa de gestión de limpieza viaria VALORIZA. Durante el Carnaval de Cádiz, se distribuyeron 15.000 ceniceros portátiles reutilizables con el objetivo de fomentar el correcto desecho de colillas, y contribuir a la limpieza del entorno urbano en las zonas con mayor afluencia de la ciudad, como la Plaza San Juan de Dios, Plaza de España, Paseo Canalejas y sus alrededores. Por lo tanto, la iniciativa se alinea con el esfuerzo municipal por mantener el espacio público limpio durante las fiestas.



Por otro lado, con el apoyo del Ayuntamiento de Valencia, una nueva acción tuvo lugar durante las Fallas 2025 de Valencia con una campaña de sensibilización que incluyó la distribución de 24.000 ceniceros portátiles reutilizables con el objetivo de fomentar el correcto desecho de colillas, y contribuir a la limpieza del entorno urbano, en concreto, en las zonas con mayor afluencia de la ciudad, como la Plaza de San Agustín o la parada de metro de Colón y sus alrededores.

Desde 2018, el sector del tabaco ha impulsado la reducción de residuos en eventos multitudinarios, playas y ciudades a través de la campaña 'Depende de TODOS', fomentando la responsabilidad ambiental y promoviendo hábitos sostenibles entre los fumadores. Hasta la fecha, se han repartido más de 300.000 ceniceros individuales en diversas localidades, siendo las últimas actuaciones de la campaña con motivo del puente de diciembre de 2024 y las fiestas navideñas.

Con esta acción, Ávora sigue sumando esfuerzos para promover hábitos responsables entre los fumadores y contribuir a la preservación del medioambiente.

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 la directora general de InterTabac e InterSupply

SABINE LOOS ANUNCIA UN EVENTO DESTACADO PARA 2025

El año ferial ya ha terminado y es hora de echar la vista atrás a 2024. InterTabac e InterSupply han cosechado un gran éxito este año pasado. Por ello, le planteamos a Sabine Loos, directora general de Westfalenhallen Unternehmensgruppe, propietaria y operadora del recinto ferial de Dortmund, cinco preguntas para hacer balance de esta última edición y mirar hacia 2025.



Sabine Loos señalaba recientemente que “la enorme participación y el gran interés despertado no dejan lugar a dudas de que las ferias gemelas son el foro líder mundial para la innovación, el diálogo profesional y las transacciones comerciales”.

○ *Habiendo terminado ya el año ferial, ¿se respira más tranquilidad en Messe Dortmund?*

No. Por supuesto, hemos cerrado con éxito InterTabac e InterSupply, nuestro dúo de eventos más grande aquí en Messe Dortmund. Sin embargo, estas dos ferias en septiembre son solo el comienzo de nuestro “otoño de ferias”. Después de eso, tenemos otras doce ferias interesantes que se llevarán a cabo hasta el próximo junio, organizadas por Messe Dortmund. Por cierto, entre ellas se encuentra EVO NXT, el festival empresarial innovador en Milán el próximo abril, que está estrechamente relacionado con InterTabac. Sin embargo, los días 3 y 4 de abril, la atención en Italia se centrará exclusivamente en los llamados Next Generation Products. Y, por supuesto, después de una feria, todas las miradas se dirigen a la siguiente. Con las primeras inscripciones que se recibieron antes de que terminara la feria de este año, los preparativos para la edición

“Los mayores retos para las ferias comerciales se superponen con los de la industria tabacalera. Porque si un sector está tan fuertemente influenciado por diferentes marcos regulatorios internacionales como el del tabaco, entonces, por supuesto, esto también afecta a su feria líder y a Messe Dortmund como organizadores”.

de 2025 de InterTabac ya comenzaron hace tiempo.

○ *¿Cuáles han sido los aspectos más destacados de la feria de este año para usted?* Uno de los aspectos más destacados es, por supuesto, la increíble acogida que ha tenido la feria de este año. No solo hemos contado con más expositores que nunca en la historia de InterTabac e InterSupply (más de 800), sino que también hemos tenido un número récord de

visitantes. Además, alrededor del 94% de ellos desea volver en 2025.

Otros aspectos destacados para mí han sido los nuevos eventos que hemos introducido con éxito. Nuestro objetivo es seguir desarrollando InterTabac e InterSupply cada año para inspirar una y otra vez a nuestros visitantes profesionales. Por primera vez, presentamos los «World Alternative Awards» junto con Alternative Magazine, que se centran en el dinámico sector de los productos de próxima generación. También nos hemos dirigido a este sector con un segundo estreno, la moderna plataforma de networking «PouchXchange».

Podría seguir enumerando más aspectos destacados, desde las interesantes conversaciones con expositores y visitantes de todo el mundo hasta las conferencias y talleres en profundidad del programa complementario y los numerosos estrenos de productos. Pero permítanme darles una recomendación:

vengan a ver por sí mismos la singularidad de esta feria el año que viene y visítennos en Dortmund del 18 al 20 de septiembre de 2025.

○ *¿Cómo explica los récords obtenidos en 2024?*

Sin duda, es difícil determinar el factor de éxito. Ya llevamos más de 40 años de InterTabac. Es mucho tiempo. Un tiempo en el que hemos podido analizar a nuestro



grupo objetivo, sus necesidades y el sector en su conjunto, tanto por parte de los expositores como de los visitantes. Basándonos en estas observaciones, nuestro objetivo no es solo satisfacer las necesidades y expectativas cada año, sino también superarlas en la medida de lo posible. Por eso, el equipo que está detrás de la feria presenta novedades cada año y se esfuerza por ofrecer a los visitantes y expositores el mayor valor añadido posible para sus empresas. Por ejemplo, con nue-

vos expositores, un programa complementario que aborda los temas y desafíos más actuales, eventos interesantes y un concepto de pabellón bien pensado. Veo este desarrollo constante, en el que nunca nos hemos alejado del núcleo original de la feria, el segmento clásico, como un factor de éxito absoluto. Por supuesto, también hay otros

aspectos, como por ejemplo trabajar con socios y asociaciones importantes que conocen mejor las necesidades y preocupaciones del sector y las incorporan a la planificación de la feria.

○ ¿Dónde ve los mayores retos para el dúo ferial?

Creo que los mayores retos para las ferias comerciales se superponen con los de la industria tabacalera. Porque si un sector está tan fuertemente influenciado por diferentes marcos regulatorios internacionales como el del tabaco, entonces, por supuesto, esto también afecta a su feria líder y a Messe Dortmund como organizadores.

La creciente digitalización es sin duda otro de los retos para un organizador ferial. Aunque creo firmemente que los encuentros y conversaciones personales que hace posible una feria comercial no se pueden reemplazar por formatos digitales, siempre tenemos que estar al

día. Por eso, en los últimos años también hemos trabajado en los sitios web de InterTabac e InterSupply y hemos creado una plataforma adicional. Los fabricantes y expertos del sector pueden usar "Business Insights" en nuestro sitio web para mantenerse en contacto, hacer nuevos contactos y desarrollar sus relaciones comerciales durante todo el año. Esto ha sido bien recibido.

○ ¿Hay algún evento destacado o evento planificado para InterTabac e InterSupply 2025 que ya pueda contarlos?

Por supuesto, la preparación para la edición de 2025 todavía está en sus primeras etapas. Ya hemos anunciado el primer evento destacado con la segunda edición de los 'World Alternative Awards'. Además, el PouchXchange también volverá en 2025. Este evento exclusivo

de networking fue creado especialmente para la creciente industria de las bolsas de nicotina y el snus. Debido a la respuesta positiva, el equipo ya está trabajando en nuevas características para el evento. Tendrá lugar la noche del primer día de la feria.

Y aún quedan más eventos destacados en los próximos meses previos a la feria. Seguramente InterTabac también contará con numerosos eventos relacionados con los cigarrillos y el segmento clásico en 2025, ya sean educativos o interactivos. Nuestros cursos de maridaje de puros y de mezclas de tabaco ya se agotaron antes del inicio de la feria, por lo que estamos trabajando en las próximas ediciones. Pero por ahora espero que todos nuestros socios, expositores y visitantes hayan tenido unas maravillosas fiestas navideñas y les deseo un próspero y saludable Año Nuevo. Espero volver a verlos a todos aquí en la Messe Dortmund en 2025.



SEGUNDA CEREMONIA ANUAL DE PREMIOS ALTERNATIVOS EN INTERTABAC 2025

Tras el éxito de los premios InterTabac World Alternative Awards 2024 en InterTabac e InterSupply en Messe Dortmund, se ha anunciado la celebración de la segunda convocatoria para 2025. Presentando un catálogo emocionante de categorías de premios y dedicado al crecimiento del sector de productos de próxima generación (NGP) en colaboración con The Vaping Group Ltd., el evento se llevará a cabo en un área exclusiva y festiva en 2025, alejada de los stands de la feria comercial. Esta celebración privada en InterTabac e InterSupply comenzará el viernes del evento, con la única ambición de honrar la innovación de las empresas dentro del sector de productos alternativos a la nicotina. Los ganadores de todas las categorías serán anunciados y homenajeados en el escenario en vivo en la ceremonia, lo que les otorgará a las empresas la oportunidad de hablar y celebrar con un grupo de otros expertos y profesionales de la industria.

Kirk Martin, director de operaciones de Alternative, la empresa de medios británica The Vaping Group Ltd., ha dicho: "Estoy muy emocionado por colaborar con InterTabac en los premios InterTabac World Alternative Awards y por mostrar lo mejor de lo mejor en la industria de la nicotina alternativa al mundo. Es una celebración continua de una industria verdaderamente diversa y no podría pensar en un mejor socio para organizar la ceremonia con nosotros".

Sabine Loos, por su parte, ha señalado que "si bien los productos clásicos siguen desempeñando un papel importante, estamos viendo un fuerte aumento en la demanda de alternativas. Con la entrega de los premios InterTabac World Alternative Awards queremos apoyar activamente este desarrollo y reconocer la diversidad de productos alternativos en su totalidad".

LOGISTA

AVANCE HACIA OPERACIONES SOSTENIBLES CON LOS REMOLQUES ELÉCTRICOS THERMO KING

Logista ha incorporado a su flota un remolque refrigerado equipado con el sistema dinámico de recuperación de energía AxlePower de Thermo King®, líder en el sector de las soluciones de control de la temperatura y una marca de Trane Technologies. Con este vehículo, Logista avanza en su compromiso de reducción de emisiones de transporte y mejora la eficiencia de la flota de remolques refrigerados, en línea con los objetivos medioambientales, sociales y de buen gobierno corporativo (ESG) de la compañía.

El sistema AxlePower de Thermo King permite una refrigeración eléctrica que se auto-recarga en carretera. Además, está totalmente integrado y es independiente de la tractora que combina el eje ePower de BPW junto a un paquete de baterías ENER-e de Thermo King y tecnología de gestión energética inteligente.

La unidad de refrigeración híbrida Advancer de Thermo King opera silenciosamente y sin emisiones de CO2 mientras utiliza energía de la batería, lo que permitirá a Logista realizar entregas sostenibles de larga distancia, en zonas urbanas de bajas emisiones (ULEZ) y áreas de bajo ruido. En promedio, un sistema AxlePower puede reducir las emisiones de CO2 en 7,5 toneladas al año en comparación con una unidad de refrigeración de transporte (TRU) diésel, con reduccio-



nes de hasta 12 toneladas por año para remolques que operan aproximadamente 3.000 horas en distribución.

A su vez, este modelo patentado AxlePower optimiza el uso de energía mediante gestión inteligente que ajus-

• LOGISTA SIGUE REDUCIENDO SU HUELLA DE CARBONO

Logista ya ha logrado que el 84% de todos los kilómetros sean recorridos por flotas de bajas emisiones y aspira a alcanzar el 90% para 2026 según su objetivo ESG. “Con esta incorporación, seguimos innovando para ofrecer servicios cada vez más sostenibles, con el fin de reducir la huella de carbono en nuestra división de transporte. Para ello, adoptamos tecnologías que respalden nuestros objetivos de descarbonización, mientras mejoramos la eficiencia energética y operativa”, asegura Pedro de Bernardo, director general de Iberia y Polonia en Logista.

“A medida que las demandas de los consumidores priorizan cada vez más la sostenibilidad, las cadenas de suministro de bajas o cero emisiones son esenciales para satisfacer esta necesidad. Para reducir las emisiones y ‘descarbonizar’ nuestras ciudades, debemos revolucionar la forma en que usamos la energía en el transporte, asegurándonos de aprovechar cada posibilidad para utilizar las fuentes de energía disponibles sin desperdiciarlas”, dijo Claudio Zanframundo, presidente de Thermo King EMEA Truck, Trailer, Bus and Global Marine, Rail, Air. “AxlePower responde a la nece-

sidad de transporte refrigerado sostenible y eficiente. Proporciona una forma innovadora de recuperar energía durante las operaciones normales del remolque, energía que tradicionalmente se pierde. Al recuperarla, reducimos las emisiones, el consumo de combustible y la dependencia de fuentes de energía externas, apoyando la transición hacia un transporte más ecológico y cumpliendo con las crecientes demandas ambientales de la industria logística”.

Frigicoll, concesionario de Thermo King para España y Portugal, galardonado recientemente como “Concesionario del Año de la región de EMEA”, destacó los beneficios operativos del sistema de Thermo King: “AxlePower representa un paso transformador en el transporte de remolques refrigerados, combinando tecnología de recuperación de energía de vanguardia con usabilidad práctica. Este proyecto demuestra nuestro compromiso compartido con impulsar la sostenibilidad en la industria del transporte, y estamos orgullosos de llevar esta solución a empresas visionarias como Logista”, dijo Juan Rigol, director general de Frigicoll.

LOGISTA

MÁS DE 100 UNIDADES DEL NUEVO MODELO VOLVO FH AERO

Logista, líder en soluciones logísticas y distribución de Europa, ha dado un nuevo paso en su compromiso con la sostenibilidad y la innovación con la incorporación de 110 unidades del modelo Volvo FH Aero a su flota. Este avance posiciona a Logista como referente en el transporte eficiente, destacando su liderazgo en la transformación hacia una logística más responsable.



Pedro de Bernardo, director general de Logista.

ta automáticamente el funcionamiento según las condiciones de la carretera, maximizando la recuperación de energía cinética y térmica. Los gestores de flotas pueden supervisar el estado de carga y el rendimiento en tiempo real, asegurando eficiencia sin intervención del conductor. Por otro lado, el sistema desconecta el eje eléctrico en subidas para evitar consumo innecesario de combustible, reduciendo costes operativos y emisiones de carbono mientras incrementa el tiempo de actividad.

El modelo Volvo FH Aero se distingue por su diseño aerodinámico y tecnología avanzada, como el CMS (Camera Monitor System), un sistema de retrovisores por cámara que mejora la seguridad y comodidad del conductor. Estas innovaciones permiten un consumo de combustible optimizado y, por tanto, una reducción significativa de las emisiones de carbono.

Además, la incorporación del Volvo FH Aero mejora la capacidad de Logista para responder a las demandas del mercado, especialmente en trayectos de larga distancia y operaciones con altas exigencias de carga. Durante los 'Premios Nacionales de Transporte'



de 2025, este modelo ha sido reconocido como "Camión del Año".

"Con la incorporación de estos camiones a nuestra flota, damos un nuevo paso significativo para que Logista logre su objetivo de mantenerse siempre a la innovación tecnológica, de una forma más sostenible y eficiente", afirma Bosco Villallonga, director general de El Mosca, una de las compañías de Logista.

COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD

Logista ha mantenido por ocho años consecutivos su posición de liderazgo en CDP, que reconoce a las empresas líderes globales en la lucha contra el cambio climático. Logista es la única empresa de logística europea que logra figurar en esta categoría durante ese periodo. Además, la firme apuesta de Logista por la sostenibilidad ha sido reconocida, en mayo de 2024, por Sustainalytics, uno de los líderes en la evaluación de la Responsabilidad Social Corporativa y el Gobierno Corporativo a nivel mundial. Tras evaluar los criterios ESG de la Compañía, le ha otorgado una clasificación de riesgo ESG de 16,5 puntos, por lo que considera que se encuentra en Riesgo Bajo de experimentar impactos financieros materiales por factores ESG y le otorga la acreditación como Industry TOP RATED 2024 – que valora el alto desempeño en su sector fuera del universo de cobertura integral de Sustainalytics-, consiguiendo una de las 50 mejores calificaciones de la industria del Transporte.

También como resultado del firme compromiso con la Responsabilidad Social Corporativa, Logista ha conseguido, un año más, situarse entre los líderes del sector al ser reconocida en 2024 con un rating de MSCI de A, cuya escala es AAA-CCC.

Asimismo, ha participado en el Corporate Sustainability Assessment (CSA), la evaluación de sostenibilidad corporativa de S&P. En febrero de 2024, Logista ha vuelto a ser reconocida por Financial Times como "leader in diversity" y en abril de 2024, Ecovadis otorgó la medalla de bronce a Logista por el desempeño de Logista en materia de sostenibilidad.

Logista, además, forma parte del índice FTSE4Good IBEX, integrado por compañías que demuestran sólidas prácticas en materia ambiental, social y de gobierno corporativo y del Ibex Gender Equality. También se incorporó en 2022 al Ibex 35.

CON SU NOVENA INCLUSIÓN EN LA CATEGORÍA LEADERSHIP DEL ÍNDICE CDP

LOGISTA CONSOLIDA SU LIDERAZGO EN SOSTENIBILIDAD

Logista, uno de los mayores operadores logísticos de Europa, reafirma su posición como referente en sostenibilidad al ser reconocida, por noveno año consecutivo, en la categoría Leadership del prestigioso índice CDP (Carbon Disclosure Project). Esta distinción consolida el liderazgo en sostenibilidad de la compañía.

A lo largo de los últimos nueve años, Logista ha demostrado una evolución constante en su estrategia de sostenibilidad, integrando medidas innovadoras para la reducción de emisiones y el uso eficiente de los recursos. En esta edición, la compañía ha obtenido una puntuación de A-, situándose en la banda más alta de la calificación otorgada por CDP.

El CDP Score Report 2024, donde más de 22.000 compañías han sido calificadas, refuerza la consistencia del desempeño de Logista en sostenibilidad y su compromiso a largo plazo con la transparencia y la gestión responsable de los recursos.

UNA TRAYECTORIA CONSOLIDADA EN SOSTENIBILIDAD

Logista es el único operador logístico europeo que ha logrado mantenerse en esta categoría durante nueve años consecutivos, evidenciando un track récord sólido en la integración de políticas sostenibles en su modelo de negocio. Su enfoque va más allá del cumplimiento normativo, impulsando iniciativas que involucren a toda su cadena de valor.

Como premio a este esfuerzo continuo vienen los reconocimientos. En enero de 2024, Sustainalytics avaló su estrategia de

LOGISTA ES EL ÚNICO OPERADOR LOGÍSTICO EUROPEO QUE HA LOGRADO MANTENERSE EN ESTA CATEGORÍA DURANTE NUEVE AÑOS CONSECUTIVOS, EVIDENCIANDO UN TRACK RÉCORD SÓLIDO EN LA INTEGRACIÓN DE POLÍTICAS SOSTENIBLES EN SU MODELO DE NEGOCIO.



sostenibilidad dentro de su evaluación de Responsabilidad Social Corporativa y Gobierno Corporativo. Por otro lado, el índice MSCI acaba de otorgar a Logista una calificación de A.

Iñigo Meirás, consejero delegado de Logista, ha destacado la importancia de este reconocimiento: *"Este logro no solo refleja nuestro compromiso con la sostenibilidad, sino que también demuestra nuestra capacidad para mantener una evolución constante en la implementación de prácticas responsables"*.

SOBRE LOGISTA

Logista es uno de los mayores operadores logísticos de Europa y está especializada en la distribución a canales de proximidad. Sirve regularmente a cerca de 200.000 puntos de venta en España, Francia, Italia, Portugal, Países Bajos, Bélgica y Polonia y facilita el mejor y más rápido acceso al mercado de una amplia gama de productos de conveniencia, farmacéuticos, recarga electrónica, libros, publicaciones, tabaco y loterías, entre otros. Además, destaca por ser la mayor red de transporte en España que, además, está certificada en seguridad alimentaria.

Logista cuenta con un equipo de profesionales altamente cualificados integrado por más de 8.000 empleados directos y cuenta con un número elevado de colaboradores como los franquiciados de Nacex, los delegados de Logista Parcel, conductores, etc. Empleados y colaboradores trabajan todos centrados en dar servicio a sus clientes del modo más eficiente y adaptado a sus necesidades.

ESTANCOS Y LOTERÍAS Servicios de Mediación.

TRASPASOS, ASESORÍA JURÍDICA, GESTORÍA Y OTROS SERVICIOS

Hemos gestionado más de 1.000 Expedientes de Estancos y Loterías LAE en toda España.

¿Quieres saber, Cuánto Vale Tu Estanco?

No pierdas tu tiempo, solicítanos una Valoración y luego Fija el **PRECIO**, que nosotros te lo **VENDEMOS**.

¿Deudas con Logista, Hacienda, Seg. Social?

Sabemos cómo negociar tus Deudas y evitar el Embargo de tu Licencia. Podemos salvar tu Negocio de la Subasta

Más de 25 años de experiencia y tradición nos avalan

WhatsApp: 665.67.29.77

Tel: 910228779 / 931158113

TABACOS

Loterías y Apuestas del Estado

LOGISTA

PRESENTE EN EL SALÓN GOURMETS 2025

Logista ha mostrado sus novedades relacionadas con los servicios de transporte y logística en frío en el Salón Gourmets de Madrid, una de las ferias de referencia en alimentación de calidad en Europa, que ha celebrado su 38ª edición del 7 al 10 de abril en IFEMA. A través de Logista Parcel, la compañía destaca su capacidad para gestionar la distribución de productos perecederos a temperatura controlada, tanto refrigerados como congelados.

Logista ha dado a conocer novedades como la consolidación de una única red capilar en frío positivo y negativo, la apuesta por la digitalización o la reciente integración de la red Carbo Collbatallé en la de Logista Parcel, lo que ha permitido ampliar la infraestructura con nuevas instalaciones de almacenaje en Barcelona, Madrid, Valencia, Zaragoza, Sevilla y Málaga. También informará sobre acciones relacionadas con la sostenibilidad, la reducción del impacto ambiental y la eficiencia energética.

"El Salón Gourmets es un escaparate clave para mostrar nuestro rol como key player en servicios de logística del frío en el ámbito de la alimentación, un sector que avanza a gran velocidad. Este año, desde Logista Parcel destacamos nuestra apuesta por la innovación mediante iniciativas que reafirman la máxima calidad y seguridad en nuestros servicios, así como la garantía en la eficiencia de nuestras entregas", ha destacado Óscar López, Marketing Manager en Logista Parcel.

A través de sus negocios, Logista ofrece servicios de distribución a temperatura controlada para el sector alimentación, lo que convierte a la compañía en un referente en Europa. Logista Retail está dotada de la última tecnología y cuenta con capacidad para trabajar en temperatura ambiente, controlada, refrigerada y congelada. Por su parte, Logista Freight aplica tecnología de vanguardia y una flota homologada y específica para cada sector. Por último, Transportes El Mosca complementa esta oferta global de Logista con servicios de forwarding marítimo de larga distancia en el ámbito internacional.

Logista Parcel ha estado presente con un stand en el Pabellón 4, Calle G, Stand 12, de IFEMA donde su equipo comercial atendió a clientes y visitantes interesados en sus servicios. La feria reunió a más de 2.000 expositores y productos de más de 25 países, consolidándose como el mayor escaparate europeo de tendencias en alimentación.



LOGISTA

JUGADOR NÚMERO 12 DE LA FUNDACIÓN REAL MADRID

Deporte y logística vuelven a unirse para fomentar la integración de menores con discapacidad. La colaboración entre Logista y la Fundación Real Madrid vuelve a trasladarse al terreno de juego un año más para impulsar juntos el proyecto sociodeportivo que se desarrolla en la Residencia de menores Nuestra Señora de la Esperanza de APANID (Asociación de Padres y Amigos de Niños Diferentes).

El proyecto en APANID permite a jóvenes con discapacidad intelectual disfrutar del deporte como herramienta de integración y desarrollo personal. Gracias a esta alianza, Logista seguirá respaldando las escuelas de fútbol y baloncesto de la Fundación Real Madrid en la Residencia de menores de APANID para que continúe creciendo y alcanzando sus objetivos.

Emilio Butragueño, director de Relaciones Institucionales del Real Madrid, presentó la colaboración para la sostenibilidad de este programa sociodeportivo. Enrique Sánchez, vicepresidente ejecutivo de la Fundación Real Madrid, y Juan José Guajardo-Fajardo, director de RRHH, Marketing y Comunicación de Logista, firmaron la renovación del acuerdo en la Ciudad Real Madrid.

Guajardo-Fajardo destacó que *"el deporte enseña valores esenciales dentro y fuera del campo y es por ello por lo que prolongamos nuestra colaboración con el Real Madrid, que es el mejor socio posible para ello. Es un orgullo seguir fomentando la integración de menores con discapacidad"*. Por su parte, Butragueño explicó: *"Desde hace más de 15 años promovemos la práctica deportiva de las personas con discapacidad intelectual y/o física para garantizar la igualdad de oportunidades en el acceso al deporte educativo de calidad"*.

Las escuelas sociodeportivas en la Residencia de menores Nuestra Señora de la Esperanza de APANID para personas con discapacidad intelectual inició su actividad con la Fundación Real Madrid en 2023 y forma parte de sus proyectos de atención a la diversidad, así como las nueve escuelas de fútbol y seis de baloncesto en trece centros de acogimiento residencial de menores donde trabaja semanalmente desde hace más de 15 años, utilizando el deporte en valores como herramienta de integración social.



BAT

ANNIE GOMAN, NUEVA DIRECTORA GENERAL DE BTOMORROW VENTURES (BTV)

BAT ha anunciado el nombramiento de Annie Goman como nueva directora general de su unidad de capital riesgo, BTomorrow Ventures (BTV). Annie se incorpora a BTV tras haber ocupado anteriormente el cargo de directora global de Cannabis de BAT.

Annie Goman asume la Dirección General de Juan M. Palacios, quien se muda a un nuevo rol dentro de BAT y regresa con su familia a los EE. UU. El nuevo puesto de Juan como vicepresidente sénior de Desarrollo Comercial en Reynolds American, la subsidiaria estadounidense de BAT, lo verá continuar asociado con BTV como parte del Comité de Inversiones, mientras trabaja para encontrar colaboraciones entre la cartera de BTV y las operaciones de Estados Unidos.

Como ha señalado Annie Goman, *"estoy muy emocionada de asumir el cargo de directora general de BTV y de tener la oportunidad de trabajar junto a nuestros talentosos y dinámicos equipos de BTV y BAT, así como en las empresas de nuestra cartera. Creo que nuestro enfoque de inversión y el aprovechamiento de las capacidades de nuestras inversiones minoritarias son fundamentales para impulsar la transformación de BAT y contribuir a la construcción de un mundo sin humo. Espero seguir fortaleciendo estas*



relaciones a medida que implementamos el Fondo II de BTV".

Annie se incorporó a BAT en 2023, tras haber ocupado puestos de liderazgo en las áreas Comercial, Digital y de Comercio Electrónico en ZX Ventures (la incubadora de crecimiento de AB inBev), Innocent Drinks y Nestlé.

Tras graduarse en la Universidad de Durham, Annie acumuló una amplia experiencia en el sector de bienes de consumo. En AB inBev, impulsó con éxito el crecimiento del negocio de comercio electrónico y DTC desde cero a nivel nacional, europeo y global. Esto implicó colaborar con las startups adquiridas por ZX Ventures y garantizar su transición fluida a ABI, garantizando la conservación y adopción de la mentalidad emprendedora e innovadora tras la adquisición.

Desde su lanzamiento en 2019, BTV ha realizado casi 30 inversiones en empresas especializadas en biotecnología, ciencia y tecnología, así como en marcas de consumo de alimentos y bebidas funcionales.

SOBRE BAT

BAT es una empresa líder en bienes de consumo multicategoría. Su propósito es crear Un Mañana Mejor (A Better Tomorrow™) construyendo un mundo sin humo. Este compromiso queda demostrado por su ambición de tener 50 millones de consumidores de sus productos sin humo en 2030.

BAT emplea a más de 46.000 personas y, en 2023, el Grupo BAT generó unos ingresos de 27.280 millones de libras, con un beneficio ajustado de las operaciones de 12.460 millones de libras.

BAT cuenta actualmente con 26,4 millones de consumidores de sus marcas sin humo, que representaron el 17,9% de los ingresos del Grupo en el primer semestre de 2024. BAT está comprometida a convertirse en un negocio predominantemente sin humo y ha sido clara en su ambición de que el 50% de sus ingresos provengan de productos sin humo en 2035.

La Cartera Estratégica de la empresa está compuesta por sus

marcas mundiales de cigarrillos y una creciente gama de productos de nicotina y tabaco sin humo. Entre ellos se incluyen la marca de vapor Vuse, la marca de productos calentados Glo y Velo, la marca de productos orales modernos (bolsitas de nicotina). Estos productos de nueva categoría han generado más de 3.000 millones de libras en ingresos anuales desde su introducción hace una década.

La empresa sigue teniendo claro que los cigarrillos combustibles plantean graves riesgos para la salud y que la única forma de evitarlos es no empezar a fumar o dejar de hacerlo. Aunque son adictivos y no están exentos de riesgos, para ayudar a construir un mundo sin humo, BAT anima a quienes de otro modo seguirían fumando a pasarse por completo a nuestras alternativas sin humo.

También está reduciendo el uso de recursos naturales, mejorando los medios de subsistencia y cumpliendo sus objetivos climáticos para ser Net Zero en toda su cadena de valor en 2050.

€ 5.00


NEOS



Vandermaerliere 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.

República Dominicana

Procigar celebra el XVII Festival del Cigarro Dominicano

Un año más ha tenido lugar la XVII edición del Festival Procigar del Cigarro Dominicano, el prestigioso evento de seis días de duración en el que fabricantes de cigarros de renombre internacional pertenecientes a la Asociación de Fabricantes Procigar reciben a centenares de invitados de más de 40 países del mundo. Nuevamente, el evento se ha saldado con un gran éxito de participación de aficionados y amantes del cigarro premium que han podido vivir esta experiencia que reafirma la posición de Procigar como el evento de cigarros premium más importante y una ventana al mundo para mostrar la excelencia de la industria tabacalera dominicana.



Como es costumbre, el inicio del XVII Festival Procigar tuvo lugar en Casa de Campo, en La Romana, en el sureste del país, donde además de un cóctel de bienvenida, los aficionados vivieron al día siguiente una experiencia única e inolvidable como es un paseo en catamarán por las aguas cristalinas de Isla Catalina, mientras fumaban los cigarros dominicanos y donde Tabacalera de García impartió un Seminario de Cigarros para terminar por la noche celebrando el 150 Aniversario de la marca Romeo y Julieta en Plaza Chavón, un espectacular y atractivo complejo cultural y turístico, una celebración que se completaría al día siguiente con la visita guiada a la impresionante fábrica de Tabacalera de García, la fábrica de puros más grande del mundo de la mano de sus máximos responsables.

Ya en Santiago de los Caballeros, capital mundial del tabaco, se disfrutó también de otro cóctel de bienvenida para esta segunda parte del evento y, durante los tres días restan-



tes, del amplio programa de visitas guiadas a las fábricas de cigarros y campos de tabaco de los socios de Procigar (La Flor Dominicana, De los Reyes Cigars, Davidoff, General Cigar Dominicana, Tabacalera A. Fuente, Quesada Cigars, PDR Cigars, Casa Carrillo, Tabacalera Palma, La Aurora, José Méndez y Tabacalera de García, así como una visita al Chateau de la Fuente,



entre otras posibilidades.

El programa se completó con el interesante seminario titulado "Más allá de la mezcla: una inmersión profunda sobre cómo mantener la consistencia en una mezcla", impartido por Michael Herklots, Ernesto Perez-Carrillo y Siegfried Maruschke.

Además de los recorridos por los campos y las fábricas, tres fueron las





grandes cenas que como siempre protagonizan el Festival Procigar: la Cena de Bienvenida en el Parque Central de Santiago de los Caballeros, una maravillosa velada llena de auténtica expresión de la cultura dominicana, con música, gastronomía y muchas más sorpresas; la famosa Fiesta de Blanco, al atardecer, en el incomparable marco del Monumento a los Héroes de la Restauración de Santiago, una de las actividades más atractivas, sugerentes y

esperadas en cada edición del Festival; y La Cena de Gala del 24 de febrero con la que se cierra Procigar, en el Centro Español, club privado fundado en 1965, a la que siempre asisten figuras estatales importantes como embajadores, ministros y senadores, entre otros. Una celebración en la que todos los asistentes rindieron homenaje a uno de los grandes del cigarro premium dominicano y mundial, José Seijas, tristemente fallecido a finales del año pasado.



La fiesta final de Procigar 2025 continuó con mucha música, mucho ritmo, y la ya tradicional subasta de humidores fabricados por los socios de Procigar en exclusiva para este evento y que este año recaudó unos 450.000 dólares, que se dedican al Voluntariado Jesús con los Niños (una organización sin fines de lucro para niños enfermos), la Sociedad San Vicente de Paúl (casa de retiro para personas mayores con bajos ingresos) y la iniciativa benéfica de Procigar “Un hogar para mi familia” (programa de vivienda para empleados desfavorecidos, pero merecedores, de las empresas miembros), entre otras organizaciones sin fines de lucro. El evento culminó con una fiesta posterior con DJ, actuaciones y la presentación de los nuevos miembros pasivos y activos de la Asociación Procigar, como Mel Caribbean y Kelner Cigars.





6 AHORA
PÁGALO EN
MESES
SIN
INTERESES

¿Qué incluye el mantenimiento PROFESSIONAL?



Atención telefónica de incidencias

Lunes a sábado
de 8h a 22h



Tiempo de resolución in situ

Siguiente día laboral



Número de intervenciones / año

Sin límite



Recambios de piezas

Incluidas



¿Cómo Lk Bitronic y Cashlogy ayudan a mi estanco?

El propietario de un estanco en Rubí nos cuenta su experiencia al instalar Cashlogy en su estanco, y cómo le ha ayudado a optimizar la gestión del efectivo y la experiencia de sus clientes.

ESCANÉAME PARA



VER EL VÍDEO

Festival Internacional del Habano (Cuba)

Edición 2025 de la cumbre mundial de los cigarros premium

La edición de este año del Festival del Habano ha servido para congregarse a la mayor cifra de asistentes pues se han registrado como participantes un total de 3.300 personas procedentes de 110 países, todos ellos con el seguimiento de 160 periodistas de 21 distintas naciones.

Por Ángel Antonio García Muñoz



La cita de este año, celebrada hasta los primeros días del mes de marzo, también ha servido para romper récords en cuanto al desarrollo de las distintas actividades, ya que en el cierre del Festival se celebró la tradicional subasta de humidores que alcanzó su mejor resultado, con una cifra total de 16,41 millones de euros en la puja de una decena de distintas marcas de Habanos.

Una semana entera de actividades entre las que destacan –como viene siendo habitual en todas las ediciones– los eventos de las tres veladas

nocturnas con la Noche de Bienvenida, la Noche Intermedia y la Gala final, pues en todas ellas se presentaron las principales novedades y lanzamientos de habanos.

La Noche de Bienvenida del Festival tuvo como marco muy especial el Salón de Protocolo Cubanacan, en el que más de 1.200 personas recibieron los saludos del nuevo Festival por parte de los copresidentes de Habanos, la cubana Maritza Carrillo y el español Luis Sanchez-Harguindey.

En el primero de los grandes eventos del Festival resaltaron la



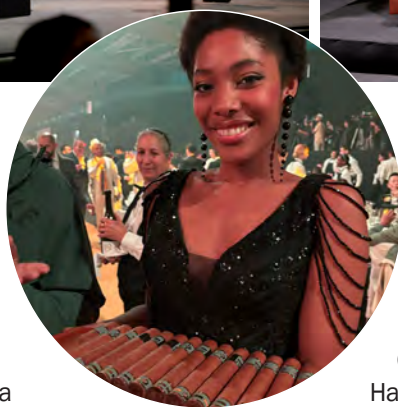
A la derecha, los copresidentes de Corporación Habanos, la cubana Maritza Carrillo y el español Luis Sanchez-Harguindey. En las otras imágenes, la Noche de Bienvenida, dedicada al 150 Aniversario de Romeo y Julieta.





Cena de Gala del Festival, en la que se llevó a cabo la tradicional subasta de humidores.

calidad icónica de la marca nacida en 1875, ya que en este evento se conmemoraba el 150 Aniversario de la marca Romeo y Julieta en un ambiente en el que se presentó el nuevo habano denominado Amantes, que con 153 milímetros de longitud y un cepo 53 es una vitola de galera denominada Sobresalientes, que se incorpora por primera vez en el portafolio de la marca.



La siguiente velada nocturna se celebró el miércoles y tuvo como escenario el Salón de los Pasos Perdidos del Capitolio Nacional de La Habana, con la presentación del H. Upmann Magnum 50 Gran Reserva Cosecha 2019.

El magnífico edificio, símbolo de la historia y cultura cubanas, situado en el centro de la ciudad, fue construido entre 1926 y 1929, estuvo inspirado en el Panteón de París, San Pablo de Londres y en el Capitolio de los Estados Unidos y presenta una facha-

da de columna neoclásica y una cúpula que alcanza los 91,73 m de altura.

Más de mil personas asistieron a la velada en la ocasión en que el edificio había sido decorado con el reflejo en focos del color naranja institucional de la marca H. Upmann para la presentación del Magnum 50 Gran Reserva Cosecha 2019, que mantiene el formato de esta vitola con 160 milímetros de longitud y cepo 50, con toda una serie de matices tabaqueros gracias a la exclusiva selección de las hojas de hace seis años, cuidadas y añejadas especialmente durante un lustro.

La tercera de las grandes veladas fue la Cena de Gala final que cerró



El Salón de los Pasos Perdidos del Capitolio Nacional de La Habana albergó la presentación del H. Upmann Magnum 50 Gran Reserva Cosecha 2019.



el Festival del Habano 2025 y estuvo dedicada al 15 Aniversario de la Línea Behike de Cohiba, con la presentación de la nueva vitola BHK 58 ante casi 1.500 personas llegadas de todo el mundo.

La nueva vitola Cohiba Behike 58, de 178 milímetros de largo y un cepo 58, ha sido elaborada en la tradicional fábrica de El Laguito con la ligadura habitual de esta serie, que incluye en su tripa las hojas de medio tiempo.

Para finalizar el evento y de la mano del vicepresidente de Desarrollo de Habanos, el español José María López Inchaurre, las directivas de una casa de subastas española dirigieron las diez pujas en tres lotes de humidores especiales con varios cientos de cigarros cada uno de ellos, cuya suma total alcanzaron los 16,41 millones de euros.

El humidor que más alto precio alcanzó en esta noche fue el Cohiba Behike 15 Aniversario, que albergaba 400 Habanos (un centenar de cada una de las vitolas de la Línea) y que llegó a adjudicarse por 4,6 millones de euros.

Asimismo, se desarrollaron las visitas a las principales fábricas



habaneras de cigarros cubanos, como El Laguito, La Corona y Carlos Baliño, además de los paseos por las plantaciones de las principales vegas de Vuelta Abajo.

En todas las veladas nocturnas se desarrollaron grandes coreografías de danza, música cubana y cenas con una gastronomía cubana de la más alta calidad.

CORPORACIÓN HABANOS S.A. FACTURÓ 827 MILLONES EN 2024

La Corporación Habanos S.A. facturó 827 millones de dólares en 2024, con un incremento sobre el ejercicio anterior del 16 por ciento, de acuerdo con los datos dados a conocer en el Festival del Habano 2025.

Los vicepresidentes de Habanos, Jorge Pérez Martell y José María López Inchaurre, celebraron una rueda de prensa en la que dieron a conocer los principales datos de la compañía.

Por países, en el aspecto de la venta de cigarros cubanos el primer puesto lo ostenta China, que junto con la zona de Asia Pacífico agrupan el 24 por ciento del consumo de Habanos, seguido de España en segundo lugar, de Suiza en el tercer puesto, así como Reino Unido y Alemania en los siguientes.

A lo largo y ancho del mundo, Habanos dispone de 4.705 puntos de venta, con 1.311 establecimientos con la catalogación certificada de Especialistas, otros 2.603 como Habanos Point y 168 Casas del Habano, además de otros puntos de venta como los Cohiba Atmosphere.

Los vicepresidentes de Habanos destacaron la integración en el sector del lujo de sus cigarros Premium, que se ha mantenido estable en el año 2024 con determinados crecimientos que hacen resaltar el 16 % de la progresión de los puros cubanos, acentuado por el lanzamiento de treinta y tres nuevos productos en esos doce meses.

Habanos mantiene en el mercado 27 marcas con más de 300 referencias, entre las que se encuentran los portafolios regulares de cada una de ellas además de las correspondientes ediciones regionales que son distribuidas en exclusiva por diferentes zonas del mundo.





ESTANCOS ÉLITE

El software más completo para
gestionar tu estanco



COMODIDAD

Trabajas ágilmente y
sin molestias.



PRIVACIDAD

No compartes tus
datos con nadie.



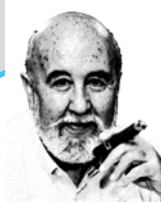
SERVICIO

Evitas dependencias,
obligaciones y
penalizaciones.



CONFIANZA

Te sientes
acompañado y
escuchado.



VegaFina Nicaragua Gran Reserva X Aniversario

Al cumplirse los diez años de la aparición de las series de cigarros VegaFina Nicaragua, los maestros tabaqueros de Tabacalera García han presentado el Gran Reserva, que corresponde a un puro altamente cualificado con tabacos nicaragüenses añejados durante un lustro.

El VegaFina Nicaragua Gran Reserva X Aniversario cumple con los mejores requisitos para tenerlo en cuenta como un cigarro de alta regalía propio de los cigarros Premium gracias a la recolección de las mejores hojas de los valles de Jalapa y Estelí. Las tierras altas volcánicas de Jalapa producen tabacos con perfiles complejos, mientras que en las vegas de Estelí se cultivan plantas que ofrecen hojas de gran valor orgánico.

Las hojas de tabaco fueron elegidas y seleccionadas hace más de cinco años tratando de encontrar las que reunieran las mejores condiciones para su proceso de desarrollo y que han sido

añejadas con cuidado por más de cinco años para lograr un equilibrio perfecto de sabor y aroma.

El tabaco nicaragüense se caracteriza por su sabor fuerte y complejo, con notas dulces, picantes y terrosas gracias a la riqueza del suelo volcánico y el clima tropical del país que contribuyen a la robustez y calidad de las hojas especialmente grandes.

LA VITOLA HA SIDO DENOMINADA EN GALERA COMO DOSMILCATORCE Y SUS 168 MILÍMETROS DE LARGO, UNIDO AL DIÁMETRO DE 19,84 MILÍMETROS, OFRECEN –JUNTO A SU PIG TAIL O RABO DE COCHINO– UNA ESPLÉNDIDA OBTENCIÓN DE LLEGADA A LA CAVIDAD BUCAL DE LOS SABORES TABAQUEROS.

La cantidad de tabacos de este Gran Reserva es de 15,51 gramos.



Si la marca VegaFina lleva ya entre nosotros veintisiete años, no fue hasta el 2014 que comenzaron a elaborarse con los tabacos procedentes de Nicaragua y, en el caso de nuestro VegaFina Nicaragua X Aniversario, responde a una trayectoria perfectamente desarrollada para conseguir este cigarro Premium.

El cigarro para este mes queda perfectamente marcado por su fortaleza de tipo medio, aunque a lo largo de la combustión se puede comprobar cómo la pujanza de sus sabores se incrementa sin que haya ningún tipo de aristas en boca, además de que al tratarse de una vitola de cepo más bien ancho (50), nos permite saborear con mejor disposición del tiro todas las características de este Gran Reserva.

La capa es brillante, bien aceitada y sedosa tras la cual se esconden tabacos determinados del país centroamericana-



EL VEGAFINA NICARAGUA GRAN RESERVA X ANIVERSARIO ES UN CIGARRO QUE POSIBILITA DISFRUTAR DURANTE MÁS DE UNA HORA Y CUARTO DE LA APRECIACIÓN DE UN PURO DE ENORME CONTENIDO, BUEN AÑEJAMIENTO E IMPRESIONES ALTAMENTE AGRADABLES.

no, bien elaborados y que producen una sensación de sabores en los que se entremezclan los toques suavemente picantes y muy especialmente todo el proceso de añejamiento de sus tabacos.

La vitola ha sido denominada en galera como Dosmilcatorce y sus 168 milímetros de largo, unido al diámetro de 19,84 milímetros, ofrecen –junto a su pig tail o rabo de cochino– una espléndida obtención de llegada a la cavidad bucal de los sabores tabaqueros.

El VegaFina Nicaragua Gran Reserva X Aniversario es un cigarro

que posibilita disfrutar durante más de una hora y cuarto de la apreciación de un puro de enorme contenido, buen añejamiento e impresiones altamente agradables.

Esta Edición Limitada consta de 6.700 humidores con higrómetro y termómetro incorporado, vienen numerados, con una selección de 20 cigarrillos en cada humidor.



VEGAFINA NICARAGUA GRAN RESERVA X ANIVERSARIO

FORMATO

Longitud: 168 mm.
Diámetro: 19,84 mm.
Cepo: 50
Peso: 15,51 gr.

TABACO

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

ANTES DE ENCENDER

Color: colorado-maduro.
Aroma: tabaco nieb añejado.
Gusto: achocolatado.

FUMADA

Comienza suavemente con notas especiadas y muy tabaqueras, aunque conforme avanza la combustión se van introduciendo ciertos toques picantes algo ligeros y, desde luego, la percepción del añejamiento especial de los tabacos que lo componen, mezclados con rastros de cacao y livianos de café.

TIEMPO DE FUMADA

75/85 minutos.

TIRO

Excelente.

CENIZA

Gris de tonos medios con rodales más oscuros y muy consistente.

PRESENTACIÓN COMERCIAL

Caja humidor de 20 cigarrillos.

PVP: 9,00 €/ud.
180,00 €/caja.

COMENTARIO

Exquisito cigarro que prueba bien no sólo la alta calidad de los tabacos de Nicaragua, sino también la selección de las hojas, así como el cuidado y el añejamiento de cinco años de las mismas y que ofrecen como resultado que este Gran Reserva X Aniversario de VegaFina Nicaragua sea un puro que podemos considerar como muy Premium.



Dos habanos con características muy diferentes, ya que mientras el Bolívar Belicosos Finos representa la más alta fortaleza –de cinco sobre cinco–, el Hoyo de Monterrey Epicure No. 2 es la más baja, con uno sobre cinco, por lo que se hace propio que el primero de ellos corresponda a aficionados bien avanzados, mientras que el segundo sería más adecuado para aquellos fumadores que se inician en el mundo del habano.

BOLÍVAR BELICOSOS FINOS

FORMATO

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

TABACO

Vuelta Abajo (Pinar del Río, Cuba).

ANTES DE ENCENDER

Color: maduro claro.
Aroma: tabaco intenso.
Gusto: picantón.

FUMADA

Con buen comienzo, de gran carácter en las primeras aspiraciones, con intensidad y alto grado de fortaleza en sus inicios, prosigue la combustión con algunas notas picantes y muchas más de tipo terroso, para finalizar en una gran explosión e intensidad de su incidencia de fortaleza.

TIEMPO DE FUMADA

50/55 minutos.

TIRO

Excelente.

CENIZA

Gris tonos oscuros.

PRESENTACION COMERCIAL

Cajas de 25 cigarros.

PVP: 17,60 €.

COMENTARIO

Cigarro con una buena cantidad de tonos terrosos, pero lo que más destaca en esta Campana es su gran fortaleza, de cinco sobre cinco, la más alta de los puros cubanos y uno de los figurados de mayor fortaleza que podemos encontrar dentro del extenso vitolario de Habanos, bien acompañada de intensos sabores del tabaco negro cubano.



HOTO DE MONTERREY EPICURE N° 2

FORMATO

Longitud: 143 mm.
Diámetro: 18,26 mm.
Cepo: 46
Peso: 11,80 gr.

TABACO

Vuelta Abajo (Pinar del Río, Cuba).

ANTES DE ENCENDER

Color: colorado claro.
Aroma: vegetal.
Gusto: especiado.

FUMADA

Suave y de buenos rastros tabaqueros, rico y sabroso, en su primer tercio aparecen toques especiados y melosos que se perciben en las primeras bocanadas, para añadir más tarde algunos tonos amaderados y algo de tostados, mientras que finaliza manteniendo la suavidad, con un gran equilibrio de sabores y aromas.

TIEMPO DE FUMADA

45-50 minutos.

TIRO

Excelente a lo largo de toda la extensión de la fumada.

CENIZA

Gris de tonos medios.

PRESENTACION COMERCIAL

Cajas de 25 y 50 cigarros y envases de tres unidades en tubo.

PVP: 20,50 €.

21,20 €/tubo.

COMENTARIO

Con una ligereza en cuanto a su fortaleza (de uno sobre cinco), este Robusto ofrece la garantía de ser muy apreciado entre los aficionados que comienzan, pero también de quienes buscan de sabores tabaqueros sin aristas en boca.



Vente a la finca

Cuando oímos a la gente hablar de su "Finca" pensamos que es un privilegio y lo es. El privilegio de disfrutar de la calidad y del sabor de un puro de origen Nicaragua a un precio excepcionalmente atractivo.



La Finca está presente en más de **2.000 cavas españolas**.

Con más de **medio millón de cigarros vendidos** en 2024, y un **crecimiento del 31%**, La Finca ya es la **2ª marca de origen nicaragüense** en España.

VITOLA	MEDIDAS	ENVASE	PVP	SAP
No.3	60 x 102mm	Caja de 25	3,00 €/cigarro	3515664
No.5	50 x 114mm	Caja de 25	2,80 €/cigarro	3514413
No.7	52 x 133mm	Caja de 25	3,20 €/cigarro	3514411
No.10	56 x 152mm	Caja de 25	3,70 €/cigarro	3514412

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



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



AVO Heritage Robusto Extraños en la noche

Reconozco que mencionar la canción cuando se habla de un puro de Avo Uvezian resulta un truco, cuando menos, barato. Sabido es que él se atribuía la composición de su melodía y, a poco que se sepa de los avatares por los que pasan los acordes, piano tras piano, hasta que alguien firma, su aserto resulta completamente creíble. Pero el encuentro con el título no tuvo que ver con los nombres implicados, sino con el primer humo que recibí: fuerte, fluido, con madera de roble, tierra, picor, nueces y cacao amargo. No percibí ninguna de esas notas dulces que tanto nos tranquilizan con la promesa de la domesticación; el puro me reclamaba la atención que se debe a un recién llegado con mucho por contar, salvo el lugar del que viene y aquel hacia el que se dirige.

El Avo Heritage Robusto es, realmente, un robusto (qué placer da saber de qué se habla cuando se menciona el nombre de galera) de color maduro muy intenso, casi oscuro, que, en frío, huele a cacao, a cuero, a café y un poco a miel, y sabe a sal, a fruto seco y a té negro picante; notas impacientes por salir, por mostrarse y enfrentarse a su interlocutor. Una vez encendido, comprendí que no iba a perder su independencia, que aceptaba su tiempo y lo quería suyo, marcado por ese extraño péndulo que es el resplandor de la brasa. Para que se mostrara, si tal era su deseo, le ofrecí un trago de Knockando 12, whisky de malta de Speyside, solvente, armónico, con olor a miel y a mandarina, y sabor balsámico, con algo de frutos rojos y un recuerdo de los últimos ramones que se enfrían en la chimenea. Es complejo y cálido al tiempo, y el cigarro comenzó su diálogo con ganas al encontrar los dulzores que él no traía. Y resultó un verdadero diálogo, marcado por la sensación de fruta de hueso muy madura, en el que me perdí durante un buen rato, absorto en las razones acerca del cambio y la persistencia con que licor y tabaco llamaban mi atención.

En el disco *Legacy*, que recoge los temas preferidos de entre los que Avo compuso, hay una canción, "Tout moi", que comienza con un piano sincopado, lento, pesado, como de habanera, que se mantiene a medida que una base rítmica y percusiva de bachata va abriendo espacios y permitiendo que la melodía se aligere. Pero la nostalgia de los instrumentos que van entrando nos lleva a un territorio que violín y bandoneón llaman tango con todo derecho. Volveré a la canción porque ese final... lo que quiero decir es que quienes se han hecho cargo de la herencia han

NO ES UN CIGARRO PARA PASEARLO, PARA TOMAR CUALQUIER COSA, PARA QUEMARLO MIENTRAS SE ESPERA EL AUTOBÚS. POR EL CONTRARIO, REQUIERE ATENCIÓN, MÚSICA, UNA CONVERSACIÓN ADECUADA, TRANQUILA Y TENSA, LUZ OCRE.

entendido perfectamente el legado de Avo Uvezian. El segundo tramo del cigarro gira hacia la oscuridad: regaliz, centeno tostado, avellana también a punto para el fuego. Lenta pero inexorablemente, como el meandro de un río, crece la fortaleza del puro. Tuve curiosidad por saber qué se dirían el robusto y un poco de Bushmills, whisky irlandés de una pieza, brezo y miel canónicos en la nariz, un paso

suave pero decidido que llena la boca de manzana asada, de hierba fresca. Un whisky muy redondo, lo que conviene al humo; de la oscuridad del robusto surgen brillantes anisados, señales en la distancia; al fin y al cabo, me he detenido en un momento para saber algo de él: que este Avo no es un cigarro para pasearlo, para tomar cualquier cosa, para quemarlo mientras se espera el autobús. Por el contrario, requiere atención, música, una con-



E. León Jimenes 110 Aniversario

La Aurora, para celebrar el 110 aniversario de su fundación en 1903, junto a la marca de ron dominicana Barceló, se puso manos a la obra para obsequiar a los fumadores con la mejor opción imaginable para maridar cigarros. Así nació el ron E. León Jimenes 110 Aniversario, un destilado ultra premium, rico y complejo, con un sabor excepcional y un final vibrante marcado por notas dulces, especiadas y florales que resaltan lo mejor de los puros premium. Su proceso de envejecimiento es único, pasando los primeros ocho años en barricas de roble blanco americano virgen y los dos últimos años en toneles de roble francés virgen lo que le aporta la redondez y homogeneidad que le dan el carácter y el acabado que le han valido para cosechar numerosos premios internacionales. Aromas de vainilla, afrutado, amaderado, chocolate negro, tostado, nueces, ciruela y café expreso dan paso, en boca, a notas dulces, vainilla, azúcar moreno, frutos secos, pomelo y un regusto a caramelo.



Bushmills The Original Irish Whiskey

Whisky irlandés suave producido en la histórica destilería The Old Bushmills, situada en Bushmills, County Antrim, en Irlanda del Norte, fundada en 1785, si bien el 1608 que aparece en la botella hace referencia al año en que se otorgó a un terrateniente local un real decreto para destilar. Se elabora con una mezcla de whiskys de malta y de grano, envejecido un mínimo de cinco años en barricas de roble americano junto con una pequeña cantidad en barriles de Jerez. De color dorado brillante, en nariz es ligero y afrutado, con aromas especiados de vainilla y algunas sutiles notas de chocolate y toques florales. En boca es cálido, ligero y equilibrado con un toque de miel, con una suave explosión frutal, flor de saúco, picante y ligeramente salino. Tiene un final fresco y largo, con cebada dulce y un toque de cardamomo.

versación adecuada, tranquila y tensa, luz ocre. Su final se carga de cuero, de más roble, de fruto seco que ha sufrido la candela y de un picante vivaz y goloso, como el de esas grageas orientales que escapan a nuestra comprensión.

Es un cigarro que requiere noche.

En la copa, ron E. León Jiménez 110 Aniversario, destilado en Dominicana, envejecido durante ocho años en barricas de roble americano y otros dos encerrado por la noble madera francesa. Color provocativo, entre el incendio y la piel. Tiene mucho de ser vivo: respira, tiembla, se atreve. Huele a vainilla y a fruta tropical desafiante y madura; también a la barrica, a su humedad limpia y fragante. Al beberlo, sentí ante todo su redondez: la boca se llenó del brillo y la calidez del alcohol; hubo una nota de acidez de uva y de yodo que me recordaron la profundidad del jerez. Después vino la fruta: roja, madura, de hueso, en la rama, caída... el juego era interminable y lo favorecía la facilidad del paso, la exacta untuosidad del ron, capaz de generar y apagar sed en el mismo sorbo. Un ron hecho por tabaqueros y para el tabaco, generoso, capaz de ser sociable y de ser íntimo. Con él, el Avo Heritage aceptó el envite y descubrí que todas sus notas podían aún dar otro paso: fruto seco garrapiñado, chocolate blanco, madera pujante... El humo alcanzó su máxima plenitud y un punto de fortaleza que no me importa calificar de alta, sabiendo lo mucho y mal que se juega con estos términos.

El humo supo, en sus últimas caladas, a sangre.

"Tout moi" termina con una variación que hace el violín del segundo tema, apoyado por el bandoneón, y un piano que se aleja con parsimonia, como el tipo que se abrocha la chaqueta para dejar la mesa y continuar, nunca nos dijo hacia dónde. Es, creo, el tema más personal de Avo Uvezian, al que los créditos no reconocieron su labor en el standard, pero que supo, entre acordes y cigarros, decirnos que también necesitamos la noche y, en ella, a los desconocidos.

AVO HERITAGE ROBUSTO

FORMATO

Longitud: 124 mm.
Diámetro: 19,84 mm.
Cepo: 50.

TABACO

Capa: Sun Grown Ecuador.
Capote: República Dominicana.
Tripa: República Dominicana.

NOTAS DE CATA

Color: Maduro, casi oscuro, de aspecto algo rústico y tacto rugoso.

Aroma: Amaderado, pimienta negra, cacao, cuero y caramelo, con sensación oleaginosa en frío.

Gusto: Madera de roble y terroso, con toques de pimienta y frutos secos, cacao amargo, regaliz y tostado, que da paso a una mayor cremosidad y especias.

Tiro: Muy bueno.

Combustión: Pareja y homogénea.

Fortaleza: Media-fuerte a fuerte.

Ceniza: De color gris medio con rodales de gris más claro.

Tiempo de fumada: Unos 50-55 minutos aproximadamente.

Presentación comercial: Caja de 20 cigarros, envueltos en celofán.

Precio: 10,50 €/cigarro;
210,00 €/caja.



Knockando 12 Años Single Malt Scotch Whisky

La destilería Knockando fue fundada en 1898 por John Tytler Thomson en el pueblo que lleva su mismo nombre, el cual deriva del gaélico "Cnoc-an-dhu", que significa "pequeña colina negra", y se encuentra en la región Speyside, en Escocia. La cantidad de turba utilizada en el malteado de la cebada se controla cuidadosamente para no perder el equilibrio del sabor final y es madurado durante doce años en barricas de bourbon, el cual le otorga un color oro pálido muy natural. En nariz es dulce y aromático, con notas ligeras de nuez. Este whisky se caracteriza por tener un carácter suave y delicado, con complejos trazos florales, nueces, ligeras notas ahumadas; un cuerpo ligero, suave y algo cremoso; un paladar delicado, agudo y frutal con notas de almendras; y un final suave, con notas cremosas de tofe y haciéndose más seco.



JUAN LÓPEZ CINCUENTA Y CUATRO EDICIÓN REGIONAL ESPAÑA

Alta complejidad

Marca creada en 1870 por un español, es una de las joyas ocultas del vitolarío cubano, sus vitolas de galera más conocidas son la Selección nº1, la corona gorda; y el Selección nº2, el robusto. Este nuevo lanzamiento utiliza la vitola de H. Upmann Magnum 54, que posee unas medidas de 120 mm por 54 de cepo, y viene a tener una hora y media larga de fumada. Se trata de un tabaco lanzado exclusivamente para el mercado español, de los que se han producido 50.000 cajas de 10 puros.

El tabaco en frío ya nos muestra una intensidad aromática bastante alta en la que despuntan de forma clara notas de té negro y cuero. Además, viene a la cabeza cierta idea de salinidad generada por un aroma no muy sutil de escabeche. No está exento de cierta floralidad en forma de violetas y aromas golosos de miel y deberíamos incluir el toque vegetal ligeramente ahumado, una pimienta verde bastante intensa, frutos secos que entrelazados con la miel nos aproxima a la idea de nuez caramelizada y cierta humedad que se de-

nota la predominante en este tabaco a través de los tres tercios junto con el matiz herbáceo.

En boca se aprecia una sutil salinidad. Además, resulta muy untuoso desde el principio, ligeramente tánico, no muy sabroso y bastante dulce. Entre su untuosidad y la tancidad deja en la boca un recuerdo de cera de abeja. Por otro lado, su suave salinidad y el ligero toque amargo genera una nota de frescor que

recuerda al concepto de acidez, sensación que viene reforzada por el frescor que hay en boca, como si estuviese desarrollando en este tercio algún tipo de hierba aromática tipo menta o hierba buena. De hecho, es el tipo de frescor que da el alcohol en la boca al inhalar aire.

En el segundo tercio, empiezan a despuntar el cuero y la panadería, que no se aprecia esta última inicialmente.

LA COMPLEJIDAD AROMÁTICA EN FRÍO SE TRADUCE EN COMPLEJIDAD DE SABOR. UNA VEZ ENCENDIDO EL TABACO MUESTRA UNA FORTALEZA MUY ALTA DESDE EL INICIO CON CIERTO LIGERO PICANTE, UN TOQUE AMARGO, MUY DULZÓN, UNTUOSO, LIGERAMENTE SALINO Y SABROSO.

sarrolla en arcón de abuela y torrefactos estilo cacao. Todo esto sin encender el tabaco, lo que ya nos está demostrando que estamos ante un cigarro con una complejidad aromática y, enseguida veremos que, de sabor bastante altas.

Una vez encendido el tabaco muestra una fortaleza muy alta desde el inicio, con cierto ligero picante, toque amargo, muy dulzón, untuoso, ligeramente salino y sabroso.

Los sabores predominantes durante el primer tercio son de madera tostada, miel, un retrogusto de violetas, frutos secos, principalmente nuez, especias de pimienta verde, siendo quizá esta



Juan López Cincuenta y Cuatro Edición Regional España

Vitola de galera: Magnum 54.

Tamaño: 120 mm x cepo 54.

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

Capa: Colorado natural.

Fortaleza: Media-alta a alta.

Tiempo de fumada: Unos 60-70 minutos.

Presentación comercial: Cajas de 10 cigarros.

PVP: 22,00 €/cigarro; 220,00 €/caja.

Además, continúan las notas de frutos secos, tierra y la nota vegetal, que empieza a tostarse de una manera bastante perceptible dando la sensación de carbón o, incluso, ligera turba. Una nota de cata que se desarrolla en este tercio se corresponde con la panadería, que junto con esa sensación alcohólica en boca da la sensación de bizcocho borracho con frutos secos.



EL CIGARRO VISTE UNA ANILLA ESPECIAL EXCLUSIVA PARA LA OCASIÓN QUE RECUPERA UN DISEÑO HISTÓRICO DE JUAN LÓPEZ. CUENTA CON DOS MEDALLAS: UNA REPRESENTA EL PALACIO DE LOS CAPITANES GENERALES DE LA HABANA Y LA OTRA LA CORONA HABITUAL DE LAS ANILLAS DE LA MARCA.

Durante el último tercio, la intensidad del tabaco aumenta y sigue manteniendo una bocanada en la que continúa intensificándose el recuerdo de cera de abeja debido a que tanto la untuosidad como la tanicidad del tabaco han ido en aumento. Seguimos con las notas tostadas, tanto de madera como vegetal. Ahora el cacao aparece más nítidamente, al igual que los frutos secos de nuez. Incluso en boca se generan ciertos recuerdos a mantequilla, reforzando la idea de bizcocho borracho, que sigue presente en este tercio.

En general, un tabaco consistente, con la marca de corte cubano clásico, pero con pequeños giros, sobre todo en boca, con esa cera de abeja, la nota por un lado de pimienta verde y, por otro,

MI OPINIÓN

Quizá las notas más curiosas, o diferentes, de este tabaco estén en las notas tostadas, cueros y torrefactos, sin olvidar las notas vegetales y la panadería, la cual reforzaremos con el bizcocho, y el frescor de la boca del tabaco con el ligero toque de alcohol tanto del bocado como del ron.

El ron le va a aportar un ligero apoyo a los tostados y a las notas vegetales. Y digo ligero por la sutilidad del ron. De hecho, la caña de azúcar se muestra en el destilado en forma vegetal acompañando al tabaco, muy de segundo plano por esta sutilidad.

de panadería que se mantiene un poco a la par de la del cuero.

Ron Malabusca British Style

Según palabras de su autor, Santiago Hernández, o al menos uno de ellos, estamos ante un producto honesto. Y efectivamente, se puede dar fe de ello. Este destilado alicantino es un blend bastante singular de cañas de azúcar y melazas de distintas procedencias, entre ellas Trinidad, Panamá y Venezuela, destiladas en pot still y añejadas en barricas de ex bourbon donde madura seis años reales, es decir, que la merma anual de las barricas es rellenada por otras barricas. El resultado final es bastante curioso. La primera vez que lo probé, lo primero que asomó fue un aroma a manzana madura fermentada que me recordó a la sidra, seguida de frutas tropicales, piña y plátano, y un fondo muy sutil de madera tostada y mantequilla quemada, con una boca muy balanceada donde el alcohol estaba totalmente integrado y todo en su sitio. Resumidamente, es un destilado de calidad.

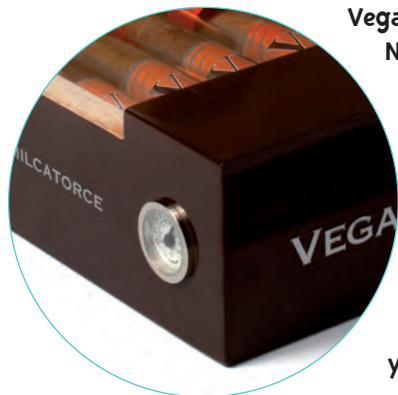
Bizcocho borracho

El bizcocho borracho es un postre tradicional que se caracteriza por su miga jugosa y esponjosa, lograda al empapararlo con un almíbar que lleva licor. En este caso, trataremos que nuestro bizcocho esté bañado en ron, pero si por motivos de poca destreza culinaria preferimos adquirir alguno, no habría inconveniente. De todos modos, se trataría de elaborar una receta tradicional de bizcocho y sumergirlo en almíbar con el licor deseado, a ser posible el ron, durante aproximadamente una hora.



Tabacalera

VegaFina Nicaragua Gran Reserva X Aniversario, 10 años de VegaFina Nicaragua



VegaFina conmemora el X Aniversario de su línea Nicaragua, creada en 2014, con una edición limitada muy especial. Inspirados en la rica tierra y el clima único de Nicaragua, el Grupo de Maestros de Tabacalera de García ha creado un cigarro Gran Reserva con una excelente mezcla de las mejores hojas de tabaco nicaragüense, que han sido añejadas con cuidado por más de cinco años para lograr un equilibrio perfecto de sabor y aroma.

La vitola elegida es de formato parejo, con cepo 50 y 168 mm de longitud, proporcionando una fumada placentera de entre 70 y 80 minutos.

VegaFina Nicaragua X Aniversario Gran Reserva destaca por su aroma floral, amaderado, tostado y ahumado que nos deja recuerdos a almendra, puntas de café, miel y vainilla. La fortaleza, al inicio baja, va evolucionando y subiendo, llegando a media y media-fuerte. Un tabaco cremoso con fortaleza en evolución.

Esta Edición Limitada consta de 6.700 humidores con higómetro y termómetro incorporado, vienen numerados, con una selección de 20 cigarros en cada humidor. Esta edición se lanzará en el mercado español a un precio de 9,00 euros por cigarro y estará disponible a partir de este mes de mayo.



FICHA TÉCNICA Y DE CATA

FORMATO

Vitola: Dosmilcatorce
(168 mm x cepo 50).

TABACO

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

NOTAS DE CATA

Capa: Colorada, sedosa y con brillo.
Aroma: Floral, herbáceo, tostado, amaderado, especiado y con puntas dulzonas que nos deja recuerdos a cedro, puntas de café. Agradable.
Gusto: Cremoso, cedro tostado, almendra, pasas sultanas, café, ligeras puntas de cacao, vainilla, pimienta blanca y ligeras melazas.
Fortaleza: Inicio suave; media, en el segundo tercio; y media a medio-fuerte en el tercero.
Tiro: Bueno.
Combustión: Pareja y homogénea en toda la fumada.
Ceniza: Gris oscura con vetas de gris medio mate compacta y duradera.
Tiempo de fumada: 70-80 minutos aproximadamente.
Presentación: Caja humidor de 20 cigarros.
PVP: 9,00 euros/cigarro.



Desde 1975



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



Cigarte y Vista Alegre presentan el exclusivo cenicero Trinidad Infinita

El restaurante Tatel, en Madrid, ha acogido la presentación por parte de Cigarte del exclusivo cenicero Trinidad Infinita, una obra de arte de edición limitada —sólo se han hecho 250 unidades— elaborada por la prestigiosa firma portuguesa Vista Alegre y confeccionado en porcelana portuguesa de color blanco y calcas que contienen oro cerámico del 10%.

Con capacidad para cuatro cigarros, el cenicero tiene una forma circular, con un diámetro de 28 centímetros, un grosor de 3,5 centímetros y un peso de 1,26 kilogramos, reproduciendo en su interior la imagen de la marca Trinidad.

Cigarte, S.L. es una empresa española con más de 20 años de experiencia en el diseño, producción y comercialización de accesorios de fumador personalizados con las marcas de Habanos, siendo desde el año 2001 licenciatarios de dichas marcas para la fabricación de estos productos, entre ellos humidores, ceniceros, jarras

industrial dedicada a la producción de la porcelana en Portugal. Hoy Vista Alegre produce porcelana de mesa, decorativa, artículos de regalo y vajillas para hostelería, vidrio y cristal de alta calidad y también cuchillería en acero inoxidable 18/10. Además de sus diseños propios, cuentan con innumerables



de porcelana, encendedores, cortapuros, pureras, llaveros, pañuelos y otros accesorios. Como ha comentado Inma Chicharro, directora financiera de Cigarte, "nos ha hecho una especial ilusión esta alianza con Vista Alegre porque creemos que reúne los requisitos premium de nuestros productos. Nos gusta representar a las marcas premium con las que trabajamos y buscamos siempre la más alta calidad".

La Fábrica de Porcelana de Vista Alegre fue fundada por José Ferreira Pinto Basto en 1824 (acaba de cumplir doscientos años) y fue la primera unidad



El evento contó con la presencia de numerosos aficionados a los cigarros, como el embajador de Brasil, Orlando Leite Ribeiro, a la izquierda en la imagen; o el director comercial para Europa de Vista Alegre, Carlos Machado.

propuestas firmadas por creadores de renombre internacionales como Carsten Gollnick, Sam Baron, Karim Rashid, Joana Vasconcelos, Roberto Chichorro, Oscar de la Renta y Christian Lacroix, entre muchos otros.

El exclusivo evento de presentación contó con la participación de otras marcas de lujo, como el cognac Luis XIII de Remy Martin y el champagne Telmont, que pudieron degustarse en maridaje con los cigarros Trinidad Vigía y Trinidad Reyes que se ofrecían en un córner presentado por Tabacalera y un catering ofrecido por Tatel.

HOMENAJE A LA COMPARTIDA DEDICACIÓN A LA ARTESANÍA QUE UNE A ESTAS ILUSTRES MARCAS

S.T. DUPONT X BEHIKE: CELEBRANDO LA EXCELENCIA

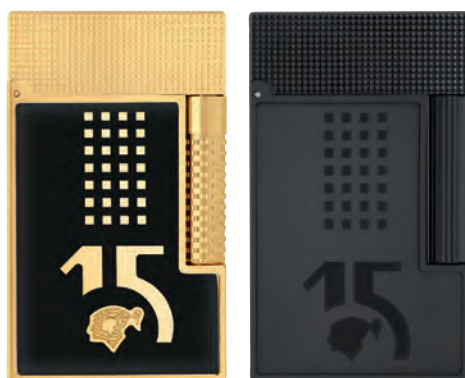
• S.T. Dupont se une con Cohiba para celebrar el 15 aniversario de la exclusiva Línea Behike.

Definido por su diseño ajedrezado en blanco y negro, con su emblema de una cabeza amerindia, y bandas doradas, los Habanos Behike son tan inimitables en sabor como en apariencia. Estos códigos de diseño tan atrevidos, combinados con intensos tonos negros, encuentran su reflejo en esta opulenta colección de encendedores y accesorios.

El motivo de damero de Behike armoniza con el diseño triangular 'Firehead' de los encendedores S.T. Dupont, mientras que la efigie Behike, reimaginado por los orfebres de la firma francesa, se reinventa de manera llamativa. La artesanía es el hilo conductor, una mezcla uniforme de tradición e innovación que define el mundo del los cigarros ultra-premium.

BEHIKE: UN SOPLO DE PURA EXCELENCIA

Fundada en 1966, Cohiba es uno de las marcas de cigarros más prestigiosas. Su nombre proviene de una palabra empleada por el pueblo Taíno para describir las hojas de tabaco enrolladas que fumaban durante sus ceremonias sagradas guiados por un guía espiritual, el 'Behique'. Lanzado en 2010, la línea Behike se elabora enteramente a mano. Cuenta con hojas medio tiempo, unas hojas exóticas llenas de sol que se extraen de las secciones superiores de la planta- aportando



un aroma y complejidad extraordinaria. Producido en cantidades limitadas, Behike refleja la precisión y el arte sinónimos con los encendedores y accesorios S.T. Dupont.

PUNTA DE DIAMANTE SE ENCUENTRA CON LA ELEGANCIA DEL DAMERO

Esta celebración del savoir-faire se expresa a través de esta exquisita colección, que une las caracterís-



ticas más icónicas de Behike con la artesanía atemporal de S. T. Dupont. El grabado en punta de diamante da un nuevo brillo al damero de Cohiba, adornando el encendedor Le Grand Dupont en laca negra intensa con detalles dorados. El logo del 15º aniversario de Behike, con el emblema de cabeza de Taíno, resalta el diseño.

El encendedor Línea 2 encarna la maestría de S.T. Dupont en laca, con su profundo tono negro tremendamente sofisticado. Los accesorios de la colección son igualmente refinados, desde el cortapuros en laca negra mate pasando por una purera de cuero grabado. Con cuidadas proporciones y lujosos materiales, esta colección evoca la excelencia sin igual de Behike.

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 1941, S.T. Dupont crearía el primer encendedor de lujo del mundo.

S.T. DUPONT
PARIS

P.V.P. recomendado

- Cortapuros doble negro: 250 euros.
- Purera dos cigarros negra: 280 euros.
- Encendedor Línea 2 Behike negro intenso: 1.600 euros.
- Encendedor Le Grand Dupont Negro y Oro: 1.800 euros.

Logista

STRATOR

**PATROCINADOR
OFICIAL**

VAPEXPO
INTERNATIONAL VAPE EXHIBITION

S P A I N

TE ESPERAMOS EN

STAND B34

20 31 MAYO & 1 JUNIO
25 PABELLÓN DE CRISTAL
MADRID

WWW.VAPEXPO-SPAIN.COM

VAPEXPO es una feria comercial para profesionales y público general. Entrada requerida para acceder al evento. Menores de 18 años no autorizados, ni acompañados por un adulto.

Conciertos, actividades,
museos, musicales
y mucho más.

¡Ya en tu estanco!



taquilla
powered by elo

MEDIASET

Logista