



A GLOBAL  
TOBACCO  
INDUSTRY  
WATCHDOG

**FM**  
Formulamoney

## Cómo las grandes tabacaleras usan a la F1 para eludir los esfuerzos holandeses por proteger a los ciudadanos y a los jóvenes.

Estudio de caso

Este estudio de caso se ha actualizado desde su inclusión original en "[Driving Addiction: A Race for Future Generations](#)"

**Los Países Bajos tienen leyes estrictas que limitan la publicidad del tabaco, pero la industria tabacalera sigue encontrando formas de promocionar productos peligrosos entre los fanáticos de las carreras.**

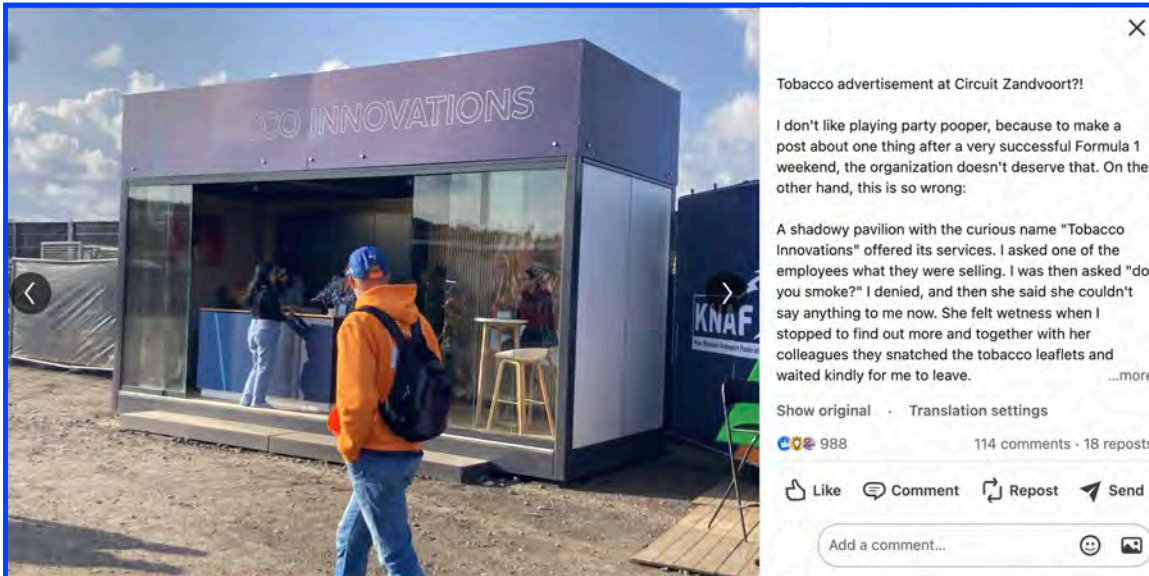
**En 2023, meses después de que los legisladores holandeses anunciaran planes para prohibir la venta de bolsitas de nicotina, los autos McLaren de dos de los pilotos de Fórmula 1 más populares del mundo participaron en el Gran Premio de Holanda en Zandvoort con anuncios de Velo, la adictiva marca de bolsitas de nicotina de British American Tobacco.**

Además de la marca Velo en el halo y el alerón delantero, las tomas de aire laterales de los autos mostraban el anagrama "Love". La marca "Love", una táctica utilizada por primera vez en el Gran Premio de Holanda de 2022, se compone de nombres de fanáticos recopilados como parte de una competición mundial de BAT/McLaren dirigida a fanáticos jóvenes y mayores en las redes sociales.

Las organizaciones sanitarias holandesas presentaron reclamos ante la autoridad publicitaria de su país y la directora de la Sociedad Holandesa contra el Cáncer KWF, Carla van Gils, emitió un duro comunicado: "La industria tabacalera está haciendo todo lo que está a su alcance para mantener la adicción de los jóvenes con el fin de mantener en marcha este negocio repugnante y mortal. ... Nos parece extraño que se le permita hacer publicidad de un producto que está prohibido".

Tras la protesta pública, la marca Velo desapareció de los autos del Gran Premio de Holanda de 2024. Sin embargo, las marcas Vuse y Velo de BAT aparecieron en imágenes de los autos McLaren en el programa virtual oficial de la carrera.

En el Gran Premio de Holanda de 2024 también se produjo una novedad: Un médico y aficionado a la F1 que asistía a la carrera publicó imágenes en las redes sociales alertando a los defensores de la salud sobre un nuevo y misterioso [quiosco "Tobacco Innovations"](#) que promocionaba los productos de la industria. Los representantes del quiosco se negaron a dar información al médico cuando este les dijo que no fumaba, por lo que no pudo saber más sobre los productos que promocionaban.



Una publicación en LinkedIn de un médico y entusiasta de la F1 reveló la presencia de un quiosco "Tobacco Innovations" en el Gran Premio de Holanda de 2024. Funcionarios de PMI reconocieron posteriormente que se trataba de su propiedad.

Las autoridades municipales de Zandvoort denunciaron el quiosco, mientras que los organizadores de la carrera declararon al periódico Haarlems Dagblad que [habían tenido que permitirlo](#) debido a obligaciones contractuales con la Fórmula 1.

Esto sugiere que la propia F1 ha llegado a un acuerdo global con las grandes tabacaleras, además de los patrocinios específicos de los equipos, para beneficiarse ayudando a las tabacaleras a llegar a los fanáticos del deporte. El gigante de los cigarrillos Philip Morris International reconoció posteriormente que el stand era de su propiedad, pero la empresa afirmó que solo vendía "productos de tabaco sin humo" y que no infringía ninguna ley ni reglamento.

La Autoridad de Seguridad de Alimentos y Productos de Consumo de los Países Bajos está investigando el asunto para determinar si el stand infringía la legislación holandesa sobre publicidad, [según informó en agosto de 2024](#).

El periódico De Telegraaf también informó sobre una "tarde especial con Max" en el palco VIP del fabricante de tabaco Philip Morris, aprovechando la popularidad del héroe local Max Verstappen que pilota para Red Bull (que no está patrocinado por PMI).

No está claro si Verstappen visitó el palco, pero las tabacaleras utilizan las invitaciones de hospitalidad para forjar relaciones con personas influyentes y el informe confirma que dos ex políticos holandeses fueron invitados de PMI en la carrera.

En el artículo, un periodista de De Telegraaf, también invitado de PMI, repitió en su informe el comentario de un ejecutivo de la tabacalera sobre las alternativas "sin humo" de la empresa, contribuyendo a que las cuestionables afirmaciones de PMI llegaran a un público más amplio.

El Gran Premio de Holanda muestra que, incluso en países con leyes estrictas para proteger la salud pública, la F1 ayuda a las grandes tabacaleras a relacionarse con personas que pueden ayudarles a influir en la política, llegar a fanáticos de todas las edades y engañar al público sobre sus productos peligrosos y adictivos.