

LBF RETAILERS

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

LA REVISTA MÁS LEÍDA EN ESPAÑA ENTRE LOS PROFESIONALES DEL ESTANCO

Nº371 / V.4 [2025] www.retailersforthefuture.com



¿Todavía gestionas el efectivo de forma manual?

Con **Cashlogy**, automatiza el proceso de cobro y simplifica la gestión diaria de tu negocio. Reduce errores, evita pérdidas y mejora la seguridad tanto para ti como para tu equipo.

Cashlogy se adapta a tu ritmo y te permite centrarte en lo que realmente importa: tus clientes.

Descubre cómo Cashlogy puede transformar tu punto de venta

Integrado en Strator

Automatiza procesos



Reducción de errores

Más seguridad

SUMARIO

	4	EDITORIAL. La Gran Noche del Estanco
PREMIOS LBF RETAILERS 2025. La Gran Noche del Estanco	6	
	10	REPORTAJE. Gala Retailers 2025: un año más fiel a su cita con el sector
REPORTAJE. Todos los premios, uno a uno. Foto de familia. Nutrida asistencia del sector. Un cóctel que une y reúne	14	
	60	ENTREVISTA. Andrés Martín (BAT España y Portugal): "El estanco juega un papel fundamental en la construcción de Un Mañana Mejor"
REPORTAJE. El proyecto de Real Decreto de Sanidad, cuestionado en Europa	64	
	66	REPORTAJE. Los cigarrillos ilícitos, en su nivel más alto desde 2015 en la UE
SOMOS SECTOR, <i>por la Mesa del Tabaco</i> . Expertos y autoridades clave participan en la I Jornada Contra el Comercio Ilícito en España	70	
	74	INFORME. Historia de dos naciones: comparativa España vs Suecia en la lucha contra el tabaquismo
ANÁLISIS TAMARIND INTELLIGENCE. Las prohibiciones de sabores podrían generar un cambio en el comportamiento de los vapeadores	80	
	82	REPORTAJE. El uso de dispositivos de blu ayuda a los fumadores a reducir el consumo de cigarrillos
REPORTAJE. Imperial Matters, nuevo canal informativo para el estancero	83	
	84	REPORTAJE. JTI refuerza su compromiso con Canarias con una inversión de 30 millones de euros
REPORTAJE. Llega a España el innovador Fuyt Tobacco Extract	85	
	86	ECO DE EMPRESAS.
FERIAS. Cigar Culture Summit 2025: estreno exclusivo en InterTabac	96	
	98	REPORTAJE. VegaFina Momentum, es hora de VegaFina

CATAS: DAVIDOFF ESCURIO CORONA GORDA, VEGAFINA CLASSIC WIDE ROBUSTO

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 FOTOMECAÁNICA

JOMAGAR

DEPÓSITO LEGAL

M - 1406 - 1994. ISSN 2341-3131

DIRECCIÓN WEB

www.retailersforthe future.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

EDITORIAL

RAÚL RODRÍGUEZ DE ALBA

Director

La Gran Noche del Estanco

La duodécima edición de los Premios LBF Retailers for the Future tuvo su colofón el día 29 de mayo en La Casa Encendida, en Madrid, con la Gala de Entrega de los galardones a los quince estancos ganadores.

Fue una tarde-noche muy esperada por todos en la que nuevamente toda la cadena de valor del sector del estanco se reunió para homenajear a aquellos que día a día atienden desde detrás de los mostradores de sus negocios a los miles de ciudadanos que diariamente acuden en busca de aquellos productos y servicios que demandan y que saben que van a poder encontrar en estos establecimientos.

En el salón de La Casa Encendida que albergó la Gala de Entrega, el patio central que suele acoger en este espacio cultural todo tipo de actividades, llamó la atención el número de rótulos de la más diversa naturaleza que decoran la fachada (Fábrica Patatas Fritas Frutos Secos, Ofimática, Aves-Huevos-Caza H. Vázquez, Cafetería Fátima, Altavoces, Gestión Administrativa, Fábrica de Cestas...). Todos negocios de proximidad, de barrio, tradicionales. ¿Qué mejor lugar, entonces, para acoger unos galardones que premian a unos negocios tan enraizados en el subconsciente colectivo como son los estancos? Incluso hubo quien reclamó que se instalara allí también el rótulo del estanco.



Por lo que respecta al acto de entrega de los Premios, conducido magistralmente por la periodista Pilar García Muñoz, nuevamente reunió a representantes de toda la cadena de valor del tabaco y productos relacionados, congregando en torno a 240 personas vinculadas con el estanco, la fabricación de productos del tabaco y productos de potencial riesgo reducido, distribuidores, asociaciones profesionales del sector e instituciones y empresas proveedoras del mismo.

Desde esta página queremos agradecer tanto a los patrocinadores como a los colaboradores de esta XII Edición de los LBF Premios Retailers for the Future su compromiso con estos galardones. Un agradecimiento que deseamos hacer extensible a los muchos estancos que han querido formar parte de ellos presentando su candidatura y a las otras muchas firmas e instituciones que han querido estar presentes en esta gran noche del estanco. Nos llena de orgullo y satisfacción saber de su interés e implicación con los Premios y nos anima a seguir trabajando para futuras ediciones.

Un gran noche del estanco que hace sector, une y reúne. O como Miguel Ángel Martínez, presidente de la Unión de Asociaciones de Estanqueros de España, resaltara durante su intervención: "los problemas nos llegan sin pedirlos y debemos apoyarnos todos cuando se trata de defender el sector".

Gracias a todos.

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.

XII Edición de los Premios Retailers for the Future 2025

LA GRAN NOCHE DEL ESTANCO

La Casa Encendida, en Madrid, ha sido el extraordinario escenario que ha acogido la Gala de Entrega de la XII Edición de los Premios LBF – Retailers for the Future 2025, organizada por la revista LBF. Este evento, que se celebra desde 2009, reunió en torno a 240 invitados profesionales del sector llegados de toda España. En esta edición, más de 600 nominaciones y más de 10.000 votos avalaron la entrega de premios a 15 ganadores, seleccionados por su compromiso diario con el cliente, la gestión y la transformación del punto de venta.

Fotos: Adrián Vázquez

En la calurosa tarde-noche del pasado 29 de mayo, el incomparable marco de La Casa Encendida acogió la Gala de Entrega de los Premios Retailers 2025, una cita marcada año a año en el calendario y que ha vuelto a tener una excelente acogida por parte de los profesionales que componen la cadena de valor del tabaco y productos relacionados en España por lo que de punto de encuentro tiene para todos ellos.



En esta ocasión, quince han sido los estancos ganadores en cada una de las categorías de los Premios, patrocinadas por compañías tales como Altadis Imperial Brands, JTI Iberia, Philip Morris Spain, BAT España y Portugal, Logista Retail, Logista Strator, MyBlu, la Unión de Asociaciones de Estanqueros de España, Zippo, Elfbar y Lost Mary, InterTabac & EVO Nxt, Davidoff of Geneva Iberia, Ibertabac Comercial, RELX, Landewyck Iberia y S.T. Dupont. Quince estancos ganadores elegidos por votación de entre los cuatro finalistas que este año optaban en cada categoría y que reconocen la excelencia en el sector, el compromiso y la innovación de los estancos participantes y del estanco en general.



Encendedor Zippo numerado entregado a los asistentes a la entrada en el cóctel de celebración.



DISFRUTA EL VÍDEO COMPLETO



Los Premios Retailers 2025 han vuelto a ser un éxito tanto en número de participantes y votos emitidos como en número de asistentes a la Gala de Entrega de estos galardones.



PREMIOS 2025 RETAILERS FOR THE FUTURE



Arriba, Raimundo de los Reyes, director general de A.M. & Reyes Publicaciones; Edgar Nunes y Daniel Cuevas (Philip Morris Spain); y Pedro de Bernardo (Logista). A la derecha, Alejandra Vidal y José Antonio García (JTI Iberia) con Miguel Ángel Martínez, presidente de la Unión de Asociaciones de Estanqueros de España. Abajo, Juan Páramo y Edgar Nunes (Philip Morris Spain) con Xavier Argelès (Landewyck Iberia).



Sobre estas líneas, José González Antón (Logista) y Agustín Figueras (Davidoff of Geneva Iberia). A la derecha, Juan Carmona (S.T. Dupont), Víctor Sobejano (Catering Sobejano) y Santiago Costas (Logista).



Arriba, Javier Martín Menor, José Sepúlveda y Jerome du Chaffaut (Altadis Imperial Brands). Abajo, Gabriel Porqueras (Ibertabac Comercial), Juan Páramo y Edar Nunes (Philip Morris Spain). Abajo, a la derecha, Esther Navarro Buciega y Luis Francisco Navarro Buciega (Expendeduría 15 de Benidorm (Alicante)).



A la izquierda, José Francisco García Subiela y Alejandro Valcárcel, de la Expendeduría Vape Queen de Mazarrón (Murcia) y Raimundo de los Reyes, director general de A.M. & Reyes Publicaciones. A la derecha, María José y Paqui Parra (Expendeduría 3 de Boadilla del Monte, Madrid), con Omaira Sánchez y José A. Pandelo, de La Casa del Tabaco.



Arriba, Lorenzo Guaragna y Judith Bach (Tamarind Intelligence), Raimundo de los Reyes (A.M. & Reyes Publicaciones) y Katrin Fischer (InterTabac). A la izquierda, Katrin Fischer con Carlos Martínez y Agustín Figueras (Davidoff of Geneva Iberia). Al lado, Daniel Quer (MyBlu) y Manuel Muñoz Valencia (Expendeduría 98 de Córdoba). Abajo, parte de la Junta Directiva de la Unión de Estanqueros. En el centro, Natalia Tripitapkul (JTI Iberia), Eva Giménez Mora (Expendeduría 4 de Saginto, Valencia) y David Megina (Expendeduría 130 de Valencia). A la derecha, Marisela Golovatiuk, Olga Vidal, Ricardo Fernández, Camila García y Florencio Redondo, de JTI Iberia.



Bajo la presentación nuevamente de Pilar García Muñiz

GALA RETAILERS 2025: UN AÑO MÁS FIEL A SU CITA CON EL SECTOR

El patio central de La Casa Encendida, corazón y eje central de las actividades que se desarrollan en este espacio social y cultural de Fundación Montemadrid, fue testigo de la Gala de Entrega de los XII Premios LBF Retailers for the Future 2025 y donde ha acogido la masiva afluencia de profesionales del sector tabaquero español que no quisieron perderse este gran acontecimiento. La Gala fue presentada y dirigida nuevamente por la reconocida periodista y presentadora de televisión, Pilar García Muñiz, que con su buen hacer supo mantener la atención de los profesionales que allí se habían congregado.

Fotos: Adrián Vázquez

Pilar García Muñiz dio la bienvenida a todos los asistentes a la Gala de Entrega "que llega ya a su edición número doce. No son pocas y, al final, ya se ha convertido en todo un clásico en nuestro país", afirmó.

Explicó que éstos son unos premios que entrega la revista LBF Retailers for the Future y que con ellos se congrega a toda la cadena de valor del sector del tabaco y todos los productos relacionados, "que como saben son muchísimos".

"Hoy es una tarde muy especial para todos los que estamos aquí reunidos –comentó–, pero especialmente para todos los galardonados, que sé que están viviendo esta tarde con mucha emoción".

"Para mí es un placer poder



acompañarlos un año más –afirmaba Pilar García Muñiz–. Y decía que viven los galardonados esta tarde con mucha ilusión porque tuvo la oportunidad de estar con todos ustedes también en la edición del año pasado y, precisamente, pude comprobar en primera persona la ilusión que genera esta tarde, estos premios. Y, además, todo lo que representa una ceremonia de estas características".

Sobre el escenario que acogía la Gala de Entrega en esta edición, "no sé quién ha elegido en esta ocasión esta ubicación, pero me parece que va que ni pintado, perfecto. Porque no sé si se han fijado en todos los carteles que

Pilar García Muñiz, periodista, presentadora de televisión y locutora de radio, fue la encargada de dirigir la Gala de los Premios.



tenemos aquí, en este patio de La Casa Encendida. Pues fijaros: altavoces, patatas fritas, congelados, reparación, ofimática, papelería, mercería, lanas... Todos comercios que encontramos en el barrio. Podíamos poner perfectamente también aquí un cartel de estanco porque el estanco siempre está a pie de barrio. Y cuando digo siempre, es siempre porque me gusta recordar algo que pasó recientemente en nuestro país, en una de las épocas más duras que hemos vivido en los últimos



tiempos: la pandemia. Y ahí siempre estuvisteis vosotros, ahí siempre estuvieron los estancos, a pie de barrio, como digo, abiertos y demostrando que los estancos son un servicio esencial, demostrando que vosotros sois un servicio esencial. Y no solamente por lo que ofrecéis y por lo que vendéis, sino también por lo que representáis. Yo lo llamo las tres "c": confianza cercanía y compromiso diario".

Sobre la realidad del estanco actual, expuso que "el estanco ya no es





el que era hace unos años. El estanco ha dejado de ser ya hace tiempo esa tienda que vendía tabaco y alguna cosilla más. Hoy día, el estanco es un negocio totalmente moderno, diversificado y profesionalizado. Un negocio donde podemos encontrar multitud de productos, desde sellos y, por supuesto, también impresos oficiales del Estado, pero también podemos encontrar artículos de papelería, gestión de paquetería, recargas; podemos encontrar también en algunos de ellos alimentación, loterías y, por supuesto, todo lo que tiene que ver con el mundo del tabaco y productos relacionados".

"También ha cambiado mucho la decoración y la impresión cuando llegamos a un estanco –continué–. Hay algunos que parecen naves espaciales: entras y piensas que te sale Kubrick con 2001: una odisea del espacio. Hay uno aquí en Madrid que me llama mucho la atención, que es bastante grande, en la calle O'Donnell, que tiene un coche –un Mini– en su interior. Han cambiado mucho los estancos, efectivamente".

"Un negocio esencial. como decíamos. en nuestro país, pero lo más



valioso de todo es el trato humano. Cuando entras a un estanco, esa cercanía que siempre te transmiten, ese 'hola, ¿cómo

Pilar García Muñoz, presentadora de la Gala, resaltó que estos Premios quieren destacar la importancia que tienen los estancos en el contexto social de nuestro país, además de, por supuesto, en el contexto económico.



estás?' que te dicen cuando entras y que no es fingido. Ese trato personalizado que solamente podemos encontrar en las tiendas de barrio. Y esto lo que nos demuestra es que, por mucho que haya evolucionado, que ha evolucionado, el estanco ha sabido cambiar, ha sabido adaptarse a los nuevos tiempos, sigue siendo y estando en el corazón del barrio. Y ese es uno de sus grandes valores, una de sus fortalezas, y precisamente estos Premios quieren destacar eso, la importancia que tienen los estancos en el contexto social de nuestro país, además de, por supuesto, en el contexto económico".



Arriba, el exclusivo encendedor Biggy Monogram 1872 de S.T. Dupont que se sortea entre los estancos ganadores de esta decimosegunda edición de los Premios Retailers for the Future 2025. Cada uno de ellos, además del trofeo acreditativo, recibió un encendedor colgante réplica del modelo más emblemático de la firma francesa, el Línea 2 con acabado en punta de diamante.

Sobre el desarrollo de la Gala de Entrega explicó que "queremos que sea una gala ágil. Ya sabéis, además, que nos espera dentro de un poquito un cóctel fantástico que se va a servir en la azotea de este edificio de La Casa Encendida. Va a ser una gala ágil la de estos Premios Retailers que, por cierto les decía yo al inicio, que llegamos ya a la edición número doce. Pero es que estamos batiendo todos los récords porque tenemos más participantes que nunca, hemos recibido muchos más votos que nunca y, además, se han interesado muchísimas empresas más que nunca también por esta gala y muchas de ellas están, además, hoy aquí presentes".

"Vamos a ser ágiles, vamos a ir

rapidito. No va a haber televoto, esto es importante después de lo que ha pasado –en referencia con cierta ironía a la polémica con el televoto que se vivió en el Festival de la Canción Eurovisión que se celebró unos días antes en Basiela (Suiza)–, pero sí vamos a tener para todos los galardonados un trofeo y, además, también van a recibir un encendedor colgante que es una auténtica joya, donado por la firma S.T. Dupont".

CIERRE DE LA GALA

Tras la entrega del encendedor de S.T. Dupont que se sorteo entre los estancos ganadores, Pilar García Muñoz cerró la Gala de entrega de los Premios Retailers 2025. "Enhorabuena a los

premiados y todo nuestro agradecimiento también a todos los que habéis participado, patrocinadores, colaboradores y empresas que también se han interesado y que han querido estar presentes esta tarde aquí. Gracias a La Casa Encendida por acogernos en este escenario y, por supuesto, a todos los que están aquí presentes".

Volvió a recordar que se iba a celebrar a continuación un cóctel en la azotea del edificio y solicitó a ganadores y patrocinadores que subieran al escenario para hacer una foto de familia con la que conmemorar el punto final del evento de esta edición, despidiéndose hasta la que nueva convocatoria que se celebrará ya en 2026.

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

IVÁN CEA ACEDO

EXPENDEDURÍA N°9 TORREJÓN DE ARDOZ (MADRID)



Premio patrocinado por:



Como recordó Pilar García Muiz, la imagen lo es casi todo y por ello con este premio se quiere reconocer al estanco que, por trayectoria, personalidad de su titular y empleados, su presentación..., se haya convertido en un referente para compañeros de profesión y, especialmente, para el público consumidor. Trato, visibilidad, decoración y muchas más convergen aquí para que los clientes repitan y vuelvan a estar con nosotros en el estanco.

José Sepúlveda, Market Manager de España en Altadis Imperial Brands, entregó el premio a Iván Cea Acedo, de la expendeduría 9 de Torrejón de Ardoz (Madrid), ganador con el 34,3% de los votos.

LOS OTROS FINALISTAS

- **Sonia Garijo García. Exp. 3 de Calpe (Alicante)**
- **Rosa Mariño Buján. Exp. de Panxón Nigrán (Pontevedra)**
- **Teresa Buciega Fernández. Exp. 15 de Benidorm (Alicante)**

JOSÉ SEPÚLVEDA, MARKET MANAGER DE ESPAÑA EN ALTADIS IMPERIAL BRANDS

"Permitidme comenzar dando la enhorabuena y las gracias a Raimundo de los Reyes y a todo el equipo de Retailers for the Future por hacer, un año más, esta magnífica gala.

Me gustaría pronunciar unas palabras de reconocimiento y de apoyo a todos los estanceros y afectados por la terrible DANA de Valencia. Hoy es día 29 de mayo, y ya hace exactamente siete meses del desastre. En esos momentos es cuando la unión se hace especialmente importante, y vosotros, compañeros, sois un ejemplo de esfuerzo, compañerismo y solidaridad.

Quiero felicitar también a todos los premiados y finalistas de esta noche.

Hace un año, Jérôme du Chaffaut, nuestro presidente, hablaba precisamente de eso: de la importancia de estar unidos en tiempos de incertidumbre. Un año más tarde, el panorama no es mucho más diferente, y por eso, desde Altadis Imperial Brands, seguimos trabajando con firmeza para defender nuestro sector frente a medidas desproporcionadas o cuya efectividad no esté demostrada. En esta labor, el estancero es nuestro mejor aliado.

Lo hacemos desde la constancia y la evidencia de los datos, con la rigurosidad que nos caracteriza. Prueba de ello son programas como No Contrabando, con más de 21.000 visitas a la web.

Pero nuestro compromiso va más allá, apoyando a toda la cadena de valor, desde la hoja extremeña hasta nuestra participación en Cetarsa. Por último, nos une una trayectoria larga, compartida, en la que hemos sabido adaptarnos y evolucionar para ofrecer una mejor experiencia al consumidor.

Por eso, tiene todo el sentido que Altadis Imperial Brands presente esta primera categoría de la noche: el premio al estanco con mejor imagen al consumidor".



Desde 2017, Nobel ha hecho del Orgullo parte de su historia, celebrando la autenticidad, la creatividad y el estilo propio con ediciones limitadas, colaboraciones con referentes LGBTQ+ como Alaska y acciones que promueven el amor libre.

Este año, Nobel renueva su compromiso con una edición especial en la que incluye tarjetas con mensajes que invitan a vivir con libertad y a celebrar lo que nos hace diferentes.



¡CELEBRA CON NOBEL LO QUE TE HACE ÚNICO!

Dentro de Nobel 20 y Nobel 22

Comunicación exclusiva para profesionales del sector

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

XAVIER VILLACRES DUCHE EXPENDEDURÍA N° 1 DE TORRELODONES (MADRID)



Premio patrocinado por:



Los estancos son, cada vez más, establecimientos con y del futuro. Basta con visitarlos diariamente para comprobarlo y, de cara a un posicionamiento con vistas a la perpetuación de la actividad del negocio, están en constante evolución con la incorporación de nuevos productos y servicios compatibles con la de venta de tabacos y productos de riesgo reducido.

José Antonio García Sagrado, director de Ventas de Japan Tobacco International Iberia, entregó el premio a Xavier Villacres Duché, de la expendeduría 1 de Torrelorones (Madrid), ganador del premio con un 30,6% de los votos emitidos.

LOS OTROS FINALISTAS

- 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

JOSÉ ANTONIO GARCÍA SAGRADO, DIRECTOR DE VENTAS DE JAPAN TOBACCO INTERNATIONAL IBERIA



“Como es menester, me gustaría arrancar dando las gracias a La Boutique del Fumador por organizar y respaldar este magnífico evento. Es un auténtico placer estar hoy aquí rodeado de tantos profesionales que compartimos una pasión común: hacer crecer y evolucionar esta industria a la que tantos años llevamos dedicando nuestro esfuerzo, nuestra energía y, sobre todo, nuestra confianza.

Desde JTI, es un orgullo seguir formando parte de esta gran familia de Retailers for the Future y apoyar estos premios que ya son una cita imprescindible en el calendario de nuestra industria. Porque todos los que estamos aquí creemos en la transformación, en la innovación, pero, sobre todo, en las personas que hacen posible, cada día, todo esto desde los estancos.

Hoy me toca a mí entregar, en nombre de todos los que formamos JTI, un premio muy especial. Y es especial no sólo por lo que representa, sino por la historia que hay detrás.

Hace apenas unos años, en Torrelorones, había un estanco tradicional que había perdido parte de su esencia. Entonces apareció Xavier Villacres Duché. Sin experiencia previa en el mundo del estanco, pero con algo mucho más importante: visión, ilusión y muchas ganas de hacer las cosas bien.

Apostó por el estanco y por el futuro, con humildad y con la claridad de querer aprender, escuchar y rodearse de los mejores. Nos escuchó a nosotros, a JTI, pero también os escuchó a todos los que estáis aquí”.

+20% TABACO



Selection
Largo 29



elige bien. elige a lo grande.



El humo del tabaco contiene más
de 70 sustancias cancerígenas.

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

CARLOS MARHUENDA LILLO
EXPENDEDURÍA N° 65 DE MADRID



Premio patrocinado por:



PHILIP MORRIS SPAIN

Hace una década, Philip Morris sorprendió al mundo con una nueva propuesta para consumir tabaco y desde entonces el tabaco calentado y sus dispositivos, con su imagen de modernidad y exclusividad, han ido ganado adeptos entre los consumidores y, cómo no, en los estancos. Hoy no hay estanco que no los ofrezca y que no les dediquen una visibilidad diferente que capta la atención sobre ellos nada más entrar en los establecimientos.

Edgar Nunes, director Comercial de Philip Morris Spain, entregó el premio a Juan Xavuco, en nombre de Carlos Marhuenda Lillo, de la expendeduría 65 de Madrid, ausente por motivos profesionales, ganador del premio con un 30,4% de los votos emitidos.

LOS OTROS FINALISTAS

- **María Victoria Soriano Mirón. Exp. 18 de Alicante**
- **Carlota Soler Molina. Exp. 97 de Zaragoza**
- **Pablo Jimeno Iñarra. Exp. 72 de Bilbao (Vizcaya)**

EDGAR NUNES, DIRECTOR COMERCIAL DE PHILIP MORRIS SPAIN

“Tras un año al frente de la estrategia comercial de España, es un verdadero honor, tanto para mí como para todo mi equipo, estar hoy aquí y poder compartir este momento con todos vosotros, los protagonistas de esta noche: los estancieros.

Quiero empezar dando las gracias a Retailers for the Future por hacer posible estos premios y, sobre todo, gracias a vosotros, los estancieros, por vuestra dedicación y por la cercanía con el consumidor, que nos permite avanzar hacia el futuro.

Desde Philip Morris estamos comprometidos con una transformación del sector hacia un futuro sin humo. Un futuro que amplía las opciones para el consumidor adulto y que requiere de profesionales preparados y cercanos, como vosotros. Un futuro en el que nuestro sector es un pilar fundamental de la economía de España.

Sabíamos que esta transformación conllevaría retos, pero también sabíamos que contábamos con un socio estratégico clave: vosotros, los estancieros. Vuestra capacidad de adaptación, vuestra cercanía al consumidor y vuestra fuerza para innovar son fundamentales para seguir avanzando.

Por eso, hoy estoy aquí para dar un reconocimiento a los estancieros valientes que han apostado por la innovación. Hoy celebramos el presente, pero, sobre todo, reafirmamos nuestra visión de futuro. Un futuro que queremos construir juntos, con responsabilidad, ambición y orientación al consumidor. Al final, un futuro en el que, al terminar el día, nos sintamos orgullosos de nuestra labor.

Gracias por vuestra confianza y por acompañarnos en este camino. Y, ya que estamos, en particular, quería dar las gracias por el verdadero trabajo que hacéis y por la auténtica sociedad estratégica que hemos desarrollado con el estanco premiado de Carlos Marhuenda Lillo”.



Nuevo IQOS ILUMA i

El dispositivo N°1 para calentar tabaco.*



*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.

Categoría 4.- Premio al estanco con mejor diseño, estética y sostenibilidad

SOFÍA GARRIDO COLUCCIO
EXPENDEDURÍA N° 905 DE MADRID



Premio patrocinado por:



El estanco lleva años cambiando su imagen para dejar de ser un mero expendedor de tabaco y timbre, por lo que cada vez se cuida más el diseño y la estética del establecimiento en general, tanto exterior como interior, y de cada rincón en particular, donde la creatividad y la funcionalidad, junto con la búsqueda de materiales y fuentes de energía sostenibles, buscan hacerlo un lugar acogedor, atractivo, innovador y único.

Javier Álvarez Ballespín, Iberia Country Manager de BAT España, entregó el premio Sergio García Alonso, en nombre de Sofía Garrido Coluccio, de la expendeduría n° 905, La Cava de Valdebebas, de Madrid, ganadora con un 29,6% de los votos emitidos.

LOS OTROS FINALISTAS

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

JAVIER ÁLVAREZ BALLESPÍN, IBERIA COUNTRY MANAGER DE BAT ESPAÑA

“Para mí es un verdadero honor estar hoy aquí con todos vosotros en la entrega de los premios de 2025 y, en especial, para entregar el premio al estanco con mejor diseño, estética y sostenibilidad.

Este galardón es mucho más que un reconocimiento al diseño: es un homenaje al esfuerzo constante de los estancos por transformar y modernizar sus negocios. Un esfuerzo que requiere creatividad, funcionalidad, innovación y, sobre todo, un firme compromiso con la sostenibilidad. Valores que en BAT tenemos muy arraigados y con los que estamos profundamente comprometidos.

En BAT creemos en un crecimiento sólido y sostenible, basado en la responsabilidad, la transformación y la innovación. Por eso, lo aplicamos desde el diseño de productos hasta su visibilidad, y vosotros, los estanceros, sois pieza clave en esa visibilidad. Sois el escaparate del sector.

En sostenibilidad, nuestros objetivos son claros: alcanzar un 50% de energía renovable en nuestras operaciones para 2030, reducir un 25 % los residuos para 2025 y que todos nuestros envases sean reutilizables, reciclables o compostables a finales de este año. Además, nos hemos unido a la iniciativa "Race to Zero" de Naciones Unidas, con la meta de reducir nuestras emisiones de carbono a la mitad para 2030 y lograr cero emisiones netas para 2050.

También ofrecemos la gama más amplia de productos con nicotina y apostamos en especial por las bolsas de nicotina, una categoría innovadora y con gran potencial.

Nuestra transformación incluye también la plataforma digital Omni™, que impulsa un entorno responsable y tecnológico en la venta de productos sin humo.

Estamos transformando el sector desde dentro, de la mano de vosotros".



VELO
BOLSAS DE
NICOTINA
SIN TABACO

*Basado en la cuota de volumen estimada de VELO en el canal minorista de estanco medido para bolsas de nicotina, en España entre abril y agosto de 2024.

No.1
BOLSAS DE
NICOTINA EN
ESPAÑA*



Este producto contiene nicotina y es adictivo.

Categoría 5.- Premio al estanco más innovador de nueva apertura

DAVID NAVARRO PEDROS
EXPENDEDURÍA N° 139 DE VALENCIA



Premio patrocinado por:

RELX

El estanco no sólo está renovándose desde el punto de vista del diseño o de los productos que ofrece, sino que también lo está haciendo con nuevas caras que aportan sabiduría nueva, como se suele decir. A pesar de que el estanco sea visto por muchos como un negocio con fecha de caducidad, estos nuevos estancieros ven al estanco como un negocio de futuro, apuestan por él y exponen nuevas ideas e iniciativas en materia de negocio y productos, tecnologías, servicios y otros conceptos hasta ahora lejanos a una expendeduría. Pepe González Amelín, Head of Sales Iberia de RELX, entregó el premio David Navarro Pedros, de la expendeduría n° 139 de Valencia, ganador con un 33,6% de los votos emitidos.

LOS OTROS FINALISTAS

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

PEPE GONZÁLEZ AMELÍN, HEAD OF SALES IBERIA DE RELX

"Es un placer para nosotros poder participar de nuevo en este evento y patrocinar este premio. Para RELX, la renovación supone nuestro pilar principal, desde donde construimos nuestro propósito: ofrecer los mejores productos para los consumidores que buscan alternativas al tabaco, basándonos en la última tecnología.

En esta industria, como todos sabéis bien, el consumidor evoluciona muy rápido. Si echamos la vista atrás a los primeros cigarrillos electrónicos y los comparamos con la oferta actual de vapeadores que encontramos en los estancos, parece que ha pasado mucho más tiempo del que realmente ha transcurrido. Esto ha sido posible gracias al acelerado avance de la tecnología en los últimos diez años, así como al compromiso de cada vez más empresas —como las que hoy están aquí presentes— con las que compartimos el mismo propósito. A pesar de tratarse de productos de venta libre, el estanco sigue y seguirá siendo la primera opción para cientos de miles de usuarios que buscan estas alternativas. Y también para nosotros, como compañía, es el canal preferente e indispensable para continuar trabajando con todos ellos.

Porque el estanco garantiza algo único: la distribución de productos y marcas de máxima calidad, en cumplimiento con la legalidad y los estándares de seguridad que marca la industria, y —lo más importante— con el compromiso de que solo mayores de edad acceden a los productos que comercializamos. Hoy también queremos poner en valor a todos aquellos valientes expendedores que deciden unirse a esta industria, incluso en tiempos de incertidumbre regulatoria —cuando no—, y que lo hacen con una propuesta innovadora.

Por ello, desde RELX, queremos reconocer su valiente decisión y desearles los mayores éxitos".



RELX | WAKO Empowered by RELX

18+ GUARDIAN PROGRAM Preventing Underage Use

Las PROMOCIONES
de verano

¡CON UNA
RENTABILIDAD
NUNCA
ANTES
VISTA!

Escanea el QR, entra en
relxsuperstar.com
y pide tu promoción



Pod 100% compatibles y combinables
entre los dispositivos de RELX y WAKO

Haz tu pedido con Logista Call center: +34 911 080 807

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

Categoría 6- 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)



Premio patrocinado por:



Además de los cigarrillos, los cigarros y los vapeadores, en el estanco se puede adquirir una amplia variedad de productos del tabaco y relacionados de la más diversa índole, algunos tan clásicos como los son las picaduras de liar o las de pipa y de shisha; y otros de más reciente llegada al mercado, como es el caso de los pouches o bolsitas de nicotina.

Gabriel Porqueras, director general de Ibertabac Comercial, entregó el premio a Purificación Aguilar Sánchez Sierra, de la expendeduría n° 6 de Talavera de la Reina (Toledo), ganadora con un 46,9% de los votos emitidos.

LOS OTROS FINALISTAS

- 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

GABRIEL PORQUERAS, DIRECTOR GENERAL DE IBERTABAC COMERCIAL

"Buenas tardes, Raimundo. Felicidades. Siempre estamos cómodos contigo y con tu equipo.

Se han dicho muchas cosas, pero a mí me gustaría enfatizar una en particular. No voy a repetir lo que ya se ha mencionado, sino centrarme en algo que considero fundamental: no hay nadie que reciba un premio como este si no tiene vocación.

Se pueden hacer las cosas bien, claro que sí, pero para hacer lo que ellos hacen, hay que tener vocación. Y creo que ese es un factor muy importante. Hay que tener vocación para vender tabaco, o cualquier otro producto del estanco. Vocación de servicio a los demás.

Sois un ejemplo. Os felicito a todos.

Y simplemente quería añadir este punto.

Muchas gracias".



Categoría 7.- Premio al estanco con mejor adaptación a las nuevas tecnologías

NAYARA IZQUIERDO GARCÍA EXPENDEDURÍA N° 130 DE VALENCIA



Premio patrocinado por:

Logista
STRATOR

La tecnología lo ha invadido todo y ya no es posible desarrollar nuestra actividad personal o profesional sin ella. Es innovación y la innovación puede ser la manera de diferenciarnos del resto. También de nuestros productos, de cómo los colocamos y los presentamos. Instalar estas nuevas tecnologías en nuestro negocio ha de realizarse de forma eficiente y la informatización, la digitalización, la aplicación de sistemas de gestión... ayudan al estanco en su mejor desarrollo. Carlos Vasques Guedes, General Manager de Logista Strator, entregó el premio a Nayara Izquierdo García, de la expendeduría n° 130 de Valencia, ganadora con un 30,69% de los votos emitidos.

LOS OTROS FINALISTAS

- 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

CARLOS VASQUES GUEDES, GENERAL MANAGER DE LOGISTA STRATOR

"Buenas tardes. Lo primero que quería es agradecer a Raimundo por la organización, a Pilar una vez más, y a todos los que estáis aquí celebrando el estanco de mañana.

Ya no hablamos ni del hoy ni del ayer, hablamos del estanco de mañana.

Y una pequeña nota: quería agradecer a mi paisano, Ángel, el apoyo con el portugués —que, juntos, lo llevaremos a la Unión Europea como un idioma más (bromea).

Entrando ya en el tema del premio, nunca mejor dicho: la integración de la tecnología. Porque la tecnología, por sí sola, aporta... pero no aporta lo que buscamos.

La tecnología debe venir integrada, educada, pensada estratégicamente, alineada con lo que queremos hacer en nuestros estancos y, de verdad, con la voluntad de preparar el mañana y construir el futuro.

Y, como dijimos el año pasado: ¡a estar aquí otros 400 años más!

Muchas gracias, no quiero robar más tiempo y pasamos ya a conocer al ganador, que tenemos el gusto de premiar".



Logista
STRATOR



Este verano no
bajes la guardia
¡Infórmate y actúa!

Aprende a proteger tu estanco
frente a robos y estafas

**Con la llegada del verano, los riesgos aumentan:
más movimiento, más distracciones, más oportunidades
para los delincuentes.**

Prepárate con nuestro **curso exclusivo de seguridad para estancos** y conoce las mejores prácticas para **proteger tu negocio**.

Además, te asesoramos en soluciones tecnológicas que refuerzan la seguridad física y digital de tu establecimiento.

Categoría 8.- Premio al estanco con mejor visual de productos de riesgo reducido

MANUEL MUÑOZ VALENCIA EXPENDEDURÍA N° 98 DE CÓRDOBA



Premio patrocinado por:



La visibilidad de los productos de nueva generación, también llamados productos de potencial riesgo reducido, es fundamental a la hora de su desarrollo y de manera creciente van ganando protagonismo en los visuales de los estancos a través de vitrinas, expositores, lineales, córners... La apuesta del estanco por estos nuevos productos es clara y contundente, como podemos comprobar en una oferta cada vez más completa de los mismos. Daniel Quer, Head of NGP España de MyBlu, entregó el premio a Manuel Muñoz Valencia, de la expendeduría n° 98 de Córdoba, ganador con el 28,6% de los votos.

LOS OTROS FINALISTAS

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

DANIEL QUER, HEAD OF NGP MYBLU

“Buenas noches. Lo primero, gracias, Pilar. Al igual que tú, esta es mi segunda edición, y gracias también a ti, Raimundo. Muchas felicidades, porque cada año os superáis. Es un gusto estar aquí. Sois, claramente, el principal referente de este sector.

Al igual que mi compañero Sepúlveda, me gustaría comenzar haciendo un reconocimiento a aquellos estaqueros que han sufrido la DANA.. Tuve la oportunidad, hace prácticamente una semana, de estar allí y, aunque han conseguido “abrir la persiana”, todavía les queda muchísimo trabajo por hacer. Así que, por supuesto, por nuestra parte, contad y seguid contando con nuestro apoyo.

La verdad, estoy muy orgulloso de entregar este premio, porque habla de innovación y de cambio. Y, como dije el pasado año —aunque igual no lo recordéis— hablé de cómo está evolucionando este segmento y esta categoría, y cómo cambia de forma constante. Este año no ha sido menos: lo que veíamos el año pasado y lo que vemos ahora no tiene nada que ver.

En MYBLU lo seguimos teniendo muy claro: somos pioneros y fuimos quienes lanzamos esta categoría, siendo referentes para todos nuestros consumidores. Seguimos apostando por la innovación y por la calidad. En muy poco tiempo hemos lanzado Blu Bar Kit, que estamos seguros nos traerá muchísimos éxitos.

Lo siento, Pilar, pero voy a hacer un pequeño spoiler sobre el ganador, porque tenemos unas palabras para Manuel. En el tiempo que llevo en este sector, es, sin duda, uno de los grandes referentes. Ha traído el estanco del futuro al presente. Así que, Manuel, muchísimas gracias y, por supuesto, muchísimas felicidades”.



Categoría 9.- Premio al estanco con mejor integración en su oferta de nuevos productos de riesgo reducido

FRANCISCO JAVIER ÁLVES TOURÓN EXPENDEDURÍA N° 33 DE VIGO (PONTEVEDRA)



Premio patrocinado por:



El estanco ha ido acogiendo multitud de los más diversos productos que, si han logrado comercializarse adecuadamente, ha sido gracias a la integración de los mismos en el conjunto del estanco. Si la visualización de los productos de riesgo reducido en los establecimientos es clave para su éxito, no lo es menos esa integración en el estanco, incluyendo su compromiso hacia ellos a través de un servicio personalizado y profesional que facilite al consumidor su elección. Xavier Argelés, director de Marketing de Landewyck Iberia, entregó el premio a Francisco Javier Álves Tourón, de la expendeduría n° 33 de Vigo (Pontevedra), ganador con el 37% de los votos.

LOS OTROS FINALISTAS

- Aránzazu Trillo Benítez. Exp. 441 Madrid
- Carlos Muñoz Sánchez. Exp. 11 Leganés (Madrid)
- Javier Gutiérrez Gómez. Exp. 564 Madrid

XAVIER ARGELÉS, DIRECTOR DE MARKETING DE LANDEWYCK IBERIA

“Es un placer estar hoy aquí con todos vosotros. En nombre de Landewyck, quiero expresar nuestro agradecimiento a toda la organización, a Raimundo y a todo su equipo. Si no me equivoco, ya son 12 ediciones, ¡todo un éxito! Reunir a todo el sector no es fácil, así que, de verdad, enhorabuena.

Enhorabuena también a todos los estancos. Cada vez son más los participantes, y cada vez es más difícil ganar. Sé que este año ha estado muy reñido, y cada edición os superáis más. La verdad es que es un orgullo ver cómo evoluciona nuestro sector.

Esta noche, Landewyck tiene el honor de entregar el premio al estanco con la mejor integración de productos de riesgo reducido. Como sabéis, Landewyck cuenta con Thor, nuestras bolsas de nicotina, lo que demuestra nuestro compromiso con esta categoría y con la innovación en el sector.

Quiero felicitar a los finalistas: la expendeduría 411 y la 574 de Madrid, y la expendeduría 11 de Leganés. Creo que alguno de vosotros está hoy aquí. Me consta por mis compañeros que os visitan que sois finalistas más que merecidos.

Y, por supuesto, felicitar a Francisco Javier Álves, de la expendeduría 33 de Vigo, por ser el galardonado y llevarse este premio. ¡Enhorabuena! De parte de nuestra compañera Susana, que te visita habitualmente, me ha pedido que te mande un abrazo enorme.

Y, para terminar, gracias a todos por seguir impulsando nuestro sector hacia un futuro más prometedor. En especial, gracias a vosotros, los estancos, que sois el verdadero motor de esta evolución”.



Austin

NEON LIMITED EDITION

DESDE

4⁶⁰ €



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

Categoría 10.- Premio al estanco con la oferta más completa de productos de riesgo reducido

MARÍA JOSÉ LUQUE LUQUE EXPENDEDURÍA N° 9 DE FUENGIROLA, MÁLAGA



Premio patrocinado por:



Los productos de riesgo reducido (vapeadores, bolsas de nicotina, tabaco calentado, hierbas para fumar...) están calando fuerte entre los consumidores y el estanco se ha ido convirtiendo con el paso del tiempo, ese escaso tiempo que llevan estos productos entre nosotros, en el punto de venta de referencia para su venta y donde pueden encontrar una variada y completa oferta.

Jacques Li, Global PR Head de Elfbar y Lost Mary, entregó el premio a María Belén Romero León, en nombre de María José Luque Luque, de la expendeduría n° 9, Estanco Luque, de Fuengirola, Málaga, ganadora con el 33,8% de los votos.

LOS OTROS FINALISTAS

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

JACQUES LI, GLOBAL PR HEAD DE ELFBAR Y LOST MARY

"Es un verdadero placer tener esta oportunidad de participar en esta entrega de premios de LBF Retailers for the Future. Durante los últimos días he estado visitando estancos en Madrid, y me ha sorprendido gratamente ver cómo nuestras marcas, Lost Mary y Elfbar, se han hecho realmente muy conocidas entre los usuarios. Este gran logro es lo debemos a todos vosotros: a los estancieros y socios comerciales que estáis hoy aquí.

Por supuesto, somos conscientes de la creciente atención que recibe el vapeo: los sabores, el impacto medioambiental, la protección de los menores y, sobre todo, la reducción de daños.

Estamos aquí, estamos preparados, y eso es lo que importa. Lost Mary y Elfbar ofrecen una cartera de productos muy completa: desde desechables hasta sistemas abiertos y líquidos. Sean cuales sean las necesidades de vuestras comunidades, nuestros productos están diseñados para responder, y vosotros, nuestros socios locales, sois quienes mejor las satisfacéis.

También estamos invirtiendo en productos de suministro de nicotina de última generación. Y sí, los sabores importan. La elección es un derecho, y los adultos tienen derecho a elegir. Para vosotros, los estancieros, los sabores amplían las opciones para el consumidor, generan fidelidad y fortalecen la experiencia en el punto de venta. Además, tenemos una ambición clara: la reducción de daños.

Puede que seamos nuevos en España —llevamos poco más de un año—, pero tenemos más de una década de experiencia global. Admiramos y respetamos los proyectos de espacios sin humo impulsados por nuestros compañeros de industria. Trabajemos juntos para avanzar por la salud pública.

Gracias a todos. Os deseo una gran noche".



LOST MARY

TAPPO AIR

Menos pasos, más placer.



NUEVA
VERSIÓN
DE CÁPSULA

¡Ahora, no hace falta presionar!



KIT

Arándano
Frambuesa
Agria

Uva

Lima
Limón

Mentol

Manzana
Doble

Piña Ice

Fresa Ice

Triple
Mango

Sandía

CÁPSULA

Melocotón
Ice

Bayas
mixtos

Fresa Ice

Menta
Verde

Frutas
Tropicales

Sandía

Piña Ice

Lima
Limón

Uva

Tabaco
Clásico

Mango

Manzana
Doble

Mentol

Manzana y
Sandía

Triple
Mango

Fresa Kiwi

Kiwi,
Guayaba y
Maracuyá

Limonada
Frambuesa
Azul

Piña
Maracuyá y
Limón

Tabaco
Suave

Arándano y
Frambuesa
Agria



@lostmary.es

18+

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

Categoría 11.- 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)



Premio patrocinado por:

Logista
RETAIL

Hace ya mucho tiempo se acuñó en el estanco el término diversificación, bajo el que hoy se reúne la mejor y diferenciada oferta de productos de conveniencia, artículos que no son de tabaco ni productos de riesgo reducido, y que suponen uno de los ases con el que los estancos buscan ser una alternativa para sus clientes, aunque no sean consumidores de tabaco, atrayendo de este modo a clientes nuevos y variados. Darío Crisci, General Manager de Logista Retail, entregó el premio Joaquín Monroy de la Peña, de la expendeduría n° 9 de San Sebastián de los Reyes (Madrid), ganador con el 34,3% de los votos.

LOS OTROS FINALISTAS

- 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

DARÍO CRISCI, GENERAL MANAGER DE LOGISTA RETAIL

“Es un verdadero placer tener, una vez más, la oportunidad de participar en un evento tan importante para todos los actores de la cadena de valor de este sector tan clave. Desde Logista Retail nos enorgullece participar en este espacio de encuentro entre profesionales del sector, todos con un mismo objetivo: buscar soluciones que nos permitan mantener el negocio actual y, al mismo tiempo, desarrollar nuevas líneas de negocio que sean sostenibles y rentables para todos los eslabones de la cadena de valor.

Contamos con una de las redes más importantes del tejido socioeconómico del sur de Europa: la red de estancos de España. Hoy en día, ya concebimos los estancos como centros de consumo, como centros de servicios de valor añadido para los consumidores. Lugares donde, por supuesto, se pueden adquirir los productos habituales, pero también donde se puede recibir asesoramiento sobre nuevas generaciones de productos, y vivir una experiencia de compra completa gracias a la incorporación de productos complementarios y servicios adicionales.

A nivel global, se estima que el mercado de productos de conveniencia en el canal de proximidad alcanza un valor de 650 mil millones de dólares, con proyecciones de llegar a 900 mil millones antes de 2030. Esto representa un crecimiento del 50%. Y España no es la excepción. El año pasado, el mercado de conveniencia en el canal de proximidad creció un 26%. Creemos firmemente en el potencial de esta red, y estamos convencidos de que los estancos tampoco quieren dejar pasar esta oportunidad. Esa certeza refuerza aún más nuestro compromiso: el de seguir apoyándolos cada día, no solo en lo que ya hacemos, sino también acompañándolos paso a paso en su evolución”.



Golden Filter®

CONOCE TODA LA GAMA DE TUBOS

CLÁSICO



MENTOL



SLIM



EXTRA LARGO



www.logistaretail.es



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

Logista
RETAIL

Categoría 12.- Premio al estanco con la oferta más amplia de cigarros premium

JOSÉ RODRÍGUEZ VALERO EXPENDEDURÍA N° 32 DE ALICANTE



Premio patrocinado por:



Davidoff of Geneva

IBERIA

El cigarro premium, todo un mundo dentro del sector del tabaco, del que incluso los más expertos aseguran que cada día aprenden algo nuevo. El estanco que apuesta por ellos, además de empaparse de conocimientos, los cuidan con absoluta pasión para que sus clientes tengan una absoluta garantía de encontrar un producto en óptimas condiciones para ser disfrutado.

Agustín Figueras, director de Ventas de Davidoff of Geneva Iberia, entregó el premio a Carmen Rodríguez Guillén, que lo recogió en nombre de José Rodríguez Valero, de la expendeduría N° 32, Cava Rodríguez, de Alicante, ganador con el 50,1% de los votos.

LOS OTROS FINALISTAS

- 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)

AGUSTÍN FIGUERAS, DIRECTOR DE VENTAS DE DAVIDOFF OF GENEVA IBERIA

"Patrocinar este premio no sólo es una manera de reconocer a quienes trabajan con rigor, pasión y respeto por el tabaco, sino también un homenaje a los tabaqueros."

Como dijo nuestro fundador, Zino Davidoff, 'un cigarro premium no se despacha; se explica, se presenta y se respeta'.

Queremos felicitar sinceramente a todos los nominados. Estar aquí ya habla de un trabajo excepcional, pero una vez hemos votado, sólo puede haber un ganador. Enhorabuena y gracias a todos por seguir defendiendo esta cultura del tabaco, invertir bien el tiempo, de la amistad y de la artesanía que tanto valoramos en Davidoff", finalizó Agustín Figueras su intervención.

Davidoff of Geneva Iberia obsequió a los asistentes a la Gala con un córner atendido por Raúl Valiente en el que tuvieron la ocasión de degustar algunos de los cigarros más emblemáticos de la compañía, como los propios Davidoff o marcas como Avo y Camacho, durante el cóctel de celebración llevado a cabo en la terraza de La Casa Encendida, y comprobar el arte del corte y encendido de un cigarro premium.



ANIVERSARIO

PARA CELERAR LOS MOMENTOS MÁS ESPECIALES DE FORMA

DIVERSA Y COMPLEJA.

YA DISPONIBLE EN SU NUEVO FORMATO DOBLE <<R>>



DAVIDOFF ANIVERSARIO DOBLE <<R>> x25



THE WHITE BAND IS

THE DIFFERENCE

SIGNATURE GRAND CRU ANIVERSARIO MILLENNIUM

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

Categoría 13.- Premio al estanco con mejor oferta de artículos y complementos para el fumador

SERGIO ESPEJO AGUILERA

EXPENDEDURÍA N° 1 DE CALELLA (BARCELONA)



Premio patrocinado por:



El estanco es el espacio ideal para encontrar cualquier artículo de fumador que el cliente necesite. Encendedores, pitilleras, papel de liar, fundas, boquillas, filtros... El catálogo puede llegar a ser casi infinito y se completa con muchos otros artículos de marca orientados a crear estilo de vida, como pueden ser gafas de sol, carteras, billeteras o artículos de decoración...

David Galliker, Managing Director de Zippo Europe, fue quien entregó el premio al ganador de esta categoría, que recogió Claudia Valentina Beligal en nombre de Sergio Espejo Aguilera, titular de la expendeduría N° 1 de Calella (Barcelona), ganador con el 37% de los votos emitidos.

LOS OTROS FINALISTAS

- **Alonso Luque Luque.** Exp. 3 de Mijas (Málaga)
- **Antonio González Rodríguez.** Exp. 40 de Oviedo (Asturias)
- **Javier Bonet Piñana.** Exp. 3 de Benicarló (Castellón)

DAVID GALLIKER, MANAGING DIRECTOR DE ZIPPO EUROPE

"Agradecer a LBF por esta organización de este evento. Organizar un evento así es mucho trabajo. Nosotros, hace tres años, hicimos un evento de Zippo 90 Años aquí en Europa e imagino cuánto trabajo lleva. Por tanto, os felicito por ello. Todo va funcionando como un reloj suizo y lo puedo confirmar porque soy suizo, así que todo anda perfectamente."

Estamos muy orgullosos por estar aquí por cuarta o quinta vez entregando un premio para uno de los mejores estanqueros en España. Por eso estamos muy contentos y orgullosos.

Por favor, no se olviden de llevarse un Zippo personalizado para este evento, algo que estamos haciendo cada año, como digo, por cuarta o quinta vez, así es que ya podemos empezar a coleccionarlos", señaló con una cierta dosis de humor.

"Quiero agradecer también a todos nuestros clientes, especialmente a los estanqueros, pero también a los mayoristas y a los vendedores, por asegurarse que el producto de Zippo esté bien presente en las tiendas. Hay que decir que tuvimos un año tremendo especialmente en España y me parece que lo podemos superar este año", terminó apuntando David Galliker en su intervención.



GRACIAS



Categoría 14.- Premio Generación W a la mujer estancquera

RAFAELA ARROYO CALZADO

EXPENDEDURÍA N° 1 DE MIJAS (MÁLAGA)



Premio patrocinado por:



BF Retailers for the Future puso en marcha este proyecto Generación W hace relativamente poco como compromiso de la revista y todos los que la hacen posible con la igualdad, la inclusión, la diversidad y especialmente con la promoción del talento femenino. Cada día nos rodean más mujeres líderes, algunas muy jóvenes, pero que igualmente resultan ser referentes por su trayectoria, por su visión estratégica, por su capacidad, su innovación, su ímpetu y su liderazgo transformador.

Katrin Fischer, Project Director de InterTabac, entregó el premio a Rafaela Arroyo Calzado, de la expendeduría 4 de Mijas (Málaga), ganadora con un 37% de los votos.

LOS OTROS FINALISTAS

- 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)

KATRIN FISCHER, PROJECT DIRECTOR DE INTERTABAC

"Es un gran placer para mí hablar hoy aquí. Desde Messe Dortmund, soy encargada del equipo responsable de InterTabac e InterSupply, así como de EVO NXT Festival. Somos responsables de plataformas globales que unen a la industria del tabaco y productos de próxima generación en un solo sitio. Fabricantes, expertos en la industria, científicos y, por encima de todo, comerciantes se unen en nuestros eventos para juntar información en búsqueda de valor añadido para el negocio. Le permitimos hacer esto proporcionándoles expositores de alta calidad a nivel internacional y un programa de apoyo para futuros oradores destacados. Año tras año, somos capaces de confiar en socios fuertes e importantes que nos ayudan a lograrlo. AM & Reyes Publicaciones ha estado a nuestro lado durante muchos años. La corporación entre Messe Dortmund y la revista LBF Retailers for the Future muestra que el futuro es muy importante para nosotros. Nuestro alcance fortalece nuestra voz como organizadores de estos eventos y, por encima de todo, establece una conexión muy cercana con uno de nuestros grupos objetivos, el sector minorista, y estamos muy agradecidos por ello. Espero mantener esta gran colaboración y escribir juntos muchos nuevos capítulos. Hoy, la presentación de los Premios LBF muestra claramente nuestro objetivo mutuo de que los comerciantes de tabaco se mantengan fuertes en el futuro y promocionar la innovación. Personalmente, estoy más que alegre de que este año seamos los encargados de entregar el premio al compromiso femenino en esta industria. Trabajemos todos juntos para avanzar en esta trepidante industria. Gracias por su pasión y compromiso que hace que la pasión por fumar se mantenga internacionalmente, especialmente aquí, en España. Muchas gracias".



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



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

JOAN LÓPEZ SÁNCHEZ

EXPENDEDURÍA N° 3 DE PALAFRUGELL (GIRONA)



Premio patrocinado por:



Como señaló Pilar García Muiz, con este decimoquinto galardón se llegaba al colofón de esta Gala de Entrega. Un premio con un especial significado porque el estanco sobre todo es dedicación, pasión. El estanco es también familia, es amistad. Por ello, premiar a toda una vida dedicada al estanco es también premiar a toda una trayectoria tanto personal como profesional. Es premiar también al relevo generacional y la transmisión de los valores del negocio, su continuidad e implicación en su desarrollo y evolución con los tiempos. Miguel Ángel Martínez, presidente de la Unión de Estanqueros, entregó el premio a Joan López Sánchez, de la expendeduría 3 de Palafrugell (Girona).

LOS OTROS FINALISTAS

- 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)

**MIGUEL ÁNGEL MARTÍNEZ,
PRESIDENTE DE LA UNIÓN DE
ASOCIACIONES DE
ESTANQUEROS DE ESPAÑA**

"El último año ha sido un tiempo de impulso a la representatividad de la Unión y, por ende, al propio estanco. Las novedades regulatorias han generado la necesidad de dar un paso adelante, tomar la palabra y reivindicar el papel del estanco. Peor no sólo el del estanco, el de los agricultores, los fabricantes y distribuidores, la regulación del sector nos toca a todos más o menos directamente. Desde la Unión aceptamos y asumimos ese reto de transmitir los mensajes claves del sector explicando que la cajetilla genérica no consigue reducir el número de fumadores, que la restricción de sabores al tabaco perjudicará a muchos usuarios que han encontrado en este producto una salida al tabaquismo y que la limitación de la nicotina en los nicotina pouches supone una prohibición de facto que no tiene justificación alguna. Y nos han llegado críticas, sí. Nos dicen 'sois la voz de las tabaqueras'. Pero no es cierto. En todo caso, nos convertimos en la voz de todo un sector al que se le dan pocas oportunidades de hablar. Probablemente, somos junto con los agricultores uno de los eslabones más débiles económicamente de la cadena de valor del tabaco, pero también somos uno de los más fuertes en el ámbito social y mediático.

El estanco forma parte de la memoria colectiva de España. Y eso genera confianza no sólo a nuestros clientes, sino también a las instituciones, que nos reciben y escuchan con otra actitud. Lo hemos hecho durante todo este año y seguiremos haciéndolo porque sabemos que nos va mucho en ello.

Quiero terminar diciendo lo que ya dije en mi primer discurso en estos Premios y quiero recordarlo hoy en circunstancias muy diferentes. Los problemas nos llegan sin pedirlos y debemos apoyarnos todos cuando se trata de defender el sector".



Sorteo patrocinado por S.T. Dupont

MARÍA BELÉN ROMERO LEÓN

GANADORA DEL ENCENDEDOR BIGGY MONOGRAM 1872



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

"Habitualmente siempre me preparo unas letras para leer aquí, pero siempre acaban en el bolsillo porque desde que entro veo amigos, saludo gente que conozco y aprecio y al final pienso que, cuando vas a ver a un amigo, nunca te preparas unas palabras en un papelito. Quedas a tomar un café con un amigo, sacas el papelito y le hablas, ¿no? Eso es lo que siento cuando estoy aquí. Como veis tras de mí, están saliendo unos vídeos y hay un logo que alguno dirá que es diferente. Pero no, no hemos cambiado el logotipo. Es el logotipo original. Hemos vuelto al origen de la compañía. ¿Por qué? Por que el fundador, Simon Tissot Dupont puso la "S" y la "T" muy pequeñas y el "Dupont" muy grande porque de verdad creía que estaba creando algo para el futuro, que estaba creando algo para su familia. Por eso, el nombre de Dupont, el de su familia, era el importante. Y hablando de familia, qué mejor sitio que éste, en el que somos como una familia en el mundo del tabaco. Y nosotros, cuando vamos a visitar a los estancos, nos sentimos como una familia, como amigos, y el trabajo muchas veces queda en segundo plano. Muchas gracias y enhorabuena a todos".



Patrocinado por:

S T DUPONT
PARIS

Una vez más y gracias a la cortesía de S.T. Dupont, uno de los estancos ganadores de la noche fue agraciado con un elegantísimo encendedor Biggy Monogram 1872 que luce el logotipo original de la compañía francesa.

El encendedor Biggy Monogram 1872 de S.T. Dupont está inspirado en el legendario Ligne 2 e incorpora elementos de diseño contemporáneo, respetando los códigos atemporales. Acabado en dorado, con un patrón guilloché con punta de diamante, es un encendedores de llama de antorcha que ya es un artículo codiciado por los entendidos. Una fusión de tecnología y artesanía.

Raimundo de los Reyes, director general de A.M. & Reyes Publicaciones, empresa editora de la revista LBF Retailers for the Future, fue quien extrajo la bola con el nombre del ganador -ganadora en este caso-, que fue María Belén Romero León, de la expendeduría N° 9 de Fuengirola (Málaga), de la que es titular María José Luque Luque.



PREMIOS 2025 RETAILERS FOR THE FUTURE



De izquierda a derecha, Raimundo de los Reyes, David Galliker, Katrin Fischer, Edgar Nunes, Agustín Figueras, Juan Xavuco, Darío Crisci, Javier Álvarez Ballespín, Sergio García Aonso, Daniel Quer, Miguel Ángel Martínez, Joaquín Monroy de la Peña, Joan López Sánchez, Manuel Muñoz Valencia, Xavier Villacres Duche, José Antonio García, José Sepúlveda,

Iván Cea Acedo, Jacques Li, María Belén Romero León, Purificación Aguilar Sánchez Sierra, Xavier Argelés, Francisco Javier Alves Tourón, Gabriel Porqueras Alonso, David Navarro Pedros, José González Amelín, Nayara Izquierdo García, Carlos Vasques Guedes, Claudia Valentina Beligal, Carmen Rodríguez Guillén y Rafaela Arroyo Calzado.

XII Premios LBF Retailers 2025

NUTRIDA ASISTENCIA DEL SECTOR

En torno a 240 personas se congregaron en la gran cita del sector del tabaco en España para ser testigos de la entrega de los Premios LBF Retailers for the Future 2025 que tuvieron lugar en La Casa Encendida, en Madrid, y celebrar un año más la excelencia de un colectivo que no ha dejado evolucionar en los últimos tiempos y que no deja de sorprendernos día a día con la profesionalidad que demuestra desde sus establecimientos.

Fotos: Adrián Vázquez



Arriba, Philip Morris España y Portugal estuvo representada por Amanda Cruz Valle, Sandra Maestre, Victoria Vidal, Gonzalo Salafranca, Juan Páramo, Ainhoa Capdevila, Juan Tallada, Ana Martínez, y Edgar Nunes.



Arriba, el equipo de BAT España, con Santiago Ibarra, Fernando Angosto, Miguel Germán Blanco, Diego Paz, Andrés Martín, Javier Álvarez Ballespin, Alicia Martínez-Barona, Mariano Ralero, Cristina Agudo Jorrillo e Ignacio Ruiz



Arriba, José Antonio García, Gonzalo Vañó, Olga Vidal, Camila García, Florencio Redondo, Ricardo Fernández, John Freda, María Casado, Marisela Golovatiuk y Alejandra Vidal, representando a JTI Iberia en la Gala. A la derecha, Arriba, Agustín Figueras, Carlos Martínez y Francisco Machado, de Davidoff of Geneva Iberia.



De izquierda a derecha, Juan González Antón, Jesús García Cantero, Daniel Castro Carmona, José María Prieto Rodríguez-Carrascal, Jorge Segura Tejedor, Dario Crisci, Pedro de Bernardo Alonso, Carlos Vasques Guedes, Daniel Calle Riobos, Inmaculada Moreno Mohivas, Jorge Pancorbo Crespo, Alba Menor Carrasco, Padraig Ohannarachain. Agachados: Ignacio Vicario Aza, Santiago Costas Sanz y Manuel Bascoy Castro. (Logista).



Arriba a la izquierda los representantes de Altadis en la Gala: Roberto Prieto, Laura Lázaro, Tamar Salazar, Javier Martín Menor, Iván Cea Acedo (Expendeduría 9 de Torrejón de Ardoz, Madrid), Jerome du Chaffaut, Manuel Muñoz Valencia (Expendeduría 98 Córdoba), Daniel Quer, José Sepúlveda y Rafael Baeza González. A la derecha, Xavier Argelés, Irene Flores Corbacho, Myriam Gómez Barredo, Malena García, Leonardo Mancini, Joaquín Lorenzo y Juan José González, de Landewyck Iberia.



A la izquierda, Gonzalo Guerra, Jacques Li, Susana Tejero, Mengyao Liu, José Luis González, Antonio Meca, Rosa Gómez, Leandro Recio, Sijing Xiang, Mariana Abdo, Diana Wang y Mauricio Espinoza (ElfBar y Lost Mary).



El equipo de Vandermarkiere Cigar Family Spain: José Antonio Garrido Vila, José María Rosa Pedrianes, Francisco Barrio Colina y Juan José López Yáñez, con Raúl Rodríguez de Alba (LBF Retailers for the Future).



Arriba, Alfredo Cimorra, Pilar Barba, Raquel Nicolás, Fernando Bermejo, Olivia Escaja, Miguel Ángel Martínez, María del Carmen Martín, Salvador Vera, José María Espinar, Jaime Bielsa y José María Renes (Unión de Estanqueros).



David Galliker y Roberto Sánchez, de Zippo.



Pilar García Muñoz y Raimundo de los Reyes (LBF Retailers for the Future).



Javier Arias (Bentley España), Alfonso González y Juan Carmona (S.T. Dupont) y Víctor Sobejano (Sobejano Catering).



José A. Pandelo y Omaira Sánchez (La Casa del Tabaco).



José Francisco Gimeno Llido, José Miguel Conesa, Eva Giménez Mora, David Megina, Nayara Izquierdo, Natalia Triptaptkul y David Navarro Pedros



Dayana Urquijo, Alejandro Valcárcel, Marina Montoro y José Francisco García Subiela (Expendeduría Vape Queen de Mazarrón, Murcia).



Enrique Puente Fernández, Inmaculada Domínguez de las Heras, Pedro Gómez Gallego y Jorge Revuelto Oca, de Comet.



Dino Sinanovic, Nancy Brandenburg, Katrin Fischer (InterTabac), Mónica Andrade de Orbe (GINN) y Claudio Sgroi (InterTabac).



Mariano Manteca (Tabacalera) Purificación Aguilar Sánchez Sierra (Expendeduría 6 de Talavera de la Reina, Toledo), Xavier Villacres Duche y Elizabeth Barahona Galindo (Expendeduría 1 de Torreldones, Madrid), Alberto Paredes y Cristian Briones (Tabacalera).



José Luis López Martín, Alejandro Giménez Nogués, María José Rodríguez Roque, Arturo Martín Vico, Purificación Aguilar Sánchez Sierra (Expendeduría 6 de Talavera de la Reina, Toledo), David Gómez Rodríguez, Beatriz Olivares Pizarro, Gabriel Porqueras Alonso, Miguel Sánchez Hernández y Ramón Porqueras Alonso, de Ibertabac Comercial.



Irene Flores Corbacho (Expendeduría 11 de Leganés, Madrid), Rafael Baeza González y Montserrat Santos Rodríguez (Altadis Imperial Brands) y María José Plaza Serrano (Expendeduría 18 de Leganés, Madrid).



María Belén Romero León y María Lara Tarantini (Expendeduría 9 de Fuengirola, Málaga) y Leandro Recio (Elfbar y Lost Mary).



Purificación y Rocio Aguilar Sánchez Sierra (Expendeduría 6 de Talavera de la Reina, Toledo).



Sergio García Aonso y Andrea Daniela Garido Coluccio (Expendeduría 905 de Madrid) y Raúl Rodríguez de Alba (LBF Retailers for the Future).



Manuel Muñoz Valencia y Victoria Valentín Rincón (Expenduría 98 de Córdoba)



Carmen Marhuenda Lillo y Juan Xavuco (Expenduría 65 de Madrid).



Joaquín Monroy de la Peña y Soraya Rodríguez Díaz (Expenduría 9 de San Sebastián de los Reyes, Madrid).



Claudia Valentina Beligal y Sergio Espejo Aguilera (Expenduría 1 de Calella, Barcelona).



María José y Paqui Parra (Expenduría 3 de Boadilla del Monte, Madrid), con Raúl Rodríguez de Alba.



Rafaela Arroyo Calzado (Expenduría 4 de Mijas, Málaga).



Mar Tecla (Davidoff of Geneva Iberia), Carmen y María José Rodríguez Guillén (Expenduría 32 de Alicante).



Cristina Castrillo Tallaya y Francisco Javier Alves Tourón (Expenduría 33 de Vigo), con Montserrat Santos Rodríguez (Altadis Imperial Brands).



Mónica Andrade de Orbe (GINN) y Katrin Fischer (InterTabac).



Soraya Rodríguez Díaz, de la Expenduría número 9 de San Sebastián de los Reyes (Madrid).



Natalia Tripitaptkul y David Navarro Pedros (Expenduría 139 de Valencia).



Raúl Valiente, Mar Tecla y Francisco Machado (Davidoff of Geneva Iberia).



Mónica López Moreno y Francisco Xavier Jiménez de la Parte (Expenduría 10 de Figueres, Girona).



Francisco Javier Álves Tourón y Cristina Castrillo Tallaya (Expenduría 33 de Vigo, Pontevedra).



Marisela Golovatiuk (JTI Iberia), Xavier Villacres Duche y Elizabeth Barahona Galindo (Expenduría 1 de Torrelodones, Madrid).



María Belén Romero León y María Lara Tarantini (Expenduría 9 de Fuengirola, Málaga).



Fina Barris Johera, Joan López Sánchez y Gloria López Barris (Expenduría 3 de Palafrugell, Girona).



El equipo de JTI Iberia presente en la Gala aprovechó el fotocall para hacerse un selfie.



José Francisco García Subiela, y Marina Montoro (Expenduría Vape Queen de Mazarrón, Murcia) flanquean a Antonio Meca (Elfbar y Lost Mary).



Xavier Adell Sauri (Expenduría 4 de Mataró, Barcelona), Mónica López Moreno (Expenduría 10 de Figueres, Girona), Claudia Valentina Beligal y Sergio Espejo Aguilera (Expenduría 1 de Calella, Barcelona) y Francisco Xavier Jiménez de la Parte (Expenduría 10 de Figueres, Girona).



Purificación Aguililar Sánchez Sierra (Expenduría 6 de Talavera de la Reina, Toledo) y Mari Carmen Rivera (Expenduría La Vaguada, Madrid).

XII Premios LBF Retailers for the Future 2025

UN CÓCTEL QUE UNE Y REÚNE

La Gala de Entrega de los Premios Retailers 2025 estuvo seguida por un cóctel conmemorativo de esta decimosegunda convocatoria que se celebró en la terraza del ático de La Casa Encendida, un espectacular espacio que permitió a todos disfrutar de la bonita noche madrileña y festejar todos juntos en un ambiente desenfadado, con buen humor, un excelente catering y los exquisitos humos de los cigarros de Davidoff.

Fotos: Adrián Vázquez



Rafael Cifuentes, Tomás Maestro y Raimundo de los Reyes.



Cómer de cigarros presentado por Davidoff of Geneva Iberia.



Javier Martín Menor, Rafel Baeza González y Jerome du Chaffaut (Altadis Imperial Brands).



Agustín Figueras, Pilar García Muñiz, Carlos Martínez, Raúl Valiente, Mar Tecla y Francisco Machado en el cómer de Davidoff of Geneva Iberia.



Miguel Ángel Martínez (Unión de Estanqueros), con Alicia Martínez-Barona y Cristina Agudo Jorrillo (BAT España).



Miguel Germán Blanco, Javier Álvarez Ballespín e Ignacio Ruiz, de BAT España.



David Galliker y Roberto Sánchez de Zippo. Alejandra Vidal y José Antonio García (JTI Iberia). Mariano Manteca (Tabacalera), Raúl Rodríguez de Alba (LBF Retailers for the Future) y Francisco Barrio (Vandermarliere Cigar Family Spain). Y, a la derecha, Carmen Marhuenda Lillo y Juan Xavuco (Expendeduría 65 de Madrid).



Pelayo Fernández Maixe y Jerome du Chaffaut (Altadis Imperial Brands) e Iván Cea Acedo (Expendeduría 9 de Torrejón de Ardoz). Cristina Agudo, Juan Tallada, Javier Álvarez Ballespín e Ignacio Ruiz (BAT España). Lorenzo Guaragna y Judith Bach (Tamarind Intelligence).



Mónica Andrade de Orbe (GINN), Eduardo Zoein y Sergio Chércoles (TCI) y Raimundo de los Reyes (LBF Retailers for the Future). José María Rosa Pedrianes, Francisco Barrio Colina, José Antonio Garrido Vila y Juan José López Yáñez (Vandermarliere Cigar Family Spain). Leonardo Mancini (Landewyck Iberia) y Mariano Ralero (BAT España).

Eduardo Zoein TCI), José González Antón e Ignacio Vicario Aza (Logista). José María Prieto Rodríguez-Carrascal, Daniel Castro Carmona y Darío Crisci de Logista Retail. Jennifer Arenas y Carolina González (M+C Saatchi Group), con Jacques Li, de Elfbar y Lost Mary.



Joaquín Lorenzo (Landewyck Iberia), Raimundo de los Reyes y Xavier Argelés (Landewyck Iberia). Francisco Javier Álves Tourón (Expendeduría 33 de Vigo), Montserrat Santos Rodríguez (Altadis Imperial Brands) y Juan José González (Landewyck Iberia). Irene Flores Corbacho y Carlos Muñoz Sánchez (Expendeduría 11 Leganés), Montserrat Santos Rodríguez y Rafael Baeza González (Altadis Imperial Brands). Omaira Sánchez, de La Casa del Tabaco. Esther Navarro Buciega y Luis Francisco Navarro Buciega (Expendeduría 15 Benidorm, Alicante), Jorge Trujillo Illescas (TJ Distribuciones), Manuel Muñoz Valencia y Victoria Valentín Rincón (Expendeduría 98 Córdoba).



Arriba, Miryam Gómez Barredo y Joaquín Lorenzo (Landewyck Iberia), con Enrique Puente (Comet). José Luis Bejarano (Expendeduría 130 Madrid), Francisco Machado (Davidoff of Geneva Iberia) y Juan Calvo. Daniel Quer (MyBlu) y Javier Martín Menor (Altadis Imperial Brands). A la izquierda, Victoria Vidal (Philip Morris Spain), Raúl Dueso (Expendeduría 97 de Zaragoza), Amanda Cruz Valle Philip Morris Spain) y Carlota Soler Molina (Expendeduría 97 de Zaragoza). María José y Paqui Parra (Expendeduría 3 de Boadilla del Monte, Madrid).



Arriba, Mariana Abdo, Jorge Revuelto Oca (Comet) y Sijing Xiang /Elfbar y Lost Mary). Mari Carmen Rivera (Expendeduría La Vaguada, Madrid), Enrique Puente, Jorge Revuelto Oca e Inmaculada Domínguez (Comet), con Joan López Sánchez (Expendeduría 3 Palafrugell, Girona). Alfonso González (S.T. Dupont) y Raúl Rodríguez de Alba (LBF Retailers for the Future).



Arriba, Luis Ángel Roa (Exp 2 de Torrejón de Ardoz), con Eduardo Zoein (TCI), Gema María Real Pérez (Exp 2 de Torrejón de Ardoz) y Omaira Sánchez (La Casa del Tabaco). Dino Sinanović, Nancy Brandenburgh y Claudio Sgroi (InterTabac). María José Rodríguez Guillén, Mar Tecla (Davidoff of Geneva Iberia) y Carmen Rodríguez Guillén (Expendeduría 32 Alicante). Abajo, Mar Tecla con Xavier Adell Sauri (Expendeduría 4 Mataró, Barcelona) y Francisco Xavier Jiménez de la Parte (Expendeduría 10 Figueras, Girona). Pepe González Amelín (RELX), Raimundo de los Reyes (LBF Retailers for the Future) y Rafael Cifuentes. Sergio García Aonso y Andrea Daniela Garrido Coluccio (Expendeduría 905 Madrid) y Raúl Rodríguez de Alba (LBF Retailers for the Future).



Arriba, Alicia Martínez Barona (BAT España), Paloma Poveda Ramos y Juan José Moya Corrales (Expendeduría 863 Madrid), Miguel Germán Blanco e Ignacio Ruiz (BAT España). Javier Arias (Bentley España), Juan Carmona (S.T. Dupont) y Víctor Sobejano (Sobejano Catering). José Francisco García Subiela, Alejandro Valcárcel, Dayana Urquijo y Marina Montoro (Expendeduría Vape Queen de Mazarrón, Murcia).

Muchas
gracias
a todos

PREMIOS**2025**
RETAILERS
FOR THE FUTURE

XII Premios LBF Retailers for the Future 2025

CUATRO COLABORADORES DE LUJO

La convocatoria 2025 de los Premios LBF Retailers for the Future, además de todos los patrocinadores de las diferentes categorías, ha contado en esta decimosegunda edición con la participación como colaboradores de cuatro entidades, dos de ellas de sobra conocidas por el sector del estanco y el resto de la cadena de valor del tabaco en nuestro país, como son Vandermarliere Cigar Family España y Comet (Compañía de Tabacos del Mediterráneo); y otras dos entidades que han querido formar parte de los galardones por primera vez: Tamarind Intelligence, la consultora líder en análisis de mercado y normativa; y la asociación GINN (Global Institute for Novel Nicotine), recientemente creada para defender los intereses de los fabricantes de nuevos productos para consumo de nicotina. Estas cuatro entidades han sido partners estratégicos de estos XII Premios LBF Retailers for the Future 2025.

VANDERMARLIERE CIGAR FAMILY ESPAÑA

Filial española de Vandermarliere Cigar Family –la compañía adoptó en 2022 este nombre tras un largo periplo bajo la denominación de J. Cortés–, una empresa que se remonta a 1926, cuando Maurits Vandermarliere, su fundador, empezó a fabricar puros en el ático de su tienda de cigarrillos en Moen, Bélgica. Se iniciaba así un futuro prometedor con casi 2.000 empleados en todo el mundo, presencia en 80 países y un sólido equipo de ventas en los principales países europeos. Sus marcas principales son J. Cortés, Country, Neos y Amigos. Para más información sobre la comunidad Cortésien, visite www.jcortes.com



COMET

COMET es una empresa familiar con una larga trayectoria en el sector del tabaco. Su origen data de 1881 pasando la experiencia en el negocio tabaquero por varias generaciones hasta la actualidad. Como distribuidora de tabaco, COMET empieza a operar al por mayor en España en 1999 y en tan sólo tres años de su puesta en marcha se convierte en la segunda distribuidora de tabaco por el volumen de referencias con las que trabaja y por el número de puntos a los que distribuye. Clientes y partners de todo el mundo confían en COMET por ofrecer siempre un servicio cualificado y flexible a la demanda y un amplio conocimiento del mercado y sus necesidades. Para más información, visite cometcigars.com



TAMARIND INTELLIGENCE

Tamarind Intelligence se ha consolidado como un socio estratégico clave para empresas que operan en sectores disruptivos y de rápido crecimiento. Con una sólida experiencia en entornos normativos complejos, su equipo global –compuesto por abogados, economistas, periodistas e investigadores– ofrece análisis y orientación para afrontar los desafíos de mercados opacos y regulaciones cambiantes. Con sedes en Londres y Barcelona, y colaboradores en todo el mundo, Tamarind combina una perspectiva global con conocimiento especializado. Para más información visite www.TamarindIntelligence.com



GINN

GINN es una asociación que representa los intereses de las empresas europeas fabricantes de nuevos productos para consumo de nicotina como bolsas de nicotina. GINN reúne a la industria de productos novedosos de nicotina bajo una misma voz con propuestas de regulación, estableciendo estándares de la industria para fomentar la innovación y desarrollo responsable de esta categoría de productos. La asociación aspira a una colaboración transparente y dedicada con los legisladores y autoridades promoviendo un consumo responsable y la comercialización de productos destinados a la población adulta. Para más información visite www.ginn.global



American Blend

Productos distribuidos por:



Código COMET (MARK1 DELUXE): 0216071220 | Código COMET (MARK1 DELUXE 100's): 0216071320

Para más información y pedidos:

Número gratuito 900 100 898. Web www.cometcigars.com. Agente comercial. Aplicaciones informáticas asociadas.

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

Director Asuntos Corporativos y Regulatorios
de BAT España y Portugal

ANDRÉS MARTÍN

"EL ESTANCO JUEGA UN PAPEL FUNDAMENTAL EN LA CONSTRUCCIÓN DE UN MAÑANA MEJOR"

A finales de 2024, Andrés Martín asumió la dirección de Asuntos Corporativos y Regulatorios de BAT España y Portugal con el firme propósito de impulsar un debate abierto, informado y científico sobre la reducción de daños en el consumo de tabaco. Desde su experiencia en el sector, que se remonta a 2011, Martín se enfrenta ahora al desafío de equilibrar la sostenibilidad del negocio con el compromiso de ofrecer alternativas de menor riesgo a los consumidores adultos. En esta entrevista, aborda la estrategia de la compañía, su visión sobre la regulación y el papel clave de los estancos en esta transición.

Fotos: Adrián Vázquez

O Dada su contrastada experiencia en el sector, ¿cuáles son sus objetivos a corto y medio plazo? Nuestra compañía, a nivel global, tiene un objetivo muy claro: lograr que los fumadores adultos puedan acceder a alternativas de menor riesgo —productos como los dispositivos de vapeo, el tabaco calentado y las bolsas de nicotina—, siempre con

el respaldo de la evidencia científica más rigurosa, que demuestre de forma sólida la reducción del daño. En BAT trabajamos con la determinación de liderar el camino hacia un mundo sin humo, avanzando hacia Un Mañana Mejor. Hoy en España, afrontamos grandes retos regulatorios, por lo que considero indispensable que los reguladores tengan acceso a la informa-

ción y el conocimiento necesarios para legislar con responsabilidad.

O Hablaba a su llegada a BAT que es una empresa con valores sólidos y objetivos ambiciosos y de alto rendimiento y que todo ello marcará una diferencia real en el sector. ¿Puede ampliarnos un poco estos conceptos? BAT es una compañía que ha cimenta-

do su liderazgo sobre valores sólidos y una visión de largo plazo. Actualmente, contamos con 29 millones de consumidores de productos de nuevas categorías y nos hemos marcado el ambicioso objetivo de alcanzar los 50 millones en 2030. Apostamos de forma decidida por la innovación y por la inversión en investigación y desarrollo, pero también creemos que toda la cadena de valor —desde el fabricante hasta el estanco— debe estar impregnada de este compromiso. Nuestra responsabilidad no termina en la fábrica: debemos ser catalizadores de un consumo responsable y de calidad, respaldado por la ciencia.

O Precisamente sobre esto quería preguntarle, por el papel que cada elemento de la cadena de valor debe jugar en esa búsqueda de Un Mañana Mejor.

Los estancos, con sus cerca de 13.000 puntos de venta, representan una de las grandes fortalezas del modelo español. Su capilaridad, su profesionalidad y su cercanía al consumidor los convierten en el canal idóneo para informar con rigor sobre las nuevas alternativas de menor riesgo. En este proceso, el estanco es una pieza clave: no solo distribuye, también informa y educa al consumidor para promover un uso responsable de los productos.

O La ministra de Sanidad ha anunciado nuevas restricciones al consumo en espacios al aire libre y comentaba que son decisiones basadas en la evidencia científica. ¿Qué diferencia esa evidencia científica de la que defiende el sector?

En BAT apostamos por la evidencia científica con mayúsculas: objetiva, revisada de manera independiente y sometida al escrutinio de la comunidad académica. Defendemos la transparencia absoluta de nuestros estudios y creemos que la ciencia y el diálogo constructivo con todos los actores del sector deben estar al servicio de políticas públicas responsables. Esa es nuestra bandera: el compromiso con la transformación y el consumo responsable de nuestros productos.

TITULARES

“El estanco es una pieza clave: no solo distribuye, también educa e informa”

“BAT apuesta por la ciencia y la transparencia para liderar la reducción de daños”

“Omni™ es la herramienta que cristaliza el compromiso de BAT con la información rigurosa”

“Suecia demuestra que las alternativas de menor riesgo pueden reducir el tabaquismo de forma eficaz”



O En los últimos años hemos sido testigos de un cambio de radiografía en cuanto a lo que son los puntos de venta, pasando de venderse estos productos de las tiendas especializadas al conjunto de los estancos, una evolución que ha sido esperada por todas las compañías, ¿no?

Nuestra apuesta es clara: que el consumo y la distribución de estos productos se realicen de forma responsable, bajo un sistema de licencias que garantice la información veraz y contrastada. El estanco debe tener la capacidad de

asesorar al consumidor adulto sobre el uso, las limitaciones y las precauciones necesarias. Este modelo, que ha demostrado ser eficaz en otros sectores, puede servir de ejemplo para cualquier otro producto que requiera una distribución responsable.

O ¿Qué análisis hacen desde BAT de las consideraciones de la CNMC sobre el proyecto de Real Decreto del Ministerio de Sanidad que actualiza la regulación de los productos sin combustión?

El Real Decreto nació sin diálogo, sin un consenso real con la cadena de valor, pese a que existió una consulta pública que apenas se tuvo en cuenta. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia ha puesto de manifiesto que estas medidas prohibicionistas no respetan los principios de buena regulación, eficiencia ni proporcionalidad. Además, seis Estados miembros de la Unión Europea, incluida Suecia, han presentado objeciones razonadas por la misma falta de rigor. En definitiva, se ha le-

“En BAT trabajamos con la determinación de liderar el camino hacia un mundo sin humo, avanzando hacia Un Mañana Mejor. Hoy en España, afrontamos grandes retos regulatorios, por lo que considero indispensable que los reguladores tengan acceso a la información y el conocimiento necesarios para legislar con responsabilidad”.

gislado a espaldas de la industria y del consumidor.

○ También esas alegaciones se basan en límites al comercio interior.

Exacto. Estas medidas introducen barreras de comercialización que atentan contra la libre circulación de mercancías. Pero, más allá de los aspectos técnicos, lo preocupante es la falta de diálogo. El caso de Suecia, con tasas de tabaquismo por debajo del 5% gracias a las alternativas de menor riesgo, debería servir de referente. Necesitamos políticas basadas en la ciencia y el consenso, no en la imposición.

“En BAT tenemos un principio claro: la ciencia debe estar por encima de cualquier otra consideración. Queremos poner al servicio de la Administración toda nuestra evidencia científica para que se contraste y se debata con transparencia”, puntualiza Andrés Martín.

○ Y es un país donde la evidencia científica respalda ese éxito.

Así es. La lucha contra el tabaquismo debe basarse en el rigor científico y en el diálogo. Las políticas exclusivamente prohibicionistas han fracasado allí donde se han aplicado, generando mercados ilegales y falsificaciones que al final perjudican al consumidor. La solución pasa por construir consensos.

○ ¿De qué manera, desde su posición, va a impulsar el debate con base científica?

En BAT tenemos un principio claro: la ciencia debe estar por encima de cualquier otra consideración. Queremos poner al servicio de la Administración toda nuestra evidencia científica para que se contraste y se debata con transparencia. Estamos dispuestos a liderar el proceso de transformación y a promover el uso responsable de nuestros productos, siempre desde la responsabilidad y el diálogo. Porque no se trata solo de un problema sanitario, sino de un desafío social y económico.

OMNI™: NUESTRO COMPROMISO CON LA CIENCIA Y LA TRANSPARENCIA

○ No hace mucho, BAT presentó la plataforma Omni™. ¿Qué papel va a jugar Omni™ en esta transición hacia Un Mundo Sin Humo?

Omni™ es la herramienta que cristaliza nuestro compromiso con la ciencia y la transparencia. Es una plataforma dinámica, abierta y rigurosa que ofrece a consumidores y distribuidores información detallada sobre el contenido y el uso de los productos. Desde el estancero hasta el consumidor final, todos tendrán acceso a datos objetivos que permitan tomar decisiones informadas y responsables.

○ ¿Qué herramientas van a utilizar para darla a conocer entre el consumidor?

El estanco es el eje fundamental para articular esta información. Por eso hemos puesto en marcha programas de formación específicos para los estancieros y campañas de comunicación que garantizarán que la plataforma Omni™ llegue de forma eficaz a todos los actores implicados. Porque solo con información clara y veraz podremos construir Un Mañana Mejor.



“Omni™ es la herramienta que cristaliza nuestro compromiso con la ciencia y la transparencia. Es una plataforma dinámica, abierta y rigurosa que ofrece a consumidores y distribuidores información detallada sobre el contenido y el uso de los productos”.

Omni™, con miras al futuro para Un Mundo Sin Humo

BAT España y Portugal ha presentado la plataforma Omni™ bajo el principio "Con miras al futuro para Un Mundo Sin Humo" y ha expuesto cómo supone un paso adelante en su estrategia para lograr Un Mañana Mejor a través de la reducción del impacto de su negocio en la salud, ofreciendo a los consumidores adultos una mayor variedad de productos de riesgo reducido que les permita tener una alternativa informada al tradicional tabaco de combustión.



En la presentación de Omni™ han intervenido Javier Álvarez Ballespín, director general de BAT España y Portugal; Andrés Martín, director de Asuntos Corporativos y Regulatorios para España y Portugal; y Alberto Iglesias, director de Disruptores (El Español) y periodista especializado en innovación y economía digital.

"La industria del tabaco tiene que evolucionar y poder ofrecer a los consumidores productos que sean menos nocivos para la salud, pero no es posible sin tener los datos, sin tener las evidencias y sin poder tener un debate y un diálogo y poder hablar claramente qué son las nuevas categorías, con evidencias, con datos y con casos de éxito en otros países. Con un diálogo constructivo con todos los actores de la sociedad, con los reguladores, seremos capaces de lograr ese mañana mejor, que es nuestro gran propósito como compañía", señaló Javier Álvarez Ballespín.

Omni™, donde se reúnen todos esos aspectos que menciona Álvarez Ballespín, es una plataforma dinámica en la que encontrar todo lo relacionado con la reducción de daños por tabaquismo y que refleja la imagen y la visión de BAT de Un Mañana Mejor, una plataforma donde encontrar respuesta a muchísimas preguntas y con la que propiciar un diálogo que, como expresó Andrés Martín (foto) "pretendemos que esta herramienta sea una plataforma que sea extensiva a cualquier regulador, a cualquier divulgador que quiera entender más qué es esto de la reducción de daños y por qué es importante" para el objetivo de alcanzar Un Mañana Mejor, el gran propósito de BAT como compañía.

Para obtener más información, capturar el QR adjunto o visite www.asmokelessworld.com



NUESTRA VISIÓN PARA OMNI™

Dada la importante oportunidad que la reducción de daños por tabaquismo representa para la salud pública, BAT espera que Omni™ fomente un diálogo constructivo entre las partes interesadas (incluyendo científicos, autoridades sanitarias, reguladores, responsables de políticas e inversores), así como en todo el ecosistema científico y normativo relacionado con el tabaco y los productos con nicotina.



JAPÓN, NUEVA ZELANDA Y SUECIA, 3 CASOS DE ÉXITO



El Proyecto de Real Decreto del Ministerio de Sanidad, cuestionado en Europa

Las deficiencias legales y regulatorias son graves y comprometen su validez jurídica

El Ministerio de Sanidad envió a principios de año a la Comisión Europea el texto del Proyecto de Real Decreto por el que se modifica el Real Decreto 579/2017, de 9 de junio, por el que se regulan determinados aspectos relativos a la fabricación, presentación y comercialización de los productos del tabaco y los productos relacionados, para cumplir con el procedimiento TRIS (Technical Regulation Information System) que responde a la obligación establecida en la Directiva (UE) 2015/1535 por la que los Estados miembros de la Unión Europea tienen la obligación de notificar a la Comisión Europea los proyectos de reglamentaciones técnicas antes de su adopción con el objetivo de evitar la creación de obstáculos en el mercado interior antes de que se materialicen. Se abrió así un periodo de tres meses en los que la Comisión Europea y el resto de Estados miembros podían examinar el texto del proyecto notificado y reaccionar correspondientemente. Y las reacciones no se han hecho esperar. Seis países miembros de la Unión Europea han presentado objeciones al proyecto de ley español que impone más restricciones a los productos de vapeo: Rumanía, Hungría, República Checa, Grecia, Italia y Suecia.

El Proyecto de Real Decreto ha generado una reacción sin precedentes por parte de autoridades y órganos consultivos. Entre ellos, destacan la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) –como les informábamos en nuestra anterior edición de LBF Retailers for the Future– y ahora son seis los Estados miembros de la Unión Europea que han emitido opiniones razonadas en el marco del procedimiento TRIS, enviadas a la Comisión Europea. Estas opiniones han puesto de manifiesto graves deficiencias en el diseño y fundamento del Proyecto, que requieren una reconsideración urgente por parte del Gobierno.

DEFICIENCIAS CLAVE

Entres las deficiencias clave identificadas en el Proyecto de Real Decreto cabe señalar:

- **Vulneración del principio constitucional de reserva de ley:**

El Proyecto impone restricciones a la libertad de empresa mediante reglamento sin contar con la habilitación legal para ello. La CNMC ha señalado que la habilitación mencionada en la Ley 28/2005 se refiere únicamente a los productos de tabaco y no a los productos como las bolsas de nicotina o los cigarrillos electrónicos, que no son considerados “productos de tabaco”.

- **Prohibición de facto de nuevos productos:**

La prohibición de sabores distintos al tabaco y el límite de nicotina en bolsas afectarán gravemente la competencia, la innovación y la salud de los consumidores. Sin embar-

El gobierno español debe ahora responder por escrito a las preocupaciones planteadas por esos seis países y no podrá avanzar con el proyecto de real decreto hasta el 28 de julio, cuando finaliza el periodo de respuesta.



go, estas medidas no están suficientemente justificadas bajo los principios de buena regulación, establecidos en el Artículo 129 de la Ley 39/2015, tal como ha señalado la CNMC.

- **Errores en las respuestas del Gobierno a preguntas parlamentarias:**

El Gobierno ha negado la existencia de evidencia científica sobre el impacto de los sabores en la reducción del tabaquismo, a pesar de contar con estudios y experiencias internacionales que sugieren lo contrario. Además, la justificación para el límite de 0,99 mg en las bolsas de nicotina se basa en argumentos erróneos, vinculados a su posible consideración como medicamentos, sin respaldo en la legislación vigente ni en la doctrina del Tribunal de Justicia de la UE.

- **No cumplimiento con los principios de necesidad, eficacia y proporcionalidad:**

El informe de la CNMC y las opiniones razonadas de los Estados miembros han subrayado la falta de evidencia científica que respalde tanto el umbral de 0,99 mg de nicotina como la prohibición general de sabores. Además, no se han considerado alternativas menos restrictivas,

RECOMENDACIONES

- El refuerzo del control de la venta a menores.
- La promoción de campañas de sensibilización.
- La restricción de sabores específicamente atractivos para menores.
- El establecimiento de límites de nicotina de entre 16,6 y 20 mg/bolsa para las bolsas de nicotina, en línea con la evidencia científica y que tenga en cuenta el límite fijado por los Estados miembros.
- Estas medidas contribuirán a una regulación más adecuada y equilibrada, respetando tanto la salud pública como la competencia en el mercado.

tales como el refuerzo del control sobre la venta a menores, campañas de sensibilización y la restricción de sabores específicamente atractivos para ellos.

- **Distorsión del mercado interior europeo:**

El Proyecto vulnera los artículos 34 y 36 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE), generando obstáculos injustificados a la libre circulación de productos y afectando el mercado interior europeo.

Además, varios Estados Miembros, como Italia, Rumanía y República Checa¹, consideran que el Proyecto excede las previsiones de la Directiva sobre los productos del tabaco, poniendo en riesgo los esfuerzos de armonización alcanzados a nivel de la Unión Europea.

CONCLUSIONES

Las deficiencias detectadas en el Proyecto de Real Decreto son graves y comprometen su validez jurídica, su adecuación a los principios de buena regulación y su respeto a los principios de libre circulación establecidos en la legislación europea.

En consecuencia, es indispensable que el Gobierno, a través del Ministerio de Sanidad, el Ministerio de Hacienda y los otros Ministerios participantes en la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos (CDGAE), reconsidere la continuación de la tramitación del Proyecto en sus términos actuales. Se solicita que se opte por regular los productos sin tabaco y sin combustión mediante una ley, respetando el principio constitucional de reserva de ley, y que se reformulen las medidas propuestas de acuerdo con los principios de eficacia y proporcionalidad.

¹ Italia (opinión razonada, página 4): “debe señalarse que la Directiva DPT no prohíbe la caracterización de los aromas de los productos sin tabaco, en particular los cigarrillos electrónicos; República Checa (opinión razonada, página 2): “el proyecto legislativo contiene disposiciones que pueden crear obstáculos desproporcionados a la libre circulación de mercancías y distorsionar significativamente el entorno empresarial en el mercado interior ya que contiene medidas que van más allá de la Directiva sobre el tabaco y son desproporcionadas con respecto al objetivo establecido en dicha Directiva”; Rumanía (opinión razonada, página 2): “La prohibición de aromas en los cigarrillos electrónicos, a excepción del aroma de tabaco, excede las facultades de apreciación concedidas a los Estados miembros en virtud de la Directiva sobre los productos del tabaco (...) no tienen autoridad para regular los ingredientes de una manera que vaya más allá de los límites establecidos por la Directiva sobre los productos del tabaco, como propone España”.

OBSERVACIONES DE LA COMISIÓN EUROPEA

La Comisión Europea ha dirigido sus propias observaciones al Gobierno español sobre el Proyecto de Real Decreto. Al encontrar una definición más amplia de “cigarrillo electrónico desechable” en el Proyecto que en la Directiva 2014/40/UE, la Comisión, a fin de garantizar la seguridad jurídica, invita a las autoridades españolas a garantizar que esa definición no genere confusión en cuanto al ámbito de aplicación de los requisitos pertinentes de la Directiva aplicables a los mismos. Algo similar ocurre con la definición de “producto relacionado”, que es más amplia en el Proyecto de Real Decreto –incluye como tales los cigarrillos electrónicos (que contienen nicotina), los envases de recarga y los productos a base de hierbas para fumar y otros productos, incluidos los cigarrillos electrónicos sin nicotina, los envases de recarga sin nicotina, las bolsitas de nicotina y otros productos de nicotina–.

Respecto a los ingredientes peligrosos para la salud humana, la Comisión recuerda que su regulación es un ámbito armonizado en la Directiva 2014/40/UE, por la que los Estados miembros garantizarán que, con excepción de la nicotina, en el líquido que contiene la nicotina se usen sólo ingredientes que no sean peligrosos para la salud humana, tanto en forma caliente como fría. Para la Comisión, la definición sobre estos ingredientes que figura en el proyecto notificado se refiere a un catálogo reducido de sustancias, mientras que la referencia en la Directiva es amplia y no especifica ninguna sustancia en particular, permitiendo cierta discrecionalidad a los Estados miembros en sus esfuerzos por proteger la salud pública a la hora de determinar los ingredientes prohibidos. E invita a las autoridades españolas a garantizar la correcta aplicación de la Directiva, en concreto, garantizar que, con excepción de la nicotina, en el líquido que contiene la nicotina se prohíban todos los ingredientes que sean peligrosos para la salud humana.

También hay divergencia en cuanto a la definición de “nicotina” (como “los alcaloides nicotínicos y cualquier derivado de la nicotina” en el proyecto de Real Decreto, frente a la definición de la Directiva, que no distingue entre los alcaloides nicotínicos derivados del tabaco y los sintéticos) y pide a las autoridades españolas que se ajusten a la definición de la Directiva.

La Comisión invita asimismo a las autoridades españolas a que expliquen cómo se aplicará en la práctica la disposición pertinente del apartado cinco del proyecto notificado (Obligaciones de comunicación relativas a la comercialización), de modo que se garantice que la presentación de la información relativa a productos que no entran en el ámbito de aplicación de las Decisiones de Ejecución (UE) 2015/2186 y (UE) 2015/2183 no afecte ni interfiera con la presentación de la información sobre los productos exigida por la Directiva 2014/40/UE y dichas Decisiones.

Sobre el etiquetado de los cigarrillos electrónicos, se invita a las autoridades españolas a que la definición de “cigarrillo electrónico sin nicotina” no interfiera los requisitos aplicables a los cigarrillos electrónicos exigidos en la Directiva y, en particular, a garantizar que no se pueda eludir el requisito de que las unidades de envasado y todo el embalaje exterior de cigarrillos electrónicos deben llevar una advertencia sanitaria sobre el contenido de nicotina.

Según un nuevo estudio de KPMG encargado por Philip Morris

Los cigarrillos ilícitos, en su nivel más alto desde 2015 en la UE

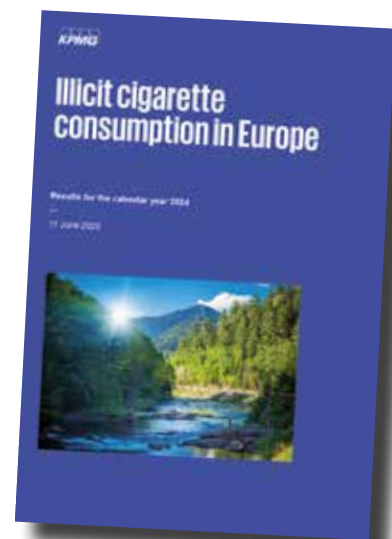
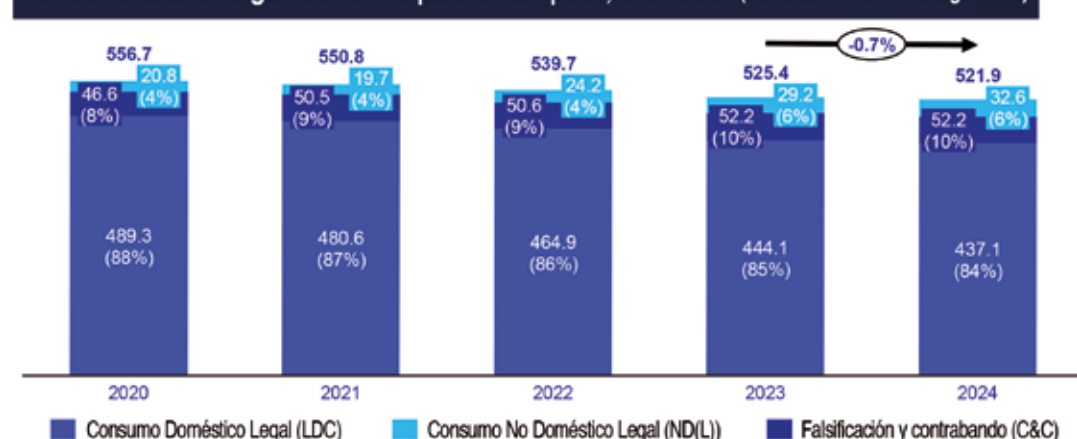
Philip Morris International realiza un llamamiento urgente a la adopción de políticas eficaces para contrarrestar la creciente amenaza del comercio ilícito de cigarrillos en la Unión Europea. En 2024, según un nuevo estudio de KPMG, se consumieron 38.900 millones de cigarrillos ilícitos en la región -el nivel más alto desde 2015- lo que representa un 9,2% del consumo total de cigarrillos, con pérdidas fiscales por valor de 14.900 millones de euros para los gobiernos, en un contexto de fuertes presiones económicas en muchos países.

Philip Morris considera que el problema se ve agravado por subidas de impuestos abruptas y pronunciadas que benefician a las redes criminales que suministran productos no regulados, sin impuestos y de menor calidad, incluidas falsificaciones, a precios más bajos. Para hacer frente a esta amenaza creciente, la compañía insta a adoptar una regulación basada en la evidencia científica, una fiscalidad equilibrada y predecible a través de calendarios fiscales, una colaboración público-privada continua y un mayor apoyo a los organismos policiales regionales y nacionales, ya que las organizaciones criminales que se dedican a la venta de cigarrillos ilícitos han consolidado su presencia en los países de Europa occidental con precios más altos.

Según el estudio de KPMG de 2024, en la UE se consumieron 15.300 millones de cigarrillos falsificados durante ese año, lo que representa un aumento del 20,2 % respecto a 2023. Además, los denominados illicit whites -cigarrillos legalmente fabricados pero introducidos de contrabando en países donde tienen poca o ninguna distribución oficial- alcanzaron los 8.200 millones.

“El comercio ilícito de tabaco amenaza la economía europea, la salud pública, la seguridad y la estabilidad social. Hoy en día, los mercados con mayores impuestos y precios, como Francia y los Países Bajos, se ven especialmente afectados por productos importados ilegalmente o falsificados”, ha indicado Christos Harpantidis, vicepresidente sénior de Asuntos Externos de PMI. “Su enorme impacto socioeconómico perjudica la recaudación fiscal, la creación de empleo y a las empresas legítimas,

Consumo total de cigarrillos en 38 países europeos, 2020-2024 (miles de millones de cigarrillos)



EU27 Cifras clave



Nota: ^(a) La recaudación fiscal perdida representa una estimación de los impuestos especiales y el IVA si los volúmenes de C&C se hubieran consumido legalmente en los países de estudio. ^(b) La falsificación sólo puede identificarse mediante el examen forense de las marcas por parte de los fabricantes, recopiladas en las encuestas de envases vacíos. Dado que solo BAT, IB, JTI y PMI participan en las encuestas de envases vacíos utilizadas en este informe, la falsificación solo puede identificarse en estos fabricantes. Fuentes: ⁽¹⁾ Los resultados de los 38 mercados/UE27 son una agregación de los resultados del Cálculo de Flujos Europeos para los 38 mercados/UE27.

52.200 millones

Cigarrillos falsificados y de contrabando consumidos

+80 millones sobre 2023
+0,2% sobre 2023



10.0% sobre consumo total

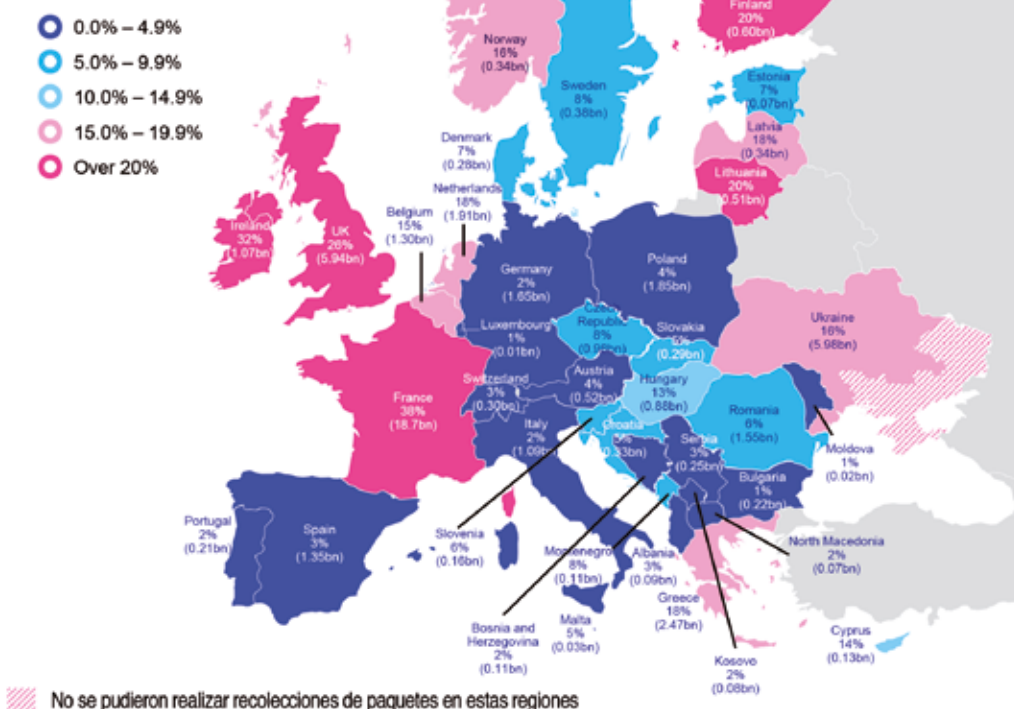
+0,1ppt sobre 2023

19.400 millones €

pérdida estimada de impuestos

+2.700 millones € sobre 2023
+16,4% sobre 2023

Falsificación y contrabando sobre consumo total, 2024 (%) ⁽¹⁾



Fuente: ⁽¹⁾ Los resultados a nivel de mercado de 38 países son una agregación de los resultados del Cálculo de Flujos Europeos para los 38 mercados, una metodología detallada y una lista de fuentes para cada mercado están disponibles en la sección de metodología de este informe



Christos Harpantidis, vicepresidente sénior de Asuntos Externos: “El comercio ilícito de tabaco amenaza la economía europea, la salud pública, la seguridad y la estabilidad social. Hoy en día, los mercados con mayores impuestos y precios, como Francia y los Países Bajos, se ven especialmente afectados por productos importados ilegalmente o falsificados”.

Según el estudio de KPMG de 2024 en la UE se consumieron 15.300 millones de cigarrillos falsificados durante ese año, lo que representa un aumento del 20,2 % respecto a 2023.

que son el motor de nuestras economías europeas. La disponibilidad de cigarrillos baratos y no regulados en la economía sumergida también dificulta los esfuerzos para reducir el tabaquismo y avanzar hacia un futuro sin humo”.

El informe KPMG muestra que el aumento del consumo de cigarrillos ilícitos ha sido impulsado principalmente por Francia y los Países Bajos. El estudio destaca una situación especialmente alarmante en Francia, donde se consumieron 18.700 millones de cigarrillos ilícitos en 2024, de los cuales cerca de 7.800 millones eran falsificaciones. En el caso de los Países Bajos, el volumen de cigarrillos ilícitos aumentó drásticamente en 1.100 millones -más del doble que el año anterior- hasta alcanzar el 17,9% del consumo total. De haberse comprado legalmente, estos cigarrillos habrían generado ingresos fiscales adicionales de 9.400 millones de euros en Francia y casi 900 millones en los Países Bajos.

Respecta a España, alcanza niveles de comercio ilícito de 2021, tras consumirse 1,4 millones de cigarrillos falsificados. Esto implica que las arcas del Estado han dejado de ingresar 263 millones euros, 52 millones más que en 2023. En cambio, países como Bulgaria, Grecia, Italia y Portugal, así como Ucrania, han logrado avances significativos en la lucha contra el mercado ilícito de cigarrillos. Grecia, por ejemplo, registró una caída de 6,2 puntos porcentuales en el consumo de cigarrillos ilícitos en 2024, hasta el 17,5%, el mayor descenso en una década.

España

41.000 millones

Cigarrillos consumidos

+300 millones sobre 2023

1.400 millones

Cigarrillos falsificados y de contrabando consumidos

+200 millones sobre 2023

3,3%

Sobre el consumo total

+0,46 ppt sobre 2023

263 millones €

pérdida estimada de impuestos

+52 millones € sobre 2023



El informe con respecto a España dice que alcanza niveles de comercio ilícito de 2021, tras consumirse 1,4 millones de cigarrillos falsificados. Esto implica que las arcas del Estado han dejado de ingresar 263 millones euros, 52 millones más que en 2023.



Massimo Andolina, presidente de la región de Europa de PMI: *“Regímenes fiscales predecibles y un sólido apoyo a las acciones de las fuerzas del orden han demostrado ser una receta política eficaz: ahora sabemos cómo contrarrestar eficazmente a las organizaciones criminales que participan en la fabricación, distribución y venta ilícita de cigarrillos”.*

“Regímenes fiscales predecibles y un sólido apoyo a las acciones de las fuerzas del orden han demostrado ser una receta política eficaz: ahora sabemos cómo contrarrestar eficazmente a las organizaciones criminales que participan en la fabricación, distribución y venta ilícita de cigarrillos”, ha afirmado Massimo Andolina, presidente de la Región Europa de PMI. “Este es el camino a seguir si realmente queremos acabar con el comercio ilícito de cigarrillos en nuestro continente, que daña las economías europeas, socava la competitividad y el crecimiento, y abre la puerta a otras actividades delictivas. Los ciudadanos no pueden permitirse el lujo de perder ingresos públicos tan necesarios en este momento crítico para Europa, ingresos que se están esfumando en lugar de destinarse a cuestiones clave como la defensa, la seguridad interior y los programas sociales”.

EL COMERCIO ILÍCITO AFECTA A TODA EUROPA

En los 38 países europeos analizados en el estudio (los 27 Estados miembros de la UE, junto con Albania, Bosnia y Herzegovina, Kosovo, Moldavia, Montenegro, Macedonia del Norte, Noruega, Serbia, Suiza, Ucrania y el Reino Unido), se consumieron 52.200 millones de cigarrillos ilícitos en 2024, lo que representa el 10% del consumo total. Las pérdidas fiscales derivadas se estiman en 19.400 millones de euros.

En Reino Unido, los volúmenes de cigarrillos ilícitos disminuyeron en casi 800 millones en 2024, aunque su cuota sobre el consumo total se mantuvo estable. Aun así, sigue siendo el tercer mayor mercado ilícito de Europa, con 5.900 millones de cigarrillos ilícitos consumidos el año pasado. En cambio, Ucrania registró el mayor descenso en el consumo ilícito: los volúmenes de contrabando y falsificaciones se redujeron en 2.400 millones de cigarrillos, lo que supone una caída del 29% (frente al aumento de 1.100 millones o 14% registrado en 2023).

Este es el decimonoveno año consecutivo en el que KPMG mide y reporta el consumo de cigarrillos ilícitos en Europa.

Para más información, visite PMI.com.

TABACO CALENTADO

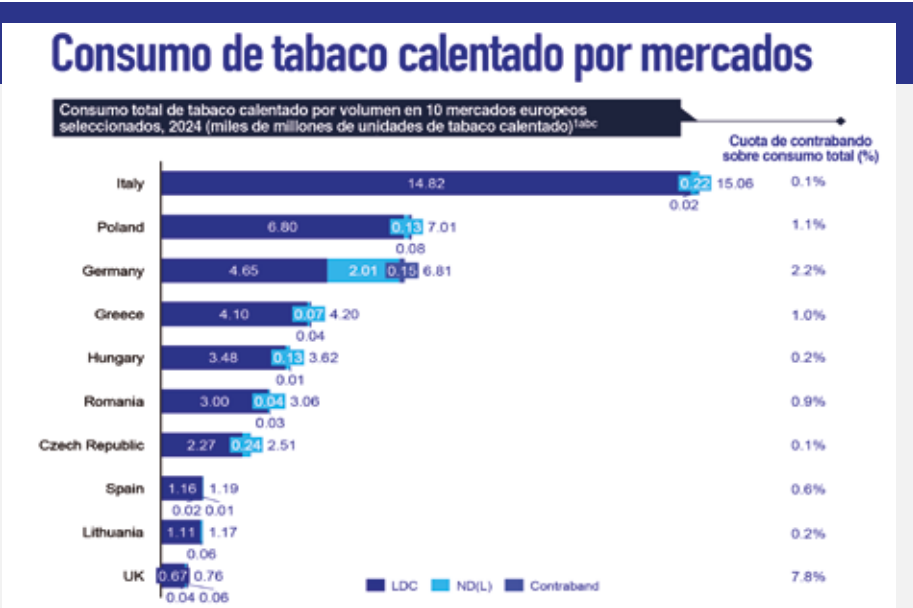
Por primera vez, el estudio ha incluido en su análisis el consumo ilícito de productos de tabaco calentado en una selección de países europeos: República Checa, Alemania, Grecia, Hungría, Italia, Lituania, Polonia, Rumanía, España y el Reino Unido.

Según el informe, el consumo de contrabando de los consumibles utilizados en dispositivos de tabaco calentado ascendió en 2024 a 400 millones de unidades, lo que representa el 0,9% del consumo total. Los mayores volúmenes se detectaron en Alemania (150 millones de unidades) y Polonia (80 millones), mientras que el Reino Unido registró la mayor cuota relativa, con un 7,8 % de su consumo procedente del contrabando.

Hasta la fecha, no se han identificado flujos de falsificaciones de estos productos.

“Los legisladores deben comprender que repetir los errores políticos que han alimentado el mercado ilícito de cigarrillos –como una fiscalidad excesiva y distorsionadora, medidas de control extremas como prohibiciones, y una aplicación insuficiente de la ley frente a las actividades ilícitas en toda la cadena de valor– puede conducir, y de hecho lo hará, al mismo desastre que hoy vemos en el sector del cigarrillo en aquellos países que han adoptado estas políticas. Y es un fenómeno que ya empezamos a observar en países que han prohibido la venta legal de productos sin humo”, ha advertido Massimo Andolina.

- En la mayoría de los 10 mercados estudiados, el tabaco calentado sigue siendo



Notas: ^(a) En la sección de metodología de este informe se encuentra disponible una sección sobre la metodología y una lista de fuentes para cada mercado. ^(b) Debido al redondeo, la diferencia entre los totales mostrados en el gráfico o en los comentarios puede variar con respecto a los valores reales. ^(c) 1 unidad representa 1 unidad de tabaco calentado. Fuente: ⁽¹⁾ Cálculo de flujos europeos de KPMG, 2024.

una categoría de consumo de tabaco relativamente nueva y en crecimiento, impulsada principalmente por el aumento de las ventas nacionales legales.

- Entre 2021 y 2024, las ventas nacionales legales de tabaco calentado mostraron un crecimiento interanual en la mayoría de los mercados incluidos en este informe (excepto República Checa y Hungría).
- En 2024, Italia fue el mayor consumidor de tabaco calentado, seguido de Polonia y Alemania.
- Las entradas de contrabando fueron relativamente bajas en comparación con los cigarrillos en estos 10 mercados, aunque más variables en términos de

participación en el consumo total.

- En los mercados estudiados, los mayores volúmenes de tabaco calentado de contrabando se encontraron en Alemania (150 millones de unidades) y Polonia (80 millones de unidades), con la mayor participación en el Reino Unido (7,8% del consumo total).
- Las entradas legales no nacionales de tabaco calentado variaron a nivel de mercado.
- El mayor volumen de entrada legal (ND(L)) se estimó en Alemania (2.010 millones de unidades o el 29,5 % del consumo total), la mayoría de las cuales se originaron en las vecinas Polonia y la República Checa.

Como recuerda Philip Morris, el comercio ilícito no sólo afecta a las personas que consumen estos productos, sino que alimenta a redes criminales sin escrúpulos que, en muchos casos, impactan de forma desproporcionada en las comunidades y poblaciones más vulnerables. Además, priva a los gobiernos de ingresos esenciales para financiar servicios públicos fundamentales y las ganancias obtenidas a través de esta actividad ilícita también facilita otros delitos graves, como la trata de personas, la corrupción y el blanqueo de capitales. Para Philip Morris International, eliminar el comercio ilícito de tabaco y nicotina ha sido durante años una prioridad estratégica y, por ello, aplica medidas preventivas y de protección y colabora con los sectores público y privado para intensificar la lucha contra este problema global.

En el marco de su compromiso con un futuro libre de humo, PMI está redoblando sus esfuerzos para proteger su cadena de suministro, asegurar los productos que comercializa y proteger tanto a los consumidores como a sus marcas frente a contrabandistas y falsificadores. La empresa trabaja estrechamente con agencias de seguridad y organizaciones de todo el mundo para identificar y dismantelar actividades ilegales, como la falsificación y el contrabando.

Definiciones de las categorías de cigarrillos ilícitos, detalladas en el informe:

Falsificación: «Cigarrillos fabricados y vendidos ilegalmente por una parte distinta del propietario original de la marca».

Illicit Whites: «Cigarrillos que normalmente se fabrican legalmente en un país/mercado pero que las pruebas sugieren que han sido pasados por contrabando a través de las fronteras durante su tránsito hacia el mercado de destino analizado, donde tienen una distribución legal limitada o nula y se venden sin pagar impuestos».

C&C: «Falsificación y contrabando, incluidos los illicit whites. El contrabando se refiere a productos auténticos que han sido comprados en un país con impuestos más bajos y que sobrepasan los límites fronterizos legales o adquiridos sin pagar impuestos con fines de exportación para ser revendidos ilegalmente (con beneficio económico) en un mercado con precios más altos».

Otros C&C: «Otros C&C comprenden el contrabando que no entra en la definición de Illicit Whites. A menudo se trata de productos con derechos pagados procedentes tanto de países de la UE27 como de fuera de ella. También puede haber falsificaciones de marcas que no son propiedad de los fabricantes participantes».

Expertos y autoridades clave participan en la I Jornada Contra el Comercio Ilícito en España

- La trazabilidad, la cooperación público-privada y la concienciación ciudadana son claves en la lucha contra esta actividad.
- La Mesa del Tabaco ha eliminado más de 8.500 anuncios ilegales de venta de tabaco desde 2022, consolidando su estrategia de lucha contra el comercio ilícito.

La Mesa del Tabaco celebró la I Jornada contra el Comercio Ilícito de Tabaco en la sede de la CEOE en Madrid el pasado 13 de mayo. El foro tuvo como objetivo centrarse en una de las principales amenazas para economía y la recaudación fiscal y con gran impacto social: el comercio ilícito de tabaco. El encuentro reunió a representantes de la Agencia Tributaria, la Guardia Civil, la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre (FNMT), expertos del ámbito jurídico y tecnológico, así como organizaciones empresariales, para analizar el impacto, la evolución y las estrategias de lucha contra esta actividad ilegal, en una jornada que convocó a más de 100 asistentes.

5,9 millones de cajetillas

Durante 2024, se aprehendieron en España más de 5,9 millones de cajetillas de cigarrillos, 118.000 unidades de cigarros y más de 160 toneladas de picadura de tabaco procedentes del comercio ilícito, según la Memoria Anual del Comisionado para el Mercado de Tabacos. Además, se destruyeron más de 14,6 millones de cajetillas de cigarrillos, 243 toneladas de picadura y cerca de 96.000 unidades de maquinaria de fabricación ilegal.

La jornada comenzó con la bienvenida institucional a cargo de Águeda García-Agulló, directora general de la Mesa del Tabaco; Nerea Rodríguez Entremonzaga, directora del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la Agencia Tributaria; Francisco Javier Moscoso Sicardo, general de Brigada jefe de la Policía Marítima del Mando de Fronteras de la Guardia Civil; y César Maurín, director del Departamento de Digitalización, Innovación, Comercio e Infraestructuras de CEOE.

Entre los temas abordados, destacan el peso socioeconómico del mercado ilícito, las redes de distribución y logística criminal, y el papel clave de la trazabilidad europea en la identificación de productos legales.

Durante la jornada se celebró un bloque de ponencias técnicas centrado en la operativa y estructura del mercado ilícito de tabaco en España. Beatriz Ageitos, de la Agencia Tributaria, abordó su peso e impacto socioeconómico; Alejandro Espada Isaac, de la Guardia Civil, ha analizado su estructura y funcionamiento; e Isabel Valdecabres, de la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre, puso en valor el papel del sistema europeo de trazabilidad en la lucha contra el comercio ilegal.

La jornada concluyó con una mesa redonda sobre las nuevas tendencias del comercio ilícito y la adaptación tecnológica de las redes ilegales donde participaron David Gómez, socio-director de Baylos y profesor de Derecho Procesal; Lorena Carrera, de la agencia de investigación y análisis ADCHASE; y Antonio Sáez, de Smart Protection.



Según la Memoria Anual del Comisionado para el Mercado de Tabacos, durante 2024, se aprehendieron en España más de 5,9 millones de cajetillas de cigarrillos, 118.000 unidades de cigarros y más de 160 toneladas de picadura de tabaco procedentes del comercio ilícito. Además, se destruyeron más de 14,6 millones de cajetillas de cigarrillos, 243 toneladas de picadura y cerca de 96.000 unidades de maquinaria de fabricación ilegal.

Colaboración público-privada, fundamental

La Mesa del Tabaco colabora desde hace años con entidades públicas, como la Agencia Tributaria, y más recientemente con la Guardia Civil. Con ambos, se ha establecido un acuerdo de colaboración que incluye acciones conjuntas, intercambio de información y promoción de buenas prácticas para mejorar la detección y erradicación del comercio ilícito. En el ámbito de la colaboración público-privada es muy relevante también el esfuerzo conjunto de las empresas del sector con la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre y el Comisionado para el Mercado de Tabacos en la implementación del sistema europeo de trazabilidad, una herramienta clave para reforzar los controles y avanzar en la lucha contra el comercio ilícito de tabaco, tal y como se ha destacado durante la jornada.

Asimismo, desde 2022, la Mesa del Tabaco ha eliminado más de 8.000 anuncios ilegales de tabaco en internet, gracias al uso de

inteligencia artificial y Big Data, alcanzando en 2024 una tasa de éxito del 98,6%.

Con esta jornada, el sector refuerza su mensaje sobre la importancia de la sensibilización ciudadana y la colaboración público-privada en esta lucha.

Águeda García-Agulló celebró el éxito de la jornada, adelantando que se celebrarán más ediciones: *“con decisión, colaboración y transparencia, seguimos enfrentándonos a uno de los mayores desafíos del sector. Agradecemos la cooperación con las fuerzas de seguridad y el esfuerzo en reforzar las medidas de control. Este tipo de jornadas son esenciales para seguir avanzando en estos objetivos. Estamos muy satisfechos del transcurso del acto, de la numerosa asistencia, de la utilidad de los diferentes contenidos que se han tratado y, sin duda, continuaremos organizando más ediciones para seguir afrontando juntos este reto”*.



La Familia

AMIGOS



Vandermarliere Cigar Family España - c/ Martinez Villergas 49, Edif. V - 1ª planta - 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.



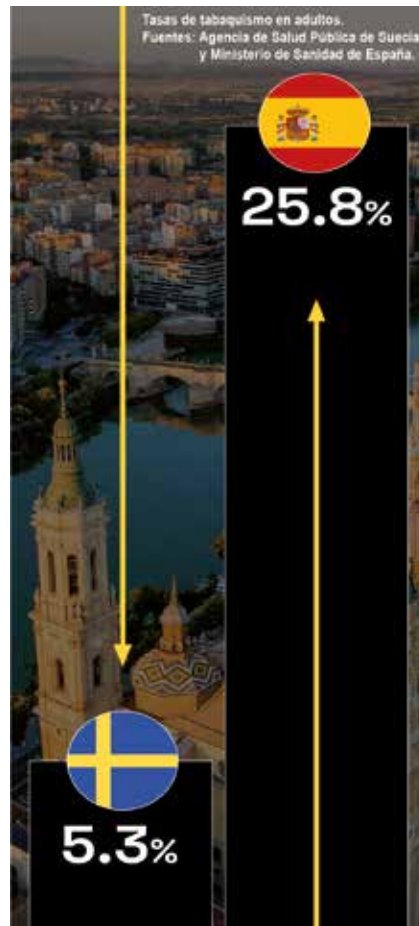
Elaborado por Smoke Free Sweden

Historia de dos naciones: comparativa España vs Suecia en la lucha contra el tabaquismo

El informe "Historia de dos naciones: España vs. Suecia", elaborado por Smoke Free Sweden, destaca el marcado contraste en los resultados de salud pública entre ambos países europeos, impulsado por sus enfoques fundamentalmente diferentes para la reducción de daños del tabaco. En este informe se señala que un enfoque restrictivo hacia alternativas más seguras y sin humo a los cigarrillos está obstaculizando la lucha de España contra el impacto del tabaco y poniendo en riesgo la vida de decenas de miles de personas.

El informe empieza señalando que la lucha mundial contra el tabaquismo ha demostrado que los países que adoptan políticas progresistas y estrategias de reducción de daños son los que logran los mayores avances en la reducción de los daños relacionados con el tabaquismo. En este sentido, el informe examina los enfoques contrastables de España y Suecia, destacando una clara divergencia en la dirección de sus políticas. Mientras que Suecia ha logrado resultados líderes mundiales al promover la reducción de daños y alternativas libres de humo más seguras, España está implementando regulaciones restrictivas que podrían socavar el potencial de estas innovaciones que salvan vidas.

"Historia de dos naciones: España vs. Suecia" refiere a que durante años España ha luchado con una de las tasas de tabaquismo más altas del mundo y que, a pesar de décadas de medidas tradicionales de control del tabaco, más de uno de cada cuatro adultos españoles aún fuma cigarrillos de combus-



El informe examina los enfoques contrastables de España y Suecia, destacando una clara divergencia en la dirección de sus políticas. Mientras que Suecia ha logrado resultados líderes mundiales al promover la reducción de daños y alternativas libres de humo más seguras, España está implementando regulaciones restrictivas que podrían socavar el potencial de estas innovaciones que salvan vidas.

ción¹. Destaca asimismo que las enfermedades relacionadas con el tabaco causaron la muerte de 45.137 españoles sólo en 2021².

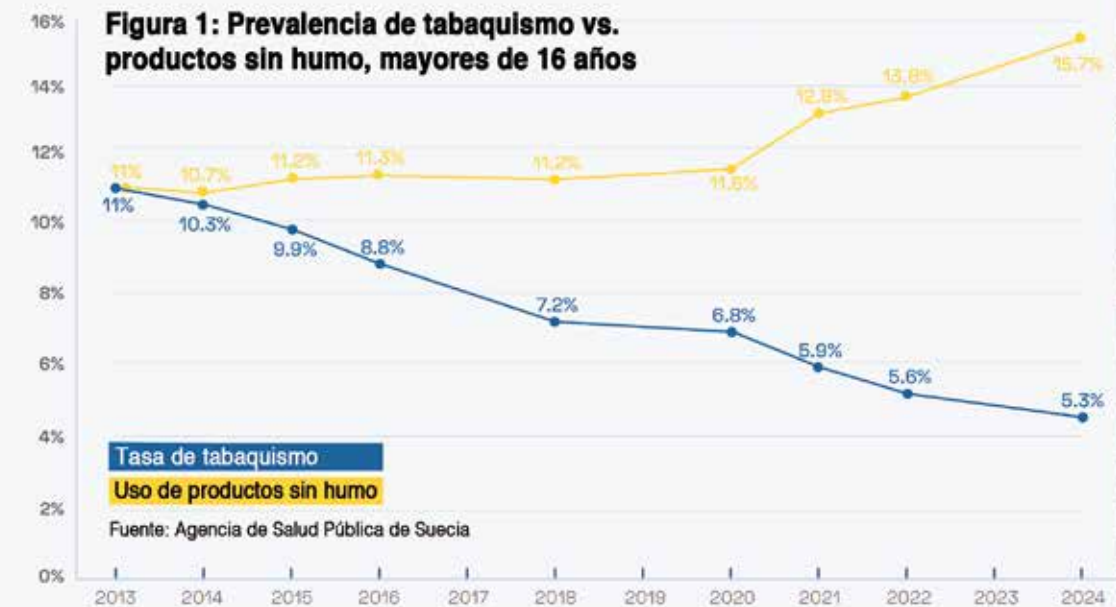
Para el informe, éstos son datos de que España presenta un marcado contraste con Suecia, que ha reducido sus tasas de tabaquismo a más de la mitad en poco más de una década gracias a la adopción del snus, las bolsitas de nicotina y los vapeadores para fumadores adultos.

Como resultado, Suecia ahora tiene la tasa de tabaquismo más baja de la UE, con un 5,3 %³ –tan sólo una quinta parte de la de España–, y la menor incidencia de enfermedades relacionadas con el tabaquismo en Europa.

También se señala que un reciente aumento en el uso de vapeadores en España ha coincidido con una notable reducción del consumo de cigarrillos, pero que sin embargo, en lugar de aprovechar este progreso propio y aprender del éxito de Suecia, España está avanzando en la dirección opuesta, como lo demuestra que el gobierno español se prepara para introducir un Real Decreto que impondrá restricciones estrictas a las alternativas libres de humo más seguras: políticas que podrían frenar el progreso y negar a los fumadores españoles el acceso a las mismas herramientas que han convertido a Suecia en un líder mundial en la reducción de daños del tabaco.

El camino de Suecia hacia un mundo sin humo

Figura 1: Prevalencia de tabaquismo vs. productos sin humo, mayores de 16 años



EL CAMINO DE SUECIA HACIA UN MUNDO SIN HUMO

En referencia a cómo Suecia ha llegado hasta su actual estatus, el informe recuerda que, a principios de la década de 1960, el país escandinavo se enfrentó a una crisis de salud pública, con casi la mitad de sus hombres fumando cigarrillos. Hoy en día, el país se erige como referente en el control del tabaco, con tasas de tabaquismo apenas superiores al 5%, el punto de referencia mundial para la condición de "libre de humo".

Señala que el éxito de Suecia es el resultado de un prolongado experimento de reducción de daños en el mundo real que ofrece pruebas irrefutables de que sustituir el tabaco por productos de nicotina sin humo conlleva importantes beneficios para la salud pública.

En virtud de ello, la incidencia de cáncer en Suecia es un 41% inferior a la media europea, con una tasa de mortalidad por cáncer un 38% inferior⁴. Estos impresionantes resultados ponen de manifiesto la eficacia de las políticas de reducción de daños basadas en la ciencia y no en la prohibición.

En lugar de prohibir o restringir

excesivamente los productos de nicotina, Suecia adoptó sustitutos más seguros. La transición comenzó con el snus tradicional y posteriormente se amplió para incluir el vapeo (2015) y las bolsitas de nicotina (2018). Al garantizar que estas alternativas sean accesibles, asequibles y socialmente aceptables, Suecia ha logrado reducir su tasa de tabaquismo en un 54% desde 2012.

Los datos oficiales refuerzan este éxito. Entre las personas nacidas en Suecia mayores de 16 años, sólo el 4,5%⁵ fuma. Entre los ciudadanos suecos nacidos en otros países europeos, la tasa de tabaquismo es del 7,8%, menos de un tercio de la media de la UE, lo que demuestra la eficacia del entorno sueco para la reducción de daños.

El éxito de Suecia lo achaca el

informe a décadas de replanteamiento del control del tabaco, integrando productos de nicotina sin humo con las medidas tradicionales, mientras que otros se oponían rotundamente a la nicotina. Las principales medidas políticas incluyen:

- Acceso legal a productos de nicotina más seguros a través de los mercados online y minoristas.
- Publicidad permitida para concienciar sobre las opciones de reducción de daños.
- Impuestos proporcionales: En 2024, se redujeron los impuestos especiales sobre el snus, mientras que los impuestos sobre los cigarrillos aumentaron, lo que reforzó el incentivo para cambiar de tabaco.

Suecia ha adoptado formalmente la reducción de daños del taba-

El informe señala que el éxito de Suecia es el resultado de un prolongado experimento de reducción de daños en el mundo real que ofrece pruebas irrefutables de que sustituir el tabaco por productos de nicotina sin humo conlleva importantes beneficios para la salud pública. Los resultados en Suecia ponen de manifiesto la eficacia de las políticas de reducción de daños basadas en la ciencia y no en la prohibición.

co como política nacional, cambiando su enfoque de "reducir el consumo" a "reducir activamente los daños". Este compromiso ha posicionado al país como líder mundial en innovación en salud pública. La necesidad de reducir los daños del tabaco ya no es teórica. La experiencia de Suecia proporciona pruebas irrefutables y reales de que las estrategias de reducción de daños funcionan.

LA REDUCCIÓN DE DAÑOS COMO POLÍTICA DE ESTADO

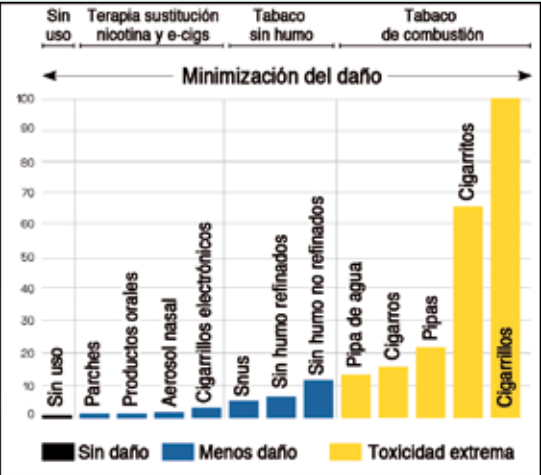
Como recuerda el informe, el 11 de diciembre de 2024, el Parlamento sueco votó a favor de cambiar el objetivo general de su estrategia nacional contra el tabaco, que pasó de centrarse en la «reducción del consumo de tabaco» a «reducir los daños médicos y sociales causados por los productos de tabaco y nicotina».

El presupuesto del Riksdag establecía, según cita este informe: *"La política sobre tabaco debe considerar los diversos efectos nocivos que pueden causar los distintos productos de tabaco y nicotina. ...los cigarrillos y el tabaco para fumar representan un mayor riesgo para la salud que el tabaco sin humo y los productos de nicotina...*

RUTA DE ESCAPE

El informe "Historia de dos naciones: España vs Suecia" recuerda que quienes buscan dejar de fumar tienen múltiples vías de escape ante los peligros de los cigarrillos de combustión. Las bolsas de nicotina, los vaporizadores y el snus ofrecen alternativas más seguras que pueden ayudar a los fumadores a dejar de fumar. Esto se debe a que la gran mayoría de los daños causados por el tabaquismo provienen de las miles de toxinas liberadas al quemar tabaco en los cigarrillos de combustión. La evidencia de la mayor seguridad de estos productos alternativos es contundente. Por ejemplo, el Real Colegio de Médicos del Reino Unido (RCP)⁶ afirma que es poco probable que los riesgos para la salud derivados de la inhalación prolongada del vapor de los cigarrillos electrónicos superen el 5% del daño causado por el tabaco.

En otras palabras, los cigarrillos electrónicos son un 95% menos dañinos que los cigarrillos tradicionales. Los productos orales de nicotina, como las bolsas de nicotina, son aún menos dañinos. En esta tabla, del Informe 2020 de la Comisión de Nicotina Oral, se puede encontrar una visualización del daño relativo de todos los productos disponibles para la compra en Suecia.



Este enfoque también se refleja en la tributación de estos productos en Suecia y debe reflejarse en el objetivo de la política sobre tabaco".

EL PROGRESO ESPAÑOL, EN PELIGRO
Tras años de lucha por reducir significativamente su persistente-



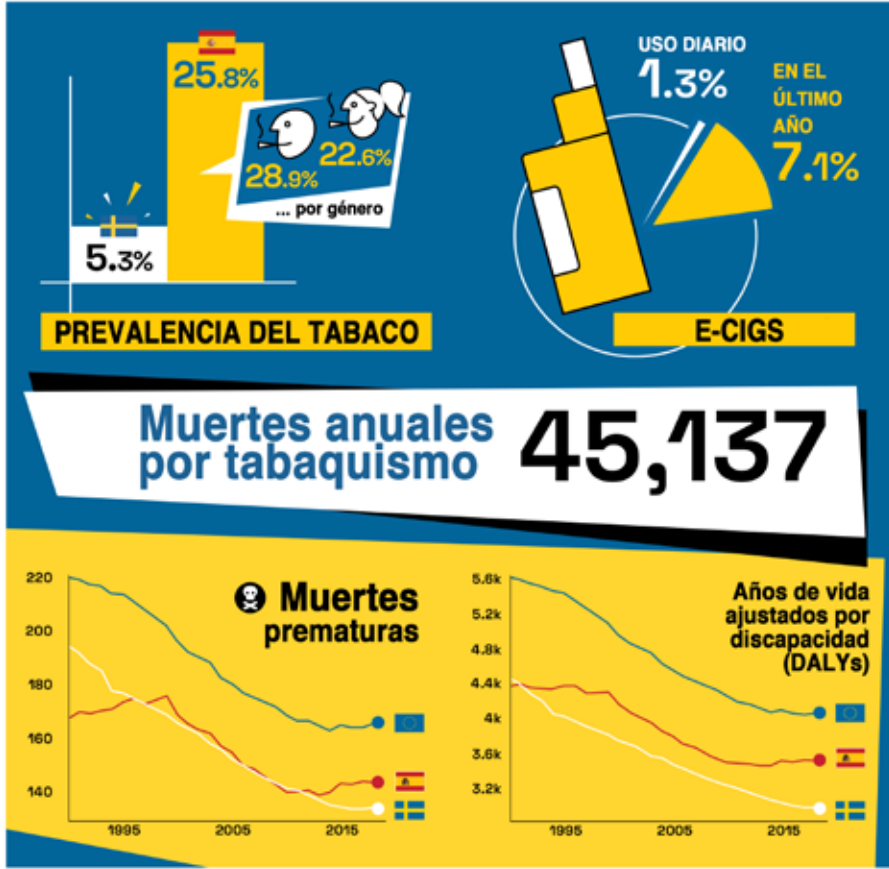
mente elevado consumo de cigarrillos, el informe apunta que España podría finalmente haber visto indicios de progreso. Menciona que el año pasado, las estadísticas del Ministerio de Sanidad revelaron una disminución del 22% en las tasas de tabaquismo, pasando del 33,1% en 2022 al 25,8% en 2024⁷.

Y destaca que el Ministerio también informó de un aumento del 30% en las tasas diarias de vapeo durante el mismo período, pasando del 1% al 1,3%. El número de españoles que habían vapeado durante los 12 meses anteriores casi se duplicó, pasando del 4,1% al 7,1%.

El informe se pregunta si esto podría indicar que las alternativas más seguras sin humo están influyendo, al igual que en Suecia, donde el tabaquismo prácticamente se ha eliminado. A lo que contesta que no parece ser la interpretación de las autoridades españolas, puesto que en lugar de reconocer este potencial y aprovechar el enfoque probado de Suecia, España va en la dirección opuesta.

Una afirmación que el informe justifica explicando que España ha introducido un impuesto especial⁸ sobre los líquidos para cigarrillos electrónicos, las bolsitas de nicotina y alternativas similares sin humo, lo que los hace menos accesibles, especialmente para los grupos con menores ingresos, que son los más afectados por el tabaquismo. Además –continúa–, el Gobierno español está preparando un Real Decreto que introducirá restricciones drásticas sobre estos productos⁹. Un decreto que, argumenta, prohibirá todos los sabores en los cigarrillos electrónicos y las bolsitas de nicotina, excepto el sabor a tabaco, a pesar de la clara evidencia de que los sabores ayudan a los fumadores a dejar de fumar cigarrillos convencionales¹⁰. Asimismo el informe apunta que la propuesta de un límite de nicotina de 0,99 mg por bolsita

Si España tuviera la misma tasa de mortalidad y morbilidad atribuida al tabaco que Suecia entre 2000 y 2019:



Presentación gráfica: muertes potenciales y DALYS evitados si España tuviera la misma tasa de mortalidad y morbilidad atribuidas al tabaco que Suecia entre 2000-2019

–muy inferior a los límites establecidos en la mayoría de los demás países de la UE– ignora la evidencia más fiable. Un estudio de 2022 del Instituto Federal Alemán de Evaluación de Riesgos (BfR)¹¹ recomendó un límite de 16,6 mg por bolsita como alternativa viable a los cigarrillos. Por tanto, Smoke Free Sweden

Las investigaciones muestran que se podrían haber salvado 30.865 vidas españolas si España hubiera tenido las mismas tasas de mortalidad relacionada con el tabaquismo que Suecia entre 2000 y 2019. Sin embargo, en lugar de acelerar la reducción del tabaquismo como Suecia, España corre el riesgo de socavar su progreso reciente al eliminar las herramientas que podrían ayudar a más fumadores a dejar de fumar.

estima que estas medidas contradicen directamente la estrategia de Suecia de hacer que las alternativas más seguras sean aceptables, accesibles y asequibles.

Las investigaciones muestran –según expone el informe– que se

podrían haber salvado 30.865 vidas españolas si España hubiera tenido las mismas tasas de mortalidad relacionada con el tabaquismo que Suecia entre 2000 y 2019. Sin embargo, en lugar de acelerar la reducción del tabaquismo como

Suecia, España corre el riesgo de socavar su progreso reciente al eliminar las herramientas que podrían ayudar a más fumadores a dejar de fumar. Se corre el riesgo de perder una oportunidad para un cambio significativo.

Tarjeta de puntuación libre de humo			
Tasa de tabaquismo (% de la población)	5.3%*	25.8%**	
Reducción de tabaquismo (desde 2012)	54%	15%	
Política formal de reducción de daños			
Productos de menor riesgo ampliamente disponibles			prohibiciones parciales
Impuestos más bajos para productos de reducción de daños			
Amplia variedad de sabores permitidos en productos de menor riesgo			
Prohibición estricta de fumar en público (pero no para las alternativas)			
El gobierno promueve activamente la reducción de daños			
Orientación general de la política (Reducción de daños vs. prohibición)			Progresiva Regresiva

*Agencia de Salud Pública de Suecia
**Ministerio de Sanidad de España

Notas:

- 1. Ministerio de Sanidad español - Datos sobre alcohol y otras drogas.
- 2. Datos de salud de VizHub - Muertes atribuidas al tabaco (2021) (IHME).
- 3. Agencia de Salud Pública de Suecia - Consumo de tabaco y productos de nicotina (autodeclarado) por país de nacimiento, sexo y año. Proporción (porcentaje).
- 4. Ramström, L. (2020) - Instituto de Estudios del Tabaco. Tasas de mortalidad por 100.000 atribuibles al tabaco: Suecia y el resto de la UE en 2019. Compilado a partir del Estudio de la Carga Mundial de Enfermedades.
- 5. Agencia de Salud Pública de Suecia - Consumo de tabaco y productos de nicotina (autodeclarado) por país de nacimiento, sexo y año. Proporción (porcentaje).
- 6. Ramström, L. (2020) - Instituto de Estudios del Tabaco. Tasas de mortalidad por 100.000 atribuibles al tabaco: Suecia y el resto de la UE en 2019. Compilado a partir del Estudio de la Carga Mundial de Enfermedades.
- 7. Agencia de Salud Pública de Suecia - Consumo de tabaco y productos de nicotina (autodeclarado) por país de nacimiento, sexo y año. Proporción (porcentaje).
- 8. Real Colegio de Médicos - Nicotina sin humo: Reducción de daños del tabaco, 2016.
- 7. Ministerio de Sanidad español - Datos sobre el alcohol y otras drogas.
- 8. GGTC - España implementa un impuesto sobre los productos de vapeo y las bolsitas de nicotina.
- 9. Leyes de Control del Tabaco - Decreto de España.
- 10. Biblioteca Nacional de Medicina - ¿Cómo se relaciona el uso de productos de vapeo de nicotina con sabores y el progreso hacia el abandono del tabaco? Resultados de las encuestas ITC 4CV de 2016 y 2018.
- 11. BfR - Evaluación de riesgos para la salud de las bolsitas de nicotina.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL INFORME

Conclusiones:

- 1. **La reducción de daños da resultados:** Suecia ha alcanzado tasas de tabaquismo históricamente bajas gracias a la integración de la reducción de daños en su estrategia de salud pública, lo que demuestra su eficacia en la reducción de las enfermedades relacionadas con el tabaquismo.
- 2. **Las tasas de tabaquismo en España se mantienen persistentemente altas:** A pesar de años de políticas restrictivas de control del tabaco, España sigue luchando contra una de las tasas de tabaquismo más altas de Europa.
- 3. **Las alternativas libres de humo impulsan el progreso:** La reciente disminución del tabaquismo en España ha coincidido con un mayor uso de productos de nicotina más seguros, lo que sugiere que estas alternativas desempeñan un papel fundamental en la reducción de las tasas de tabaquismo.
- 4. **Las nuevas regulaciones podrían socavar el éxito:** Las restricciones previstas en España, que incluyen impuestos, prohibiciones de aromas y un límite de nicotina excesivamente bajo, corren el riesgo de revertir el progreso y dificultar el cambio de hábito de fumar.
- 5. **La evidencia científica respalda la reducción de daños:** La experiencia de Suecia, junto con la investigación mundial, confirma que las estrategias de reducción de daños son clave para reducir la prevalencia del tabaquismo y los daños a la salud pública.

Recomendaciones:

- 1. **Convertir la reducción de daños en un pilar del control del tabaco:** El éxito de Suecia demuestra que la reducción de daños debe ser un componente central de la estrategia española.
- 2. **Garantizar el acceso a alternativas más seguras:** España debería fomentar, en lugar de restringir, la disponibilidad de productos de nicotina sin humo.
- 3. **Impuestos proporcionales:** Los altos impuestos sobre los cigarrillos electrónicos de bajo riesgo y las bolsitas de nicotina crean barreras financieras para los fumadores que buscan cambiar.
- 4. **Preservar la elección del consumidor permitiendo sabores:** Prohibir los sabores en los productos sin humo los hará menos atractivos para los fumadores que buscan dejar de fumar.
- 5. **Establecer límites de nicotina con base científica:** El límite propuesto de 0,99 mg por bolsita es incoherente con la investigación que respalda límites más altos para una sustitución eficaz del tabaco.
- 6. **Lanzar campañas de concienciación pública:** Informar a los fumadores sobre los riesgos relativos de los diferentes productos de nicotina puede facilitar la toma de decisiones más informadas.





• TRENDING TOPIC

Las prohibiciones de sabores podrían generar un cambio en el comportamiento de los vapeadores

Junto con las prohibiciones de cigarrillos electrónicos desechables, los límites o prohibiciones de sabores suelen debatirse como opciones regulatorias en jurisdicciones que buscan reducir el vapeo entre los jóvenes. Pero ¿qué ocurre con los vapeadores adultos cuando se reduce la variedad de sabores disponibles? ¿Simplemente se cambian al sabor de tabaco (o, si está permitido, menta/mentol)? ¿Vuelven a fumar cigarrillos combustibles? ¿O abandonan el vapeo por completo?

Los encuestas recientes sugieren que las prohibiciones de sabores podrían generar un cambio importante en el comportamiento de los vapeadores actuales. Sin embargo, su implementación no necesariamente llevaría a los vapeadores de vuelta al tabaco, al parecer.

Un nuevo estudio en el Reino Unido encontró un amplio apoyo entre los vapeadores actuales a múltiples restricciones sobre la publicidad y el marketing. Estas incluían propuestas como regular la publicidad en el punto de venta, limitar las descripciones de sabores y prohibir imágenes infantiles y el empaquetado con marcas llamativas. Pero los vapeadores que apoyaron estas medidas dijeron que no querían ver restricciones sobre la variedad de sabores disponibles. (Tampoco estarían a favor de medidas que encarezcan los cigarrillos electrónicos, como impuestos adicionales o precios mínimos).

La pequeña encuesta online incluyó 548 respuestas obtenidas a través de redes sociales, con el objetivo de atraer a un público más joven. Los encuestados expresaron su opinión sobre varias regulaciones comúnmente propuestas para el vapeo, en cinco categorías que iban desde "totalmente en contra" hasta "totalmente a favor". La encuesta también incluía un espacio al final para que los participantes aportaran contexto y comentarios adicionales sobre sus decisiones.

En general, los resultados sugieren que los vapeadores estarían a favor de cierta regulación para evitar el vapeo entre menores. Pero sienten que las restricciones de sabores llevarían a muchos adultos al mercado ilícito o de regreso al cigarrillo convencional.

¿Es cierto que los vapeadores volverían a fumar tras una prohibición de sabores? En otra encuesta, los vapeadores en los Países



Los resultados sugieren que los vapeadores estarían a favor de cierta regulación para evitar el vapeo entre menores, pero sienten que las restricciones de sabores llevarían a muchos adultos al mercado ilícito o de regreso al cigarrillo convencional.

Bajos parecieron tener una percepción distinta.

La encuesta neerlandesa, realizada por el Instituto Nacional de Salud Pública y Medio Ambiente (RIVM), reveló que tras la introducción de una prohibición de sabores en el país, pocos vapeadores regresaron al tabaco. En la encuesta, que incluyó a más de 500 adolescentes y jóvenes adultos vapeadores, así como a 450 adultos, un 22% indicó que había dejado de vapear por completo debido a la prohibición, y un 40% redujo su consumo. Los resultados completos de la encuesta se publicarán más adelante este año.

Lo que podría estar ocurriendo, en parte, es que los vapeadores neerlandeses estén cruzando la frontera para comprar productos con sabores en tiendas de Alemania. Los investigadores recomendaron una prohibición de sabores a nivel de la

UE para dificultar estas compras transfronterizas y aumentar la efectividad de la prohibición nacional.

Para los reguladores, la decisión de restringir los sabores puede parecer sencilla. Después de todo, la mayoría de los menores no usa sabores de tabaco o menta/mentol, por lo que superficialmente podría parecer que eliminar sus sabores preferidos del mercado los desmotivará a vapear. Sin embargo, esta suposición presenta muchos problemas.

Probablemente seguirán existiendo productos con sabores en el mercado ilícito. Algunos jóvenes consumirán el sabor de tabaco si es la única opción disponible. Y, por supuesto, los beneficios para la salud pública logrados al convertir a fumadores adultos en vapeadores se verán reducidos si estos vuelven a fumar, algo que a menudo se olvida, especialmente considerando que muchos adultos también prefieren sabores dulces y frutales.

Como muestran estas dos encuestas, predecir con exactitud qué ocurrirá tras una prohibición de sabores es complicado. Dependerá de los patrones de consumo en cada país específico, así como de la disponibilidad del mercado ilícito. Las ventas transfronterizas, ya sea en persona o por pedidos en línea, también podrían permitir a los consumidores obtener productos con sabores en países donde están prohibidos.

Por eso, si los defensores del vapeo están preocupados por posibles prohibiciones de sabores por parte de sus gobiernos, deben dejar claros los riesgos. Las prohibiciones de sabores sin duda frenarán parte del vapeo juvenil. Pero probablemente no solucionen el problema por completo, y podrían afectar negativamente a muchos vapeadores adultos, además de fomentar el crecimiento de un mercado ilícito y no regulado.

• NEWS DIGEST

Productos emergentes de tabaco y nicotina: las últimas noticias regulatorias

La Consumer Advocates for Smoke-free Alternatives Association (CASAA) de Estados Unidos cesará sus actividades de cabildeo a finales de este año y cerrará completamente antes del inicio de 2026. La American Vaping Association (AVA) y la organización francesa Sovape, entre otras, también han cerrado recientemente. Las tres organizaciones dieron razones diferentes, pero CASAA mencionó la falta de financiación, lo que podría aplicarse a muchas asociaciones de cabildeo del vapeo, ya que las empresas independientes que normalmente las financian están siendo afectadas por el mercado ilícito y las altas ventas de dispositivos desechables.

Recientes noticias sobre medidas legislativas en Suiza sugerían que una prohibición de los desechables entraría en vigor muy pronto. Sin embargo, el parlamento suizo solo aprobó una moción para tomar medidas sobre los productos desechables. Esta moción solicita al Consejo Federal que desarrolle una propuesta, lo cual probablemente será seguido por una consulta pública y luego más pasos por parte del Consejo Federal y la Asamblea Federal. Realísticamente, la prohibición más temprana posible entraría en vigor a principios de 2026.

Las advertencias en los empaques sobre los efectos negativos para la salud del vapeo podrían ser más efectivas que las advertencias sobre la adicción a la nicotina, según sugiere un nuevo estudio en EE.UU. De manera importante, ningún tipo de advertencia cambia la percepción sobre los riesgos relativos entre vapear y fumar, de acuerdo con los investigadores de la Universidad de Carolina del Norte.

La empresa de vapeo con sede en EE.UU. Inspire Technology anunció recientemente que su empresa conjunta Ike Tech presentó una solicitud de producto de tabaco previa a la comercialización (PMTA) ante la FDA para un chip interoperable con tecnología blockchain que restringe el acceso por edad: un sistema que requiere verificación continua e instantánea de identidad para usar dispositivos de vapeo.

Las asociaciones de la industria del vapeo en Malasia afirman que el mercado local se encuentra en un estado de incertidumbre, con falta de claridad regulatoria y una fragmentación

creciente a nivel estatal. Varios gobiernos estatales han implementado o propuesto recientemente restricciones al vapeo, que van desde prohibiciones totales de venta y posesión hasta restricciones a la publicidad. El presidente de la Malaysian Organisation of Vape Entity (MOVE), Samsul Kamal Mohd Basir, dijo a ECigIntelligence que la situación actual es "confusa", y que la decisión de un estado parece haber desencadenado un "efecto dominó" en los demás.

Queensland Health lideró el mayor decomiso de cigarrillos y vapores ilegales jamás realizado por una autoridad sanitaria en Australia: 76.000 vapores, 19 millones de cigarrillos y 3,6 toneladas de tabaco suelto fueron incautados en una redada en marzo. Han ocurrido incautaciones similares en todo el país, como casi 2 millones de dólares australianos (USD 1,3 millones) en vapores ilegales en Perth el pasado diciembre y más de 5.000 vapores, 7.000 bolsas de nicotina y otros productos incautados en Sídney, en marzo. Un informe de Melbourne acusó incluso a una tienda de juguetes de vender productos de vapeo ilegalmente. En Australia, los vapores solo están disponibles en farmacias, aunque un cambio legal reciente significa que ya no siempre se necesita receta médica.

La FDA en Estados Unidos ha avanzado con las solicitudes de producto de tabaco de riesgo modificado (MRTP) presentadas por Swedish Match USA para 20 productos de bolsas de nicotina Zyn a la siguiente fase. Aunque la FDA autorizó estos productos para su venta en enero, la empresa busca ahora permiso para comercializarlos con una declaración de riesgo reducido, indicando que usar Zyn en lugar de cigarrillos reduce el riesgo de varias enfermedades graves.

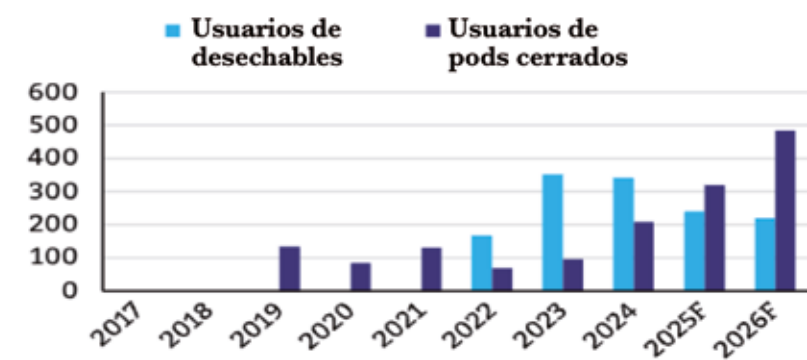
En España, la asociación antitabaco Nofumadores.org ha instado al Ministerio de Sanidad a modificar la Ley del Tabaco para prohibir el vapeo y el uso de productos de tabaco calentado (HTPs) en todas las playas, según informan medios de comunicación. La asociación ha recogido más de 380.000 firmas a través de la plataforma Change.org con este objetivo.

Para continuar leyendo, visite nuestra revista online.

DATA CHART: EL GRÁFICO

El gráfico de este mes proviene de un reciente informe de mercado de ECigIntelligence sobre Italia y muestra cómo la demanda de cigarrillos electrónicos desechables aumentó rápidamente a principios de la década de 2020. Sin embargo, también disminuyó con bastante rapidez, este año, el número de usuarios de dispositivos desechables, que va a ser superado por el número de usuarios de sistemas que utilizan las cápsulas cerradas.

Cambio en el número de usuarios de sistema cerrado



Fuente: ECigIntelligence. Estimados (en miles).

Según nuevos estudios

El uso de dispositivos de blu ayuda a los fumadores a reducir el consumo de cigarrillos

Imperial Brands ha llevado a cabo en Reino Unido dos nuevos estudios de comportamiento^[1] sobre sus dispositivos de vapeo blu, que muestran cómo los fumadores adultos lo utilizan en su vida cotidiana para reducir, o incluso sustituir a los cigarrillos.

El equipo científico del Grupo Imperial realizó un seguimiento de fumadores adultos que no tenían intención de dejar de fumar al inicio del estudio y descubrieron lo siguiente:

- Después de solo una semana, un número significativo de participantes había pasado de fumar cigarrillos a vapear blu, con una reducción media del consumo de tabaco^[2] de casi un 29%.
- Vapear blu conllevó una importante caída en el número de cigarrillos consumidos diariamente,^[3] con una media de casi el 30% en ambos estudios.
- Los sabores a fruta y menta fueron un factor crucial en el proceso de cambio de hábito en los participantes, ayudando a los consumidores a pasar de fumar cigarrillos a vapear blu. En concreto, en uno de los estudios, casi el 29% de los participantes utilizó exclusivamente sabores frutales.
- Los sabores también animaron a los participantes a seguir vapeando y a no volver a los cigarrillos. En uno de los estudios, el 60% afirmó que tenía intención de comprar blu en el futuro porque le gustaban los sabores disponibles.
- Un seguimiento a más largo plazo, unos seis meses después, reveló que entre un tercio y el 40% de los sujetos habían reducido significativamente el consumo de cigarrillos o incluso habían dejado de fumar por completo.

Elizabeth Clarke, Scientific Substantiation & Engagement Lead de Imperial Brands, ha afirmado: “Nuestra última investigación científica de consumo demuestra el emocionante



potencial de blu para ayudar a los fumadores adultos a reducir sustancialmente o dejar por completo el consumo de cigarrillos”.

“Sin embargo, sólo hemos arañado la superficie de los valiosos conocimientos que aportan estos estudios. Nuestro equipo científico está analizando los datos para obtener más información sobre el proceso de cambio en el hábito de consumo de los usuarios. Nuestra intención es comprender aún mejor el comportamiento de los consumidores para orientar nuestra futura línea de innovación y apoyar a los fumadores adultos en su proceso para dejar de fumar”, añade.

Thomas Nahde, director de Harm Reduction & Engagement de Imperial Brands, ha comentado: “Las preferencias de los consumidores, los productos

de nueva generación y el propio debate sobre la reducción de daños siguen evolucionando a gran velocidad. Nuestro compromiso es garantizar que la investigación científica en este campo también lo haga al mismo ritmo”.

“Estos estudios demuestran una reducción real de los daños. Estamos entusiasmados con estos resultados que nos permiten demostrar que los cigarrillos electrónicos fabricados y comercializados de forma responsable, como los dispositivos blu, pueden contribuir positivamente en este objetivo”.

Ambos estudios se presentarán para su publicación en revistas académicas revisadas por pares a finales de año. Los resultados del estudio también se presentarán con más detalle en el Foro Mundial sobre la Nicotina 2025, (Varsovia del 19 al 21 de junio). Imperial Brands se compromete a contribuir de forma significativa al concepto reducción de daños a través de sus productos de última generación.

[1] Estudio 1: 421 sujetos; el producto era blu bar. Estudio 2: 429 sujetos; el producto era blu 2.0. La investigación se llevó a cabo en Londres, Reino Unido, y duró seis semanas, con un seguimiento de 24 semanas.

[2] En la semana 1 de los estudios, el número combinado de cigarrillos fumados se redujo de una media de 83,4 a 59,5 por participante.

[3] A efectos de los estudios, se definió «reducción sustancial» como una reducción superior al 50 % en el número de cigarrillos fumados al día.

ACERCA DE BLU

blu es una marca de cigarrillos electrónicos de gran prestigio y larga trayectoria, fundada en 2009. Los derechos internacionales de blu fueron adquiridos por Imperial Brands en 2015 y los productos blu están disponibles actualmente en unos 20 mercados, entre ellos Reino Unido, España, Francia, Grecia y Alemania.

Imperial Matters (www.imperialmatters.es) nuevo canal informativo para el estancoero

Recientemente, Imperial Brands Iberia, matriz que aglutina a Altadis y MyBlu en España, ha lanzado un nuevo canal informativo dirigido fundamentalmente al estancoero: Imperial Matters.

Imperial Matters (www.imperialmatters.es) es una revista digital que ofrece periódicamente información de calidad desde un análisis técnico y riguroso, en relación con las iniciativas regulatorias que están surgiendo en España. La mayoría de estas medidas no se han materializado aún, pero son muchas las noticias que se publican diariamente con información que recoge, en muchos casos, voluntades, pero no siempre explican en profundidad la realidad y sólo generan confusión.

“Desde Imperial Matters queremos contarles una actualidad más reposada y rigurosa, elaborada por el equipo técnico de Imperial Brands. Cuenta con un área pública de noticias y otra privada donde compartimos información más específica con los suscriptores”, explica Rocío Ingelmo, directora de Asuntos Corporativos y Legales de la Compañía.

En este nuevo canal digital se abordan temas de interés para el sector en España y artículos de fondo más técnicos

sobre asuntos regulatorios, así como sobre los principales avances en materia de lucha contra el contrabando. En el área privada también se pueden encontrar noticias sobre Imperial, además de novedades sobre nuestros productos.

SISTEMA DE ALERTAS

Imperial Matters cuenta con un sistema de alertas, vía email y por móvil, que permite al suscriptor tener al alcance de su mano las principales novedades.

La web incluye también un canal de denuncias donde los usuarios pueden comunicar puntos de venta ilegal, tanto de tabaco a través de Altadis-No Contrabando, como de dispositivos de vapeo de nueva creación para MyBlu.

“Este proyecto de divulgación viene a completar la labor que ya veníamos realizando con No Contrabando, pero abarcando temáticas más amplias de gran interés para los expendedores”, añade Ingelmo.

IMPERIALMATTERS
REVISTA DIGITAL PARA PROFESIONALES DEL SECTOR



Tu actualidad
a un clic



En su fábrica de Tenerife

JTI refuerza su compromiso con Canarias con una inversión de unos 30 millones de euros

La fábrica de JTI en Tenerife, la mayor planta de producción de cigarrillos de España, ampliará su capacidad de producción con una inversión aproximada de 30 millones de euros. Este plan, que se ejecutará en los próximos tres años, permitirá incrementar la producción de la planta en un 20% ya en este ejercicio.

Además, consolidará un crecimiento acumulado del 60% en los últimos cuatro años y seguirá impulsando su actividad exportadora, que actualmente representa el 60% de su producción, generando 34 nuevos puestos de trabajo de calidad, que se sumarán a los más de 260 empleados actuales.

John Freda, director general de JTI Iberia, destaca: *“Canarias es una región que constituye un activo estratégico para JTI, por su arraigada tradición tabaquera y profundo conocimiento del sector. El compromiso institucional, la seguridad jurídica y tributaria, los incentivos al transporte y al comercio exterior, junto con el buen hacer canario, han sido claves para nuestra decisión de invertir de manera continuada en las islas”.*

Desde que JTI adquirió la emblemática fábrica de CITA en 2007, ha invertido aproximadamente 85 millones de euros en la planta durante los últimos 10 años, más de la mitad de esa cantidad en los últimos cuatro años. Esta inversión ha impulsado mejoras en eficiencia, calidad e innovación, consolidando a Tenerife como el centro europeo de producción de cigarrillos (cigarrillos envueltos en hoja de tabaco) de JTI.

Freda subraya: *“Con esta nueva inversión, reafirmamos nuestro compromiso con Canarias y nuestra confianza en el potencial de las islas como un hub estratégico de producción y exportación para el sector tabaquero a nivel global”.*

La industria tabaquera es un pilar clave de la economía canaria. En 2023, generó un Valor Añadido Bruto de 520 millones de euros, sostuvo



5.000 empleos, y registró una productividad laboral de 284.000 euros por trabajador, 4,75 veces superior a la media regional. El sector también contribuyó con 284 millones de euros en recaudación fiscal y posicionó al tabaco como el segundo mayor exportador de Canarias, solo detrás del refino de petróleo.

Con esta apuesta, JTI refuerza su compromiso con el desarrollo económico, el talento local y la proyección internacional de los productos fabricados en Canarias.

SOBRE JT

JTI es una multinacional líder en tabaco que comercializa sus productos en más de 130 países. Es propietaria a nivel mundial tanto de Winston, la segunda marca de cigarrillos del mundo, como de Camel, fuera de los Estados Unidos. Otras marcas

globales incluyen MEVIUS y LD. JTI también es un importante jugador en el mercado internacional de tabaco calentado con su dispositivo Ploom. Con sede en Ginebra, Suiza, la empresa emplea a más de 46.000 personas y fue galardonada como Top Employer Global por undécimo año consecutivo en 2025. JTI pertenece al Grupo JT.

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

Para obtener más información, visite www.jti.com

Presentado en Madrid por Dinner Lady, TCI y Logista Retail

Llega a España el innovador Fuyl Tobacco Extract

El Restaurante Bosco de Madrid fue escenario de un evento exclusivo y lleno de entusiasmo en el que se presentó oficialmente Fuyl Tobacco Extract, el nuevo producto que promete revolucionar el mercado del tabaco en España. La colaboración entre la reconocida marca Dinner Lady, la estrategia de marketing y comercialización de TCI, y la distribución de Logista Retail, ha dado lugar a este innovador lanzamiento que ha sido recibido con gran éxito.

El acto contó con la presencia de destacados estancieros de Madrid, quienes tuvieron la oportunidad de conocer en

primera mano las características y beneficios de Fuyl Tobacco Extract. Además, representantes de las tres empresas implicadas estuvieron presentes, compartiendo su visión y entusiasmo por este nuevo producto que combina calidad, innovación y tendencia.

Tras la presentación, los asistentes disfrutaron de un cóctel en un ambiente distendido y amigable, donde pudieron intercambiar impresiones y fortalecer relaciones comerciales. La velada fue un rotundo éxito, consolidan-



do el compromiso de las empresas por ofrecer productos de excelencia y mantenerse a la vanguardia del mercado.

Desde Dinner Lady, TCI y Logista Retail expresaron su satisfacción por la acogida del Fuyl Tobacco Extract y su confianza en que este lanzamiento

marcará un antes y un después en el sector.

Para más información, contacte con Sergio Chércoles, responsable de Marketing y Comunicación de TCI: tcic@ticipsite.com
Tel.: +34 917 59 87 76

FUYL EXTRACTO DE TABACO

El nuevo dispositivo se presenta en dos colores –Space Grey y Midnight Blue– como la nueva alternativa para los fumadores al reproducir la experiencia del cigarrillo como ningún otro producto. Los Pods de líquido de extracto de tabaco disponibles, equivalentes cada uno a 30 cigarrillos, cuentan con cinco sabores y tres niveles de intensidad diferentes:

- **Tabaco Intenso** combina la profundidad tostada con un toque picante, robusto y dinámico, perfecto para los que buscan un sabor a tabaco más intenso.
- **Tabaco Suave**, cuidadosamente equilibrado entre un ligero dulzor y ricas notas de tabaco ofrece una suavidad aterciopelada que facilita la inhalación.
- **Tabaco Virginia** tiene un sabor suave y cremoso con matices amaderados distintivos y una experiencia refinada y satisfactoria.
- **Tabaco Mentolado** ofrece la frescura del mentol combinada con la dulzura natural del tabaco de primera calidad para una experiencia refrescante y satisfactoria.



- **Tabaco Café**, en el que las notas de granos de café añaden un toque de calidez y profundidad, con un fondo de tabaco que aporta un sutil matiz terroso.

LOGISTA

INCREMENTO DEL BENEFICIO DE EXPLOTACIÓN AJUSTADO UN 5% EN EL PRIMER SEMESTRE DE 2025

Logista, uno de los mayores operadores logísticos de Europa, ha anunciado los resultados correspondientes al primer semestre del ejercicio fiscal 2025, en el que registró un beneficio de explotación ajustado de 202 millones de euros, un 5% superior al mismo periodo del año anterior. El beneficio neto, por su parte, ha sido de 151 millones de euros, un 5% inferior al del ejercicio anterior debido principalmente a la disminución de los ingresos financieros por la bajada de tipos de interés.

Las ventas económicas de la compañía se situaron en 916 millones de euros, un 6% más que en el mismo periodo del ejercicio 2024, mientras que los ingresos totales ascendieron a 6.425 millones de euros, reflejando un incremento del 3,5% respecto al año anterior.

Durante el semestre, Logista ha continuado gestionando su línea de crédito recíproca con Imperial Brands, su accionista mayoritario, que está estructurada en dos tramos: un primer tramo de hasta 1.000 millones de euros a un tipo del 3,615% (2,865% de tipo fijo más un diferencial del 0,75%) y un segundo tramo de hasta 3.000 millones de euros a un tipo de Euribor a 6 meses más un diferencial del 0,75%. El tipo medio total para el periodo fue del 3,78%, inferior al 5,25% del ejercicio anterior, lo que tuvo su reflejo en los resultados financieros.

RESULTADOS POR REGIÓN

En Iberia, las ventas económicas alcanzaron los 606 millones de euros, un 6,4% más que en el mismo periodo del ejercicio 2024, impulsadas por el crecimiento en el segmento de tabaco y productos relacionados (+12,5%), distribución farmacéutica (+13,2%) y transporte (+2,9%). El beneficio de explotación ajustado se situó en 107 millones de euros, un 1,4% inferior al del ejercicio anterior, afectado por los menores resultados en el segmento del transporte.

En Italia, las ventas económicas crecieron un 12,1% hasta los 213 millones de euros, gracias a la mejora de tarifas, el impacto positivo en la revaloración de inventarios y el aumento en las ventas de productos de nueva generación. El beneficio de explotación ajustado alcanzó los 68 millones de euros, un 27,3% más que en el ejercicio anterior.

Por último, en Francia, las ventas económicas disminuyeron un 9,3% hasta los 101 millones de euros, debido a la reducción de volúmenes de tabaco y otros distribuidos y un menor impacto de la revalorización de inventarios. El beneficio de explotación ajustado fue de 26 millones de euros, un 13,8%

LA COMPAÑÍA ESTÁ COMPROMETIDA A DISTRIBUIR DURANTE EL EJERCICIO 2025, AL MENOS, UN DIVIDENDO IGUAL AL DISTRIBUIDO EN 2024 DE 2,09€/ACCIÓN.

916M€

de Ventas Económicas, un 5,6% superior al año anterior

202M€

de Beneficio de Explotación Ajustado, un 4,6% más que el ejercicio anterior.

151M€

de Beneficio Neto, 5,4% menos que el anterior

inferior al del ejercicio anterior.

POLÍTICA DE DIVIDENDOS

En línea con su plan estratégico, cuyo foco principal es aportar crecimiento adicional y diversificación a la base actual de negocios, Logista sigue buscando oportunidades de adquisición de empresas complementarias y sinérgicas. En todo caso, el mantenimiento de la política de dividendos seguirá siendo una prioridad para Logista. En consecuencia, la compañía está comprometida a distribuir durante el ejercicio 2025 al menos un dividendo igual al distribuido en 2024 de 2,09€/acción.

Iñigo Meirás, consejero delegado de Logista, ha destacado que “*seguimos trabajando en la integración y optimización de las compañías adquiridas según nuestro plan estratégico de diversificación. Este enfoque nos permite no sólo consolidar nuestras operaciones, sino también*

explorar nuevas oportunidades de crecimiento y fortalecer nuestra posición en el mercado”.

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.

LOGISTA

NACEX REFUERZA SU COMPROMISO CON EL DEPORTE BASE

Con el objetivo de seguir promocionando el deporte base, NACEX, la firma de mensajería urgente de Logista, ha firmado un acuerdo de colaboración con Women Padel Oysho, circuito líder de pádel femenino amateur de España, y el Circuito de Pádel Publidep, un circuito masculino, femenino y mixto destinado al jugador amateur.



En función del acuerdo, este 2025, NACEX será proveedor logístico oficial de ambos circuitos de pádel. Una alianza que se alinea con el compromiso de la compañía con la promoción del deporte como generador de valores, como la igualdad, el esfuerzo y la sana competitividad.

Este es el segundo año que NACEX colabora con el circuito Women Padel Oysho, que se celebrará a lo largo de 2025 en diversos clubs de España. Al estar formado por 5 categorías distintas, está abierto a jugadoras de todos los niveles. Además, la inscripción incluye diferentes experiencias, obsequios, sorteos, servicio de fisioterapia y mucho más.

Por su parte, el Publidep 2025, es un circuito formado por 6 pruebas y un máster final y se llevará a cabo en los mejores clubes del país. El circuito apuesta por un formato de juego con 13 categorías –masculinas, femeninas y mixtas– y, una vez más, la inscripción incluye camiseta, avituallamiento, obsequios o fisioterapeuta, entre otros beneficios.

“Para nosotros, fomentar el deporte desde las bases es fundamental. Por eso, llevamos años apoyando a proyectos deportivos amateurs. Nuestra alianza con los circuitos de pádel Women Padel Oysho y Publidep DKV es un nuevo paso en esa dirección,” afirma Arianne Muñoz, directora de Marketing y RSC en NACEX.

EN LA DISPUTA SOBRE COHIBA

TRIBUNAL DE EE.UU. FALLA A FAVOR DE CUBATABACO

Leonie M. Brinkema, jueza del Tribunal de Distrito de los Estados Unidos para el Distrito Este de Virginia, ha fallado a favor de la Empresa Cubana del Tabaco (Cubatabaco) en su larga disputa contra General Cigar, una de las principales empresas de cigarros norteamericana, por los derechos de la marca Cohiba para cigarros en Estados Unidos.

El tribunal federal ha confirmado la cancelación por parte de la Junta de Apelaciones y Juicios de Marcas de Estados Unidos (U.S. Trademark Trial and Appeal Board, TTAB) de los registros de COHIBA propiedad de General Cigar, en procedimientos iniciados por Cubatabaco, y ha desestimado con prejuicio el intento de General Cigar de revocar la decisión del TTAB. La cancelación de los registros de General Cigar abre el camino para que Cubatabaco registre la marca COHIBA en Estados Unidos.

El tribunal determinó que General Cigar sabía que Cubatabaco ya estaba usando la marca COHIBA cuando solicitó su registro en Estados Unidos en marzo de 1978. Entre otras pruebas, el tribunal señaló memorandos internos en los archivos de General Cigar, descubiertos por Cubatabaco, que indicaban que COHIBA ya era una “marca en Cuba” y “el cigarro de Castro”.

Según la Convención Panamericana, de la que tanto Cuba como Estados Unidos forman parte, los países están obligados a cancelar un registro cuando el solicitante –en este caso, General Cigar– sabía que la marca comercial ya se estaba usando en otro país miembro del tratado. El tribunal ha aplicado la Convención Panamericana al fallar a favor de Cubatabaco.

“Estamos satisfechos de que tanto la jueza Brinkema, como la Junta de Marcas de Estados Unidos, hayan mostrado disposición a reconocer y hacer cumplir los derechos de tratado de Cubatabaco, una empresa cubana, aunque actualmente el embargo estadounidense impida la venta de cigarros cubanos en Estados Unidos”, dijo Lisset Fernández García, en nombre de Cubatabaco. “Esto confirma nuestra posición de que, desde el principio, los derechos sobre COHIBA pertenecen legítimamente a la empresa cubana”, continúa.

La lucha de Cubatabaco por los derechos de la marca en Estados Unidos data de hace más de 25 años, cuando inició los procedimientos ante la Junta de Marcas en 1997. El litigio ha incluido largos procedimientos tanto en tribunales federales como ante la Junta de Marcas.



SEGÚN FINANCIAL TIMES

LOGISTA, EN LA ÉLITE EUROPEA EN DIVERSIDAD Y COMO MARCA EMPLEADORA 2025

Por quinto año consecutivo, Logista ha sido reconocida por Financial Times como una de las compañías más comprometidas con la diversidad y la inclusión en Europa. El prestigioso ranking "Diversity Leaders 2025", elaborado junto a la firma Statista, identifica a las empresas con mejor desempeño en igualdad de género, inclusión LGTBIQ+, diversidad cultural, generacional y de capacidades. También han destacado a Logista en la clasificación FT Europe's Best Employers 2025, siendo una de las principales empresas del Ibex-35 como marca empleadora.

El listado "Diversity Leaders 2025", basado en una encuesta independiente realizada a más de 100.000 profesionales de distintos sectores, ha destacado a Logista por su cultura corporativa abierta, su gestión del talento y su firme apuesta por entornos laborales inclusivos. Esta nueva distinción sitúa a Logista en la élite europea de la diversidad, reforzando su posición como la única empresa del sector logístico incluida de forma ininterrumpida desde 2020.

Financial Times y Statista también han anunciado la inclusión de Logista en la reconocida clasificación FT Europe's Best Employers 2025, posicionándose como la principal empresa española del sector logístico que aparece en el listado.

El ranking está elaborado a través de encuestas anónimas a empleados de 1.000 empresas de 26 sectores industriales de 16 países: Alemania, Francia, Reino Unido, España, Italia, Suiza y Países Bajos, entre otros. Esta distinción reconoce el atractivo de las compañías como empleador, su capacidad para atraer talento en un entorno de trabajo reconocido, la comunicación positiva hacia clientes, socios e inversores; la destreza de la empresa para generar compromisos de trabajo internos y el liderazgo en su mercado.

"En Logista, el compromiso con las personas va más allá de un objetivo, siendo una forma fundamental de como entendemos la estrategia de la compañía. Estos reconocimientos refuerzan



Juan José Guajardo-Fajardo ha señalado que estos reconocimientos refuerzan el propósito de Logista de seguir promoviendo entornos de trabajo inclusivos.

nuestro propósito de seguir promoviendo entornos de trabajo inclusivos, donde el talento se capaz de encontrar su mejor versión", afirmó Juan José Guajardo-Fajardo, director de RRHH, Marketing y Comunicación de Logista.

Estos reconocimientos se suman a una larga trayectoria de Logista en materia de diversidad e inclusión: la compañía ha alcanzado la paridad en su consejo de administración, con un

50 % de mujeres y trabaja con el objetivo de lograr un 30 % de presencia femenina en puestos directivos intermedios y altos para 2026. Además, colabora con entidades como Cruz Roja, Fundación ONCE, Fundación la Caixa y Fundación Integra, y ha incrementado en un 16% la contratación de personas con discapacidad en el último ejercicio.

Además, Logista forma parte del Bloomberg Gender Equality Index, del Ibex Gender Equality y del índice FTSE4Good, que agrupa a compañías con mejores prácticas ESG. También ha sido destacada por Interbrand como una de las mejores marcas españolas, y por Merco entre las 200 empresas con mejor reputación del país. Forma parte del programa Empowering Women Talent para desarrollar competencias profesionales para mujeres. Todo ello como parte de una estrategia global en la que la diversidad no es una campaña: es una forma de liderar el presente y diseñar el futuro.

FINANCIAL TIMES INCLUYE A LOGISTA EN EL INFORME 'EUROPE'S DIVERSITY LEADERS 2025', QUE PARTE DE UN ANÁLISIS HACIA LOS EMPLEADOS DE LAS COMPAÑÍAS. ADEMÁS, LA SITÚA ENTRE LAS 11 PRIMERAS EMPRESAS ESPAÑOLAS DEL FT EUROPE'S BEST EMPLOYERS 2025 Y UNA DE LAS REFERENTES DEL IBEX-35 COMO MARCA EMPLEADORA.

SEGÚN EL RATING DE SOSTENIBILIDAD DE ECOVADIS

LOGISTA SE SITÚA EN EL TOP 15% DE EMPRESAS DEL MUNDO EVALUADAS EN SOSTENIBILIDAD

Logista, una de las principales empresas logísticas de Europa, ha sido reconocida con la calificación Plata en el rating de sostenibilidad de EcoVadis, posicionándose entre el 9% de las compañías con mejor desempeño en este ámbito en todo el mundo. Este logro consolida el compromiso de Logista con la responsabilidad social, la protección ambiental y las prácticas éticas en toda su cadena de valor.

En la categoría específica de Transporte, Logista destaca al situarse entre el 4% de las empresas mejor valoradas a nivel mundial. Además, en el área de Medio Ambiente, donde obtiene una mejor clasificación relativa por su gestión medioambiental, Logista se coloca en el 1% superior. En materia de Empleo y Derechos Humanos, Logista se posiciona en el 2% superior, con políticas sólidas en diálogo social, condiciones laborales y salud y seguridad de los empleados.

El reconocimiento de EcoVadis, que evalúa a más de 150.000 empresas en todo el mundo, refleja los esfuerzos de Logista por integrar la sostenibilidad en sus operaciones. El informe de EcoVadis hace referencia a medidas concretas anunciadas por Logista



durante el último año que justifican su posición, como la adquisición de 110 camiones Volvo FH Aero para reducir emisiones, la certificación ISO 27001 en seguridad de la información y la implementación de auditorías para prevenir la corrupción. Asimismo, Logista obtuvo una puntuación A- en CDP en 2024 colo-

candola en el grupo de empresas en Leadership del rating.

Iñigo Meirás, CEO de Logista, ha señalado: "La calificación de EcoVadis es un aliciente para seguir cumpliendo paso a paso nuestro plan estratégico ESG, por el que nos comprometemos con el objetivo de reducción de intensidad en emisiones del 30% para 2030 y del 54% para 2050".

Logista, que opera en España, Francia, Italia, Portugal, Países Bajos, Bélgica y Polonia continúa liderando el sector

logístico con iniciativas innovadoras, como el transporte intermodal. Este nuevo hito en sostenibilidad refuerza su posición como referente en el sur de Europa, tras haber renovado en 2024 la certificación ISO 14064-1:2019 de Huella de Carbono por quinto año consecutivo.

COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD

Logista ha mantenido por nueve 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, hemos 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 mayo de 2025, EcoVadis otorgó la medalla de plata 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.

JACEK OLCZAK URGE A APLICAR REGULACIONES SENSATAS EN LOS PRODUCTOS DE TABACO

Durante su intervención en la Cumbre de Economía Mundial organizada por Semafor en Washington (Estados Unidos), Jacek Olczak, director ejecutivo de Philip Morris International (PMI), hizo un llamamiento a los líderes globales para que adopten regulaciones equilibradas y actualizadas en el sector de bienes de consumo.

Jacek Olczak destacó que, aunque el panorama económico actual presenta desafíos, existe un enorme potencial de crecimiento gracias a la innovación. Sin embargo, advirtió que sin políticas que permitan evaluar científicamente los avances y dar acceso a los consumidores, sectores como el bienestar, la alimentación y el cuidado personal podrían quedarse estancados, desaprovechando oportunidades clave.



FOCO EN EL MERCADO DE TABACO Y NICOTINA

El director ejecutivo de PMI puso especial foco en el mercado de tabaco y nicotina, donde, según él, las desigualdades regulatorias están teniendo efectos negativos tanto en la salud pública como en la economía. *“Las diferencias en las leyes sobre nicotina están generando una brecha global con consecuencias profundas”*, afirmó. Señaló que países que han prohibido los productos libres de humo, como Turquía y Brasil, siguen viendo tasas de tabaquismo elevadas, mientras que naciones como Estados Unidos, Suecia, Japón y Nueva Zelanda, que han optado por promover alternativas menos dañinas, han logrado reducir notablemente tanto las ventas de cigarrillos como el número de fumadores.

Olczak destacó el caso de Suecia, que está cerca de alcanzar el estatus de país libre de humo, con solo un 5,3% de prevalencia de tabaquismo, gracias al uso de productos como el snus. Japón, por su parte, ha reducido significativamente su tasa de fumadores tras incorporar tabaco calentado al mercado.

ADOPTAR MARCOS REGULATORIOS PRAGMÁTICOS

Según datos de Philip Morris, más de 190 millones de fumadores en al menos 20 países no tienen permitido legalmente acceder a productos libres de humo, mientras que los cigarrillos tradicionales siguen disponibles. Para Olczak, esto

representa una contradicción que frena el avance hacia una mejor salud pública.

El CEO recordó que Philip Morris ha invertido en innovación para reemplazar los cigarrillos con opciones libres de humo, que ya representan el 42% de sus ingresos globales al primer trimestre de 2025, cuando hace apenas diez años esa cifra era nula. *“La innovación tiene que ser algo a lo que la gente pueda acceder y que genere impacto”*, afirmó.

Finalmente, Olczak hizo un llamamiento directo a los responsables de formular políticas: les pidió dejar atrás los enfoques anticuados y adoptar marcos regulatorios más pragmáticos, que respondan a las realidades actuales y permitan avanzar hacia un futuro donde la salud y el bienestar de los fumadores adultos sean prioridad.

SOBRE PMI

Philip Morris International es una empresa internacional líder en bienes de consumo que promueve activamente un futuro sin humo y desarrolla su cartera a largo plazo para incluir productos fuera del sector del tabaco y la nicotina. Su cartera actual de productos se compone principalmente de cigarrillos y productos sin humo, como productos de calentamiento sin combustión, bolsas de nicotina y productos de vapeo. Al 31 de diciembre de 2024, los productos sin humo de PMI estaban disponibles para la venta en 95 mercados, y PMI estima que fueron utilizados por 38,6 millones de adultos en todo el mundo. El negocio de productos sin humo representó el 42 % de los ingresos netos totales de PMI en el primer trimestre de 2025. Desde 2008, PMI ha invertido más de 14 000 millones de dólares en el desarrollo, la fundamentación científica y la comercialización de productos innovadores sin humo para adultos que, de otro modo, seguirían fumando, con el objetivo de erradicar por completo la venta de cigarrillos. Esto incluye el desarrollo de capacidades de evaluación científica de primer nivel, especialmente en las áreas de toxicología de sistemas preclínicos, investigación clínica y conductual, así como estudios poscomercialización.

OLCZAK EXIGE POLÍTICAS PRAGMÁTICAS QUE ACELEREN LOS AVANCES EN SALUD PÚBLICA, SEÑALANDO QUE APROXIMADAMENTE EL 20 % DE LOS FUMADORES A NIVEL MUNDIAL CARECEN DE ACCESO A MEJORES ALTERNATIVAS A LOS CIGARRILLOS.

ALBERT SÁNCHEZ, DIRECTOR DE ASUNTOS CORPORATIVOS

Philip Morris Spain ha designado a Albert Sánchez como director de Asuntos Corporativos a fin de liderar la estrategia corporativa de la compañía y fortalecer la presencia y el conocimiento de las alternativas sin humo en España.



Con una sólida trayectoria nacional e internacional, Sánchez asume este nuevo reto tras seis años en la compañía, donde ha ocupado posiciones clave en áreas estratégicas. En su última etapa como director general en Países Bajos obtuvo excelentes resultados reforzando el posicionamiento comercial de la compañía en ese mercado.

En su nuevo rol, estará al frente de los equipos de Relaciones Externas, Comunicación y Asuntos Científicos, con el propósito de seguir impulsando el conocimiento sobre la base científica que respalda las alternativas sin humo y la disponibilidad de dichos productos en el mercado español. Reportará directamente a Daniel Cuevas, presidente de Philip Morris Spain desde mayo de 2023.

Sánchez inició su carrera en el ámbito de las fusiones y adquisiciones, y ha desempeñado funciones de responsabilidad en compañías como KPMG, Unilever y GBfoods. Se incorporó a Philip Morris en 2019 en el área de Estrategias de Operaciones, participando en el desarrollo de iniciativas clave para la transformación del negocio.

Es ingeniero industrial por la Universidad Ramon Llull y cursó estudios en el Massachusetts Institute of Technology (MIT). Su experiencia en desarrollo estratégico y su conocimiento del mercado serán fundamentales para afrontar los nuevos retos del entorno regulatorio y social y conseguir la visión de la compañía de un futuro sin humo.

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

PARA LOS MERCADOS DE ESPAÑA, PORTUGAL, ANDORRA Y GIBRALTAR

EVITA KARIMALI, NUEVA HEAD DE PRODUCTOS DE RIESGO REDUCIDO (RRP) PARA JTI IBERIA

JTI Iberia ha nombrado a Evita Karimali nueva Head of RRP de la compañía para los mercados de España, Portugal, Andorra y Gibraltar. Licenciada en Marketing y Comunicación por la Universidad de Economía y Empresa de Atenas, y un MBA Internacional, Evita inició su carrera en British American Tobacco en Grecia y Chipre, desempeñando funciones clave en el área de marketing. Posteriormente, formó parte del equipo de Hewlett-Packard en Rumanía y Suiza, desempeñando diversos roles regionales relacionados con la experiencia del consumidor y la comunicación de marketing, participando en proyectos de comunicación y posicionamiento de marca en toda la región EMEA.



en 2025. Su labor también se centrará en fortalecer la presencia de JTI en el segmento de RRP, coordinando equipos multidisciplinares orientados a la innovación, la experiencia de consumidor y la transformación del consumo adulto.

“Es un honor liderar el próximo capítulo de nuestra trayectoria en RRP en Iberia. En JTI, nuestro propósito —Creating Fulfilling Moments. Creating a Better Future— impulsa todo lo que hacemos. Con Ploom, no solo ofrecemos un producto; brindamos una alternativa más avanzada, basada en la ciencia, que refleja nuestro profundo compromiso con la innovación y la satisfacción de los consumidores adultos”, apunta Evita Karimali. “El éxito de Ploom en Madrid y Canarias el año pasado ha sentado las bases de la estrategia que estamos desarrollando, mientras seguimos de cerca la evolución del mercado y la creciente demanda que estamos observando en toda España”.

SOBRE JTI

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

BAT

QUINTO RECONOCIMIENTO CONSECUTIVO COMO LÍDER CLIMÁTICO EUROPEO DEL FINANCIAL TIMES



BAT ha anunciado su inclusión en la lista de Líderes Climáticos Europeos del Financial Times por quinto año consecutivo, situándola entre el 5% superior de las empresas evaluadas. La lista, elaborada por el Financial Times en colaboración con Statista, identifica a las empresas que han logrado la mayor reducción en la intensidad de sus emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) de Alcance 1 y 2 durante un período de cinco años (2018-23).

Tras el perfeccionamiento de la estrategia de sostenibilidad de BAT en 2024, la compañía también ha anunciado que la iniciativa Science Based Targets (SBTi) ha verificado su compromiso de alcanzar cero emisiones netas de gases de efecto invernadero en toda la cadena de valor para 2050 y ha aprobado sus objetivos de reducción de emisiones basados en la ciencia a corto y largo plazo.

Estos hitos coinciden con la obtención de la calificación "Triple A" de CDP por parte de BAT por su información sobre cambio climático, seguridad hídrica y bosques, lo que la sitúa entre las ocho empresas líderes en transparencia y acción ambiental.

Donato Del Vecchio, director de Sostenibilidad de BAT, afirmó: “Ser nombrados Líder Climático por FT durante cinco años consecutivos refleja el ritmo de nuestra ambición y es un testimonio de la creación de Un Mañana Mejor™. Estamos orgullosos del progreso tangible que hemos logrado en la reducción de emisiones y la transformación de nuestro negocio para reducir su impacto ambiental, mientras nos esforzamos por convertirnos en una empresa predominantemente sin humo para 2035”.

Zafar Khan, director de Operaciones, afirmó: “La transformación de nuestras propias operaciones y las de nuestros proveedores es fundamental para alcanzar nuestros objetivos de reducción de emisiones con base científica, en línea con los objetivos del Acuerdo Climático de París”.

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.

El objetivo de cero emisiones netas de BAT se sustenta en:

- **Objetivos de reducción de emisiones a corto plazo con base científica para 2030**

- Reducción absoluta del 50% en las emisiones de GEI de Alcance 1 y 2 para 2030¹;
- Reducción absoluta del 30,3% en las emisiones de GEI de Alcance 3 del sector forestal, terrestre y agrícola (FLAG) para 2030¹;
- Reducción absoluta del 42% en las emisiones de GEI de Alcance 3 de la industria (no FLAG) para 2030^{1,2};
- Que el 20% de sus proveedores, por gasto, que incluye bienes y servicios adquiridos, tenga objetivos con base científica para 2025.

- **Objetivos de reducción de emisiones a largo plazo con base científica para 2050**

1. Reducción absoluta del 90% en las emisiones de GEI de Alcance 1 y 2 para 2050¹;
2. Reducción absoluta del 90% en las emisiones de GEI de Alcance 3 para 2050^{1,3};
3. Reducción absoluta del 72% en las emisiones de GEI de Alcance 3 del FLAG para 2050¹.

Notas

^[1] Comparado con el año base 2020.

^[2] De los bienes y servicios adquiridos, el transporte y la distribución previos, el uso de los productos vendidos y el tratamiento al final de su vida útil.

^[3] De los bienes y servicios adquiridos, el transporte y la distribución previos, el uso de los productos vendidos, el tratamiento al final de su vida útil e inversiones.

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

REFUERZA LA SEGURIDAD DIGITAL DE TU ESTANCO

ESCANÉAME PARA
MÁS INFORMACIÓN



El EDR no solo protege tu negocio, sino que va un paso más allá

En caso de que **sufiras un fraude digital** en tu estanco relacionado con el servicio de recargas ofrecido por Disashop, **la compañía te reembolsará el importe defraudado.**

Protege tu sistema ante fraudes y estafas



Detección y bloqueo

Detecta conductas
extrañas del equipo
con una **supervisión
técnica en tiempo real.**



Análisis en tiempo real

Actúa ante amenazas
como ransomware,
accesos no
autorizados o malware
oculto.



Llamada en caso de emergencia

Contactan contigo
ante cualquier posible
amenaza.



Informes periódicos

Permite una **reacción
inmediata** y **análisis
detallado** tras un
incidente.

¿Qué es el EDR?

El **EDR (Endpoint Detection and Response)** es una solución avanzada de ciberseguridad que supervisa técnicamente el estado de tus equipos para detectar, bloquear y responder en tiempo real ante cualquier amenaza informática.



Detecta comportamientos extraños del equipo con una supervisión técnica en tiempo real.



Elimina malware, incluso aunque no esté en la base de datos de virus conocida por un antivirus profesional.



Actúa ante amenazas como ransomware, accesos no autorizados o malware oculto.



Permite una reacción inmediata y análisis detallado tras un incidente.

El 17 de septiembre en Dortmund (Alemania)

CIGAR CULTURE SUMMIT 2025: ESTRENO EXCLUSIVO EN INTERTABAC



«Placer. Conocimiento. Conexión». Es el lema bajo el que va a tener lugar la inédita Cigar Culture Summit 2025 (Cumbre de la Cultura del Tabaco), que se inaugurará el 17 de septiembre en la Entrada Norte de Messe Dortmund, un día antes del inicio de la 45ª edición de InterTabac e InterSupply, y que será un encuentro exclusivo con las figuras más destacadas del mundo del tabaco, desde fabricantes y cultivadores legendarios hasta influyentes medios de comunicación, importadores y minoristas. Todos unidos con el compromiso y la responsabilidad de definir el futuro de la cultura del tabaco. Una conferencia de alto nivel y un espacio de networking centrado en los cigarrillos, uno de los segmentos tradicionales de InterTabac.

Este estreno exclusivo en InterTabac 2025 estará compuesto por interesantes mesas redondas, talleres educativos inmersivos, exquisitas catas y exclusivas oportunidades de networking están diseñadas para fomentar debates y perspectivas enriquecedoras al más alto nivel. Para una convergencia inigualable de experiencia, innovación y colaboración.

¿Qué pueden esperar los participantes? Perspectivas profundas y valiosas sobre los temas y cuestiones relevantes para la industria. Un intercambio entre expertos de la industria de todo el mundo que proporcionará a los participantes nuevos enfoques e inspiración para impulsar sus propios negocios.

El enfoque del Cigar Culture Summit 2025 se centrará en tres pilares:

1.- Tabaco, en todas sus variedades y aspectos. Fabricantes de cigarrillos de renombre, productores líderes de tabaco y expertos de la industria compartirán sus conocimientos y experiencia en temas como técnicas y prácticas de cultivo innovadoras y sostenibles, las características especiales de las regiones productoras de todo el mundo y el análisis de



En diciembre, Messe Dortmund y The Cigar Academy de EE. UU. anunciaron su nueva colaboración. Tan sólo tres meses después, el primer y emocionante resultado de esta colaboración ya está disponible. Y es un estreno. Por primera vez este año, la Cumbre de la Cultura del Tabaco tendrá lugar el día anterior a InterTabac.

los mercados globales.

2.- Innovación, con énfasis en cuestiones sobre producción, almacenamiento y comercialización innovadoras. ¿Cómo influye esto en el éxito de un cigarro? ¿Marketing vs. calidad del tabaco?

3.- El comercio minorista. Los minoristas participantes se beneficiarán del conocimiento experto

sobre cómo desarrollar conceptos creativos y ofrecer una experiencia única al cliente para destacar en un entorno en constante evolución.

Como ha señalado la organización de InterTabac, actualmente se está reclutando a socios de renombre de la industria para garantizar una aportación de alta calidad. Entre los primeros socios se encuentran la Cigar Association of America (CAA), una asociación comercial nacional líder para toda la industria del cigarro en EE. UU., y la International Tobacco Growers' Association (ITGA), que lleva 40 años representando los intereses de los productores de tabaco de todo el mundo. Vrijdag B.V., un innovador fabricante neerlandés de etiquetas y empaques de lujo con efectos de impresión especiales, también participará como patrocinador. Marcas reconocidas de tabaco y licores, entre otras, confían en la empresa para sus proyectos de empaque, especialmente para anillas de cigarrillos de alta calidad.

"La CAA está muy emocionada de participar en la Cumbre de la Cultura del Cigarro 2025. Ésta es una excelente oportunidad para mostrar la cultura única de la industria del cigarro y brindar formas de conexión que impulsarán y harán crecer la industria del cigarro", ha



comentado Scott Pearce, presidente de la CAA.

"Estamos entusiasmados de participar en la Cumbre y nuestro objetivo es promover el conocimiento y la educación sobre el diseño y la fabricación de anillas, etiquetas y cajas de cigarrillos premium para nuestra industria", agregó Henk Nota, director general de Vrijdag.

Además, con Casa Turrent, reconocido fabricante mexicano, la Cumbre ya cuenta con un importante actor del mundo del cigarro. El director ejecutivo Alejandro Turrent, sobre su participación en la Cumbre de la Cultura del Cigarro es una celebración vital de nuestro arte, un foro donde se unen tradición, innovación y pasión. Es un honor para mí unirme a este encuentro global e invitar a mis colegas tabaqueros y fabricantes de cigarrillos a acompañarme en Dortmund. Juntos, podemos compartir conocimientos, fortalecer nuestra comunidad y moldear el futuro de la cultura del cigarro en todo el mundo".

Tras la Cumbre, a las 19:30 h, tendrá lugar la Recepción de Cigarrillos, una experiencia exclusiva de networking y entretenimiento con una combinación perfecta de cigarrillos exquisitos, bebidas de calidad, excelente compañía y conversaciones inspiradoras.

Con The Cigar Academy, el equi-

po de InterTabac cuenta con un socio colaborador competente. Esta academia, con sede en Florida, se dedica a proteger, cultivar y transmitir el patrimonio artesanal y los conocimientos tradicionales que sustentan el cultivo

del tabaco y la elaboración de puros. Esto se logra mediante un programa educativo integral, desarrollado y certificado en colaboración con importantes fabricantes de puros de República Dominicana, Nicaragua, Honduras y México, y que se ofrece a través de una plataforma de aprendizaje de alta tecnología, complementada con talleres híbridos y presenciales.

InterTabac invita a las empresas y expertos interesados en participar en la Cumbre de la Cultura del Cigarro 2025 a que accedan a más información sobre el programa del Cigar Culture Summit 2025, así como sobre las oportunidades de inscripción y cooperación en el enlace www.intertabac.de/en/cigar-culture-summit/.

En diciembre pasado, Messe Dortmund y The Cigar Academy de EE. UU. anunciaron su nueva colaboración. Tan sólo tres meses después, el primer resultado de esta colaboración ya es una realidad con esta Cumbre de la Cultura del Tabaco que tendrá lugar el día anterior a InterTabac.

YA ESTÁN DISPONIBLES ONLINE LAS ENTRADAS PARA INTERTABAC 2025

La taquilla para InterTabac e InterSupply 2025 ya está abierta. Tras el éxito del año pasado, las expectativas para la edición de este año de este dúo ferial son altas. Y hay algo que celebrar: InterTabac reúne a la industria tabacalera internacional en los pabellones de exposiciones de Dortmund por 45ª ocasión.

Los preparativos para esta 45ª edición de la feria ya están en plena marcha. Las zonas de stands se están llenando gradualmente y ya se han confirmado los primeros y emocionantes eventos paralelos, como la presentación de los InterTabac World Alternative Awards 2025 y el PouchXchange. El exclusivo programa de apoyo sigue ultimándose. La planificación de la visita puede comenzar de inmediato: las entradas ya están disponibles en línea, tanto para la feria como para los eventos paralelos anunciados. Para acceder a la taquilla: shop.intertabac.de/webshop/55/legitimation





Sevilla

VegaFina Momentum, es hora de VegaFina

Bajo el eslogan "Es mi momento, es mi VegaFina", se ha celebrado en Sevilla uno de esos acontecimientos para el recuerdo: VegaFina Momentum. Unos ciento cincuenta asistentes disfrutaron de una experiencia inigualable repleta de amistad, compañerismo, tradición, innovación, buena música, un magnífico espectáculo de luz, sonido y baile, todo acompañado de un catering de lujo, cócteles y bebidas refrescantes en el maravilloso marco del espacio Villa Luisa. Y, por supuesto, los extraordinarios cigarros VegaFina en sus cuatro líneas. Un evento que ha servido, además, para dar a conocer la nueva imagen de la marca.

Hasta el clima acompañó por que tratándose de finales de un mes de junio en Sevilla, cabría pensar que las temperaturas iban a ser mucho más tórridas de lo que realmente fueron, lo que facilitó el disfrute de todos los asistentes.

Durante la presentación de VegaFina Momentum, Javier Rodríguez Lera, director de Ventas de Tabacalera, hizo referencia a la noche de San Juan que recientemente se había celebrado en toda España, "una noche mágica –dijo– en la que se unen el fuego, la

Javier Rodríguez Lera y Jorge Fernández Cabezas durante la presentación de VegaFina Momentum. Abajo, Mariana Alexis y Manuel Mota, torcedores de Tabacalera de García, la fábrica dominicana donde se elaboran los cigarros de la marca VegaFina.



tradición y la celebración", que marca un poco el equinoccio de verano, "un renacer y un nuevo ciclo" que identificó con los ingredientes que se iban a dar en esta noche de VegaFina Momentum. "La tradición porque ella y la innovación van en el ADN de Tabacalera; el fuego porque es absolutamente necesario para encender un tabaco; y la celebración porque encender un puro no es simplemente un gesto, sino que por sí mismo ya es un motivo de celebración. Tradición, fuego y celebración para festejar un renacer, un nuevo ciclo en este caso bajo el paraguas de VegaFina".



Brindó por todos los presentes porque "sois amigos y clientes y hacéis posible que esta historia de tradición, de ilusión y de excelencia de la mano de VegaFina continúe siendo un éxito".

Por su parte, Jorge Fernández Cabezas, director de Marketing de Tabacalera, señaló que "todos conocéis VegaFina. Es una marca joven para lo que es nuestra industria, sólo 27 años (hace poco estábamos celebrando los 25 años) y que ha conseguido retos y números increíbles gracias a todos vosotros. Es ya la primera marca del mercado español desde hace varios años, es la primera marca no cubana más vendida del mundo fuera de Estados Unidos y si pudiéramos las marcas de Habanos, sería la segunda".

Continuó explicando que "hoy es un día importante porque estrenamos nueva imagen. Ya la habéis ido viendo a lo largo de este último año con el lanzamiento de VegaFina Nicaragua Terra, con Serie 2 Short Magnum y ahora está llegando el Classic Wide Robusto y la vais a ir viendo más poco a poco y quería comentaros lo que hemos querido hacer con este cambio de imagen".

"Lo primero –apuntó–, es que pensamos que la imagen es una imagen más premium y moderna. Además

Classic Blas de Lezo Edición Limitada Exclusivo España, Classic Wide Robusto, 1998 VF 44S, Nicaragua Terra, Serie 2 Short Magnum y 1998 VF 54 fueron los cigarros de VegaFina que se pudieron disfrutar.





de ser premium, es sencilla y va a dar mucha consistencia a la marca porque VegaFina es una marca consistente, su blend es consistente y podemos decir que va a ser una imagen muy VegaFina".

"Hemos partido de lo que consideramos que fue un salto de imagen de la marca, que fue la llegada de la Línea 1998 y hemos traído lo mejor de esta línea al resto de líneas de la marca, pero manteniendo la personalidad de cada una de ellas".

Recordó a los asistentes capturar el QR que se exhibía en diferentes espacios y que daba acceso al nuevo vídeo de la imagen de marca que tiene el claim "Es mi momento, es mi VegaFina". Afirmó que "para un fumador de puros, fumarse un puro es su momento, pero VegaFina es la marca que puede estar en cada uno de esos momentos porque es una marca muy completa, muy versátil, con un VegaFina para el día a día, pero también los hay para un momento más especial, ediciones limitadas y siempre con ese carácter innovador y accesible".

Los espectáculos musicales y de baile, diseñados y dirigidos por Janislady Pelegrín, fueron sucediéndose a lo largo de la noche y, entre número y número, se realizó un sorteo de un viaje para dos personas a República Dominicana, el origen de los cigarrillos VegaFina, que se elaboran en



la fábrica de Tabacalera de García, en La Romana, y del que resultó ganadora Olga Calleja Cañedo Argüelles, de la expendeduría Vitoria nº 9.

La fiesta continuó hasta bien avanzada la noche con música de DJ y con la que se daba por cerrado este VegaFina Momentum, "Es mi momento,

es mi VegaFina". Un espectáculo de celebración en un marco de lujo, Villa Luisa, situado en el corazón de Sevilla, que data de mediados de los años 20 del Siglo XX, y en el conjunto de este espacio, uno de los más reconocidos y prestigiosos de la capital hispalense, se combinan ricos jardines entre naranjos, fuentes y palmeras y una suntuosa edificación de estilo neomudéjar.





Davidoff Escuro Corona Gorda

La línea Escuro de Davidoff nos presenta la Corona Gorda, un cigarro sabroso en el que la mejor labor de los maestros mezcladores ha sabido combinar tabacos brasileños y dominicanos con el logro de conseguir un puro redondo y muy atractivo.

Más de diez años lleva ya entre nosotros la Línea Escuro de Davidoff que, desde entonces, nos ha ofrecido unos excelentes cigarros, con muy variados matices que van desde las especias hasta la tierra y sin dejar atrás los toques de café bien delatados por los tabacos brasileños y dominicanos.

La Corona Gorda de Escuro compone un placer de fumar armonioso y con mucho cuerpo que, desde hace años, ha atraído a todos los aficionados a los ci-

garros con unas proporciones que habilitan su humo denso y, sin embargo, ligero en boca y sin ningún tipo de arista.

Con 152 milímetros de longitud y un cepo 46, la combustión transcurre fácil y sin complicaciones mientras se saborean las notas especiadas y amaderadas, a las que se suman toques terrosos tenues y un rastro dulzón bien característico del tabaco brasileño.

La cantidad de tabacos de este Escuro Corona Gorda es de 11,13 gramos.



garros con unas proporciones que habilitan su humo denso y, sin embargo, ligero en boca y sin ningún tipo de arista.

Con 152 milímetros de longitud y un cepo 46, la combustión transcurre fácil y sin complicaciones mientras se saborean las notas especiadas y amaderadas, a las que se suman toques terrosos tenues y un rastro dulzón bien característico del tabaco brasileño.

El Master Blender de Davidoff perfeccionó el conjunto de las hojas cubanas Criollo y luego lo introdujo en la hoja brasileña Mata Fina que, junto con los dominicanos Piloto, Olor y San Vicente, consiguen una perfección de sensaciones en boca como pocos puros pueden acreditar.



Las potentes y especiadas hojas cubra cultivadas al sol, un tabaco criollo de origen cubano cultivado en Brasil, despliegan los giros picantes de la mezcla, con su textura entre fina y media, la hoja de capote de cubra de Brasil garantiza una combustión inmediata.

Desde el principio, la mezcla intriga cuando el picante se encuentra con el dulce y con notas más cremosas y suaves que se van complementando en el segundo de sus tercios con ciertos tonos salinos para, avanzada la combustión, aparecer el café y el chocolate, que culminan una muy atractiva complejidad.

El cigarro cambia constantemente sus sabores y libera una nueva experiencia en el paladar con múltiples giros que, según avanza la combustión, encierran unos tonos sedosos y amables para las papilas gustativas.

Las potentes y especiadas hojas cubra cultivadas al sol, un tabaco Criollo de origen cubano cultivado en Brasil, despliegan los giros picantes de la mezcla, con su textura entre fina y media, la hoja de capote de cubra de Brasil garantiza una combustión inmediata.

Las hojas de su tripa cultivadas en República Dominicana de San Vicente Seco dan un toque de terroso y un retrogusto limpio a la mezcla, a la que se añade el Piloto Seco para realzar los aromas sutiles de café y madera de los demás tabacos.

Con una fortaleza de carácter medio un poco más alto –yo diría que uno seis sobre diez– esta Corona Gorda ofrece una degustación emocionante en la que los sentidos alertan tanto en boca como en los aromas que desprende.

Davidoff Escuro Corona Gorda se presenta en estuches de cuatro cigarros.



DAVIDOFF ESCURIO CORONA GORDA

FORMATO

Longitud: 152 mm.
Diámetro: 18,26 mm.
Cepo: 46
Peso: 11,74 gr.

TABACO

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

ANTES DE ENCENDER

Color: maduro.
Aroma: vegetal.
Gusto: dulzón.

FUMADA

De inicios con sabores muy gratos y sin estridencias, se perciben en la fumada tanto las especias como la madera, a las que se van agregando en la degustación algunos toques ligeramente picantes, junto a rastros salinos y con matices de café y cacao, realmente muy presentes una vez avanzada la combustión.

TIEMPO DE FUMADA

40/45 minutos.

TIRO

Excelente.

CENIZA

Ceniza blanca y consistente.

PRESENTACIÓN COMERCIAL

Estuches de cuatro cigarros.

PVP: 17,00 €/ud.

COMENTARIO

Ciertamente la consecución de una mezcla de tabacos brasileños y dominicanos en este cigarro consigue que el resultado final de la degustación del mismo sea altamente agradable en todo su recorrido, con un postgusto sedoso y nada agresivo en boca.



Dos habanos bien distintos, cuyas ligadas pertenecen a la buena variedad del vitolario de los cigarros cubanos pues mientras el Hoyo de Monterrey mantiene la fortaleza más baja, el Montecristo corresponde a una Línea especial de la marca que es más ligera que la ligada clásica con tres sobre cinco. Mientras el primero es un formato más tradicional, el segundo pertenece a los habanos más modernos, ya que los Robustos gozan de la mejor acogida por parte de los aficionados.

HOTO DE MONTERREY EPICURE N° 1

FORMATO

Longitud: 143 mm.
Diámetro: 18,26 mm.
Cepo: 46
Peso: 12,01 gr.

TABACO

Vuelta Abajo (Pinar del Río, Cuba).

ANTES DE ENCENDER

Color: carmelita.
Aroma: amaderado.
Gusto: herbáceo.

FUMADA

Se inicia el primero de sus tercios de forma suave y agradablemente sabroso mientras se perciben tonos de madera y especias, a los que se suman avanzada la combustión rastros dulzones y un ligerísimo picor, para finalizar muy bien balanceado de sabores y aromas mientras mantiene la suavidad.

TIEMPO DE FUMADA

45-50 minutos.

TIRO

Perfecto a lo largo de toda la fumada.

CENIZA

Gris más bien clara.

PRESENTACION COMERCIAL

Cajas de 25 y envases de tres unidades en tubo.

PVP: 20,50 €.

21,20 €/tubo.

COMENTARIO

Suavidad, buenos sabores y rastros tabaqueros con la garantía de ninguna arista en boca en este habano de vitola de galera denominada Coronas Gordas y con la ligada característica de la marca de una de las fortalezas más bajas de Habanos (uno sobre cinco).



MONTECRISTO OPEN MASTER

FORMATO

Longitud: 124 mm.
Diámetro: 19,84 mm.
Cepo: 50
Peso: 11,90 gr.

TABACO

Vuelta Abajo (Pinar del Río, Cuba).

ANTES DE ENCENDER

Color: colorado.
Aroma: vegetal.
Gusto: amaderado.

FUMADA

Buenos rastros tabaqueros en sus inicios para llegar al segundo de sus tercios con toques especiados, terrosos y amaderados que hacen de su final una perfecta conjunción de aromas y sabores en un magnífico balance.

TIEMPO DE FUMADA

45/50 minutos.

TIRO

Perfecto.

CENIZA

Gris tonos medios.

PRESENTACION COMERCIAL

Cajas de 20 cigarros y envases de 3 unidades en tubo.

PVP: 21,90 €.

22,60 €/tubo.

COMENTARIO

Con una fortaleza algo más baja que los cigarros clásicos de la marca Montecristo (tres sobre cinco), este Robustos de la línea Open nos muestra todos los matices de su riqueza de sabores a lo largo de toda su degustación.



ES MI MOMENTO
Es mi
VF
LA ROMANA

VegaFina es una de las mejores selecciones de puros premium del mundo. Elaborados a mano en La Romana, República Dominicana, ofrecen una amplia gama de cuatro líneas: Classic, Serie 2, Nicaragua y 1998. Con una trayectoria reconocida por su innovación y presencia en más de 50 mercados internacionales, VegaFina forma parte de los momentos de disfrute de los aficionados de todo el mundo.

Es mi Momento, Es mi VegaFina.

VEGAFINA

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



MARIDAJE
DAVID CAGIGAS

VEGAFINA CLASSIC WIDE ROBUSTO

VegaFina no deja de sorprender

La juventud, en numerosas ocasiones, es demasiado alegre a la hora de juzgar y, obviamente, un escritor, o descriptor, como yo, no es inmune a ella, aunque trate de ser lo más aséptico posible. Todo esto viene a cuento que VegaFina siempre ha sido para mí un tabaco que podría catalogarlo como no muy adaptado a mi estilo, un tabaco constante, que no daba grandes sobresaltos y de perfil bajo a la hora de fumarlo. Ahora, por supuesto, considero que esos aspectos, que antes eran defectos, son sus fortalezas.

En primer lugar, porque hacer un tabaco que sea constante de principio a fin y año tras año es una proeza. De tabaquería heroica, prácticamente. Si a esto le sumamos que no necesitamos para todos los días tabacos complejos que llevarnos a los labios, sino sencillamente disfrutar de un tabaco bien hecho, bien construido, suave –incluso medio–, con su punto de complejidad y que nos permita además saborear de unas po-

EL CIGARRO MUESTRA UNA CONSISTENCIA HOMOGÉNEA DURANTE TODA LA FUMADA. DE FORTALEZA SUAVE, DESTACAN SUS AROMAS DE MADERA, NOTAS QUE LLEVAN AL DULZOR COMO LOS TOFES, ESPECIA DE VAINILLA Y TOQUES DE CACAO, ALMENDRA Y MIEL, DEJANDO UN FINAL PERSISTENTE.

cas notas bien definidas a la vez que podemos estar sentados o paseando y pensar en nuestro día a día mientras lo fumamos, desde luego es un puntazo a su favor.

Y quizá sea por ello por lo que VegaFina sea el tabaco premium más consumido en España. Elaborados totalmente a mano en la ya archiconocida Tabacalera García, en La Romana, fabricados íntegramente en República Dominicana

La marca VegaFina amplía su línea Classic con el lanzamiento del VegaFina Classic Wide Robusto, una nueva vitola de cepo 54 y 140 mm,

que se convierte en el formato más ancho de la línea hasta la fecha. Este lanzamiento pasa a formar parte del portafolio estándar de la línea Classic,

respondiendo a las tendencias actuales del mercado orientadas a formatos excesivamente generosos, manteniendo el estilo suave y equilibrado de la línea Classic de VegaFina.

VegaFina Classic es conocida por su consistencia y fiabilidad. Su blend, creado a partir de tabacos de



VegaFina Classic Wide Robusto

Vitola de galera: Wide Robusto.
Tamaño: 140 mm x cepo 54.
Capa: Connecticut Ecuador.
Capote: Indonesia.
Tripa: República Dominicana, Colombia y Nicaragua.
Capa: Colorado natural.
Fortaleza: Suave a suave-media.
Tiempo de fumada: Unos 55-65 minutos.
Presentación comercial: Cajas de 25 cigarros.
PVP: 6,60 €/cigarro; 220,00 €/caja.

diferentes procedencias por el Grupo de Maestros presenta una capa de Ecuador, un capote de Indonesia y la tripa confeccionada con hojas procedentes de República Dominicana, Colombia y Nicaragua.

El cigarro muestra una consistencia homogénea durante toda la fumada. De fortaleza suave, destacan sus aromas de madera, notas que llevan al dulzor como los tofes, especia de vainilla y toques de cacao,



Oporto Colheita Quinta Vale Dona Maria

El Oporto Colheita Quinta Vale D. Maria es una línea de vinos de Oporto producida por Quinta Vale D. Maria, una finca histórica en el valle del río Tordo, en la región del Duero, Portugal. Estos vinos son reconocidos por su calidad y tradición, con diferentes añadas disponibles en el mercado.

Con el objetivo principal de expresar el terroir de la mítica región del Duero, respetando la historia y los métodos tradicionales, el reconocido enólogo Diogo Campilho es responsable de hacer de los vinos Quinta Vale Dona Maria uno de los más reconocidos y premiados de la región.

El Oporto Colheita 1940 es un ejemplo notable, un Oporto Tawny añejo que ha envejecido en barricas de roble durante muchos años, desarrollando sabores complejos y elegantes.

Otro ejemplo es el Oporto Colheita 1969, que también forma parte de la colección especial Quinta Vale D. Maria y se elabora a partir de las últimas barricas de años seleccionados y cuidadosamente almacenadas. Estos vinos se consideran verdaderas joyas vitivinícolas, reflejando siglos de tradición, dedicación y excelencia de la región del Duero.

Además, Quinta Vale D. Maria también produce otros tipos de vino de Oporto, como el Oporto Reserva, un coupage de variedades tradicionales del Duero, con uvas cosechadas a mano y pisadas en lagares de granito, fortificadas con aguardiente de uva y envejecidas durante dos años en barricas de roble centenarias. Genera un vino intenso, muy afrutado, notas de frutos negros, cacao, vainilla y una boca ligera.

Tarta de la Abuela

De muy fácil elaboración, es todo un clásico en las cocinas tradicionales de este país y, además, es perfecta para esta época y para disfrutar con nuestro tabaco y el oporto. Es un bocado perfecto para acabar la comida o la cena e, incluso, para merendar. Por ello, podemos elegir el momento adecuado y perfecto para comerla junto con nuestro tabaco. Es una tarta que se hace sin horno y es preferible consumirla de la nevera, por lo que aliviará no sólo la temperatura del tabaco, sino de la temporada en la que estamos. No olvidemos que es una base de galleta, crema pastelera o relleno de flan y cubierta de chocolate, insistiendo siempre en lo fácil de elaborar, incluso con niños.



TODO MARIDADO

MI OPINIÓN

La estrella del maridaje, más que el tabaco, que por supuesto lo es, van a ser sus notas de cacao y vainilla, presentes tanto en el oporto como en el bocado. Notas, por cierto, nada sutiles. Igual que las del tabaco. Además, la textura cremosa de la tarta irá perfecta con la cremosidad del tabaco y la densidad del vino de oporto y la baja temperatura de la tarta aliviará la del tabaco.

Es recomendable que el oporto esté atemperado y no del tiempo. Además, es como suele disfrutarse este vino en temporadas de verano en Portugal.

Tabacalera

Ámbar, la nueva vitola de Cohiba que llega al mercado español

Cohiba Ámbar es una selecta vitola que se incorpora como novedad al portafolio estándar de la marca y que estará disponible en los estancos más especializados del territorio español.

La marca Cohiba, creada en 1966, es sinónimo de exclusividad, tradición y calidad, además de ser reconocida como la marca cubana de mayor prestigio en el mundo del tabaco y un símbolo de lujo y alto estándar a nivel internacional. Como novedad en el mercado español, se estrena Cohiba Ambar, presentada en primicia por Habanos en el marco del Habanos World Days en 2021 y que se incorpora al portafolio estándar de la marca. Con vitola de galera Placeres y de cepo 53 y 132 mm de longitud, esta nueva vitola destaca por su distintivo formato parejo acabado en pigtail, evocando el equilibrio entre la tradición y la sofisticación que caracteriza a la marca.

Cohiba Ambar se presenta en un elegante estuche barnizado de 10 unidades cuyo diseño rinde tributo a los códigos estéticos tradicionales de Cohiba, elevando la experiencia del fumador a una nueva dimensión de lujo. En su nota de cata resalta la riqueza de matices de aromas y sabores, con notas amaderadas y un postgusto que refleja la fortaleza de media a alta característica de la ligada de la Línea Clásica de Cohiba. Cada habano ha sido elaborado "Totalmente a mano con Tripa Larga" y hojas seleccionadas de la reconocida región de Vuelta Abajo, en Pinar del Río, Cuba.

Cohiba Ámbar estará disponible en los estancos más selectos de España a un precio de 110 € el habano y 1.100 € la caja.

LA MARCA

Cohiba es la marca de mayor prestigio en el mundo del tabaco y un símbolo de lujo y alto estándar. Creada en 1966, durante muchos años estuvo destinada únicamente para regalos a personalidades de gobierno nacionales y extranjeras, y desde entonces se fabrica en la prestigiosa fábrica El Laguito en La Habana.

Cohiba es la única marca de Habanos en la que dos de los tres tipos de hojas que se utilizan en la elaboración de la ligada (seco y ligero) experimentan una fermentación adicional. Este



tratamiento especial confiere a sus vitolas un aroma y un sabor únicos que no pueden encontrarse en ninguna otra marca.



COHIBA ÁMBAR

FORMATO

Vitola de galera: Placeres (cepo 53 x 132 mm).

TABACO

Vuelta Abajo (Pinar del Río, Cuba).

NOTAS DE CATA

Capa: Color colorado oscuro, sedosa y con gran brillo.

Aroma: Amaderado, torrefacto, terroso, deja recuerdos a cedro, heno fresco y cuero.

Gusto: Tostado con notas de frutas maduras, puntas especiadas y un postgusto largo con presencia de puntas de melazas.

Fortaleza: Media a fuerte.

Combustión: Muy pareja y homogénea.

Tiro: Excelente.

Ceniza: Color gris medio, compacta y duradera.

Tiempo de fumada: 90 minutos aproximadamente.

P.V.P.: 110 €/cigarro.
1.100 €/caja.

Tabacalera

La Gloria Cubana D No. 5 Edición Regional llega a España de la mano del concepto "Fuera de Serie"

El mercado español recibe en exclusiva una joya para los amantes del habano: La Gloria Cubana D No. 5 Edición Regional 2017, en esta ocasión bajo el concepto "Fuera de Serie". Esta categoría, utilizada por última vez hace más de una década, vuelve para destacar una oportunidad única de adquirir vitolas excepcionales antes de su descatalogación definitiva.



La Gloria Cubana D No. 5 Edición Regional Fuera de Serie representa una de las últimas oportunidades para que aficionados y coleccionistas redescubran una de las Ediciones Regionales más valoradas dentro de la marca. Con vitola de galera D No. 5, cepo 50 y 110 mm de longitud, cada habano ha sido cuidadosamente añejado para potenciar sus

notas tostadas y amaderadas, características distintivas de La Gloria Cubana.

Esta edición especial se presenta en el estuche habilitado original de 10 Habanos de La Gloria Cubana D No. 5 Edición Regional, conservando la estética clásica de

la marca e incorporando como sello de distinción una etiqueta frontal con la mención "Fuera de Serie", que subraya su carácter exclusivo y su valor como pieza de colección. Estará disponible en los estancos más especializados de toda España a un precio recomendado de 20 € por unidad y 200 € la caja.

LA GLORIA CUBANA

Fundada en 1885, La Gloria Cubana es una de las marcas más emblemáticas del portafolio de Habanos. Reconocida por su carácter y sabor inconfundible, mantiene una sólida reputación entre los aficionados más exigentes, evocando el legado más auténtico del tabaco cubano.

LA GLORIA CUBANA D NO. 5 EDICIÓN REGIONAL

FORMATO

Vitola de galera: D No. 5
(cepo 50 x 110 mm).

TABACO

Vuelta Abajo (Pinar del Río, Cuba).

NOTAS DE CATA

Capa: Carmelita, entre natural y maduro, fina, brillante y sedosa.

Aroma: Maderas, tostado, especias, con recuerdos a cuero, cedro, melaza y pimienta.

Gusto: Tostado, con postgusto de café torrefacto, almendra amarga, cedro, salinidad ligera, melaza y pimienta blanca.

Fortaleza: Media.

Combustión: Pareja y homogénea.

Tiro: Correcto.

Ceniza: Gris medio con vetas oscuras.

Tiempo de fumada: 30 a 35 minutos.
P.V.P.: 20 €/cigarro. 200 €/caja.

Trinidad Short estrena nueva presentación especial en lata

Con la llegada del verano Trinidad presenta en el mercado español una nueva presentación en su formato Short. En esta ocasión, la marca nos ofrece una presentación especial en envase metálico con forma cilíndrica y tapa removible, un atractivo diseño que combina elementos emblemáticos de su logo y acabados de elevado detalle, creando una imagen final moderna y sofisticada.

Esta edición especial de Trinidad Short de 40 cigarrillos estará disponible en los estancos españoles hasta el final de existencias y al mismo precio por cigarrillo que su correspondiente referencia del portafolio estándar, 1,50 €/cig, con un precio por lata de 60 €.



H. Upmann Magnum Finite Edición Limitada 2024

La nueva vitola se dio a conocer de la mano de Tabacalera, S.L.U. y del Club Pasión Habanos ante más de 400 aficionados en un evento exclusivo celebrado en la famosa Plaza de Toros de Las Ventas en Madrid.

Con cepo 53 x 130 mm de largo, su añejamiento característico ofrece una experiencia excepcional, combinando tradición y exclusividad. H. Upmann Magnum Finite Edición Limitada 2024 (cepo 53 x 130 mm de largo) destaca no sólo por su elegancia, sino por su exclusividad. Es una vitola diseñada para los aficionados que buscan una experiencia única y sofisticada, combinando la herencia y tradición de la marca, sus Habanos refinados de fortaleza suave

a media, y el añejamiento de al menos dos años característico de las Ediciones Limitadas.

H. Upmann Magnum Finite es el resultado de un meticuloso proceso de elaboración con hojas de capa, tripa y capote provenientes de las vegas de la región de Vuelta Abajo, considerada la mejor zona tabacalera del mundo, en Pinar del Río, Cuba.

Magnum Finite se presenta en un exclusivo estuche de 25 unidades, reafirmando su carácter limitado que refleja la calidad y exclusividad de esta Edición Limitada, y ya está disponible en los mejores estancos a un precio de 50 euros el cigarro y 1.250 euros la caja.

H. UPMANN MAGNUM FINITE EDICIÓN LIMITADA 2024



FORMATO

Vitola de galera: Singulares (cepo 53 x 130 mm).

TABACO

Vuelta Abajo (Pinar del Río, Cuba).

NOTAS DE CATA

Capa: Carmelita maduro, suave, sedosa, con grasa y brillante

Aroma: Amaderado, tostado, herbáceo, frutas maduras, especiado y dulce que nos deja recuerdos a cedro ahumado, cuero, pasa, café, cacao, clavo, vainilla y melazas.

Gusto: Cremoso, amaderado, tostado, terroso, puntas vegetales, y minerales, frutas maduras, dulzón y ligeras especias que nos dejan un posgusto a heno, cedro ahumado, tierra húmeda, musgo, puntas yodadas, ciruela pasa, vainilla, nuez moscada, y melaza.

Fortaleza: Suave-media

Combustión: Muy pareja y homogénea.

Tiro: Muy bueno.

Ceniza: De color gris oscuro con vetas de gris medio, ambas mate.

Tiempo de fumada: 60 minutos aproximadamente.

P.V.P.: 50 €/cigarro.

1.250 €/caja.

Nuevo VegaFina Classic Wide Robusto, la vitola de mayor cepo de la línea Classic

VegaFina es todo un referente en el mundo de los puros de alta calidad, siendo la marca de cigarros premium más vendida en España gracias al respaldo de expertos y aficionados. Ahora, VegaFina continúa ampliando su reconocida línea Classic con el lanzamiento de VegaFina Classic Wide Robusto, una nueva vitola de cepo 54 x 140 mm, que se convierte en el formato más ancho de la línea hasta la fecha.

El lanzamiento de este Classic Wide Robusto era muy esperado por los aficionados y pasa a formar parte del portafolio estándar de la línea Classic. Una propuesta que responde a las tendencias actuales del mercado, cada vez más orientado a formatos generosos, sin renunciar al estilo suave y equilibrado que caracteriza a la línea Classic de VegaFina, con el que se inició la marca.

VegaFina Classic es todo un referente de consistencia y fiabilidad. Al igual que el resto de la línea, Wide Robusto está hecho a mano en la emblemática fábrica Tabacalera de García, en La Romana, República Dominicana. Su refinado blend, a partir de tabacos de diferentes orígenes creado por el Grupo de Maestros, está rematado por una sutil capa Connecticut Ecuador de color marrón claro. El resultado es un cigarro de fortaleza suave, que destaca por su aroma intenso a madera, y rico sabor equilibrado con puntas dulces y notas a cacao, almendra y ligeras mieles que dejan un posgusto duradero.

Además, este lanzamiento es el primero de la línea Classic que se presenta con la nueva imagen de VegaFina: un nuevo diseño moderno y altamente visual con el característico logo VF, al que se ha incorporado por primera vez la denominación "Classic", haciendo

referencia a la línea original con la que nació la marca.

VegaFina Classic Wide Robusto se lanzará en varios países de todo el mundo. El precio en España será muy atractivo, 6,60 euros/cigarro, y está disponible en el mercado desde este pasado mes de junio.



FICHA TÉCNICA Y DE CATA

FORMATO

Vitola: Wide Robusto.
(140 mm x cepo 54).

TABACO

Capa: Connecticut de Ecuador.

Capote: Indonesia.

Tripa: República Dominicana, Colombia y Nicaragua.

NOTAS DE CATA

Capa: Colorado natural.

Aroma: Intenso, con puntas dulces a vainilla y ligeras mieles.

Gusto: A madera y especias, con notas de café, cacao y vainilla.

Fortaleza: Suave.

Tiro: Muy bueno.

Combustión: Muy pareja y homogénea en toda la fumada.

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

Tiempo de fumada: 55-65 minutos aproximadamente.

Presentación: Caja de 25 cigarros.

PVP: 6,60 euros/cigarro.
165,00 euros/caja.



¿Aún NO conoces nuestra página web?

Suscríbete y accede a todo el contenido cuando quieras



También puedes
descargarte el PDF
de las últimas ediciones

Premium Brands



Casa 1910, homenaje al orgullo nacional y el espíritu de la revolución mexicana

Casa 1910 no es una marca de cigarros premium nueva en España, pero ahora han decidido renovar sus esfuerzos para acercar los puros mexicanos a los aficionados españoles y para ello han elegido a Premium Brands como su representante en España.

Premium Brands, la compañía liderada por los hermanos Iván e Israel Montes, convocó a un selecto grupo de estanqueros especializados en puros para presentarles el acuerdo al que han llegado con la compañía mexicana Casa 1910 y su oferta de cigarros premium, "el tabaco más premium de México", como explicaba Iván Montes, que ofrece distintas fortalezas en su gama para adaptarse a cualquier tipo de fumador y que son elaborados bajo la atenta batuta de su master blender, Manolo Santiago.

En la presentación se contó con la presencia de Jamie Baer, CEO y cofundador de Casa 1910; Joao Maierhofer, brand ambassador de la marca y Christian Wagner, su director de Ventas.

Como explicó Jamie Baer, Casa 1910 es "una historia de vida que captura el orgullo nacional y el espíritu de la revolución mexicana. Para nosotros México y su revolución son algo importantísimo, ya que todos nuestros puros y líneas se basan en un hecho histórico". "Somos una marca –dijo– para promover el nombre y la historia de México" y ya están presentes en 22 países, a pesar de los poco más de sus cuatro años en el negocio.

TRES LÍNEAS

La oferta de Casa 1910 se presenta en tres líneas diferentes.

Revolutionary Edition, que conmemora las primeras batallas de esa revolución, es el buque insignia de la compañía y se elabora en México con tabacos 100% mexicanos. está compuesta por dos cigarros: Cuchillo Parado, de 127 mm y cepo 50; y Tierra Blanca, de 152 mm y cepo 54.

Cavalry Edition, dedicada a los grandes héroes de la revolución (Emiliano Zapata y Pancho Villa) y sus caballos,



Christian Wagner, Jamie Baer, Iván Montes y Joao Maierhofer.



de quienes reciben el nombre los cigarros, se produce en Nicaragua con tabacos nicaragüenses e importante presencia de tabaco Negro San Andrés mexicano y cuentan con una fortaleza medio-fuerte: As de Oro, de 152 mm y cepo 54; Lucero, un torpedo de 152 mm y cepo 54; y Jilguero, de 152 mm y cepo 60.

Soldadera Edition es un homenaje a las mujeres que dejaron de lado sus habituales labores para armarse y luchar. Elaboradas en República Dominicana, sus cigarros de fortaleza media a media-fuerte están elaborados con tabacos dominicanos, nicaragüenses y mexicanos. La línea la componen el Sampetrina, de 127 mm y cepo 50; y el Teniente Ángela, de 152 mm y cepo 52.

Los Casa 1910 se presentan en atractivas cajas de color anaranjado de 10 cigarros. Cada caja lleva una pestaña que abre hacia el exterior con información técnica y de cata del cigarro. Además, la caja es un humidor portátil que, al cerrarse, todo el aire del interior es expulsado y, con un sobre humidor de Boveda, empresa con la que colaboran, hace que el tabaco esté perfectamente conservado.

Los tabacos mexicanos de sus ligas están cultivados en el Valle de San Andrés, de donde provienen unas hojas que son muy demandadas para capa y capote por muchos fabricantes.



Premium Brands

Plasencia presenta su nueva línea Alma del Cielo

Plasencia Cigars, representado en nuestro país por Premium Brands, ha presentado a estancos especialistas y aficionados la nueva línea Alma del Cielo, que se une a las anteriores colecciones Alma Fuerte, Alma del Campo y Alma del Fuego presentadas con anterioridad y de gran éxito entre los amantes de los cigarros premium.

La presentación ha contado con la presencia de, además de Iván Montes, de Premium Brands, que agradeció a la compañía nicaragüense la confianza que siempre les prestan no ya sólo como empresa, sino desde la propia familia Plasencia, con buena parte del equipo directivo de Plasencia Cigars, encabezada por Néstor Andrés Plasencia (presidente), Ed Bello (CEO), Rodrigo Medina (International Sales Director EMEA), Tim Griek (Global Travel Retail Manager) y Rajat Lakhani (Area Director Asia Pacific & Global Travel Retail).

Alma del Cielo, elaborados por Plasencia Cigars en Nicaragua, con tabacos 100% nicaragüenses procedentes de las fincas de Plasencia, envueltos en una capa de Jalapa, se presenta en tres formatos: Amanecer Hexágono 152 mm y cepo 60; Boreal Toro 156 mm y cepo 54; y Celeste Robusto 124 mm y cepo 52.



KISS THE SKY, BESA EL CIELO

Alma del Cielo llega bajo el lema "Kiss the sky" y como explicó Néstor Andrés Plasencia "es un producto del que estamos enamorados. Alma del Cielo nace de una finca que está a 3.500 pies (más de 1.067 metros) sobre el nivel del mar. Es una finca a la que tenemos un cariño increíble porque es donde mi madre pasó su niñez y su juventud y mis hermanos y yo crecimos escuchando las historias de qué feliz fue mi madre en esa finca. Por problemas de salud, mi abuelo tuvo que vender la finca y mi padre, una vez que regresamos a Nicaragua después de estar en el exilio en Honduras, le regaló de nuevo la finca a mi madre. Es una historia de amor. Yo tengo el amor al tabaco por mi padre, pero el amor a la naturaleza viene de mi madre y de ese lugar tan especial".

Como señaló, "en esta finca confluyen varias cosas. La altitud, el clima, el suelo y el saber hacer se juntan para crear algo que no sólo está hecho para ser fumado, sino también para ser sentido. Allí, la diferencia de temperatura entre el día y la noche y la altitud hacen que el ta-



Arriba, Néstor Andrés Plasencia. En la otra imagen, Rodrigo Medina, Ed Bello, Rajat Lakhani, Néstor Andrés Plasencia, Iván Montes, Tim Griek y Carlos Chaparro.

baco madure de una forma más lenta y tenga sabores y aromas más difíciles de encontrar en otros lugares. Este tabaco, en la liga, no la domina, pero sí es su alma. Lo utilizamos con devoción, casi por referencia, porque sabemos que su presencia transforma la experiencia. Este puro está hecho para encender lo más profundo dentro de nosotros, está hecho para encender nuestro alma".

La experiencia de Alma del Cielo se abre con una rica y cremosa dulzura de mazapán y miel, acentuada por sutiles toques de turrón. A medida que el puro evoluciona, se abren paso matices terrosos, acompañados de delicados toques de cáscara de naranja. El corazón del humo revela la calidez del cedro y más turrón, mientras que el final ofrece un armonioso crescendo, con un refinado toque de jengibre que perdura suavemente.

La degustación estuvo maridada con el ron nicaragüense Flor de Caña 25 Años, cuya brand ambassador, Noelia Rey, ilustró a los asistentes durante la cata de cinco sentidos del ron.



NUEVA LÍNEA DE HUMIDORES PERSONALES Y COMPLEMENTOS

HUMIDORES WACOTA PRESENTA THE OTHERS

Humidores Wacota lanza The Others, una nueva colección de humidores personales y complementos que quiere revolucionar el universo del cigarro premium, apostando por la energía, el optimismo y la creatividad que transmite su vibrante color naranja. Esta línea está pensada para una nueva generación de aficionados y amantes del placer del buen fumar que buscan algo diferente.

The Others ofrece todo lo necesario para disfrutar del mundo del tabaco premium desde el primer momento: humidores personales, cortapuros, encendedores, ceniceros y pureras. Wacota The Others está disponible para la compra online en <https://theothers.wacota.com/>.

TODO ARRANCA CON UN SET DE INICIO

Para dar el primer paso con estilo y comodidad, Humidores Wacota ha creado un exclusivo Set de Inicio que reúne todos los elementos esenciales:

- Humidor Wacota Orange individual: un modelo de sobremesa con un espectacular lacado naranja resistente a huellas y arañazos, interior de cedro y sistema de humedad natural para conservar los cigarros en condiciones óptimas. Cuenta con una bandeja para mantener los cigarros ordenados.
- Cenicero artesanal hecho a mano por los artesanos madrileños Su.Ko en arcilla roja, cada pieza es única gracias a un esmaltado especial que reacciona de manera diferente al calor del horno. Con espacio para tres cigarros, lleva grabado el logo de Humidores Wacota con la técnica Terra Sigillata, aportándole autenticidad.
- Purera de piel de Ubrique: hecha a mano en este pueblo de Cádiz con más de tres siglos de tradición en el curtido, cosido y acabado de pieles, tiene un diseño compacto y resistente para transportar hasta tres cigarros tipo Doble Robusto.
- Encendedor bicolor (naranja y negro): tipo torch, de dos llamas en forma de pirámide, portátil, ergonómico y con tapa retráctil.
- Cortapuros tipo guillotina de doble hoja: corte limpio y preciso en un diseño ovalado que garantiza comodidad.

Un pack pensado para quienes no sólo quieren fumar un cigarro, sino vivir una experiencia completa, con piezas prácticas y auténticas. Este Set de Inicio también se puede adquirir por separado.

WacotaTheOthers



- Color, energía y estilo para el mundo del cigarro premium

EL NARANJA: COLOR DE ENERGÍA, CREATIVIDAD Y OPTIMISMO

Wacota The Others no es una colección más: es una declaración de actitud. El naranja, protagonista de la línea, simboliza la energía vibrante de los nuevos comienzos, la creatividad que rompe moldes y el optimismo de quienes miran al futuro con ganas. Cada accesorio refleja esa apuesta por una forma de disfrutar distinta: moderna, libre y cargada de personalidad.

DISEÑO, CALIDAD Y PASIÓN

Además del emblemático Wacota Orange,



HUMIDORES WACOTA

<https://theothers.wacota.com/>
info@wacota.com
 +34 684 299 151
[@humidores_wacota](https://www.instagram.com/humidores_wacota)

ge, disponible en dos tamaños (con una o dos bandejas), The Others incluye otros modelos diseñados para una conservación óptima de los cigarros que se adaptan a todos los gustos y las necesidades:

- Humidor Colección Altea: disponible en negro, crema y blanco, acabado lacado antihuellas y antiarañazos y con herrajes dorados. Con humidificación natural y un elegante higrómetro analógico, la madera de cedro interior ayuda a que los cigarros se mantengan frescos.
- Humidor Colección Tabaco: compacto, en tonos verde hoja, marrón capa y gris ceniza, con lacado ultramate resistente a huellas y arañazos y la calidez del cedro natural en su interior. Con sistema de humedad natural e higrómetro analógico.

Como siempre, Humidores Wacota combina diseño, funcionalidad y materiales de primera calidad para ofrecer piezas que cuidan cada detalle.

Con The Others, Wacota reafirma su compromiso y atención a quienes ven en cada cigarro algo más que un hábito: una forma de expresarse, de disfrutar, de ser y de vivir.

Logista
STRATOR

LA TRANQUILIDAD DE ESTAR AL DÍA,
SIEMPRE UN PASO POR DELANTE



Strator
VeriFactu

La nueva normativa fiscal ya está aquí, y con Strator estarás preparado desde el primer día.

Evita sanciones, gana en tranquilidad y mantente siempre actualizado.

Conciertos, actividades,
museos, musicales
y mucho más.

¡Ya en tu estanco!



taquilla
powered by elo

MEDIASET

Logista