

## Nofumadores.org exige la paralización de la publicidad de blu que incita a fumar

Imperial Brand insta al uso del vapeador en lugares cerrados

8 de enero de 2020

La asociación [Nofumadores.org](http://Nofumadores.org) reclama la paralización cautelar de la nueva campaña de blu que viola la ley de publicidad sobre el tabaco. La presidenta de la asociación, Raquel Fernández Megina, declaró que **“la publicidad del vapeador de Imperial Brands no solo incita a fumar, sino que replica las mismas técnicas empleadas por otras empresas en EEUU, causantes de la actual epidemia de vapeo adolescente en ese país”**. La organización antitabaco sostiene que el mensaje de “te ayuda a disminuir tu consumo de tabaco”, viola la ley, a la vez que erosiona el proceso de desnormalización del tabaco a través del impulso del vapeo en lugares cerrados. Según el análisis del Comité Nacional para la Prevención del Tabaquismo (CNPT) sobre los 30 estudios que existen al respecto, entre el 60 y el 80% de las personas que vapean siguen fumando, por lo cual no está probado que sirvan para dejar de fumar, sino que se fomenta el consumo dual.

- El mensaje más peligroso de los que lanza esta campaña reclama que “este año lo consigo sin perderme ningún plan”, y revela la estrategia de Imperial Brands de impulsar el uso del vapeador en los lugares cerrados donde ya se había conseguido desnormalizar el consumo. Blu explota la obsolescencia de la legislación en el tema del vapeo, que no lo equipara al tabaco en interiores, y realiza una campaña para normalizarlo, a pesar del rechazo de la sociedad española.

- Nofumadores.org acusa a la tabaquera de irresponsable y maquiavélica. La presidenta de Nofumadores.org declaró que **“el mensaje es un escándalo. El hecho de que Imperial Brands, quien contribuye a las 52.000 muertes anuales por tabaquismo en nuestro país, envíe cualquier mensaje publicitario que no sea la cesación absoluta, es ofensivo, sin embargo no nos sorprende, pues lleva décadas anteponiendo sus intereses económicos a la salud y vida de las personas”**. La tabaquera aprovecha, además, que la ley española no le obliga a colocar la advertencia de que la nicotina causa adicción, algo que sí debe hacer en EEUU. Imperial Brands está recomendando el consumo dual de sus productos.

- Uno de los mensajes de la tabaquera afirma: “Este año lo consigo sin perder el buen humor”, refiriéndose al síndrome de abstinencia provocado por la nicotina de los cigarrillos. Otro de los mensajes reclama que “Este año lo consigo sin atracar la nevera”, implicando que blu ayuda a controlar el peso, lo cual se trata de un reclamo peligroso para adolescentes y el público femenino.

La organización antitabaco resalta la indefensión de la sociedad española ante las campañas de blu en publicidad exterior e **insta a la Administración a realizar los cambios legislativos oportunos para que una publicidad, prohibida en todos los demás soportes, deje de incitar al tabaquismo y el consumo de nicotina y exponer a los adolescentes a los reclamos de un producto que es perjudicial y se dirige a normalizar e incitar el consumo entre los adolescentes.** La presidenta de Nofumadores.org señaló que “la solución es copiar la legislación que ya existe en el País Vasco, cuya Ley de Adicciones le ha parado en seco los pies a la publicidad de blu, por lo que allí no es posible ver estos mensajes”.

Nofumadores.org denunció a Imperial Brands por su publicidad de blu en 15 comunidades autónomas en agosto de 2019, una publicidad que copiaba todos los elementos de glamour propios de la estética tabaquera de los años sesenta y que replican las campañas lanzadas por Juul en EEUU, causantes de una epidemia de vapeo infantil y juvenil. La asociación antitabaco reclama una investigación de la Fiscalía a Imperial Brands por prácticas que causan un perjuicio objetivo a la sociedad española.

Nofumadores.org sostiene que “no podemos permitir que una tabaquera infrinja la ley, ni mucho menos que se acoja a excepciones sobre la publicidad que parecen hechas ex-profeso para impulsar unos productos dañinos y dirigidos a adolescentes por pura codicia, por hacer crecer un mercado que la sociedad española no necesita”. Toda esta publicidad supone un retroceso en la desnormalización conseguida en la última década. Imperial Brands lo sabe y está aprovechando esta brecha legal para echar por tierra todos los avances conseguidos hasta la fecha antes de que un cambio legal se lo impida.

[Nofumadores.org](http://Nofumadores.org), asociación sin ánimo de lucro líder en España en la defensa de los fumadores pasivos.

## Para más información:

**Ubaldo Cuadrado**  
Portavoz de Nofumadores.org  
Email: [ucuadrado@nofumadores.org](mailto:ucuadrado@nofumadores.org)  
Tel: 662 27 03 00

**Raquel Fdez. Megina**  
Presidenta de Nofumadores.org  
Email: [prensa@nofumadores.org](mailto:prensa@nofumadores.org)  
Tel: 606112738