



Πανεπιστήμιο Πειραιώς – Τμήμα Πληροφορικής  
Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών  
«Πληροφορική»

Μεταπτυχιακή Διατριβή

Τίτλος Διατριβής	<b>Εφαρμογή για την Εταιρεία «Philip Morris International Papastratos»</b> <b>Windows Application on Corporate «Philip Morris International Papastratos»</b>
Όνοματεπώνυμο Φοιτητή	<b>Μιχαλόπουλος Νικόλαος</b>
Πατρώνυμο	<b>Παρασκευάς</b>
Αριθμός Μητρώου	<b>ΜΠΠΛ/ 13052</b>
Επιβλέπων	<b>Ευθύμιος Αλέπης, Επίκουρος Καθηγητής</b>

**Τριμελής Εξεταστική Επιτροπή**

(υπογραφή)

(υπογραφή)

(υπογραφή)

Βίρβου Μαρία  
Καθηγήτρια

Τσιχριτζής Γεώργιος  
Καθηγητής

Αλέπης Ευθύμιος  
Επίκουρος  
Καθηγητής

## Περίληψη

Σκοπός της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής είναι η υλοποίηση και ανάπτυξη εφαρμογής προκειμένου να παρουσιαστεί εκτενώς η εταιρεία «ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ Α.Β.Ε.Σ.» σε όλους τους τομείς της, είτε διοικητικής είτε παραγωγικής φύσης.

Αρχικά γίνεται μια παρουσίαση της ιστορικής εξέλιξης της εταιρείας «ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ Α.Β.Ε.Σ.» από την αρχή της ίδρυσής της έως σήμερα. Στη συνέχεια ακολουθεί μια εκτενής παρουσίαση της εταιρείας με τα τμήματα από τα οποία αποτελείται και τις λειτουργίες αυτών καθώς και με τα προϊόντα που παράγει.

Αφού έχει ολοκληρωθεί η παρουσίαση της εταιρείας «ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ Α.Β.Ε.Σ.» σε όλους τους τομείς της, ακολουθεί η παρουσίαση και χρήση της εφαρμογής που υλοποιήθηκε για να απεικονίσει την εταιρεία μέσω ενός συστήματος. Ο σκοπός υλοποίησης της εφαρμογής είναι να χρησιμοποιηθεί από το τμήμα Ανθρώπινου Δυναμικού της εταιρείας σε Ημερίδες Καριέρας προς τους νέο-ενδιαφερόμενους ανθρώπους που θέλουν να ενταχθούν στο δυναμικό της «ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ Α.Β.Ε.Σ.». Μέσα από την προσπάθεια αυτή μπορούν οι νέοι εργαζόμενοι να μάθουν για την Εταιρεία, την Ιστορία της και τα Προϊόντα της.

Στη συνέχεια αναλύονται τα τεχνικά χαρακτηριστικά της εφαρμογής, για την υλοποίηση της οποίας συγκεκριμένα χρησιμοποιήθηκε η πλατφόρμα Visual Studio 2015 της Microsoft σε προγραμματιστική γλώσσα C# με την χρήση Forms και Panels, καθώς και μια αξιολόγηση αυτής.

Τέλος, παραθέτονται συμπεράσματα και μελλοντικές επεκτάσεις που απορρέουν από τη συνολική ανάλυση της εργασίας.

## **Abstract**

Aim of present postgraduate thesis is the concretization and growth of application so that presents itself extensively company "PAPASTRATOS A.B.E.S." in all her sectors, or administrative or productive nature.

Initially becomes a presentation of historical development of company "PAPASTRATOS A.B.E.S. of" from the start her foundation until today. Afterwards follows a extensive presentation of company with the departments by which it is constituted and the operations of these as well as with the products that produce.

After has been completed the presentation of company "PAPASTRATOS A.B.E.S." in all her sectors, follow the presentation and use of application that was materialized in order to it portrays the company via a system. The aim of concretization of application is to be used from the department of Human Potential of company in Meetings of Career to the new interested persons that want they include in the potential "PAPASTRATOS A.B.E.S.". Through this effort can the new workers learn for the Company, her History and her Products.

Afterwards are analyzed the technical characteristics of application, for the concretization of which were concretely used the platform Visual Studio of 2015 Microsoft in programming language C# with the use Forms and Panels, as well as a evaluation of this.

Finally, are listed conclusions and future extensions that derive from the total analysis of work.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>Εισαγωγή</b> .....	7
<b>1. Η Ιστορική Εξέλιξη της Εταιρείας ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ Α.Β.Ε.Σ.</b> .....	8
<b>2. Η Εταιρεία ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ Α.Β.Ε.Σ.</b> .....	41
2.1. Νομικό Τμήμα (Legal).....	42
2.2. Ανθρώπινο Δυναμικό (Human Resources).....	44
2.3. Εταιρικές Υποθέσεις (Corporate Affairs).....	46
2.4. Υπηρεσίες Πληροφοριών (Information Services).....	47
2.5. Οικονομικό (Finance).....	48
2.6. Εμπορικό (Marketing).....	51
2.7. Πωλήσεων και Διανομής (Sales & Distribution).....	52
2.8. Λειτουργίες (Operations).....	53
<b>3. Τα Προϊόντα της ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ Α.Β.Ε.Σ.</b> .....	54
3.1. Τα Προϊόντα.....	54
3.2. Τύποι Καπνού.....	54
3.3. Χαρμάνια Καπνού.....	55
3.4. Αξιολόγηση του Καπνού.....	55
3.5. Συστατικά Περιτυλίγματος Σιγαρέτων.....	92
<b>4. Παρουσίαση και Χρήση της Εφαρμογής</b> .....	102
4.1. Περιβάλλον και Βασικές Λειτουργίες της Εφαρμογής.....	102
4.1.1. Έναρξη Εφαρμογής – Διαδικασίες Εισόδου και Εξόδου.....	102
4.1.2. Περιεχόμενα της Εφαρμογής.....	103
4.1.2.1. Ιστορία.....	104
4.1.2.2. Εταιρεία.....	105
4.1.2.2.1. Νομικό (Legal).....	106
4.1.2.2.2. Ανθρώπινο Δυναμικό (Human Resources).....	107
4.1.2.2.3. Εταιρικές Υποθέσεις (Corporate Affairs).....	108
4.1.2.2.4. Υπηρεσίες Πληροφοριών (Information Services).....	109
4.1.2.2.5. Οικονομικό (Finance).....	110
4.1.2.2.6. Εμπορικό (Marketing).....	111
4.1.2.2.7. Πωλήσεων και Διανομής (Sales & Distribution).....	112
4.1.2.2.8. Λειτουργίες (Operations).....	113
4.1.2.3. Προϊόντα.....	114
4.1.2.3.1. Marlboro.....	115
4.1.2.3.2. Σήματα χαμηλής και μεσαίας κατηγορίας.....	116
4.1.2.3.3. Σήματα Στριφτού Τσιγάρου και άλλα Προϊόντα καπνού.....	117

4.1.2.4. Επικοινωνία.....	118
<b>5. Τεχνικά Χαρακτηριστικά της Εφαρμογής.....</b>	<b>119</b>
5.1. Προγραμματιστικό Περιβάλλον και Προγραμματιστικά Εργαλεία.....	119
5.2. Κώδικας Εφαρμογής.....	121
<b>6. Αξιολόγηση της Εφαρμογής.....</b>	<b>123</b>
<b>Συμπεράσματα και Μελλοντικές Επεκτάσεις.....</b>	<b>124</b>
<b>Παράρτημα.....</b>	<b>125</b>
<b>Βιβλιογραφία.....</b>	<b>139</b>

## Εισαγωγή

Η ανάγκη της εταιρείας «ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ Α.Β.Ε.Σ.» για παρουσίασή της μέσω μιας εφαρμογής οδήγησε στην ιδέα δημιουργίας της συγκεκριμένης μεταπτυχιακής διατριβής με κεντρικό θέμα την υλοποίηση εφαρμογής για την Εταιρεία «Philip Morris International Papastratos». Η υλοποίηση της εφαρμογής αυτής αποσκοπεί στη «γνωριμία» της εταιρείας «ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ Α.Β.Ε.Σ.» με το ευρύτερο κοινό αλλά κυρίως και με τους νέο-ενδιαφερόμενους υποψήφιους εργαζόμενους της εταιρείας.

Μέσω της διατριβής αυτής θα παρουσιαστεί λεπτομερώς η ιστορία της εταιρείας, από το ξεκίνημά της το 1913 στο Αγρίνιο από τα αδέρφια Παπαστράτου έως και την πιο πρόσφατη τοποθεσία των γραφείων και του εργοστασίου στον Ασπρόπυργο. Θα αναδειχθεί η δομή της εταιρείας και η κατανομή των θέσεων ανά τμήμα της επιχείρησης καθώς και ο σκοπός λειτουργίας του κάθε τμήματος.

Από τους σημαντικότερους τομείς της εταιρείας είναι η παραγωγή του εργοστασίου. Για το λόγο αυτό μέσα από λεπτομερή ανάλυση θα αναφερθούν τα προϊόντα της επιχείρησης με μάρκες καπνών και στοιχεία - ποσοστά ανά πακέτο σιγαρέτων. Θα γίνει ανάλυση από το φίλτρο μέχρι το σιγαρέτο και από το σιγαρέτο στην παρασκευή ολόκληρου του πακέτου σιγαρέτων.

Η υλοποίηση της συγκεκριμένης εφαρμογής που προορίζεται για παρουσίαση σε Ημερίδες Καριέρας, θα κατασκευαστεί σε πλατφόρμα Visual Studio 2015 της εταιρείας Microsoft και με χρήση της προγραμματιστικής γλώσσας C#.

Συγκεντρωτικά οι προσδοκώμενοι στόχοι υλοποίησης της εφαρμογής για την Εταιρεία «Philip Morris International Papastratos» είναι οι ακόλουθοι:

- Η απεικόνιση της εταιρείας μέσω ενός γραφικού περιβάλλοντος - εφαρμογής.
- Η ενσωμάτωση και διατήρηση πληροφορίας για όλους τους τομείς της εταιρείας, διοικητικής και παραγωγικής φύσης.
- Η «γνωριμία» της εταιρείας με το ευρύ κοινό.
- Η πληροφόρηση των νέων εργαζόμενων για την Εταιρεία, την Ιστορία της και τα Προϊόντα της.

Η σχεδίαση και αναπαράσταση της εφαρμογής αυτής συνεπώς εξασφαλίζει την πραγματοποίηση των προσδοκώμενων στόχων που καταγράφηκαν παραπάνω, καθώς εστιάζει στην ανάγκη της εταιρείας «ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ Α.Β.Ε.Σ.» να συστηθεί ξανά στους πελάτες αλλά και στο προσωπικό της.

## 1. Η Ιστορική Εξέλιξη της Εταιρείας ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ Α.Β.Ε.Σ.

### ➤ 1913 - 1930 (Καπνέμποροι στο Αργίνιο, την Αθήνα και την Ευρώπη)

- **1913**

Ιδρύεται στο Αργίνιο η Ομόρρυθμος Καπνεμπορική Εταιρεία ΑΦΟΙ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΥ, με ιδρυτικά μέλη τον Σωτήρη και τον Ευάγγελο Παπαστράτο. Οι παραγγελίες καπνών Αργινίου, τόσο για τις φτηνές ποιότητες, αλλά και για τις καλύτερες, αυξάνονται, διπλασιαζόμενες από χρόνο σε χρόνο, φθάνοντας τα 400.000 κιλά ετησίως.

- **1919**

Υπογράφεται νέο εταιρικό συμβόλαιο, με το οποίο επισημοποιείται η συμμετοχή στην Ομόρρυθμο Καπνεμπορική Εταιρεία ΑΦΟΙ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΥ του Επαμεινώνδα Παπαστράτου. Ο Ευάγγελος και ο Επαμεινώνδας ασχολούνται με τις πωλήσεις. Ο Ιωάννης αφοσιώνεται «στις εν Ελλάδι εργασίες» και υπερασπίζεται τα συμφέροντα της Εταιρείας στις διάφορες δημόσιες αρχές. Ο Σωτήρης ασχολείται και αυτός με τις εργασίες της Εταιρείας στην Ελλάδα.

Η έδρα της ΑΦΟΙ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΥ μεταφέρεται στην Αθήνα, αρχικά στην οδό Σωκράτους 85 και αργότερα, το 1925, στην οδό Σταδίου 31, 2ος όροφος. Συγχρόνως, η Εταιρεία, έχοντας άρτια οργάνωση, εξαπλώνεται στα κυριότερα καπνεμπορικά κέντρα της Ανατολής: Ξάνθη, Καβάλα, Αργίνιο, Πειραιάς, Καρδίτσα, Μακρυνούν, Θεσσαλονίκη, Σάμος, Μυτιλήνη, Βόλος, Κυκλάδες και Ναύπλιο.

Η Εταιρεία εγκαθιστά στα υποκαταστήματά της σύγχρονα μηχανήματα, διάφορα όργανα και σκεύη επεξεργασίας, φροντίζοντας συγχρόνως για την υγιεινή διαβίωση των εργαζομένων της αλλά και τη συντήρηση των καπνών με τη δέουσα τεχνική υποστήριξη. Στόχος της, η προώθηση των ελληνικών καπνών στο εξωτερικό.

Αργά, αλλά σταθερά, επεκτείνει τις δραστηριότητές της στο εξωτερικό, εξάγοντας στην Αίγυπτο, τη Σκανδιναβία, τη Νότιο Αμερική και κυρίως στις Η.Π.Α. και τον Καναδά.

Η κατάσταση που επικρατεί στην ελληνική καπνική οικονομία κατά το 1919, μετά την υπογραφή της ανακωχής, είναι δυσάρεστη. Η επανεμφάνιση βουλγαρικής και τουρκικής παραγωγής, ύστερα από τον τετραετή αποκλεισμό τους, προκαλεί απότομα μεγάλη πτώση των διεθνών τιμών, στην οποία αδυνατούν να ανταπεξέλθουν οι καπνοπαραγωγοί.

- **1920 - 1929**

Από το 1919 έως το 1936, ο Επαμεινώνδας Παπαστράτος παραμένει μόνιμα στο εξωτερικό, διευθύνοντας τις εργασίες της Εταιρείας, στην Ολλανδία αρχικά και στη συνέχεια στη Γερμανία.

Στη Γερμανία εγκαθίσταται πρώτα στη Δρέσδη και αργότερα στο Βερολίνο. Η Εταιρεία ιδρύει Γραφείο στο Άμστερνταμ, όπου αποθηκεύονται μεγάλες ποσότητες ελληνικών καπνών, με προορισμό τη Γερμανία και διάφορα άλλα ευρωπαϊκά μονοπώλια καπνού.

Η Εταιρεία εξάγει 1.940 τόνους καπνών. Η Εταιρεία ΑΦΟΙ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΥ αποτελεί προμηθευτή της μεγάλης σιγαρεττοβιομηχανίας Γ. Γιασματζί G.M.B.H. στη Γερμανία, η οποία το 1925 συγχωνεύεται στο Konzern Reemtsma. Η περίοδος αυτή χαρακτηρίζεται για την ελληνική καπνοβιομηχανία ως εξαιρετικά κρίσιμη. Παρ' όλα αυτά, η ΑΦΟΙ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΥ εξάγει 31.820 τόνους καπνά σε σύνολο 399.300 τόνων που εξάγονται από όλη τη χώρα στο εξωτερικό, κατέχοντας ποσοστό 12% επί του συνόλου.



- **1921**

Η Εταιρεία ΑΦΟΙ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΥ δεν ενδιαφέρεται μόνο για τη βραχυπρόθεσμη αποδοτικότητα των κεφαλαίων της, αλλά και για το πώς ο κόσμος των καπνοκαλλιεργητών θα μπορεί να απολαύσει ένα καλύτερο εισόδημα. Η ΑΦΟΙ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΥ κυκλοφορεί έντυπο, με τίτλο «Υπόμνημα Αδελφών Παπαστράτων προς τους καλλιεργητές αρωματικών καπνών του νομού Αιτωλοακαρνανίας».

Η Εταιρεία εξάγει 2.400 τόνους καπνών.

Η Εταιρεία διαλύει το Γραφείο της στο Ρότερνταμ και ιδρύει νέα μεγάλη Εμπορική Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (G.M.B.H.) με διακριτικό τίτλο PAPASTRATOS FRÈRES, στη Δρέσδη της Γερμανίας, που αποτελεί αυτή την περίοδο μεγάλο καπνικό κέντρο της Ευρώπης και ειδικότερα για τα ελληνικά καπνά.

- **1922**

Ίδρυση νέου Γραφείου της Εταιρείας στο Βερολίνο.

Η Εταιρεία εξάγει 3.640 τόνους καπνών παρουσιάζοντας αύξηση κατά 50% σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο.

Κατά τη Μικρασιατική Καταστροφή καίγονται ολοσχερώς οι αποθήκες της Εταιρείας στη Σμύρνη που είναι γεμάτες με 300.000 κιλά καλής ποιότητας καπνών αμερικάνικου τύπου.

- **1923**

Η Εταιρεία εξάγει 3.600 τόνους καπνών.

Στο τέλος του έτους ο Ευάγγελος Παπαστράτος, συνοδευόμενος από τον Αχιλλέα Μάντζαρη, μεταβαίνει στις Η.Π.Α., για να εξετάσει τη δυνατότητα διοχέτευσης μακεδονικών καπνών στην Αμερική.

- **1924**

Η Εταιρεία εξάγει 2.750 τόνους καπνών. Ίδρύεται η Καπνεμπορική Ομοσπονδία στην οποία συμμετέχει ενεργά εκ μέρους της Εταιρείας, ο Ιωάννης Παπαστράτος.

- **1926**

Η Εταιρεία εξάγει 4.370 τόνους καπνών.

Ο Ευάγγελος Παπαστράτος συμμετέχει ως τεχνικός σύμβουλος σε θέματα καπνού, σε επίσημη αποστολή ελληνογαλλικών συμφερόντων στο Παρίσι για την υπογραφή επιχειρηματικών συμφωνιών.

Η ΑΦΟΙ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΥ είναι προμηθευτής της γνωστής βιομηχανίας του Αμβούργου Haus Neuberger, η οποία συγχωνεύεται το 1925 στο Konzern Reemtsma.

- **1928**

Η Εταιρεία εξάγει 5.050 τόνους καπνών. Ο Ιωάννης Παπαστράτος εκλέγεται μέλος του πρώτου διοικητικού συμβουλίου του Αυτόνομου Οργανισμού Ελληνικού Καπνού. Στις 30 Μαρτίου σημειώνεται μεγάλη πυρκαγιά στις εγκαταστάσεις των αποθηκών της Εταιρείας στον Πειραιά.

Στις 17 Ιουλίου γαλλική εφημερίδα ανακοινώνει τη δωρεά των αδελφών Παπαστράτου, ποσού 60.000 φράγκων.

- **1929**

Η Εταιρεία εξάγει 3.650 τόνους καπνών. Η κρίση του καπνεμπορίου μαστίζει τη γερμανική αγορά, η οποία αποτελεί και τον καλύτερο πελάτη της ελληνικής αγοράς καπνών. Η γερμανική καπνοβιομηχανία συμπύσσεται σε ένα concern. Η κρίση αυτή επηρεάζει δραστικά την ελληνική αγορά καπνών, καθώς το 70% της παραγωγής της χώρας εξάγεται στη Γερμανία. Πολλοί από τους καπνεμπορικούς οίκους της Ελλάδας στρέφονται στην καπνοβιομηχανία. Κάτω από αυτές τις συνθήκες οι Αδερφοί Παπαστράτου αποφασίζουν την ίδρυση της ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ, με σκοπό την παραγωγή και την κυκλοφορία αμιγώς ελληνικών τσιγάρων.

- **1930**

Την εποχή αυτή, οι μεγαλύτερες σιγαρεττοβιομηχανίες είναι του Καραβασίλη, του Ματσάγγου, του Βάθη, του Δεδούλη, του Πυρπασόπουλου, του Μαρούλη και των Πανουκάκη-Πρωτοπαππά.

Οι περισσότερες από αυτές, όμως, έχουν τις εγκαταστάσεις τους μέσα στα κρατικά καπνοκοπητήρια, σε χωριστά διαμερίσματα η κάθε επιχείρηση. Εκεί, βρίσκεται στοιβαγμένο και το προσωπικό, χωρίς καμιά προφύλαξη για την υγεία του, με αποτέλεσμα να παρουσιάζονται συνεχή κρούσματα φυματίωσης.

Ιδρύεται η καπνοβιομηχανία ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ με έδρα τον Πειραιά.

Τα σχέδια του νέου εργοστασίου εκπονούνται στη Γερμανία.

➤ **1931 – 1939 (Καπνοβιομήχανοι στον Πειραιά)**

- **1931**

Κυκλοφορεί η πρώτη διαφήμιση της ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ. Στις 30 Μαΐου, εγκαινιάζεται το εργοστάσιο της ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ στον Πειραιά. Ο Ελευθέριος Βενιζέλος «πίεσας ηλεκτρικών κομβίων έθεσεν εις κίνησιν την λειτουργίαν του όλου δαιδαλώδους συγκροτήματος των μηχανημάτων των εγκατεστημένων εις τους εξ ορόφους των εργοστασίων». Νωρίτερα, ο Υπουργός Εθνικής Οικονομίας Βουρλούμης, απευθυνόμενος στους αδελφούς Παπαστράτου υπογράμμισε: «Ο καπνός είναι το κατ' εξοχήν εθνικόν μας προϊόν, αποτελεί το 60% της εξαγωγής μας. Από αυτόν ζουν 200.000 καλλιεργητών και άλλαι 100.000 καπνεργατών και επαγγελματιών. Από αυτόν τροφοδοτείται κατά το εν πέμπτον ο προϋπολογισμός του κράτους...». Η εφημερίδα Καθημερινή, την επομένη των εγκαινίων, σημειώνει στο πρωτοσέλιδό της για τα εγκαίνια του εργοστασίου: «Μία ελληνική καπνοβιομηχανία εφάμιλλος αν μη υπερτέρα των ευρωπαϊκών», «νεότατα μηχανήματα καθαρισμού και κατεργασίας του καπνού διά στροβίλων», «τεχνητά σύννεφα προς ύγρασιν», «η μηχανή που βλέπει και αισθάνεται», «πρωτοφανείς εις αρτιότητα εγκαταστάσεις διά το έμψυχον υλικόν της βιομηχανίας».

Ο Χρονογράφος, ημερήσια πειραιϊκή εφημερίδα, σημειώνει: «Το εργοστάσιον Αδελφών Παπαστράτου, το σύγχρονον καπνοβιομηχανικόν μεγαθήριον». Για την παραγωγική διαδικασία, παρατηρεί: Η πρώτη περίοδος της βιομηχανοποίησεως είναι η ύγρανση των καπνών σε θάλαμο μέχρι 100 βαθμών επί 20 συνεχείς ώρες ώστε ο καπνός να απορροφήσει την πρέπουσα υγρασία. Μετά ο καπνός εξέρχεται του στεγανού διαμερίσματος και εισέρχεται εις την μονάδα ξεφυλλίσματος όπου ξεφυλλίζεται και αναμειγνύεται. Το μεγαλύτερο προσόν

αυτής της μονάδος είναι η ύπαρξις συνδυασμού μαγνητών και κοσκίνων ώστε να απορροφάται και η τελευταία σκόνη από τον καπνό και να παραδίδεται στην σιγαροποίηση καθαρός. Εισερχόμενος ο καπνός στο τμήμα σιγαροποίησης εισέρχεται στις κοπτικές μηχανές και από εκεί με απορροφητικό σωλήνα μεταβιβάζεται από το υπόγειο του εργοστασίου στον γ' όροφο όπου ευρίσκονται οι σιγαροποιητικές μηχανές. Από εκεί και πάλι στον β' όροφο και στον τελικό καταναλωτή. Στον γ' όροφο λειτουργεί ειδικό μηχάνημα offset όπου τυπώνονται τα κουτιά σε πενταχρωμία. Το μηχάνημα αυτό είναι το πρώτο που λειτουργεί στην Ελλάδα. Στον δ' όροφο υπάρχουν αποδυτήρια, νιπτήρες, λουτήρες για το προσωπικό που ανέρχεται στα 250 κορίτσια και γυναίκες και 100 άνδρες.

Η συνολική δαπάνη ανέγερσης του εργοστασίου και των παρακείμενων αποθηκών, καθώς και η προμήθεια του εξοπλισμού ανέρχεται στις 400.000 λίρες Αγγλίας.

Στις 6 Ιουλίου του ίδιου έτους ιδρύεται νέα Ομόρρυθμος Καπνεμπορική Εταιρεία, με την επωνυμία ΑΦΟΙ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΥ και μέλη της τους Ευάγγελο, Επαμεινώνδα, Σωτήριο και Ιωάννη Παπαστράτου και μετοχικό κεφάλαιο 100.000.000 δραχ. Το καταστατικό της αποτελεί μια κωδικοποίηση όλων των τροποποιήσεων και επεκτάσεων του αρχικού καταστατικού της παλαιάς εμπορικής Εταιρείας.

Το Σεπτέμβριο του 1931, τυπώνεται το πρώτο εταιρικό έντυπο της ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ στα πιεστήρια της εταιρείας γραφικών τεχνών ΑΣΠΙΩΤΗ-ΕΛΚΑ, στο οποίο παρουσιάζονται: το υγραντήριο, οι μηχανές καθαρισμού των καπνών, τα υποπροϊόντα της βιομηχανοποίησης του καπνού, η σιγαροποιητική μηχανή, η αίθουσα πακεταρίσματος των σιγαρέττων, το μηχάνημα εκτυπώσεων των κουτιών, τα μηχανήματα της κυτιοποιίας, οι νιπτήρες, το εστιατόριο και η αίθουσα αναπαύσεως των εργατών, καθώς και ο τιμοκατάλογος των πωλούμενων σιγαρέττων.

Στον τιμοκατάλογο αυτό περιέχονται τρεις κατηγορίες τσιγάρων: τα Μακεδονικά, τα μικτά και τα Αγρινίου. Η κατηγορία των Μακεδονικών τσιγάρων περιλαμβάνει τις ακόλουθες ποιότητες και συσκευασίες: «No 6 των 20 τσιγάρων προς 20 δραχ., No 4 των 20 τσιγάρων προς 15 δραχ., No 4 των 10 τσιγάρων προς 8 δραχ., No 4 των 11 τσιγάρων με επιστόμιο προς 10 δραχ., No 2 των 20 ή 22 τσιγάρων προς 12,50 δραχ. και No 2 των 11 τσιγάρων προς 6,30 δραχ.». Η κατηγορία των μικτών τσιγάρων περιλαμβάνει τα ακόλουθα σήματα: «No 3 των 22 τσιγάρων προς 11 δραχ., No 3 των 11 τσιγάρων προς 5,50δραχ., No 3 των 26 τσιγάρων προς 12 δραχ., No 3 των 13 τσιγάρων προς 6 δραχ.». Στην κατηγορία των τσιγάρων Αγρινίου περιλαμβάνονται τα ακόλουθα σήματα: «No 1 των 22 τσιγάρων προς 13 δραχ., No 1 των 11 τσιγάρων προς 7 δραχ., No 1 των 11 τσιγάρων με επιστόμιο προς 8 δραχ., No 1 των 13 τσιγάρων προς 7,50 δραχ., No 5 των 22 τσιγάρων προς 11,50 δραχ., No 5 των 11 τσιγάρων προς 5,80 δραχ., No 5 των 26 τσιγάρων προς 12,50 δραχ., No 5 των 13 τσιγάρων προς 6,50 δραχ., No 10 των 22 τσιγάρων προς 10,50 δραχ., No 10 των 11 τσιγάρων προς 5,30 δραχ. και No 10 των 26 τσιγάρων προς 11,50 δραχ.». ».

Στις 31 Δεκεμβρίου 1931 συγκαλείται η πρώτη Γενική Συνέλευση της ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ για τη χρήση από 1.2.1931 έως 31.10.1931. Ο Ιωάννης Παπαστράτος σημειώνει ότι «την πρωτοβουλία της ιδρύσεως της εταιρείας δέον να αναζητήσω μεν εξ ίσου εις τους πέντε αυτής ιδρυτάς (τους τέσσερεις αδελφούς και την ΑΦΟΙ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΥ) οι οποίοι υπεβλήθησαν και εις το καταστατικόν αυτής συμβόλαιον. Ιδιαίτερως δέον να εξαρθή η συμβολή της Ομόρρυθμου Εταιρείας Αδελφοί ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΥ η οποία ως ιδρύτρια παρέσχε την πρώτην και πλέον απαραίτητον βάση διά την διαμόρφωσιν της Εταιρείας, το ακίνητον δηλαδή επί του οποίου οικοδομήθη το εργοστάσιον αυτής». Η ύπαρξη του ακινήτου αποτέλεσε σημαντικό παράγοντα για την επιλογή του Πειραιά ως τόπου εγκατάστασης της νέας επιχείρησης. Στην επιλογή του τόπου εγκατάστασης έπαιξαν επίσης σημαντικό ρόλο οι ακόλουθοι παράγοντες:

- i. η αδυναμία οικοδόμησης ενός τόσο ογκώδους εργοστασίου στην κεντρική περιοχή της Αθήνας,

- ii. στον Πειραιά τα καπνά θα μπορούσαν να κόβονται μέσα στο ίδιο το εργοστάσιο, χωρίς να μεταφέρονται αναγκαστικά στο Κρατικό Καπνοκοπτήριο, και
- iii. η σημαντική μείωση των εξόδων μεταφοράς, λόγω της διακίνησης των προϊόντων μέσω θαλάσσης και του σιδηροδρόμου.

Για την επιλογή του οικοπέδου που προτάθηκε από την Εταιρεία, ανάμεσα σε πολλές άλλες προτάσεις, έπαιξαν σημαντικό ρόλο οι ακόλουθοι παράγοντες: παραγγελία από τη Γερμανία των απαραίτητων μηχανημάτων μέσω της:

- i. η μη άμεση καταβολή μετρητών για αγορά οικοπέδου από την ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ,
- ii. η τιμή κτήσης σε παραχώρηση του οικοπέδου από την ΑΦΟΙ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΥ,
- iii. η γειτνίαση με τις κοντινές καπναποθήκες της ΑΦΟΙ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΥ και
- iv. η άμεση επικοινωνία του με το λιμάνι και το τραίνο.

Το εργοστάσιο αναλαμβάνουν να οικοδομήσουν ο Π. Γουζουάσης και η εταιρεία Ελλούλ. Ο πρώτος αναλαμβάνει τις οικοδομικές εργασίες και η δεύτερη την παροχή της αναγκαίας ξυλείας. Η ΑΦΟΙ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΥ αναλαμβάνει την καταβολή όλων των απαραίτητων προκαταβολών για την έναρξη των εργασιών και για την PAPASTRATOS FRÈRES G.M.B.H. Με την ολοκλήρωση των εργασιών του εργοστασίου, στις αρχές του 1931, η επιχείρηση προσπαθεί να βρει πρώτες ύλες και να συμβληθεί με έναν προμηθευτή που θα εξασφαλίζει τη μόνιμη τροφοδότηση της Εταιρείας με καπνά ή, μέσω δικών της εκπροσώπων, και πρακτόρων, να αναλάβει την φροντίδα της διαρκούς προμήθειας καπνών. Επιλέγεται προφανώς η πρώτη λύση, παρ' όλο που η δεύτερη θα παρείχε και επιπλέον κέρδος από την εμπορία του καπνού, αλλά θα δυσκόλευε την ορθή βιομηχανική ανάπτυξη της επιχείρησης.

Για το ρόλο αυτό, και μετά από έρευνα σε όλη την αγορά καπνών, επιλέγεται η ΑΦΟΙ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΥ, καθώς διαθέτει στην αγορά πιο εκτεταμένο δίκτυο προμήθειας ποιοτικών και ποσοτικά διαθέσιμων καπνών. Αγοράζονται, δοκιμαστικά, καπνά από την ΑΦΟΙ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΥ με ειδική σύμβαση για τη δοκιμή των μηχανημάτων του εργοστασίου και στο πλαίσιο μιας προσπάθειας σταθεροποίησης μιας πάγιας μορφής χαρμανιών. Μέχρι αυτό το σημείο εξαντλείται το 1/3 του καταβληθέντος κεφαλαίου της ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ. Με την καταβολή και των υπόλοιπων δόσεων, εξοφλούνται οι πρώτες οφειλές της επιχείρησης.

Με δαπάνη των αδελφών Παπαστράτου αρχίζει η ανέγερση, στην περιοχή του Υμηττού, του κτιρίου της «Σχολής Παιγνιδίων και Διακοσμητικής», συνολικού κόστους 2.000.000 δρχ.

Η Εταιρεία προμηθεύεται τρεις ξεφυλλιστικές μηχανές, τέσσερις κοπτικές, δύο τροχιστικές, μία ανοικτική, οκτώ σιγαροποιητικές και δύο πακεταριστικές. Η Εταιρεία απασχολεί 55 άνδρες και 16 γυναίκες ως υπαλλήλους και 114 άνδρες και 662 γυναίκες ως τεχνίτες και εργάτες. Η ετήσια παραγωγή του εργοστασίου ανέρχεται στα 2.000.000 κιλά καπνού και ως κινητήρια δύναμη χρησιμοποιεί το πετρέλαιο και το γαιάνθρακα.

Η χρήση κλείνει με ζημίες 8.812,85 δρχ.

## • **1932**

Οι οικονομικές εξελίξεις σε διεθνές και εθνικό επίπεδο επηρεάζουν σημαντικά τις εργασίες της Εταιρείας. Η παγκόσμια κρίση εντείνεται ακόμη περισσότερο, μετά την απόφαση του Ηνωμένου Βασιλείου να αποχωρήσει από τη «βάση του χρυσού». Ο αντίκτυπος αυτής της απόφασης είναι τεράστιος σε όλα τα κράτη τα οποία εγκαταλείπουν τον «χρυσούν κανόνα» και σπεύδουν να ακολουθήσουν κατά πόδας την αγγλική λίρα. Η ένταση της παγκόσμιας κρίσης είναι πλέον ορατή στον καθένα, καθώς η ανεργία επιτείνεται και η καταναλωτική δύναμη του αγοραστικού κοινού εξανεμίζεται και πέφτει πολύ κάτω από το μέσο όρο της προηγούμενης πενταετίας. Τα γεωργικά προϊόντα παραμένουν αζήτητα και το εμπορικό ισοζύγιο των διαφόρων κρατών επιδεινώνεται. Η Ελλάδα, προσπαθώντας απεγνωσμένα να ανταπεξέλθει

σε αυτήν την κρίση, προχωρά στη λήψη αυστηρών περιορισμών στην εξαγωγή συναλλάγματος, στην εισαγωγή προϊόντων και σε άλλα έκτακτα μέτρα, με στόχο την ισοσκέλιση του ισοζυγίου εμπορικών συναλλαγών. Η γενικευμένη όμως οικονομική κρίση κτυπά και την πόρτα των ελληνικών νοικοκυριών όλων σχεδόν των οικονομικών τάξεων, γεγονός που αντανακλάται και στις πωλήσεις της Εταιρείας.

Η Εταιρεία για να στηρίξει το προσωπικό της, δαπανά 579.165,15 δρχ. τόσο για την παροχή συσσιτίου, όσο και για την υγειονομική περίθαλψη των εργαζομένων της.

Οι πωλήσεις της Εταιρείας στο εξωτερικό ανέρχονται στα 43.660 κιλά. Η Εταιρεία έρχεται σε επαφή με το Γαλλικό Μονοπώλιο, ιδρύει στην Αίγυπτο πρακτορείο και ερευνά για νέες αγορές, όπως η Άπω Ανατολή και η Αφρική.

Η Εταιρεία ιδρύει στις 30 Νοεμβρίου στην Αγγλία, την HELLAS TOBACCO Co. Ltd., με έδρα το Λονδίνο και μετοχικό κεφάλαιο 500 λίρες Αγγλίας, με αποκλειστικό αντικείμενο τη διακίνηση των προϊόντων της στην Αγγλία και τις αγγλικές αποικίες.

Στη Γερμανία οι τελωνειακοί δασμοί είναι ανυπέρβλητοι και, για το λόγο αυτό, η Εταιρεία αποφασίζει να συμμετάσχει σε ποσοστό μεγαλύτερο του 75% σε καπνοβιομηχανία της Γερμανίας, με τον όρο η επιχείρηση αυτή να έχει κεφάλαιο 1.000.000 μάρκων και η νομική μορφή της εταιρείας να είναι περιορισμένης ευθύνης.

Η Εταιρεία εξαγοράζει το ποσοστό που χρειάζεται στην εταιρεία HELLAS ZIGARETTEN FABRIK G.M.B.H.

Συμπληρώνεται η τεχνολογική υποδομή της Εταιρείας με τρεις σιγαροποιοητικές μηχανές, μια κοπτική και μια πλήρη μηχανή παρασκευής κυτίων.

Ιδρύεται από τους αδελφούς Παπαστράτου στη Γερμανία η καπνοβιομηχανία HELLAS. Τα παραγόμενα στη Γερμανία τσιγάρα προέρχονται από ελληνικά καπνά.

Η ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ απασχολεί 3.000 άτομα για εννιά μήνες το χρόνο.

Οι ΑΦΟΙ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΥ ιδρύουν και δωρίζουν στο κράτος τα Παπαστράτεια Εκπαιδευτήρια: ένα δημοτικό και ένα γυμνάσιο. Η έκταση του περιβάλλοντα χώρου των εκπαιδευτικών εγκαταστάσεων καλύπτει περίπου 25 στρέμματα, στα οποία προβλέπεται να ανεγερθούν κατοικίες των παιδιών, κ.λπ. Πρόκειται για δωρεά ύψους 4.500.000 δρχ.

Αρχίζουν οι εργασίες διαμόρφωσης της κεντρικής πλατείας και του πάρκου του Αγρινίου, συνολικής έκτασης 100 στρεμμάτων.

Οι αδελφοί Παπαστράτου αναλαμβάνουν την ανέγερση του ομώνυμου περιπτέρου στο Θεραπευτήριο «Ασκληπιείο», στη Βούλα. Το περίπτερο διαθέτει 60 κλίνες, θεωρείται πρότυπο στο είδος του και στοιχίζει 1.500.000 δρχ.

Η χρήση κλείνει με ζημίες 162.108,30 δρχ.

#### • **1933 – 1934**

Τροποποιείται το αρχικό καταστατικό της ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ.

Η Εταιρεία ιδρύει στο Λονδίνο πρατήριο πώλησης τσιγάρων. Συγχρόνως προμηθεύει τσιγάρα στα μονοπώλια της Αυστρίας, της Γαλλίας, της Σουηδίας, της Ισλανδίας και άλλων χωρών.

Τα ανατολικά καπνά κυριαρχούν σε ποσοστό 98% στη γερμανική αγορά. Η ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ ιδρύει στο Βερολίνο το πρακτορείο Hellas Zigaretten Fabrik, με σκοπό την προβολή των ελληνικών καπνών στο εξωτερικό (Hellas Rea, Hellas Diana, Hellas FILTRO).

Με την επωνυμία Nestor Gianaclis, η ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ γίνεται μια από τις μεγαλύτερες φέρμες στα Βαλκάνια και τη Μέση Ανατολή.

Οι δυο επιχειρήσεις της Εταιρείας στη Γερμανία και την Αίγυπτο δεν παρουσιάζουν θετικά αποτελέσματα. Η επιχείρηση στη Γερμανία παρουσιάζει ζημία 3.000.000 μάρκων, δηλαδή 120.000.000 δρχ. και η επιχείρηση στην Αίγυπτο παρουσιάζει ζημίες 200.000 χρυσών λιρών Αγγλίας.

Ο Αναστάσιος Παπαστράτος, γιος του Ιωάννη Παπαστράτου, επιστρέφει από το εξωτερικό, όπου έχει σπουδάσει οικονομικές και πολιτικές επιστήμες και εντάσσεται στο δυναμικό της ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ.

Η Εταιρεία υποβάλλει υπόμνημα προς τη Γερουσία των Ελλήνων σχετικά με το νομοσχέδιο «Περί μεταρρυθμίσεως φορολογίας καπνού».

Η χρήση κλείνει με κέρδη 11.835.450,80 δρχ.

Αρχίζει να παρατηρείται γενική αύξηση κοπής καπνού στην Ελλάδα γεγονός που υποδηλώνει και τη δυναμικότητα ανάπτυξης του κλάδου της καπνοβιομηχανίας.

### • **1935**

Τροποποιείται το αρχικό καταστατικό της ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ.

Σημειώνεται πυρκαγιά σε μια από τις αποθήκες της ΑΦΟΙ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΥ, χωρίς όμως σημαντικές ζημίες στο τμήμα φύλαξης των καπνών της ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ.

Κατά το 1935, ο όγκος των εργασιών της Εταιρείας είναι πλέον εξαιρετικά μεγάλος. Μαρτυρείται από την κίνηση της αλληλογραφίας: 16.355 εισερχόμενα και 15.430 εξερχόμενα έγγραφα αλλά και 1.880 εξερχόμενα τηλεγραφήματα. Αποφασίζεται η μελέτη οργάνωσης ενός πλήρους και συνολικού διαχειριστικού ελέγχου των υποκαταστημάτων της Εταιρείας.

Αποφασίζεται η σύναψη ομολογιακού δανείου ποσού 60.000.000 δρχ., με επιτόκιο 7%, διάρκειας 30 ετών. Ως εγγύηση παρέχονται οι εγκαταστάσεις του εργοστασίου. Το δάνειο ανατίθεται στην Ιονική Τράπεζα. Με τα χρήματα του δανείου σχεδιάζεται να εξοφληθούν οι οφειλές προς την ΑΦΟΙ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΥ για την αγορά καπνών.

Η κατανάλωση του εσωτερικού σημειώνει αισθητή αύξηση σε ποσοστό 16% σε σχέση με το 1934. Το μεγαλύτερο τμήμα της αύξησης οφείλεται στο σήμα No 1, το οποίο σημειώνει μέσο όρο κατανάλωσης, κατά μήνα, 22.600 κιλά έναντι 14.800 το 1934. Η αύξηση αυτή αποδίδεται στην ευρύτατη αποδοχή του σήματος, κυρίως από τα λαϊκά στρώματα.

Οι πωλήσεις στο εξωτερικό σημειώνουν και αυτές αύξηση, φθάνοντας, το 1935, τα 79.834.738 σιγαρέτα έναντι των 67.069.295 το 1934. Οι κατά περίπτωση οικονομικές κρίσεις που αντιμετωπίζουν οι ξένες χώρες, σε συνδυασμό με τους κατά τόπους φορολογικούς και δασμολογικούς περιορισμούς καθιστούν την επέκταση των εργασιών της Εταιρείας εξαιρετικά δύσκολη. Από τα σιγαρέτα τύπου Αγρινίου τη μεγαλύτερη αύξηση πωλήσεων στο εξωτερικό σημειώνει το σήμα No 1. Γεγονός που οφείλεται κυρίως στην κατανάλωση των πληρωμάτων των ελληνικών πλοίων αλλά και στη σημαντική μείωση της τιμής αυτού του σήματος στα αγγλικά λιμάνια. Η μείωση των πωλήσεων του σήματος No 5 οφείλεται στη μείωση της ζήτησής του σε αγορές όπως η Γαλλία, η Ζάρα, κ.λπ. Τα αρωματικά τσιγάρα No 6, No 3 και No 4 παρουσιάζουν μια σχετική κάμψη στις πωλήσεις τους.

Το σήμα HELLAS SPECIAL που δημιουργείται το 1934, πετυχαίνει τη μεγαλύτερη κατανάλωση από όλα τα σήματα της Εταιρείας που διακινούνται στο εξωτερικό. Κυκλοφορεί σε τρεις διαφορετικούς τύπους χαρμανιών (Γαλλίας, Σουηδίας και Μαντζουρίας) με διαφορετική συσκευασία για κάθε χαρμάνι.

Το σήμα AZIZI δεν καταφέρνει να συγκρατήσει τις πωλήσεις του, κυρίως λόγω της μείωσης των πωλήσεών του στο Βελγικό Κονγκό.

Τα σήματα HELLAS WHITE και HELLAS YELLOW, παρά τη σημαντική βελτίωση των χαρμανιών τους, που επιτυγχάνεται με την προσθήκη καπνών Virginia, μόλις που καταφέρνουν να συγκρατήσουν το ήμισυ του επιπέδου των πωλήσεών τους το 1934.

Τα σήματα RED COCK, HUNTER και QUICK, ως εντελώς νέα, έχουν να παρουσιάσουν μόνο δοκιμαστικές και δειγματοληπτικές αποστολές στο εξωτερικό.

Τα σήματα OLD NAVY και GOLDEN LION περιόρισαν και αυτά τις πωλήσεις τους, κυρίως στη Γαλλία.

Η Εταιρεία διαθέτει σήματά της στη Γαλλία, την Αγγλία, την Ισλανδία, τις Σκανδιναβικές χώρες, την Ιταλία, την Ελβετία, την Πορτογαλία, την Κορσική, τη Μάλτα, την Ισπανία, την Ολλανδία, το Βέλγιο, την Αυστρία, το Σουδάν, τη Νότιο Αφρική, τη Χρυσή Ακτή, το Βελγικό Κονγκό, το Γαλλικό Μαρόκο, το Τζιμπουτί, τη Μοζαμβίκη, την Τανγκανίκα, το Ισπανικό Μαρόκο, την Τύνιδα, τη Μαδαγασκάρη, το Άντεν, τις Βρετανικές Ινδίες, τις Ολλανδικές Ινδίες, τη Σουμάτρα, την Κίνα, τη Μαντζουρία, την Ιαπωνία, το Σιάμ, τη Συρία, το Ιράκ, την Παλαιστίνη, τις Πορτογαλικές Ινδίες, την Αργεντινή, τον Παναμά, τις Η.Π.Α. και την Αυστραλία.

Οι πωλήσεις σε πλοία και ξένες διπλωματικές αποστολές σημειώνουν αξιόλογη αύξηση.

Ολοκληρώνεται η διαμόρφωση και επέκταση του Τμήματος Κυτιοποιίας, ενέργεια που διευκολύνει ακόμη περισσότερο την ανάπτυξη των εργασιών της Εταιρείας.

Τα λίγα υπάρχοντα αποθέματα καπνών της Εταιρείας εξασφαλίζουν την εύρυθμη ανάπτυξη των εργασιών της για την επόμενη διετία τουλάχιστον. Μετά την ενίσχυση του Τμήματος Πακεταρίσματος με μια επιπλέον μηχανή δυναμικότητας 500 κιλών την ημέρα, αποφασίζεται η προμήθεια και δεύτερης σιγαροποιητικής μηχανής για την ομαλότερη εξέλιξη των εργασιών της επιχείρησης.

Η χρήση κλείνει με κέρδη 25.444.113,60 δρχ.

#### • **1936**

Κατατίθενται από την Εταιρεία τα σήματα DELPHI, ULTRA, No 16, No 18, No 25, No 30, No 35 και No 40. Το κράτος, με τον Αναγκαστικό Νόμο 34, προχωρά σε μείωση του φόρου κατανάλωσης κατά 4 δρχ. και του έγγειου φόρου επί του καπνού από 19,20% σε 16,80%. Το γεγονός αυτό ενισχύει ουσιαστικά τον κλάδο της καπνοπαραγωγής και της καπνοβιομηχανίας. ΣΤΟ προαύλιο του εργοστασίου δίνεται παράσταση από το Θίασο Λαϊκής Σκηνής του έργου Άρρωστα άσματα.

Μια από τις πιο σημαντικές ενέργειες της διοίκησης ήταν η έκδοση του ομολογιακού δανείου των 60.000.000 δρχ. προς 7% που είχε εγκριθεί στη Γενική Συνέλευση της 19.12.1935. Το δάνειο εκδίδεται με διάρκεια 30 ετών που αρχίζει από τις 31.12.1936 και με υποθήκη τις εγκαταστάσεις της επιχείρησης και το εργοστάσιο. Η έκδοση του δανείου ανατίθεται στην Ιονική Τράπεζα, στο υποκατάστημα Αθηνών. Από το προϊόν του δανείου εξοφλείται η εταιρεία UNITAS TRADING & FINANCIAL Co. του Καΐρου και το 1/3 της οφειλής προς την Εταιρεία ΑΦΟΙ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΥ για τα αποθέματα καπνών αγορασμένα για λογαριασμό της ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ.

Οι πωλήσεις σε πλοία ανέρχονται στα 40.300.000 και στο εξωτερικό στα 37.400.000 τσιγάρα.

Το προσωπικό λαμβάνει έκτακτη αμοιβή 315.586 δρχ. και συμμετέχει σε εκδρομή στη Χαλκίδα που διοργανώνεται με έξοδα της Εταιρείας.

Κλείνει το εργοστάσιο στο Βερολίνο μετά τον ασφυκτικό έλεγχο του Χίτλερ και ο Επαμεινώνδας Παπαστράτος επιστρέφει στην Ελλάδα.

Η χρήση παρουσιάζει κέρδη 6.866.901,34 δρχ.

- **1937**

Με το Νόμο 590/1937 «περί πωλήσεως σιγαρέττων και εν γένει ειδών καπνοβιομηχανίας», ρυθμίζεται η ιδιόρρυθμη κατάσταση που είχε δημιουργηθεί με την εφαρμογή του Α.Ν. της 16.11.1935 «περί τροποποιήσεως του άρθρου 83 του Νόμου 602 «Περί Συνεταιρισμών», ο οποίος καταργείται. Με το νέο νόμο, ρυθμίζονται οι σχέσεις λιανοπωλητών και χονδروπωλητών (πρατηριούχων) αφενός έναντι του κοινού, και αφετέρου οι σχέσεις τους με τις καπνοβιομηχανίες που δικαιούνται πλέον να διαθέτουν τα προϊόντα τους, μόνο μέσα από τους εγκεκριμένους από αυτές πρατηριούχους.

Το 1937 παρουσιάζεται σημαντική αύξηση στην κατανάλωση των τσιγάρων πολυτελείας, που συνοδεύεται όμως από αντίστοιχη μείωση των άλλων κατηγοριών.

Το σήμα Νο 1, παρά τις πιέσεις που δέχθηκε κατά το 1937, επέκτεινε τις διεκδικήσεις και τις πωλήσεις του ακόμη περισσότερο.

Τα τσιγάρα ημιπολυτελείας παρουσιάζουν συνεχή μείωση εργασιών. Στην κατηγορία αυτή, τα τσιγάρα της Εταιρείας παρουσιάζουν μια αύξηση, κυρίως λόγω της επιτυχίας του Νο 7 Σέρτικο.

Η δημιουργία του τύπου Νο 26, ειδικά προορισμένου για την Κρήτη και την Εύβοια, σημειώνει μεγάλη αποτυχία, οφειλόμενη κυρίως στις καθορισμένες τιμές, οι οποίες ήταν υψηλότερες των αντίστοιχων τσιγάρων του ανταγωνισμού.

Στις γιορτές των Χριστουγέννων, τίθεται σε κυκλοφορία ο τύπος HUNTER παρασκευασμένος από αμιγώς καπνά Virginia. Το τσιγάρο αυτό γνωρίζει μικρή επιτυχία, χωρίς καμιά διαφημιστική υποστήριξη.

Η επανάχρηση παλαιών και εγκαταλειμμένων μηχανημάτων και η επέκταση του κτιρίου υποβοηθούν με τον τρόπο τους στην αύξηση της παραγωγής.

Η επιχείρηση εφαρμόζει, αμέσως μόλις υπογράφεται, την Εθνική Γενική Συλλογική Σύμβαση Εργασίας, με την οποία προβλέπονται τα όρια των αμοιβών των μισθωτών υπαλλήλων και τα κατώτατα ημερομίσθια των εργατών στον ιδιωτικό τομέα.

Οι τιμές των καπνών παρουσιάζουν πτώση.

Αρχίζει η διαφήμιση του Νο 7 και του Νο 1.

Χορηγούνται 800.000 δρχ. στην Πολεμική Αεροπορία και 1.245.426,65 δρχ. για την Παπαστράτειο Παιδική Στέγη.

Η χρήση κλείνει με κέρδη 9.516.585,82 δρχ.

- **1938**

Συνάπτεται νέο ομολογιακό δάνειο, το οποίο πρόκειται να εκδοθεί την 1.4.1939, ώστε να καταστεί δυνατή η εκπλήρωση της υποχρέωσης της Εταιρείας που απορρέει από τη σύμβαση της έναντι της ΑΦΟΙ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΥ, σχετικά με την καταβολή του 1/3 τουλάχιστον των απασχολουμένων κεφαλαίων για την αγορά καπνών της Εταιρείας. Συγχρόνως με τη σύναψη του δεύτερου δανείου πρόκειται να αντιμετωπιστούν τα έξοδα ανοικοδόμησης και να δοθεί η σχετική οικονομική ευχέρεια για την πραγματοποίηση των διαφόρων εργασιών της.

Η παρατηρούμενη, από το 1934, αύξηση της κοπής καπνού στην Ελλάδα εντείνεται περισσότερο και ανέρχεται πλέον στο ποσό των 5.767.317 κιλών. Σημαίνει, δηλαδή, μια αύξηση της τάξης του 9% σε σύγκριση με το 1937. Από την αύξηση αυτή η Εταιρεία κερδίζει μερίδιο 65%. Η τελική απορρόφηση της Εταιρείας ανέρχεται στα 1.629.324 κιλά. Όλες οι καπνοβιομηχανίες παρουσιάζουν μια αναλογική αύξηση, με εξαίρεση την Καπνοβιομηχανία Καραβασίλη, που παραμένει στάσιμη καθώς και ορισμένες περιφερειακές-τοπικές μονάδες. Οι πωλήσεις των σιγαρέττων ανέρχονται στα 1.623.310 κιλά.



Κατά το 1938, η αύξηση των πωλήσεων οφείλεται στη συνεχή προσπάθεια της επιχείρησης να προωθήσει το No 10.

Το τσιγάρο πολυτελείας της Εταιρείας, το No 1, συνεχίζει και κατά το 1938 τη σταθερή βελτίωσή του. Η συνεχής αύξηση κατά τα τέσσερα τελευταία έτη της κατηγορίας των τσιγάρων πολυτελείας επέτρεψε, όχι μόνο στα προϊόντα της Εταιρείας αλλά και στα ανάλογα προϊόντα του ανταγωνισμού, να αναπτυχθούν σημαντικά. Την κυριότερη βελτίωση είχε το τσιγάρο Z της Καπνοβιομηχανίας Καραβασίλη. Στο συγκεκριμένο τσιγάρο και μόνο οφείλεται η συγκράτηση της Καπνοβιομηχανίας Καραβασίλη σε αυτά τα επίπεδα μετά το 1937, δεδομένου ότι οι άλλοι τύποι τσιγάρων της υπέστησαν σημαντικές ζημιές.

Η διαφήμιση κατόρθωσε να συμβάλει σημαντικά στην εδραίωση του θεσμού των τσιγάρων πολυτελείας.

Το 1938 διατίθενται τσιγάρα πολυτελείας 519.310 χιλγ., ημιπολυτελείας 91.381 χιλγ., α' ποιότητας 625.144 χιλγ., και β' ποιότητας 387.475 χιλγ. Τα τσιγάρα ημιπολυτελείας παρουσιάζουν συνεχή και αυξανόμενη κάμψη των πωλήσεών τους, που οφείλεται κυρίως στην υποχώρηση του No 5 κατά τα 3/4 και του No 15 κατά το υπόλοιπο 1/4. Το No 15 εμφανίζει όμως μια μεγαλύτερη σταθερότητα στο καταναλωτικό κοινό.

Τα τσιγάρα α' ποιότητας εμφανίζουν σημαντική αύξηση, όχι όμως ανάλογη των αντίστοιχων προϊόντων των άλλων επιχειρήσεων. Παρά το γεγονός ότι το No 7 υπερτερεί ποιοτικά των αντίστοιχων πακέτων του ανταγωνισμού, ο τύπος αυτός δεν κατάφερε να επιβληθεί στην αγορά. Η συνεχής αλλαγή των χρωματισμών του πακέτου στο παρελθόν έχει σημαντική ευθύνη. Για την κατηγορία αυτή αποφασίζεται η προσεκτική μελέτη της δημιουργίας ενός νέου τσιγάρου που θα μπορούσε να ηγηθεί στην αγορά. Στα τσιγάρα β' κατηγορίας, το No 10, υπερκάλυψε τις απώλειες των No 8 και No 9.

Ο εξαγωγικός κλάδος της επιχείρησης σημειώνει πτώση, που οφείλεται κυρίως στη μεταστροφή των ελληνικών πληρωμάτων προς τα ξένα τσιγάρα. Σημειώνεται ότι οι πωλήσεις αυτής της κατηγορίας έπεσαν σε επίπεδα χαμηλότερα και του 1933, χρονιά κατά την οποία σημειώθηκε η μεγαλύτερη κρίση της ελληνικής και παγκόσμιας ναυτιλίας. Η εξαγωγική δραστηριότητα επηρεάστηκε επίσης αρνητικά από τη Σινο-Ιαπωνική κρίση και από την απαγόρευση εφοδιασμού της Αβησσυνίας. Το 1938 κυκλοφορούν: «No 1 λευκό, No 1 κόκκινο, No 15, No 5, No 7 λευκό, No 7 κόκκινο, No 7 συρταρωτό, No 8, No 9, No 9 συρταρωτό, No 10, No 10 συρταρωτό, No 6, No 4, No 2, No 3, HELLAS WHITE, HUNTER, QUEEN, EXTRA FINE, SETOS». Το 58% των εξαγωγών της Εταιρείας απορροφάται στην Ευρώπη, το 22% στην Ασία, το 17% στην Αφρική και το 3% στην Αμερική και την Αυστραλία.

Τα οικονομικά αποτελέσματα των εξαγωγών περιορίζονται και αποδίδονται στους εξής λόγους:

- i. στην πτώση των τιμών των ξένων νομισμάτων,
- ii. στον περιορισμό των τιμών λόγω ανταγωνισμού,
- iii. στο dumping σε ξένες αγορές και σε σημαντική αναλογία,
- iv. στην αύξηση ορισμένων στοιχείων του κόστους παραγωγής και των εξόδων του εξωτερικού.

Τα σοβαρά αποθέματα καπνών εξασφαλίζουν την εύρυθμη λειτουργία της επιχείρησης για μια ακόμη διετία, καθώς επίσης και τη σταθερότητα της ποιότητας και της αναλογίας των χαρμανιών στους διαφόρους τύπους τους.

Στο πακετάρισμα απασχολούνται 550 άτομα και έχουν ήδη εγκατασταθεί οι τρεις ειδικές μηχανές ημερήσιας παραγωγής 1.300 περίπου κιλών. Με την εγκατάσταση της τέταρτης μηχανής, η μηνιαία παραγωγή θα ανέλθει στα 175.000-180.000 κιλά.

Το χημείο απασχολεί ένα χημικό και τέσσερις τεχνίτες. Οι δυο ασχολούνται με το λεβητοστάσιο.

Κατατίθενται δωρεές: 800.000 δρχ. υπέρ της Βασιλικής Αεροπορίας, 150.000 δρχ. υπέρ της Ιμαιοθήκης του Μαθητού, 150.000 δρχ. υπέρ της Εργατικής Εστίας, 200.000 δρχ. υπέρ του Ταμείου Φυματιούντων Εργατών, 50.000 δρχ. υπέρ της Εξοχής των Εργαζομένων Γυναικών, 500.000 δρχ. για τη δημιουργία Ξενώνα Τουρισμού στην Επίδαυρο, 1.000.000 δρχ. υπέρ της Παπαστράτειου Παιδικής Στέγης στον Πειραιά.

Δίδονται ως παροχές: 24 ή 12 ημερομίσθια επιπλέον bonus στο προσωπικό, συνολικού ποσού 1.850.093,05 δρχ., 199.339,20 δρχ. για τις προικοδοτήσεις των απόρων εργατριών και 173.132,90 δρχ. για τη γυμναστική και τον αθλητισμό.

Για πρώτη φορά από την ίδρυση της ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ, διατίθεται μέρισμα στους μετόχους της προς 12%, δηλαδή συνολικό ποσό 7.200.000 δρχ.

Αγοράζεται το οίκημα της ΑΦΟΙ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΥ που ήταν ομότιχο με το εργοστάσιο στην οδό Γραβιάς και Αρτεμισίου, εκτάσεως 1.174,5 τ.μ. Με την κατεδάφισή του πρόκειται να κτισθεί εργοστάσιο συνεχόμενο με το υπάρχον, συνολικού προϋπολογισμού 17.000.000 δρχ.

Αγοράζεται από την Ιονική Τράπεζα το ακίνητο των οδών Γραβιάς, Αρτεμισίου και Δραγατσανίου, έκτασης 1.887,17 τ.μ. «μετά των επ' αυτού παλαιών οικιών», αντί του ποσού των 4.000.000 δρχ. Με την από 30.9.1938 απόφαση του Δ.Σ. η μετοχή της Εταιρείας εισάγεται στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών.

Από νομοθετικής πλευράς δε γίνεται καμιά ουσιαστική αλλαγή, με εξαίρεση το Νόμο 1490, που επέβαλε ορισμένους περιορισμούς ως προς τους ενδιαφερόμενους να διενεργούν εξαγωγές ελληνικών προϊόντων, οι οποίοι υποχρεώθηκαν να εγγραφούν σε ειδικά μητρώα του Επιμελητηρίου.

Ο πρόεδρος Ιωάννης Παπαστράτος ασχολείται με τη διαμόρφωση και το σχεδιασμό προτάσεων για τον εκσυγχρονισμό των κειμένων διατάξεων σχετικά με την παραγωγή, εμπορία και διάθεση καπνών σε φύλλα. Οι προτάσεις υποβάλλονται στην Ένωση Γραφείων για την Προστασία του Ελληνικού Καπνού, της οποίας είναι μέλος.

Στην Εμπορική Εγκυκλοπαίδεια του καθηγητή Ν. Αλικάκου καταχωρείται μια από τις πρώτες διαφημίσεις τσιγάρων της ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ. Η χρήση της χρονιάς κλείνει με κέρδη 16.876.771,04 δρχ.

## • **1939**

Η κατανάλωση των αρωματικών καπνών μειώνεται συνεχώς.

Η επιχείρηση διαθέτει τα εξής ακίνητα: στο Ναύπλιο μια μονώροφη κατοικία, στον Πειραιά μια παλαιά πέντε ορόφων και ένα νέο κτίριο έξι ορόφων, στη Θεσσαλονίκη ένα πολυώροφο κτίριο με υπόγειες αποθήκες, στην Καβάλα παλαιά κατοικία με υπόγειο και μια νέα έξι ορόφων, στο Βόλο ένα ημιτετραώροφο κτίριο και μια νέα κατοικία δύο ορόφων με υπόγειο. Στο Αγρίνιο, διαθέτει επίσης ένα κεντρικό κτίριο ημιτριώροφο με υπόγειο, παράρτημα τριών ορόφων, κτίριο γραφείων δύο ορόφων, την πρώην αποθήκη Ε. Ρόζη τριώροφο με υπόγειο οικία, καθώς και τον πρώτο όροφο στην οδό Μακρυνού. Τα ακίνητα καταλαμβάνουν έκταση 15.208 τ.μ. σε γήπεδα και 9.560 τ.μ. σε κτίσματα και είναι συνολικής αξίας 40.807.818 δρχ.

Η εξέλιξη της κατανάλωσης των αρωματικών καπνών φθίνει.

Η κατανάλωση των καπνών πολυτελείας μέχρι την επιβολή της νέας φορολογίας παρουσίαζε σταθερή βελτίωση. Τελικά όμως, παρουσίασε ελαφρά πτώση. Παρ' όλα ταύτα προβλέπεται μελλοντική επανάκαμψή τους στην αγορά.

Με τη λήξη του χρόνου, η κατανάλωση των προϊόντων ημιπολυτελείας παρουσίασε την ακόλουθη εξέλιξη: Το Νο 15 είχε σχετική βελτίωση σε αντίθεση με το Νο 5, που μειώθηκε σχετικά. Τα Ελαφρά του Ματσάγγου διατήρησαν τη μέση μηνιαία κατανάλωση των 300 κιλών, ενώ τα αντίστοιχα του Καραβασίλη μειώθηκαν.

Τα «βασικά» τσιγάρα παρουσίαζαν μέχρι το Σεπτέμβριο σχετική βελτίωση. Όμως, με την επιβολή της φορολογίας και την οικονομική κρίση, που επέδρασαν τελικά αρνητικά στην αγορά, η συνολική κίνηση της χρονιάς εμφανίζεται μειωμένη σε σχέση με το 1938.

Τα «λαϊκά τσιγάρα», παρ' ότι λόγω της νέας φορολογίας και της οικονομικής κρίσης απέκτησαν μεγαλύτερο καταναλωτικό κοινό, δεν παρουσίασαν καμιά ουσιαστική βελτίωση, προφανώς εξαιτίας της γενικότερης οικονομικής δυσπραγίας.

Η ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ παρουσιάζει αύξηση της μηνιαίας παραγωγής της, φθάνοντας τα 7.525 χιλ.

Το 1939 κυκλοφορούν τα σήματα: «1E, 1K, 15, 5, 7, 7Σ, 7σ, 2σ, 8, 9, 9σ, 10, 10σ, 6, 4, 2, 3, HELLAS, HUNTER, QUEEN, EXTRA FINE, SETOS».

Με συνολική παραγωγή 475.648 τσιγάρα, οι πωλήσεις των τσιγάρων πολυτελείας καταλαμβάνουν ποσοστό 17,10%, των ημιπολυτελείας 2,90%, των α' ποιότητας 42,10% και των β' ποιότητας 37,90%.

Οι πωλήσεις της Εταιρείας στο εξωτερικό παραμένουν σταθερές, καθώς έχουν να αντιμετωπίσουν τον συνεχώς εντεινόμενο ανταγωνισμό, αλλά και τις αρνητικές συνέπειες του πολέμου. Μεγάλες μειώσεις παρουσιάζουν οι πωλήσεις στη Γαλλία, τη Ρουμανία, τη Μάλτα, την Τανγκανίκα και την Κίνα. Αντίθετα, κατακόρυφη αύξηση των εξαγωγών παρατηρείται στη Ζάρα, την Ολλανδία, την Ουγγαρία, την Αίγυπτο, το Σουδάν, το Βελγικό Κονγκό, τη Νότια Αφρική, το Γαλλικό Μαρόκο, την Ινδοκίνα, το Σαμπάνγκ, τις Βρετανικές Ινδίες, τη Συρία, την Κύπρο, την Παραγουάη και την Αργεντινή.

Το σήμα No 1 αυξάνει κατά πολύ τις εξαγωγές του<sup>^</sup> ακολουθούν τα σήματα AZIZI, ANCHOR, OLD NAVY και GOLD LION, ενώ το No 7 διατηρεί τις πωλήσεις του. Όλα τα υπόλοιπα εξαγόμενα σήματα της Εταιρείας παρουσιάζουν μείωση των πωλήσεών τους στο εξωτερικό.

Η χρήση κλείνει με κέρδη 22.445.523,34 δρχ.

## ➤ **1940 – 1949 (Πόλεμος, Κατοχή και Ανασυγκρότηση)**

### • **1940**

Στο κλείσιμο της πρώτης δεκαετίας της ζωής της, η ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ έρχεται να αντιμετωπίσει τη δεύτερη, μετά την κρίση του 1929, παγκόσμια κρίση. Ο πόλεμος που ξεσπάει, θα επηρεάσει καθοριστικά τη μετέπειτα πορεία της Εταιρείας.

Επανακατατίθεται για έγκριση στο Υπουργείο Εμπορίου το σήμα του τσιγάρου No 10.

Λίγο αργότερα, μετά την κήρυξη του Ελληνοϊταλικού πολέμου, η Εταιρεία κυκλοφορεί το νέο της σήμα AERA - 28 October 1940, με στόχο να ενδυναμώσει το φρόνημα των Ελλήνων στρατιωτών που μάχονται στο μέτωπο εναντίον των εισβολέων.

Πεθαίνει ξαφνικά μέσα στο εργοστάσιο ο Σωτήρης Παπαστράτος. Στη μνήμη του, η Εταιρεία αλλά και άλλοι φορείς, προχωρούν στην παροχή βοηθημάτων σε οικονομικά ασθενείς αλλά και στην ενίσχυση φιλανθρωπικών οργανισμών και φορέων.

### • **1941**

Η κατανάλωση του 1941 καθορίστηκε με βάση τα προβλεπόμενα από το Ν.Δ. της 30.5.1941 που καθόριζε την παραγωγή των καπνικών προϊόντων. Με βάση αυτό το νομοθετικό πλαίσιο για την ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ καθορίστηκε ως ανώτατο όριο τα 150.706 κιλά τσιγάρων μηνιαία, από τα οποία το 21,20% οφείλει να αποδίδεται στις Δυνάμεις Κατοχής για την κάλυψη των αναγκών του Γερμανικού Στρατού Κατοχής. Με νεότερη υπουργική απόφαση το όριο

περιορίζεται στα 146.026 κιλά μηνιαία, από τα οποία όμως τα 41.500 κιλά προορίζονται για τις Γερμανικές και Ιταλικές Δυνάμεις Κατοχής.

Η κατάληψη της Ανατολικής Μακεδονίας και της Θράκης από τα βουλγαρικά στρατεύματα οδηγεί στη διάλυση της Εταιρείας στην περιοχή της Καβάλας.

Διακόπτεται η διανομή τσιγάρων στα πληρώματα των πλοίων, καθώς την αναλαμβάνει η Επιμελητεία των Κατοχικών Δυνάμεων. Δυνάμει της από 18.4.1941 διαταγής των γερμανικών αρχών Κατοχής, δεσμεύτηκαν στα χέρια των καπνοπαραγωγών και των καπνεμπόρων καπνά εσοδείας 1940 αλλά και προηγούμενων ετών, γιατί θεωρήθηκαν οριστικά αγορασμένα από τη γερμανική καπνοβιομηχανία. Το γεγονός αυτό δημιούργησε σοβαρά προβλήματα στη συνέχιση της λειτουργίας της επιχείρησης.

Για την καλύτερη και ευχερέστερη λειτουργία του εργοστασίου αποφασίζεται, λόγω έλλειψης υλικών συσκευασίας, η απλοποίηση των τύπων της συσκευασίας με την απλούστευση του περιτυλίγματος και την αντικατάσταση των κουτιών με χαρτοσακούλες. Μόνο στα τσιγάρα πολυτελείας διατηρείται το κουτί, σε μικρότερο όμως σχήμα και με πιο λιτή κατασκευή. Η παροδική έλλειψη τσιγαρόχαρτου είχε ως επακόλουθο την πώληση κομμένου καπνού για ένα βραχύ διάστημα.

Ο πληθωρισμός του νομίσματος επέτρεψε την ευχερή επιστροφή σημαντικού μέρους των πιστώσεων που θεωρούνταν επισφαλείς.

Κατά τη διάρκεια των πολεμικών γεγονότων του Απριλίου του 1941, λόγω της αναρχίας και της έλλειψης ασφάλειας που προηγήθηκαν της εισόδου των ξένων στρατευμάτων Κατοχής, έγιναν λεηλασίες σε πολλές περιοχές του δρομολογίου των σιγαρέττων, που κόστισαν συνολικά 10.063.508,05 δρχ.

Οι ζημιές από τους βομβαρδισμούς ανέρχονται στις 935.201,89 δρχ.

Οι ανωμαλίες που ακολούθησαν την είσοδο των Δυνάμεων Κατοχής και οι απώλειες από οφειλές του εξωτερικού, με το οποίο οι επικοινωνίες διεκόπησαν πλήρως, ανέρχονται σε 8.290.551,40 δρχ.

Το σύνολο των πολεμικών ζημιών κατά το 1941 ανέρχονται σε 19.289.261,34 δρχ.

Η ετήσια χρήση παρουσιάζει καθαρά κέρδη προς διανομή ύψους 58.960.794,50 δρχ. Από αυτά διατίθεται ποσό 6.398.480,64 δρχ. για δωρεές υπέρ κοινωφελών και άλλων μη κερδοσκοπικών ιδρυμάτων.

#### • **1944 - 1948**

Ο Πειραιάς βομβαρδίζεται από τα συμμαχικά αεροπλάνα των Άγγλων και των Αμερικανών. Οι ζημιές είναι τεράστιες. Οι νεκροί ανέρχονται στους χίλιους, ενώ ο αριθμός των τραυματιών και των αγνοουμένων είναι άγνωστος. Η πόλη σχεδόν νεκρώνεται.

Η ορχήστρα του Ραδιοφωνικού Σταθμού Αθηνών δίνει συναυλία στο χώρο του εργοστασίου. Η συναυλία μεταδίδεται από το ραδιόφωνο.

Κατά τα Δεκεμβριανά η επιχείρηση υφίσταται μεγάλες ζημιές στις κτιριακές της εγκαταστάσεις και στο μηχανολογικό εξοπλισμό στις μάχες μεταξύ του ΕΑΜ-ΕΛΑΣ και των αγγλικών δυνάμεων. Αρχικά καταλαμβάνεται από τις δυνάμεις του ΕΛΑΣ και λίγες μέρες αργότερα από τους Άγγλους. Οι διαρπαγές προϊόντων, οι κλοπές του εξοπλισμού και οι καταστροφές του κτιρίου είναι ανυπολόγιστες.

Ο Ευάγγελος Παπαστράτος, καθηλωμένος στο διαμέρισμά του στην πολυκατοικία της οδού Αμαλίας 36, εξαιτίας των αψιμαχιών μεταξύ των δυνάμεων του ΕΛΑΣ και των συμμαχικών δυνάμεων, αρχίζει να συγγράφει την αυτοβιογραφία του, που αρκετά χρόνια αργότερα εκδίδεται με τίτλο Η δουλειά και ο κόπος της (Από τη ζωή μου).

Με την επανέναρξη των εργασιών του εργοστασίου η Εταιρεία κυκλοφορεί μόνο το σήμα Νο 3 σε κουτιά των 22 και 88 τσιγάρων. Η εμφάνιση του Νο 2 γίνεται σε κούτες των 88 τσιγάρων και σε υπόλευκα κουτιά των 22 τσιγάρων μόλις τον Οκτώβριο του 1945 και το Νο 5 σε λευκά κουτιά των 25 γραμμαρίων τον Ιούνιο του 1946.

Από τον Απρίλιο του 1945 ξεκινά η διανομή τσιγάρων στα νησιά του Αιγαίου, την Ήπειρο, την Αιτωλία, τη Βοιωτία, τη Φθιώτιδα και την Πελοπόννησο. Το Μάιο διανέμονται τσιγάρα στην Κρήτη και τον Ιούνιο στα Επτάνησα και σε ορισμένες αντιπροσωπείες της Θεσσαλίας. Σταδιακά αποκαθίσταται η διανομή και στην υπόλοιπη χώρα.

Η ΠΑΒΕΣ, μετά τα Δεκεμβριανά, επισκευάζει όλες τις ζημιές και φθορές του εργοστασίου της στον Πειραιά. Αρχικά, οι Ελασίτες κατέλαβαν το εργοστάσιο και το χρησιμοποίησαν ως οχυρό τους. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα το κτίριο να αποτελέσει στόχο των «εθνικών» και «συμμαχικών» δυνάμεων, που με όλμους και ελαφρύ πυροβολικό, απώθησαν από τη βιομηχανία τις δυνάμεις των «ανταρτών».

Την ίδια περίοδο αντικαθίσταται η σιδερένια στέγη των αποθηκών από μπετόν αρμέ. Συγχρόνως ανεγείρονται τα γραφεία του 5ου ορόφου του εργοστασίου στον Πειραιά. Αποκαθίσταται και η διανομή προϊόντων της Εταιρείας στη Θράκη μέσω του εργοστασίου της στην Καβάλα.

Αλλάζει το χρώμα της συσκευασίας του Νο 2 από λευκό σε κόκκινο και του Νο 5 σε υποκίτρινο και αναβαθμίζονται τα χαρμάνια τους. Τα αναβαθμισμένα προϊόντα διαφημίζονται μέσα από τον τύπο και το ραδιόφωνο.

Η χρήση παρουσιάζει ζημία 3.981.598.207,80 δρχ. Το μετοχικό της κεφάλαιο ανέρχεται σε 9.540.000.000 δρχ.

Στις 5 Δεκεμβρίου του 1947, αρχίζουν και πάλι οι εξαγωγές της Εταιρείας στην Ελβετία, την Πορτογαλία, τη Μάλτα, το Γιβραλτάρ, τη Γερμανία, τις Η.Π.Α., το Σουδάν, την Κυρηναϊκή, το Χονγκ-Κονγκ, την Αιθιοπία, την Ιταλία, την Αίγυπτο και άλλα μέρη. Η Εταιρεία απασχολεί στο εργοστάσιό της στον Πειραιά 219 άτομα και στα υποκαταστήματά της 69 άτομα. Δωρίζεται από τους αδερφούς Παπαστράτου έκταση 100 στρεμμάτων, συνολικού κόστους 2.000.000 δρχ. που διαμορφώνεται σε κεντρικό πάρκο της πόλης του Αγρινίου.

### ➤ **1950 – 1959 (Εκσυγχρονισμός)**

Το 1951 η χρήση κλείνει με ζημιές 300.757.261 δρχ. εξαιτίας των δυσμενών συνθηκών κάτω από τις οποίες εργάστηκε ολόκληρος ο κλάδος της καπνοβιομηχανίας. Ανακόπεται η βαθμιαία αύξηση της κατανάλωσης τσιγάρων. Το γεγονός αυτό, οδηγεί τα επίπεδα της κατανάλωσης σε ακόμη χαμηλότερα από αυτά του 1950, που φθάνουν να υπολείπονται κατά 70% της προπολεμικής κατανάλωσης. Αυτό οφείλεται, κατά μεγάλο ποσοστό, στην οικονομική δυσπραγία του κοινού.

Η οικονομική δυσχέρεια συντελεί στη στροφή σημαντικού ποσοστού καπνιστών προς το φθηνότερο τύπο τσιγάρων της ΠΑΒΕΣ, το Νο 15, που καταλαμβάνει αμέσως το 12,2% των συνολικών πωλήσεων της Εταιρείας.

Με θυσία του περιθωρίου κέρδους της καπνοβιομηχανίας, εξαιτίας της συνεχούς διόγκωσης του κόστους, διατηρείται και το 1951 αμετάβλητη η τιμή όλων των τύπων τσιγάρων παρά την ευνοϊκή ρύθμιση του Υπουργικού Συμβουλίου που επιτρέπει την αύξηση των τιμών πώλησης. Το 1951, το 65,4% της τελικής τιμής των τσιγάρων αποτελεί το φόρο, το 24,3% το περιθώριο κέρδους της καπνοβιομηχανίας και το 10,35% την αμοιβή του μεταπωλητή.

Η προσπάθεια εξαγωγής τσιγάρων εξακολουθεί να προσκρούει σε σοβαρά εμπόδια, εξαιτίας των οποίων η κίνηση παραμένει σε επίπεδα κατά πολύ χαμηλότερα των προπολεμικών, παρά τη μικρή κρατική υποστήριξη. Η στήριξη αυτή παρέχεται προς τις καπνοβιομηχανίες με τους ακόλουθους δυο τρόπους:

- i. Με μια πολύ μικρή πριμοδότηση από τη φορολογία των τσιγάρων των πληρωμάτων που διατίθεται όμως, με μια εξαιρετικά δύσκολη διαδικασία.
- ii. Με τη χορήγηση δικαιώματος ιδιωτικής ανταλλαγής επί του 18% της αξίας. Η χρήση αυτού του δικαιώματος όμως, προσκρούει στην κατανομή των εξαγωγών σε πολυάριθμες μικρές ποσότητες, επί των οποίων αναλογεί ελάχιστο εκχωρήσιμο ποσό και συνεπώς ανεπίδεκτο διαπραγμάτευσης.

Η ΠΑΒΕΣ προτείνει την αναθεώρηση της σχετικής κρατικής πολιτικής.

Η ΑΦΟΙ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΥ αποτελεί τον αποκλειστικό προμηθευτή σε καπνά της ΠΑΒΕΣ.

Η παραγωγή των κυτίων συσκευασίας αυξάνεται εντυπωσιακά μέσα στο χρόνο, γεγονός που οφείλεται στην οικονομία που επιτυγχάνεται από την κατασκευή τους με ίδια μέσα. Η επιτυχία αυτή καταφέρνει να καλύψει και τις ανάγκες από τη μεγάλη αύξηση της κυκλοφορίας του Νο 15. Η εγκατάσταση τεσσάρων νέων μηχανών γερμανικής προέλευσης (πρέσα αυτόματη εξαπλή, καπακώστρα, ετικετζά και μηχανή κοπής ετικετών) βοηθά στην άριστη ποιοτική και ποσοτική απόδοση στον τομέα της συσκευασίας.

Το Δ.Σ. της Εταιρείας, μεριμνώντας για το προσωπικό και το θεσμό της οικογένειας, αποφασίζει την αναβίωση της παλαιότερης συνήθειας και καταβάλλει τις δαπάνες για είκοσι ομαδικούς γάμους εργατριών. Δαπανώνται εκτάκτως υπέρ του προσωπικού 784.002.291 δρχ. για τη βελτίωση του συσσίτιου, για τη δωρεάν διανομή τσιγάρων, για τα έξοδα γάμων και για διάφορες άλλες παροχές. Η υγιεινή του προσωπικού διατηρείται σε καλό επίπεδο. Η μεσημβρινή εστίαση του προσωπικού συνεχίζεται κανονικά σε ειδικούς χώρους. Μετά την απελευθέρωση, η συμμετοχή του προσωπικού στο συσσίτιο είναι προαιρετική. Για όσους δεν συμμετέχουν στο κοινό συσσίτιο, διατίθεται ιδιαίτερη αίθουσα εστίασης.

Ο Αναστάσιος Ιω. Παπαστράτος γίνεται ομόρρυθμος εταίρος της Καπνεμπορικής Εταιρείας ΑΦΟΙ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΥ.

Το 1956 επανακατατίθεται από την Εταιρεία το σήμα DELPHI. Επανασχεδιάζεται, για να κυκλοφορήσει στην Ελλάδα, το σήμα ΝΤΙΑΝΑ ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ. Τη διαφημιστική εκστρατεία προώθησης του νέου σήματος σχεδιάζει και υλοποιεί η διαφημιστική εταιρεία ΑΛΕΚΤΩΡ.

Το 1957 από τα 261.000.000 τεμάχια εξαγόμενων ελληνικών σιγαρέττων, η καπνοβιομηχανία ΠΑΒΕΣ εξάγει 235.000.000 τεμάχια, από τα οποία τα 203.000.000 είναι το Νο 1. Επίσης, η ΠΑΒΕΣ κυκλοφορεί πρώτη στην Ελλάδα το τσιγάρο με φίλτρο. Η χρήση κλείνει με κέρδη 1.289.262,75 δρχ.

Το 1958 ο ανταγωνισμός στον κλάδο εντείνεται μετά την εντυπωσιακή αύξηση της κατανάλωσης των προϊόντων της καπνοβιομηχανίας ΚΕΡΑΝΗ, την αναλαμπή των προϊόντων της καπνοβιομηχανίας ΑΦΟΙ ΜΑΤΣΑΓΓΟΥ και τη σταθεροποίηση της καπνοβιομηχανίας ΑΦΟΙ ΚΑΡΕΛΙΑ. Κατατίθεται το σήμα Νο. 11. Τις Συσκευασίας και τις διαφημίσεις του σχεδιάζει η διαφημιστική εταιρεία ΑΛΕΚΤΩΡ. Η χρήση κλείνει με κέρδη 2.289.262,75 δρχ.

Το 1959 συνεχίζεται η φθορά των «βασικών» τσιγάρων ευρείας κατανάλωσης προς όφελος των ακριβότερων τύπων, καθώς και των συρταρωτών τσιγάρων. Αντιθέτως, ο τύπος των «εξαιρετικών» απορροφά το μεγαλύτερο τμήμα, από τη φθορά των δυο προηγούμενων κατηγοριών. Συνεχίζεται εντονότερα η στροφή των καπνιστών προς τους τύπους των τσιγάρων που το κόστος αγοράς τους ξεπερνά τις 5 δρχ. Η κάμψη της θεαματικής ανάπτυξης των εργασιών της καπνοβιομηχανίας ΚΕΡΑΝΗ, η φθορά της κατανάλωσης των προϊόντων της καπνοβιομηχανίας ΑΦΟΙ ΚΑΡΕΛΙΑ και τέλος, η διάβρωση της κατανάλωσης των προϊόντων της καπνοβιομηχανίας ΑΦΟΙ ΜΑΤΣΑΓΓΟΥ έχει πολύ αρνητικές συνέπειες στις εξελίξεις του κλάδου.

Η ΠΑΒΕΣ αντιστέκεται στις αρνητικές συνθήκες της αγοράς, αλλά δεν καταφέρνει να κατακτήσει πλήρως το κενό που αφήνουν οι ανταγωνιστές της, καθώς έχει σημαντικές απώλειες από την παραγωγή του σήματος Νο 7. Η Διοίκηση της Εταιρείας, για να μειώσει τις πιθανότητες ζημιών, αποφασίζει:

- i. Για το σήμα Νο 11, να διακόψει κάθε διαφημιστική εκστρατεία και να το αφήσει να επιβιώσει για όσο διάστημα μπορεί, αποκλειστικά με τις δικές του δυνάμεις.
- ii. Να στηριχτούν τα «βασικά» τσιγάρα, παρά τη γενική τάση μείωσής τους.
- iii. Να βελτιώσει την ποιότητα του σήματος Νο 10 Σέρτικο για το οποίο ακούγονταν πολλά παράπονα εκ μέρους των αντιπροσώπων και των καπνιστών.
- iv. Να στηρίξει τα δυο τσιγάρα με φίλτρο που παράγει η Εταιρεία.

Τα προϊόντα της Εταιρείας είναι ευρύτατα γνωστά στην Ελλάδα, αποστέλλονται ειδικά και κατάλληλα συσκευασμένα σε ολόκληρο τον κόσμο, έως και την Άπω Ανατολή.

Η ΠΑΒΕΣ απασχολεί 2.500 εργαζομένους.

## ➤ **1960 - 1979 (Ανάπτυξη)**

### • **1960**

Ως θετικότερο επίτευγμα του 1960 θεωρείται η αύξηση κατά 4% των πωλήσεων των σημάτων Νο 1 και Νο 5 στα οποία έδωσε ιδιαίτερη σημασία η επιχείρηση.

Σε ό,τι αφορά τον εξαγωγικό τομέα, η συμφωνία με το ιταλικό μονοπώλιο στέφεται με επιτυχία και ανοίγει το δρόμο για τη βιομηχανοποίηση του Νο 1 στην Ιταλία με χαρμάνια που θα στέλνονται έτοιμα από την Ελλάδα.

Το 1960, τα σήματα Νο 1 και Νο 5 αποτελούν τη σπονδυλική στήλη της κατανάλωσης των προϊόντων της ΠΑΒΕΣ. Η αύξηση των πωλήσεων σε αυτές τις δύο κατηγορίες τσιγάρων αντισταθμίζει τις απώλειες του σήματος Νο 7 και των βασικών τσιγάρων. Η δυναμικότητα του σήματος Νο 1 και η δημοτικότητά του προώθησαν εύκολα τη διάθεσή του και εκτόπισαν τα ανταγωνιστικά σήματα.

Εκτός από την προσθήκη ενός ακόμη ορόφου στο εργοστάσιο του Πειραιά, η Εταιρεία ενισχύεται με νέο μηχανολογικό εξοπλισμό για τα τμήματα παραγωγής, πακεταρίσματος και κυτιοποιίας, με στόχο τη βελτίωση των γενικότερων συνθηκών της παραγωγής και την αποφυγή της υπερωριακής απασχόλησης, κυρίως κατά τους θερινούς μήνες οπότε η ζήτηση αυξάνεται σημαντικά. Η εφαρμογή του εκσυγχρονιστικού προγράμματος δεν έχει άμεσα και απτά αποτελέσματα, καθώς δεν έχει οριστικά ολοκληρωθεί. Η μείωση των υπερωριών στο σύνολό τους είναι σχετικά μικρή, της τάξης του 3%.

Σε σύνολο 6.949 εργαζομένων στον κλάδο της καπνοβιομηχανίας, η Εταιρεία απασχολεί 2.647 άτομα, δηλαδή το 38% των εργαζομένων του κλάδου κατέχοντας μερίδιο 31 % του συνόλου της παραγωγής του κλάδου. Η απασχόληση αντρών αυξήθηκε κατά 2,7% και γυναικών κατά 3,5%.

Η Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα για να διευκολύνει τη διάθεση των καπνών παρεμβαίνει με τη συγκέντρωση 1.000.000 κιλών αχρήστων προς καταστροφή. Η χρήση κλείνει με κέρδη 5.807.870,50 δρχ. και με μικρή αύξηση των πωλήσεων κατά 0,3%.

### • **1961**

Κατά τη χρήση αυτή, τα «βασικά» τσιγάρα παρουσιάζουν σχετική βελτίωση για όλες τις επιχειρήσεις του κλάδου.

Ο Νόμος της 19ης Νοεμβρίου 1960 περί της φορολογίας ευνοεί τη σημαντικότερη αύξηση των πωλήσεων των συρταρωτών τσιγάρων για όλες τις επιχειρήσεις του κλάδου. Η μείωση των πωλήσεων της κατηγορίας των εξαιρετικών τσιγάρων απορροφάται από την κατηγορία των συρταρωτών και την κατηγορία των ημιπολυτελείας. Τα τσιγάρα πολυτελείας

παρουσιάζουν αύξηση που οφείλεται, όμως, κυρίως στην κυκλοφορία νέων πρωτοποριακών προϊόντων.

Το σήμα No 1, παρά την κυκλοφορία τριών τσιγάρων πολυτελείας, διατηρεί τις δυνάμεις του και το ενδιαφέρον του κόσμου, σημειώνοντας αύξηση των πωλήσεων του κατά 10%. Το σήμα No 7, όπως προβλεπόταν, βελτίωσε αισθητά τη θέση του παρά την κυκλοφορία του σήματος ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟΝ από την ΑΦΟΙ ΜΑΤΣΑΓΓΟΥ και του EXTRA από την ΑΦΟΙ ΚΑΡΕΛΙΑ, αλλά και των χαμηλότερων τιμών τους. Η βελτίωση του No 1 οφείλεται στη δυναμικότητά του ανάμεσα στο καπνιστικό κοινό. Η βελτίωση των πωλήσεων του No 7 οφείλεται στο εκλεκτό του χαρμάνι και στη σχετική διαφημιστική του κάλυψη.

Η πρόοδος των εργασιών της Εταιρείας κατά το 1961 κρίνεται ως εξαιρετικά ικανοποιητική. Η χρήση κλείνει με κέρδη 4.511.233,90 δρχ.

- **1962**

Θεμελιώνονται οι νέες αποθήκες του εργοστασίου.

Η απότομη και ξαφνική αύξηση της τιμής των τσιγάρων στο τέλος του προηγούμενου έτους προκαλεί σοβαρές αναταραχές στην αγορά, χωρίς ακόμη να μπορεί να αποτυπωθεί η αλλαγή των τάσεων μεταξύ των παραγωγών. Ένας ακόμη λόγος της μικρής και μόνο αύξησης της κατανάλωσης τσιγάρων είναι η συνεχής αποδημία εργατών και τεχνιτών από τη χώρα μας προς το εξωτερικό, ο αριθμός των οποίων προσεγγίζει τις 200.000. Αυτό που αποτελεί τη νεότερη εξέλιξη στον κλάδο είναι η σταθεροποίηση της κατανάλωσης των τσιγάρων με φίλτρο που είχαν στο παρελθόν υποστεί ζημιές.

Η Εταιρεία αναζητεί ένα πλαίσιο βελτίωσης των τσιγάρων με φίλτρο και τεχνικά καταλήγει στην εισαγωγή του μαλακού πακέτου αμερικάνικου τύπου.

Σχεδιάζεται, από τη διαφημιστική εταιρεία ΓΝΩΜΗ, το νέο μαλακό κουτί συσκευασίας του No 4 σε τύπο king size. Αρχίζει η διαφημιστική προβολή του νέου προϊόντος με αφίσα που σχεδιάζει ο Γεώργιος Βακιρτζής με τίτλο «Θα κυριαρχήσει και το 4 (βασιλικό μέγεθος)».

Η χρήση κλείνει με κέρδη ύψους 4.511.233,90 δρχ.

- **1963**

Η χρήση κλείνει με κέρδη 366.608.015 δρχ.

- **1964**

Κατατίθενται τα σήματα KING και No 21.

Επανασχεδιάζεται και επανακυκλοφορεί το σήμα No 15. Τη νέα συσκευασία και τις διαφημίσεις τις σχεδιάζει η διαφημιστική εταιρεία ΓΝΩΜΗ.

Η χρήση κλείνει με κέρδη 495.101.746,15 δρχ.

- **1965**

Πρώτη η ΠΑΒΕΣ δημιουργεί το ελληνικό blended, το OLD NAVY.

- **1966**

Η Εταιρεία αναθέτει στον αρχιτέκτονα Ν. Καλογερά, με συνεργάτες τους Π. Κουλέρμιο και Σ. Αμούργη, τη μελέτη επέκτασης της πρόσοψης του παλαιού εργοστασίου σε μια ζώνη πλάτους 11 μέτρων που είχε παραμείνει ως πρασιά. Οι προδιαγραφές που δίνονται είναι απλές, όπως



και οι απαιτήσεις της Εταιρείας που ζητά επέκταση και ενοποίηση των χώρων της παραγωγής με παράλληλη διατήρηση των επιπέδων του παλαιού εργοστασίου από το υπόγειο ως τον 5ο όροφο, ενώ στο τμήμα του ισογείου προβλέπεται η στέγαση της διοίκησης της.

Η μείωση των πωλήσεων της Εταιρείας αποδίδεται στη μεταστροφή των καπνιστών από το «λαϊκό» και «συρταρωτό» τσιγάρο σε ανώτερες κλάσεις τσιγάρων, από τις οποίες η επιχείρηση δεν καταφέρνει να αποσπάσει τα αναμενόμενα μερίδια αγοράς. Συγχρόνως χάνει το 30,66 % των «βασικών» της τσιγάρων και το 51% των συρταρωτών Νο 15 και το 17% των συρταρωτών Νο 7. Η ζημία αποτελεί, όπως ομολογεί και η ίδια η επιχείρηση, δική της αποκλειστικά ευθύνη, καθώς στην κατηγορία αυτή ο ανταγωνισμός δεν διαθέτει αντίστοιχης ποιότητας τσιγάρα.

Για το 1967, οι προβλέψεις της Εταιρείας για τα συρταρωτά είναι πολύ δυσόιωνες. Το Νο 5 παρά τη μείωση αποτελεί ένα προϊόν με σταθερό υπόβαθρο και ελπίζεται η βελτίωση της θέσης του στην αγορά. Το Νο 4 χάνει το 30% των πωλήσεών του, γεγονός που αποδεικνύει σοβαρές αδυναμίες και υποθηκεύει το μέλλον του προϊόντος.

Το Φίλτρο ΣΠΕΣΙΑΛ έχοντας από μακρό χρόνο σταθερούς καταναλωτές, ελπίζεται ότι κατά το 1967 θα αναλάβει. Τα Φίλτρα ΡΗΓΑΣ παρουσιάζουν ζωηρότητα και δυναμικότητα, βελτιώνοντας τη θέση τους στον ανταγωνισμό. Το τσιγάρο Νο1 πολυτελείας κασετίνα υπέστη μεγάλες διακυμάνσεις. Διατήρησε, όμως, συμπαγή το βασικό κορμό του καταναλωτικού του κοινού. Το Φίλτρο Νο 1 πετυχαίνει, το 1966, αύξηση των πωλήσεών του κατά 28,61% και αποτελεί ένα από τα ζωτικότερα προϊόντα της ΠΑΒΕΣ. Το BYRON, από την κυκλοφορία του στις 12 Μαΐου 1966, επιτυγχάνει μια κίνηση 55.000 κιλών, που όμως τελικά πέφτει. Η κίνησή του δεν κρίνεται ικανοποιητική.

Το OLD NAVY παρουσιάζει μια σχετική βελτίωση. Το ASTOR, με την κυκλοφορία του στις 27 Νοεμβρίου 1966 αποκτά ένα σταθερό υπόβαθρο και πιστεύεται ότι θα αποτελέσει στο μέλλον ένα εξελιγμένο προϊόν.

Στις 27 Νοεμβρίου 1966 κυκλοφορεί και το Φίλτρο ΣΠΕΣΙΑΛ σε κουτί σκληρό αμερικάνικου τύπου.

Κατατίθενται τα σήματα ΝΤΑΜΑ, Νο 33 και ΔΟΞΑ.

Οι πωλήσεις παρουσιάζουν μείωση κατά 5,81% και η χρήση κλείνει με κέρδη προς διάθεση 14.845.026,40 δρχ.

## • **1967**

Κυκλοφορεί το Σεπτέμβριο το Φίλτρο Νο 5 και μέσα σε ένα τετράμηνο κάνει την πρώτη του επιτυχία. Το Φίλτρο ΣΠΕΣΙΑΛ, παρά την αμερικάνικη συσκευασία του, εμφανίζει στασιμότητα που δεν επιδέχεται καμιά βελτίωση.

Ο ΡΗΓΑΣ εξελίσσεται θετικά και έχει πολλά περιθώρια ανάπτυξης.

Το Φίλτρο ΕΛΑΦΥ, παρά την προώθησή του, δεν κινείται ικανοποιητικά και χρειάζεται επιπλέον διαφημιστική υποστήριξη.

Το σήμα Νο 1 με Φίλτρο παρουσιάζει σημαντική ανάπτυξη.

Το BYRON παραμένει σε μαρασμό καθ' όλο το έτος.

Το MISTRAL, παρ' όλο που κυκλοφορεί για πρώτη φορά την 1 Ιουλίου 1967, πάει πολύ καλά.

Το OLD NAVY, παρά τη μικρή του κίνηση, εμφανίζει βελτίωση.

Με την παραγωγή του Νο 3, από το Νοέμβριο, η ΠΑΒΕΣ αποσπά ένα μεγάλο τμήμα της αγοράς.

Κατατίθεται το σήμα LYRA.

Η χρήση κλείνει με κέρδη προς διάθεση 20.335.647,20 δρχ.

- **1968**

Η γενική κοπή καπνού της χώρας παρουσιάζει αύξηση. Τα άνευ φίλτρου τσιγάρα παρουσιάζουν συνολική μείωση. Σημειώνεται μαζική μετάταξη καπνιστών από το άφιλτρο τσιγάρο στο τσιγάρο με φίλτρο.

Το σήμα No 15 φθίνει συνεχώς, οδηγούμενο στην εξαφάνισή του.

Το No 7, παρά τη συνεχιζόμενη φθορά του που οφείλεται στη μετάταξη των περισσότερων καπνιστών στα φίλτρα, διατηρεί ακόμη ένα σοβαρότατο οικονομικό υπόβαθρο.

Το No 5 διατηρεί στην κατηγορία του ισχυρή θέση, με δυνατότητα να διευρυνθεί ακόμη περισσότερο σε βάρος αντίστοιχων προϊόντων του ανταγωνισμού.

Το σήμα No 5 με Φίλτρο, μετά την εντυπωσιακή του εκκίνηση το Σεπτέμβριο του 1967 και την αντίστοιχη κυκλοφορία παρεμφερών προϊόντων από τις άλλες επιχειρήσεις του κλάδου, σταθεροποιείται σε μια σχετικά καλή θέση στην αγορά.

Το No 4 συνεχίζει να φθίνει με περιορισμένες δυνατότητες αντίδρασης της επιχείρησης.

Το Φίλτρο ΣΠΕΣΙΑΛ εξακολουθεί να εμφανίζει χαλαρότητα.

Ο ΡΗΓΑΣ επιδεικνύει μεγάλη ζωτικότητα και έχει ακόμη μεγαλύτερα περιθώρια αξιοποίησής του.

Το Φίλτρο ΕΛΑΦΡΥ, παρά τα σοβαρά πλεονεκτήματά του, εμφανίζει στασιμότητα.

Το No 1 με Φίλτρο παρουσιάζει σημαντική αύξηση ύψους 48,77% και ακόμη μεγαλύτερα περιθώρια ανάπτυξης.

Το BYRON παρουσιάζει ακόμη καχεξία παρά την αλλαγή του κουτιού συσκευασίας του και του χρωματισμού του.

Το MISTRAL δεν εμφανίζει καμιά πρόοδο.

Το OLD NAVY παρουσιάζει αύξηση των πωλήσεών του κατά 88%.

Το ASTOR παρουσιάζει αύξηση των πωλήσεών του κατά 59,93%.

Τα SUPER και EXPORT, παρ' ό,τι κυκλοφόρησαν μόλις πρόσφατα, πάνε πολύ καλά.

Επανασχεδιάζεται και επανακυκλοφορεί το σήμα No 11. Τις συσκευασίες και τις διαφημίσεις του σχεδιάζει η διαφημιστική εταιρεία ΓΝΩΜΗ.

Κατατίθεται το σήμα PAPASTRATOS HELLAS DELUXE.

Η χρήση κλείνει με κέρδη προς διάθεση 20.652.187,55 δρχ.

- **1969**

Η χρήση κλείνει με κέρδη προς διάθεση 41.241.253,10 δρχ.

- **1970**

Κυκλοφορεί η πρώτη συσκευασία του No 7 με Φίλτρο, σχεδιασμένη από τη διαφημιστική εταιρεία ΓΝΩΜΗ. Στο εβδομαδιαίο περιοδικό Οικογενειακός Θησαυρός κυκλοφορεί η πρώτη διαφήμιση του νέου τύπου με τίτλο «Επτά Φίλτρο. Γευστικό χαρμάνι. Πρωτότυπο κουτί».

Κυκλοφορεί το σήμα εξωτερικού VICTORY.

Η χρήση κλείνει με κέρδη προς διάθεση 40.680.342,20 δρχ.

- **1971 – 1973**

Η χρήση του 1971 κλείνει με κέρδη ελαφρώς υψηλότερα από το προηγούμενο έτος.

Η χρήση του 1972 παρουσιάζει μια θεαματική αύξηση κερδών, τα οποία ανέρχονται στο ποσό των 76.315.503,75 δρχ.

Η κερδοφορία της Εταιρείας υποχωρεί κατά το 1973, οπότε τα κέρδη της ανέρχονται στο ποσό των 55.923.691,90 δρχ.

Κυκλοφορεί το σήμα εξωτερικού RALLY.

- **1974**

Στην Εταιρεία εξακολουθούν να λειτουργούν μηχανήματα του 1930-1938, γεγονός που την αναγκάζει να μελετήσει σοβαρά το θέμα του τεχνολογικού της εκσυγχρονισμού.

Η διαφημιστική εταιρεία ΓΝΩΜΗ αναλαμβάνει την προβολή και προώθηση του νέου ανανεωμένου σήματος No 5.

Εκδίδεται από την ΠΑΒΕΣ το βιβλίο Η λαϊκή επιγραφή στην Ελλάδα με συγγραφείς τους Γ. Βακιρτζή, Π. Γράββαλο και Κ. Τζιμούλη.

Οι Εταιρείες ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ και η PHILIP MORRIS INTERNATIONAL, υπογράφουν σύμφωνο συνεργασίας για την παραγωγή του σήματος MARLBORO στην Ελλάδα.

Η χρήση κλείνει με ζημία 17.212.325,45 δρχ

- **1975**

Πρώτη η ΠΑΒΕΣ εισάγει στη Ελλάδα τις σιγαροποιητικές μηχανές MOLLINS MARK 9 και HAUNI GARANT 4, με δυνατότητα παραγωγής 4.000 τσιγάρων το λεπτό.

- **1976**

Πρώτη η ΠΑΒΕΣ εισάγει στην Ελλάδα πακεταριστικές συσκευές G.D.X1 και G.D.X2 καθώς και SCNERMUD, με δυνατότητα παραγωγής 400 πακέτων το λεπτό.

Κυκλοφορεί το No 7 με Φίλτρο στην πρώτη του μαλακή συσκευασία σε σχεδιασμό της διαφημιστικής εταιρείας ΓΝΩΜΗ.

➤ **1980 - 1989 (Ο Άσος γίνεται International)**

Η Ελληνική Πολιτεία προσπαθώντας να υποβοηθήσει την απορρόφηση και προώθηση των ελληνικών καπνών θεσπίζει ένα ειδικό πλαίσιο μέσα από το οποίο οι καπνοβιομηχανίες υποχρεώνονται να αγοράζουν ελληνικά καπνά σε ποσότητες κατά πολύ μεγαλύτερες από εκείνες που έχουν πραγματικά ανάγκη. Το γεγονός αυτό οδηγεί σταδιακά σε σημαντική μείωση των εξαγωγών των ελληνικών τσιγάρων τα οποία παύουν σιγά-σιγά να είναι ανταγωνιστικά.

Από τις αρχές της δεκαετίας του 1980 παρασκευάζονται στην Ελλάδα σχεδόν όλα τα ξένα σήματα τσιγάρων με διεθνή απήχηση στη χώρα μας και παύουν σταδιακά να εισάγονται.

Για τις ιδιωτικές «οικογενειακές» ελληνικές καπνοβιομηχανίες το γεγονός αυτό αποτελεί μια πρόκληση αλλά και μια δύσκολη συναισθηματικά απόφαση.

Στην περίπτωση της ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ, η απόφασή της να παράγει ήδη από το 1975 το MARLBORO για λογαριασμό της PHILIP MORRIS αποτέλεσε μια ενέργεια που δικαιώθηκε τελικά στην πράξη. Πέρα από την προστιθέμενη αξία, λόγω της κατασκευής τους από ελληνικά χέρια και την χρησιμοποίηση μόνο ελληνικών καπνών για το ποσοστό του καπνού ανατολικού τύπου στο χαρμάνι, η Εταιρεία αποκτά αυτόματα μια τεχνογνωσία.

Το αρνητικό κλίμα των τελευταίων χρόνων της δεκαετίας του 1970 υποκαθίσταται από τις θετικές προοπτικές που ανοίγονται για την Ελλάδα με την ένταξή της στην Ε.Ο.Κ.

Από το 1983 αρχίζουν να αποδίδουν οι κόπτοι των τελευταίων χρόνων, να βελτιώνονται οι επιδόσεις της αλλά και να κυκλοφορούν νέα σήματα. Την εποποιία του OLD NAVY που, κατά τη δεκαετία του 1970, μονοπωλεί τη διαφημιστική προβολή της, αναλαμβάνει πλέον η οικογένεια των ΑΣΣΩΝ, που συμπληρώνοντας 50 χρόνια ζωής, σταδιακά διευρύνεται με τους τύπους ULTRA και LIGHT. Η αναβίωση του σήματος HELLAS SPECIAL και η εμφάνιση του νέου σήματος ASSOS INTERNATIONAL στα μέσα της δεκαετίας του 1980 σημαδεύουν καθοριστικά την αργή αλλά σταθερή πορεία ανάπτυξης και επέκτασης της Εταιρείας.

- **1980**

Κυκλοφορεί το HELLAS SPECIAL με Φίλτρο. Το σχεδιασμό της συσκευασίας του και τη διαφημιστική του προβολή αναλαμβάνει η εταιρεία ΓΝΩΜΗ, με κεντρικά της συνθήματα «HELLAS SPECIAL ΦΙΛΤΡΟ – Με φυσικό άρωμα» και «HELLAS SPECIAL ΦΙΛΤΡΟ – Το νέο τσιγάρο με τη μεγάλη παράδοση – Με φυσικό γνήσιο μακεδονικό άρωμα».

Η χρήση κλείνει με κέρδη 213.059.305 δρχ.

- **1981**

Η χρήση κλείνει με κέρδη 243.059.305 δρχ., από τα οποία διατίθενται 3.035.000 δρχ. σε δωρεές για κοινωνικές σκοπούς και 37.204.997 δρχ., ως πριμ παραγωγικότητας, στο προσωπικό της Εταιρείας.

- **1982**

Η χρήση κλείνει με κέρδη 112.100.381 δρχ.

- **1983**

Η χρήση κλείνει με κέρδη 344.684.660 δρχ., από τα οποία διατίθενται σε δωρεές για κοινωνικές σκοπούς 109.974.662 δρχ. και στο προσωπικό, ως πριμ παραγωγικότητας, 63.200.412 δρχ.

- **1984**

Η χρήση κλείνει με κέρδη 502.699.721 δρχ., από τα οποία διατίθενται 71.115.904 δρχ. υπέρ κοινωνικών σκοπών και στο προσωπικό 76.377.158 δρχ.

- **1985**

Η χρήση κλείνει με κέρδη 300.393.876 δρχ., από τα οποία διατίθενται 24.056.549 δρχ. και στο προσωπικό, ως πριμ παραγωγικότητας, 50.418.852 δρχ.

Οι πωλήσεις της Εταιρείας στο εξωτερικό ανέρχονται στα 266.200.000 τσιγάρα.

Η διαφημιστική εταιρεία GEO αναλαμβάνει να ανανεώσει τις ενέργειες προώθησης και προβολής του σήματος HELLAS SPECIAL ΦΙΛΤΡΟ, με κεντρικό της σύνθημα «Μαύρο, χρυσό και SPECIAL».

Στην Εταιρεία απασχολούνται 1.800 εργαζόμενοι.

- **1986**

Η χρήση κλείνει με κέρδη 480.949.956 δρχ., από τα οποία διατίθενται 26.421.446 δρχ. για κοινωνοφελείς σκοπούς.

Οι πωλήσεις της Εταιρείας στο εξωτερικό ανέρχονται στα 357.700.000 τσιγάρα.

- **1987**

Η χρήση κλείνει με κέρδη 1.965.798.767 δρχ. και η Εταιρεία έχει αξία παγίων εγκαταστάσεων 8.972.000.000. δρχ. Το μετοχικό της κεφάλαιο ανέρχεται στις 919.000.000 δρχ.

Οι πωλήσεις της Εταιρείας στο εξωτερικό ανέρχονται σε 890.000.000 τσιγάρα.

Η Εταιρεία απασχολεί 1.800 εργαζόμενους.

- **1988**

Η χρήση κλείνει με κέρδη 3.106.038.016 δρχ. και οι πωλήσεις της στο εξωτερικό ανέρχονται στα 1.518.000.000 τσιγάρα.

Η Εταιρεία απασχολεί 1.753 εργαζόμενους.

- **1989**

Η χρήση κλείνει με κέρδη 2.801.928.638 δρχ., ενώ η αξία των παγίων της εγκαταστάσεων ανέρχεται στα 13.509.000.000 δρχ. Συγχρόνως, το μετοχικό της κεφάλαιο αυξάνεται στα 2.233.000.000 δρχ.

Οι πωλήσεις της Εταιρείας στο εξωτερικό ανέρχονται σε 1.204.900.000 τσιγάρα.

Η Εταιρεία απασχολεί 1.635 εργαζόμενους.

➤ **1990 – 2005 (Από τη διεθνοποίηση στην ενσωμάτωση)**

- **1990**

Τα αποτελέσματα της χρήσης επισφραγίζουν θετικά όλους τους δείκτες, αλλά και την εν γένει δυναμική πορεία της Εταιρείας κατά τα τελευταία έτη.

Στην εσωτερική αγορά, παρ' όλη τη στασιμότητα των συνολικών πωλήσεων σε τσιγάρα κατά την προηγούμενη πενταετία, ο τζίρος αυξάνεται από χρόνο σε χρόνο και η πρώτη θέση της ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ στην κατανάλωση εδραιώνεται με την κυκλοφορία νέων σημάτων. Οι συνολικές πωλήσεις σιγαρέττων της Εταιρείας σημειώνουν αύξηση 9%, η οποία προέρχεται κυρίως από τις εξαγωγές της. Οι πωλήσεις, σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο, σε αξία, παρουσιάζουν αύξηση κατά 24,5%. Το 20,2% της συνολικής παραγωγής της Εταιρείας εξάγεται έναντι του 9,2% το 1989 και του 3% το 1986. Το ποσοστό συμμετοχής της Εταιρείας στην εσωτερική αγορά ανέρχεται σε 37,7% έναντι 21,8% της δεύτερης σε κατανάλωση καπνοβιομηχανίας της χώρας και 14% του συνόλου των εισαγόμενων σιγαρέττων, που σημειώνουν αλματώδη αύξηση κατά το 1990.

Οι σημαντικές επενδύσεις της Εταιρείας σε μηχανολογικό εξοπλισμό και ανθρώπινο δυναμικό εξασφαλίζουν την ανταγωνιστικότητά της, η οποία αποτυπώνεται στην ποιότητα της οργάνωσης και των προϊόντων της. Η αύξηση της εξειδίκευσης του προσωπικού, σε συνδυασμό με τη σταθεροποίηση του αριθμού των εργαζομένων, παρά την αύξηση της παραγωγής, συμβάλλει ουσιαστικά στην αύξηση της παραγωγικότητας της Εταιρείας.

Βασικοί στόχοι της Εταιρείας εξακολουθούν να είναι:

- Η συνέχιση της διεισδυτικότητας και εδραίωσης των προϊόντων της στις ξένες αγορές.
- Η αντιμετώπιση της στασιμότητας στην εσωτερική αγορά, με την περαιτέρω εξέλιξη των δυναμικών σημάτων της και τη δημιουργία νέων, προσαρμοσμένων στις διαφοροποιούμενες τάσεις του καπνιστικού κοινού.

Στη θετική διαμόρφωση των οικονομικών αποτελεσμάτων της Εταιρείας συμβάλλουν:

- Η αύξηση του όγκου των συνολικών πωλήσεων.
- Η συνέχιση της καλής ρευστότητάς της.

Η πολιτική της αυτοχρηματοδότησης των επενδυτικών σχεδίων της επιχείρησης ύψους 5.000.000.000.000 δρχ. κατά την προηγούμενη δεκαετία την ωφέλησε πολλαπλά, καθώς δεν την επιβάρυνε με υψηλό κόστος δανεισμού, με δεδομένο το μεγάλο ύψος των τρεχόντων επιτοκίων. Η καλή της ρευστότητα βοήθησε σημαντικά στην καλύτερη των γενικότερων οικονομικών της αποτελεσμάτων.

Η καρποφόρα συνεργασία της Εταιρείας με τη PHILIP MORRIS INTERNATIONAL για την κατασκευή και πώληση των σιγαρέτων MARLBORO στην Ελλάδα, συνεχίζεται με την ίδια επιτυχία. Μέσα από αυτή τη συνεργασία, η ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ, διασφαλίζοντας στη PHILIP MORRIS INTERNATIONAL τη διατήρηση των προδιαγραφών κατασκευής, διανομής και προώθησης του MARLBORO στη χώρα μας, εξασφαλίζει την «πρωτιά» στην ελληνική αγορά. Η PHILIP MORRIS INTERNATIONAL προσφέρει στην Εταιρεία τεχνογνωσία και σύγχρονες αντιλήψεις επιχειρησιακής οργάνωσης.

Η Εταιρεία, για να αντιμετωπίσει τον εντεινόμενο ανταγωνισμό, πιστεύει ότι πρέπει να παραμείνει και διεθνώς ανταγωνιστική, επεκτείνοντας τους ορίζοντές της συνεχώς σε νέες αγορές για τα προϊόντα της.

Η ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ συνεργάζεται με τον ολλανδικό όμιλο SHV HOLDING S.A. και συμμετέχει σε ποσοστό 10% ως ενεργός εταίρος σε μια επένδυση 10.000.000.000 δρχ. στη MAKRO HELLAS S.A., που ξεκινά με την κατασκευή τριών μεγάλων πολυκαταστημάτων χονδρικής πώλησης, τύπου cash and carry.

Αγοράζεται το οικόπεδο μπροστά από το εργοστάσιο της Εταιρείας στον Πειραιά.

Τα πρώτα σε πωλήσεις σήματα της Εταιρείας ΠΑΒΕΣ είναι τα: No 1 HELLAS, No 2 HELLAS, No 3 HELLAS, No 4 HELLAS, No 5, No 10 και No 15.

Ιδιαίτερο βάρος δίνεται από την Εταιρεία στην εκπαίδευση του προσωπικού της, με τη συμμετοχή του σε εξωεπιχειρησιακά προγράμματα και ιδιαίτερα με την εξειδίκευση του τεχνικού προσωπικού σε εργοστάσια της PHILIP MORRIS INTERNATIONAL σε θέματα εξοικείωσης και συντήρησης των νέων πολύπλοκων μηχανημάτων παραγωγής.

Η χρήση κλείνει με κέρδη 5.431.000.000 δρχ., σημειώνοντας αύξηση κατά 83,5% σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο. Η αύξηση αυτή αποδίδει ως ανταμοιβή (πριμ παραγωγικότητας) για την προσφορά του στο προσωπικό της Εταιρείας το ποσό των 300.000.000 δρχ.

Διατίθενται από την Εταιρεία 148.000.000 δρχ. για κοινωνικές και πολιτιστικούς σκοπούς.

### • **1991**

Η Εταιρεία συμπληρώνει 60 χρόνια δυναμικής παρουσίας και πρωτοπορίας στον κλάδο της καπνοβιομηχανίας στην Ελλάδα.

Οι συνολικές πωλήσεις των σιγάρων της σημειώνουν αύξηση κατά 19,7% σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο. Πρόκειται για μια αύξηση που προέρχεται κυρίως από τις εξαγωγές. Οι πωλήσεις, σε αξία, σημειώνουν αύξηση κατά 26% σε σχέση με το 1990.

Το 33% της συνολικής παραγωγής της Εταιρείας εξάγεται στο εξωτερικό, παρουσιάζοντας αύξηση 13% σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Στρατηγική επιδίωξη της Εταιρείας στον

εξαγωγικό τομέα, κατά τη χρονιά αυτή, ήταν η εδραίωση στο διεθνές στερέωμα των σημάτων της ASSOS INTERNATIONAL, OLD NAVY, COSMOS, PRESIDENT και RALLY, που καταλαμβάνουν σημαντική θέση σε ξένες αγορές, αλλά και η προώθηση νέων σημάτων.

Η Εταιρεία δεν στηρίζει την ανάπτυξη των πωλήσεων της σε ευκαιριακές πωλήσεις κάποιων σημάτων της. Αντίθετα, στοχεύει στην κυκλοφορία και την εδραίωση επώνυμων σημάτων της σε αγορές όπου οι συνθήκες της επιτρέπουν να καθίσταται μακροχρόνια ανταγωνιστική.

Στην εσωτερική αγορά το μερίδιο αγοράς της Εταιρείας διατηρείται στο 35%. Η σημαντική αύξηση των εισαγόμενων τσιγάρων σε ποσοστό 17,6% της αγοράς, έναντι 14% κατά το 1990, υποχρεώνει την ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ να προβάλλει περισσότερο τα δυναμικά σήματά της. Αποφασίζει επίσης, να κυκλοφορήσει στην αγορά το νέο της σήμα CLASSIC LIGHTS, καθώς και δύο νέες εκδοχές του σήματος ASSOS INTERNATIONAL, η μια σε μαλακή συσκευασία και η άλλη σε μήκος τσιγάρου 100 χιλιοστών.

Η προτίμηση του Έλληνα καταναλωτή οδηγεί την Εταιρεία στην εφαρμογή νέων τεχνικών μάρκετινγκ που δεν προβάλλουν μόνο τα χαρακτηριστικά των προϊόντων, αλλά επιχειρούν να καλύψουν και τις πλέον ιδιαίτερες επιλογές και προτιμήσεις του.

Οι επενδύσεις της Εταιρείας κατά το 1991 ανέρχονται στο ποσό των 2.300.000.000 δρχ. Σημαντικό τμήμα αυτού του ποσού αφορά την αγορά οικοπέδου δίπλα από το εργοστάσιο της Εταιρείας στον Πειραιά, το οποίο πρόκειται, στο άμεσο μέλλον, να φιλοξενήσει αποθηκευτικούς χώρους για την καλύτερη εξυπηρέτηση των εξαγωγικών αναγκών της.

Η συμμετοχή της Εταιρείας στη μικρή αλλά δυναμική επιχείρηση TREND Α.Ε. και η συνεργασία της με την ΙΟΝΙΚΗ Α.Ε., που είναι η μεγαλύτερη επιχείρηση στον τομέα τροφοδοσίας πλοίων και duty free σε τσιγάρα, ποτά κ.λπ., τη βοηθούν αποτελεσματικά ώστε να αντιμετωπίσει τις νέες συνθήκες της εσωτερικής αγοράς τσιγάρων και να αναπτυχθεί στο χώρο της εμπορίας και άλλων προϊόντων.

Τη χρονιά αυτή, σε συνεργασία με τη PHILIP MORRIS INTERNATIONAL, αναδιοργανώνεται πλήρως η Διεύθυνση Πωλήσεων Εσωτερικού, ώστε να μπορεί να ανταποκριθεί στις νέες διαμορφούμενες συνθήκες της εσωτερικής αγοράς. Αναδιοργάνωση συντελείται και στη Διεύθυνση Πωλήσεων Εξωτερικού, έτσι ώστε η Εταιρεία να μπορέσει να ανταπεξέλθει στις αντικειμενικές συνθήκες των αγορών στις οποίες στοχεύει.

Το έμπυχο δυναμικό της Εταιρείας εμπλουτίζεται με νέα στελέχη από τα οποία τα εμπειρότερα αναλαμβάνουν τις περισσότερες ευθύνες. Η εγκατάσταση νέου κεντρικού ηλεκτρονικού υπολογιστή και η επέκταση των ηλεκτρονικών εφαρμογών σε όλες τις Διευθύνσεις της Εταιρείας αναμένεται ότι θα βοηθήσει σημαντικά τα επόμενα χρόνια στην αύξηση της παραγωγικότητάς της.

Η χρήση κλείνει με κέρδη 5.820.000.000 δρχ., δηλαδή με αύξηση 7,2% σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Από το σύνολο των κερδών της χρήσης αποδίδεται στο προσωπικό, ως πριμ παραγωγικότητας, το ποσό των 340.000.000 δρχ.

Διατίθεται ποσό 248.000.000 δρχ. για κοινωνικούς και πολιτιστικούς σκοπούς.

#### • **1992**

Παρ' ό,τι τα αποτελέσματα της χρήσης κινούνται σε χαμηλότερους ρυθμούς σε σχέση με τα προηγούμενα έτη, θεωρούνται ικανοποιητικά. Τα κέρδη της Εταιρείας ανέρχονται στα 5.596.000.000 δρχ.

Οι πωλήσεις σημειώνουν αύξηση σε όγκο κατά 7,3% και σε αξία 21,7% σε σχέση με το 1991. Παρά το γεγονός ότι οι πωλήσεις της Εταιρείας στο εσωτερικό παρουσιάζουν μείωση κατά 4,7%, η αύξηση των πωλήσεων κατά 31%, στο εξωτερικό καταφέρνει να υπερκαλύψει αυτή την υποχώρηση.

Στο εξωτερικό, στόχος της Εταιρείας παραμένει η δημιουργία σταθερών πυρήνων κατανάλωσης, με επιδίωξη την ομαλή ανάπτυξη των πωλήσεών της και την αποφυγή επικίνδυνων αυξομειώσεων. Η Εταιρεία προσβλέπει σε τοπικές συμφωνίες, επιτυγχάνοντας μια με τον κρατικό φορέα καπνού της Ρουμανίας, και επιδιώκοντας να μη θεωρείται στις χώρες όπου δραστηριοποιείται σαν «εισβολέας», αλλά ως φορέας και συνεργάτης τεχνολογικής ανάπτυξης των τοπικών εργοστασίων.

Στόχος της Εταιρείας, στην εσωτερική αγορά, παραμένει η ενδυνάμωση της αντοχής των υπάρχοντων σημάτων της, με την προβολή των ανταγωνιστικών προϊόντολογικών τους στοιχείων και η συνέχιση μιας επιθετικής πολιτικής μάρκετινγκ για τη δημιουργία νέων προϊόντων που θα καλύπτουν τις σύγχρονες τάσεις και ανάγκες της εσωτερικής αγοράς. Οι επιτυχίες της με το CLASSIC LIGHTS και το PAPASTRATOS SUPER LIGHTS, που έχουν άμεση απήχηση στο καταναλωτικό κοινό, επιδρούν θετικά στις πωλήσεις της, ενώ η τολμηρότητά της να προχωρήσει στην παραγωγή του 5 FILTER δεν ανταμείβεται με ένα αντίστοιχο επίπεδο πωλήσεων.

Το MARLBORO εξακολουθεί να είναι το πρώτο σε πωλήσεις τσιγάρο και στην Ελλάδα.

Οι επενδύσεις της Εταιρείας το 1992 ανέρχονται σε 6.200.000.000 δρχ. Συμπληρώνεται και εκσυγχρονίζεται ο μηχανολογικός εξοπλισμός της Εταιρείας. Καλύπτεται η επέκταση της συμμετοχής της στο μετοχικό κεφάλαιο της επιχείρησης MAKRO CASH and CARRY A.E., που ήδη διαθέτει δύο πολυκαταστήματα, ένα στην Παλλήνη Αττικής και ένα στη Θεσσαλονίκη.

Η Εταιρεία διαθέτει από τα κέρδη της το ποσό των 292.500.000 δρχ. ως πριμ παραγωγικότητας στο προσωπικό της.

Η Εταιρεία διαθέτει, επίσης, από τα κέρδη της, το ποσό των 426.000.000 δρχ. ως παροχές σε κοινωφελή ιδρύματα και πολιτιστικές εκδηλώσεις.

### • **1993**

Τα αποτελέσματα της χρήσης και οι δείκτες που απορρέουν από αυτά επιβεβαιώνουν και πάλι τις δυναμικές τάσεις που χαρακτηρίζουν την Εταιρεία.

Ο κλάδος της καπνοβιομηχανίας συνεχίζει να είναι από τους πλέον αποδοτικούς και τους πιο ενδιαφέροντες, παρουσιάζοντας πολλαπλές δυνατότητες υψηλής απόδοσης. Η παγκόσμια ζήτηση τσιγάρων βρίσκεται σε συνεχή άνοδο, τόσο από το άνοιγμα των αγορών της Βορειοανατολικής Ευρώπης όσο και από χώρες του Τρίτου Κόσμου. Η μεγάλη επένδυση που απαιτείται για να γίνει βιώσιμη και ανταγωνιστική μια καπνοβιομηχανία, αλλά και η σύγχρονη τεχνολογία που χρειάζεται, αποθαρρύνουν την είσοδο νέων ομοειδών επιχειρήσεων στον κλάδο διεθνώς.

Το γεγονός αυτό επιτρέπει και στην ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ να ενισχύσει τη θέση της διεθνώς και να προσβλέπει σε ακόμη μεγαλύτερη διεύρυνση των διεθνών της ενδιαφερόντων. Η αρχή της αυτοχρηματοδότησης των επενδύσεών της, που της προσφέρει ικανοποιητική ρευστότητα, αποτελεί έναν ακόμη θετικό παράγοντα για την περαιτέρω ανάπτυξή της.

Η Εταιρεία επενδύει 2.000.000.000 δρχ. σε εγκαταστάσεις, εξοπλισμό και οργάνωση, βελτιώνοντας την ποιότητα των προϊόντων της, εφαρμόζοντας τις πιο σύγχρονες μεθόδους μάρκετινγκ, δημιουργώντας μια περισσότερο ανταγωνιστική παραγωγική διαδικασία και αναπτύσσοντας νέες δραστηριότητες.

Οι εξαγωγές της Εταιρείας αντιπροσωπεύουν το 29,5% της συνολικής της παραγωγής. Τα μεγέθη αυτά ισχυροποιούν τη διεθνή της παρουσία και ενδυναμώνουν τις φιλοδοξίες της για ακόμη μεγαλύτερη ανάπτυξη. Τα σήματα ASSOS INTERNATIONAL, PRESIDENT και COSMOS κατέχουν σημαντική θέση σε πολλές ξένες αγορές, καλύπτοντας τις κατά τόπους απαιτήσεις και προτιμήσεις των ξένων καταναλωτών.

Η χρήση παρουσιάζει κέρδη ύψους 5.254.962.850 δρχ.



Η Εταιρεία διαθέτει από τα κέρδη της το ποσό των 325.000.000 δρχ., ως πριμ παραγωγικότητας, στο προσωπικό της.

Η Εταιρεία διαθέτει από τα κέρδη της το ποσό των 153.000.000 δρχ. ως παροχές σε κοινωνοφελή ιδρύματα και πολιτιστικές εκδηλώσεις.

- **1994**

Οι εξαγωγές της Εταιρείας παρουσιάζουν αύξηση κατά 148% σε όγκο και 114% σε αξία, καταλαμβάνοντας πλέον το 50% της συνολικής της παραγωγής. Η Εταιρεία, με εφόδια την ποιοτική και κοστολογική ανταγωνιστικότητα των προϊόντων της, αναπτύσσεται δυναμικά, ειδικά στις χώρες της Κεντροανατολικής Ευρώπης. Το σήμα ASSOS INTERNATIONAL έχει ήδη καθιερωθεί στα Βαλκάνια ως ένα από τα πιο πετυχημένα ξένα σήματα. Το σήμα PRESIDENT, με την ιδιαίτερα ανταγωνιστική τιμολογιακή του πολιτική, γίνεται ένα από τα δημοφιλέστερα σήματα στις χώρες της πρώην Σοβιετικής Ένωσης και διεισδύει σταθερά και σταδιακά και στις χώρες της Κεντροανατολικής Ευρώπης.

Οι συνολικές πωλήσεις στο εσωτερικό σημειώνουν και αυτές αύξηση της τάξης του 2% σε όγκο και 17% σε αξία. Στο εσωτερικό, η Εταιρεία ενισχύει την εικόνα των σημάτων της, προσαρμόζοντας την παραγωγή της με στόχο την κάλυψη των γευστικών και άλλων προτιμήσεων του καπνιστικού κοινού.

Η αύξηση του κόστους προμήθειας των πρώτων υλών, κατά την τελευταία διετία, αποτελεί το μόνο ανασταλτικό παράγοντα στην όλη προσπάθεια της επιχείρησης να ανταγωνιστεί επάξια στο διεθνές περιβάλλον.

Τα κέρδη της χρήσης ανέρχονται σε 10.216.000.000 δρχ., παρουσιάζοντας αλματώδη αύξηση χάρη στη μεγάλη αύξηση των εξαγωγών.

Η Εταιρεία διαθέτει από τα κέρδη της το ποσό των 500.000.000 δρχ., ως πριμ παραγωγικότητας, στο προσωπικό της.

Η Εταιρεία διαθέτει από τα κέρδη της το ποσό των 231.000.000 δρχ., ως παροχές, σε κοινωνοφελή ιδρύματα και πολιτιστικές εκδηλώσεις.

- **1995**

Οι συνολικές πωλήσεις της Εταιρείας παρουσιάζουν αύξηση 5,7% σε όγκο και 11% σε αξία. Οι εξαγωγές σημειώνουν αύξηση κατά 43% σε σχέση με το 1994.

Η ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ υπερβαίνει για δεύτερη συνεχή χρονιά τις εξαγωγικές της προσδοκίες. Το ποσοστό των εξαγωγών της ανέρχεται στο 52% του συνολικού όγκου της παραγωγής. Η μεγαλύτερη προσοχή της Εταιρείας στρέφεται στη σταθεροποίηση και εδραίωση της σημαντικής κατανάλωσης στις ξένες χώρες. Δίνει μεγαλύτερη προσοχή στην οργάνωση δικτύων πώλησης, ειδικά σε χώρες όπου αυτά είναι πλημμελή ή ακόμη και ανύπαρκτα.

Τα σήματα ASSOS INTERNATIONAL και PRESIDENT είναι μεταξύ των δύο πρώτων διεθνών σημάτων στα Βαλκάνια και τις Ανατολικές χώρες της Ευρώπης.

Η αύξηση αυτή έρχεται να εξισορροπήσει τις απώλειες των περιθωρίων κέρδους που υφίσταται η Εταιρεία στην εσωτερική αγορά, λόγω της συγκράτησης των λιανικών τιμών.

Τα σήματα εξελίσσονται πολύ καλά και στην εσωτερική αγορά, όπως και άλλα σχετικά νέα σήματα. Τα σήματα της οικογένειας ASSOS CLASSIC, PAPASTRATOS SUPER LIGHTS και ULTRA 01 διεκδικούν αύξηση των μεριδίων τους στην αγορά.

Τη χρονιά αυτή, κυκλοφορεί στην εσωτερική αγορά το σήμα PRESIDENT με μια πρωτοποριακή μορφή που προσφέρει 30 τσιγάρα, γεύσης τύπου American blend, σε μια πολύ κομψή συσκευασία και σε προσιτή τιμή.

Ολοκληρώνεται μια εννεάμηνη προσπάθεια αναζωογόνησης της εικόνας των παραδοσιακών σημάτων της οικογένειας του ΑΣΣΟΥ, προκειμένου να γίνουν πιο ελκυστικές οι συσκευασίες τους.

Η στρατηγική συνεργασία της Εταιρείας με την ολλανδική εταιρεία SHV στη MAKRO HELLAS CASH and GARRY A.E. της αποφέρει σημαντικά κέρδη, τα οποία επεπενδύονται στη δημιουργία νέων μονάδων-πολυκαταστημάτων.

Συνεχίζονται οι αυτοχρηματοδοτούμενες επενδύσεις της Εταιρείας, οι οποίες ανέρχονται στο ύψος των 3.400.000.000 δρχ. Στο πλαίσιο αυτό, εντάσσονται και οι επενδύσεις ποιοτικής αναβάθμισης, όπως η μονάδα BURLEY-LINE στο Ζαπάντι του Αγρινίου, αλλά και οι υπόλοιπες επεκτάσεις που αποσκοπούν στην κάλυψη της ζήτησης και την αύξηση της παραγωγικότητας.

Αρχίζει η στρατηγική συνεργασία της Εταιρείας με τον όμιλο ΔΕΛΤΑ, που εκφράζεται με τη μετοχική συμμετοχή της ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ σε ποσοστό 25% στη Γενική Εταιρεία Τροφίμων Α.Ε. <<ΜΠΑΡΜΠΑΣΤΑΘΗΣ>>. Η επένδυση αυτή στοιχίζει στην Εταιρεία 2.200.000.000 δρχ.

Τα κέρδη της χρήσης ανέρχονται σε 10.700.000.000 δρχ.

#### • **1996**

Χαρακτηριστικό της χρήσης του 1996 είναι η αύξηση όλων των οικονομικών μεγεθών της Εταιρείας, παρά τη μείωση του συνολικού όγκου των πωλήσεών της.

Στις πωλήσεις εξωτερικού παρουσιάζεται κάμψη 19,4% σε όγκο ή 10,7% σε αξία.

Στην εσωτερική αγορά, η προτίμηση του καταναλωτικού κοινού έχει κριθεί σαφώς υπέρ των ξένων σημάτων. Δεν παύουν όμως, ορισμένα ελληνικά σήματα να διατηρούν ισχυρή θέση στην αγορά, όπως οι παραδοσιακοί ΑΣΣΟΙ και να αναπτύσσονται δυναμικά κάποια νεότερα σε ηλικία ελληνικά σήματα τύπου blended, όπως τα ASSOS INTERNATIONAL και PRESIDENT, που είναι εφάμιλλα των ξένων. Στην κατηγορία των πολύ ελαφρών, η Εταιρεία παράγει τα PAPASTRATOS SUPER και ULTRA LIGHTS και κυκλοφορεί για πρώτη φορά το ASSOS CLUB, ένα τσιγάρο με πολύ μοντέρνα προσωπικότητα.

Στο εσωτερικό, οι πωλήσεις αυξάνονται κατά 15% σε αξία, λόγω της αύξησης των λιανικών τιμών που επιβάλλεται με την έναρξη του έτους. Το MARLBORO καταλαμβάνει πλέον το 20% της ελληνικής αγοράς.

Οι επενδύσεις της Εταιρείας κατά το τρέχον έτος ανέρχονται στο ύψος των 4.500.000.000 δρχ. και αφορούν τη συμπλήρωση των μηχανημάτων νέας γενιάς που αποσκοπούν στη βελτίωση της παραγωγικότητας και στην κάλυψη του κόστους κατασκευής αποθήκης 4.000 τ.μ. στο παρακείμενο του εργοστασίου οικόπεδο στον Πειραιά.

Η χρήση παρουσιάζει κέρδη 10.224.000.000 δρχ. Η Εταιρεία διαθέτει από τα κέρδη της το ποσό των 520.000.000 δρχ., ως πριμ παραγωγικότητας, στο προσωπικό της.

Η Εταιρεία διαθέτει επίσης, από τα κέρδη της, το ποσό των 231.000.000 δρχ., ως παροχές, σε κοινωφελή ιδρύματα και πολιτιστικές εκδηλώσεις.

#### • **1997**

Η ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ αποκτά ένα από τα πιο παραδοσιακά και αγαπητά ελληνικά σήματα. Πρόκειται για το σήμα SANTÉ που αγοράζεται από την εταιρεία ΑΦΟΙ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ.

Η συνολική αξία των πωλήσεων της Εταιρείας αυξάνεται κατά 8% σε σχέση με το 1996.

Η χρήση παρουσιάζει κέρδη αυξημένα κατά 11,6% σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο. Η αύξηση οφείλεται στη συνολική αύξηση του τζίρου, στη βελτίωση της παραγωγικότητας, στην άνοδο του δολαρίου που ευνόησε τα έσοδα από τις εξαγωγές και στα έσοδα από τόκους των διαθεσίμων της Εταιρείας.

Στο εσωτερικό, οι πωλήσεις αυξάνονται σε αξία κατά 10,8%. Ο συνολικός τους όγκος αυξάνεται τόσο, ώστε η Εταιρεία να κατέχει πια το 38% επί του συνόλου των εγχώριων πωλήσεων τσιγάρων.

Το MARLBORO διατηρεί την κυρίαρχη θέση του στην ελληνική αγορά με ποσοστό 20% στο σύνολο του όγκου των πωλήσεων. Ακολουθεί το σύνολο της οικογένειας του σήματος ASSOS με ποσοστό 11,4%.

Η Εταιρεία ενισχύει το δίκτυο διανομής της σε όλη την Ελλάδα και διευρύνει τα πεδία συνεργασίας της με τους 138 αποκλειστικούς αντιπροσώπους της στην επαρχία και τους 198 πρατηριούχους στην Αθήνα, τον Πειραιά, τη Θεσσαλονίκη και την Πάτρα. Ο όγκος των εξαγωγών αυξάνεται συνεχώς, αναπτύσσοντας μια νέα δυναμική, που απαιτεί την ανάγκη επιτόπιας παραγωγής στις χώρες πώλησης. Σε χώρες όπως η Ρουμανία και η Ουκρανία, οι οποίες αποτελούν και τις βασικότερες εξαγωγικές αγορές της Εταιρείας, η επιβολή δασμών και άλλων μορφών φόρων πλήττει τα εισαγόμενα τσιγάρα. Η Εταιρεία αποφασίζει τη δημιουργία εργοστασίου εντός του 1998 στο Βουκουρέστι για την παραγωγή του σήματος ASSOS INTERNATIONAL στη Ρουμανία. Παράλληλα, διερευνά τη δυνατότητα επιτόπιας παραγωγής και σε άλλες χώρες, είτε με τη δημιουργία εργοστασίων της ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ, είτε μέσω στρατηγικών συνεργασιών με εταιρείες, που διαθέτουν ήδη στις χώρες αυτές σύγχρονη παραγωγική μονάδα.

Οι επενδύσεις της Εταιρείας κατά το 1997 ανέρχονται στο ύψος των 5.500.000.000 δρχ.

Η Εταιρεία διαθέτει από τα κέρδη της το ποσό των 570.000.000 δρχ., ως πριμ παραγωγικότητας, στο προσωπικό της.

Η Εταιρεία διαθέτει από τα κέρδη της το ποσό των 231.000.000 δρχ., ως παροχές, σε κοινωνικά ιδρύματα και πολιτιστικές εκδηλώσεις.

#### • **1998**

Η καπνοβιομηχανική δράση της Εταιρείας στην Ελλάδα συνεχίζει να αποτελεί τον ακρογωνιαίό λίθο της ανάπτυξης της στο χώρο των σιγαρέττων και, γι' αυτό το λόγο, αποφασίζεται η εντατικοποίηση της προσπάθειας ενίσχυσής της. Η αγορά συμπιέζεται συνεχώς από την πληθώρα των σημάτων και παρουσιάζει χαμηλούς ρυθμούς ανάπτυξης. Ο ανταγωνισμός μεταξύ ελληνικών και ξένων καπνοβιομηχανιών εντείνεται όλο και περισσότερο. Η Εταιρεία πιστεύει ότι, ενισχύοντας και προσαρμόζοντας τα σήματά της στις τάσεις της αγοράς, αλλά και αξιοποιώντας στο έπακρο τις οικονομίες κλίμακας στην παραγωγική της διαδικασία, θα μπορέσει, με βάση το ισχυρό της εμπορικό δίκτυο, να επαιυξήσει την υπεροχή της έναντι του εγχώριου, αλλά και του εισαγόμενου ανταγωνισμού.

Τη χρονιά αυτή, η ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ είναι η μόνη ελληνική καπνοβιομηχανία που καταφέρνει, σε συνθήκες εντεινόμενου ανταγωνισμού, να διατηρήσει το ποσοστό αγοράς των σημάτων της στην εσωτερική αγορά.

Το σήμα ASSOS INTERNATIONAL διατηρεί μια από τις πρώτες θέσεις μεταξύ των σημάτων της ελληνικής ιδιοκτησίας και ανταγωνίζεται επάξια τα ξένα σήματα στη χώρα μας. Ο ASSOS INTERNATIONAL είναι το πιο δυναμικό ελληνικό σήμα. Διαθέτει τη σιγουριά της ποιότητας του ΑΣΣΟΥ και την εικόνα και τη γεύση του μοντέρνου διεθνούς τσιγάρου. Η σειρά ASSOS INTERNATIONAL, μέσω της αλλαγής της συσκευασίας του LIGHTS, πετυχαίνει να ενοποιήσει την εικόνα της. Οι παραδοσιακοί ΑΣΣΟΙ αποτελούν για την Εταιρεία το θεμέλιο λίθο της δραστηριότητάς της, καθώς αποτελούν σήματα με παραδοσιακή αξία και ηγετική θέση στην

ελληνική αγορά. Η πρόκληση για εξεύρεση μιας χρυσής τομής μεταξύ των παραδοσιακών αξιών του ΑΣΣΟΥ και των σύγχρονων τάσεων στην αγορά έχει ως αποτέλεσμα τη νέα γενιά των παραδοσιακών ΑΣΣΩΝ σε συσκευασία 25 σιγαρέττων το πακέτο. Η ευρύτερη οικογένεια των ΑΣΣΩΝ εμπλουτίζεται με τα δύο νέα σήματα LIGHTS 25 και ULTRA 25, που έρχονται να καλύψουν τις νέες καπνιστικές ανάγκες που εμφανίζονται στη χώρα μας.

Το σήμα ASSOS CLASSIC, που έκανε την είσοδό του στην αγορά το 1991 και από τότε ακολουθεί πιστά τις εξελίξεις και τις νέες τάσεις της, με μια ανανεωμένη διαφημιστική πολιτική καταφέρνει να επιτύχει τους στόχους του.

Το σήμα SANTÉ αναβαθμίζεται και συμπληρώνεται με το SANTÉ FILTER, που είναι απόλυτα προσαρμοσμένο στις νέες γευστικές απαιτήσεις της αγοράς.

Το σήμα PRESIDENT εδραιώνεται και στην εσωτερική αγορά ως ένα blended economy σήμα, σημειώνοντας αύξηση των πωλήσεών του. Είναι το μοναδικό σήμα που κυκλοφορεί στην Ελλάδα σε συσκευασία των 30 σιγαρέττων.

Τα σήματα PAPASTRATOS SUPER και ULTRA LIGHTS αντανakλούν όλη την ιστορία του ονόματος ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ. Διατίθενται σε εκλεπτυσμένες και πολυτελείς συσκευασίες και παρουσιάζουν πολλές δυνατότητες αύξησης των μεριδίων τους στην εσωτερική αγορά.

Ανανεώνεται η συμφωνία συνεργασίας της Εταιρείας με τη PHILIP MORRIS

INTERNATIONAL, για την παραγωγή και διακίνηση στην Ελλάδα του σήματος MARLBORO, για μια περίοδο 12 ετών, έως τον Ιούνιο του 2010 και με προοπτική επέκτασης της συμφωνίας για άλλα 5 έτη.

Αποφασίζεται η πώληση του μεριδίου της ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ στην εταιρεία ΜΑΚΡΟ HELLAS Α.Ε. έναντι ποσού 5.500.000.000 δρχ., γεγονός που αποφέρει στην Εταιρεία κέρδος 3.200.000.000 δρχ.

Η Διεύθυνση Πωλήσεων Εσωτερικού αναδιρθώνεται πλήρως, με αποτέλεσμα την αναβάθμιση και την αποτελεσματικότερη απόδοση των αντιπροσωπειών της Εταιρείας στην επαρχία.

Εφαρμόζονται οι πιο σύγχρονες μέθοδοι μάρκετινγκ, trade marketing και τεχνικές πωλήσεων, που συνοδεύονται από τα απαραίτητα εκπαιδευτικά προγράμματα.

Η εμπορική οργάνωση της Εταιρείας με τα σήματα της PHILIP MORRIS INTERNATIONAL και της γαλλικής SEITA ελέγχει σχεδόν το 40% της εσωτερικής αγοράς έναντι του 37,4% το 1997.

Η καπνική οργάνωση της Εταιρείας συνεχίζει να λειτουργεί με γνώμονα την ποιότητα και επιδιώκει τη δημιουργία premium brands σε όλες τις κατηγορίες. Πολλά από τα χαρμάνια της Εταιρείας αναβαθμίζονται, προσαρμοζόμενα στις καπνιστικές απαιτήσεις των Ελλήνων καπνιστών και των καταναλωτών του εξωτερικού. Το συγκρότημα αποθήκης και επεξεργασίας καπνών στο Ζαπάντι του Αγρινίου λειτουργεί άψογα και επιτυγχάνει ακόμη μεγαλύτερη μείωση του κόστους.

Η παραγωγή τσιγάρων στο εργοστάσιο της Εταιρείας στον Πειραιά βελτιώνεται σε όλα τα επίπεδα. Η ποιότητα των προϊόντων της, που ελέγχεται από τα δικά της εργαστήρια ποιοτικού ελέγχου και από αντίστοιχα εργαστήρια του εξωτερικού, χαρακτηρίζεται ως εξαιρετική.

Η Εταιρεία επενδύει 2.600.000.000 δρχ., ανανεώνοντας και συμπληρώνοντας το μηχανολογικό της εξοπλισμό, με στόχο την αύξηση των παραγωγικών της δυνατοτήτων. Στις επενδύσεις αυτές, συμπεριλαμβάνεται και η κατασκευή ενός αποθηκευτικού χώρου 4.000 τ.μ. απέναντι από το εργοστάσιο της Εταιρείας στον Πειραιά.

Σε διεθνές επίπεδο ο ανταγωνισμός μεταξύ των καπνοβιομηχανιών εντείνεται ακόμη περισσότερο. Η Εταιρεία, με τη σταδιακή παγκοσμιοποίηση του κλάδου, καταφέρνει να έχει παρουσία σε πολλές ξένες χώρες, ενώ παράλληλα πρέπει να αντιμετωπίσει τους κολοσσούς του κλάδου.

Διακόπτονται οι εξαγωγές προϊόντων στη Ρουμανία, λόγω της επιβολής υψηλών δασμών και άλλων περιορισμών για την προστασία της εγχώριας παραγωγής. Το γεγονός αυτό αναγκάζει την ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ να επιταχύνει τις εργασίες και τις διαδικασίες για την έναρξη λειτουργίας στο Βουκουρέστι ιδιόκτητης μονάδας παραγωγής.

Σε όλες τις χώρες προς τις οποίες εξάγει η Εταιρεία, σημειώνεται πώση των πωλήσεων της λόγω της γενικότερης οικονομικής κρίσης αυτών των χωρών, που ωθεί προσωρινά το καπνιστικό τους κοινό σε φθηνές τοπικές μάρκες.

Παρά τις αρνητικές εξελίξεις, η Εταιρεία εξακολουθεί να εξάγει σε 18 χώρες του κόσμου, καλύπτοντας το 60% του συνόλου των εξαγωγών ελληνικών σημάτων. Στον τομέα των εξαγωγών, το σήμα PRESIDENT παραμένει εξαιρετικά ισχυρό. Η Εταιρεία καταβάλλει συντονισμένες προσπάθειες, ώστε να ενισχυθεί ανάλογα και η θέση του σήματος ASSOS INTERNATIONAL στις χώρες όπου ανταγωνίζεται επιτυχώς γνωστά διεθνή σήματα. Το σήμα COSMOS κερδίζει συνεχώς έδαφος στις χώρες της Δυτικής Αφρικής.

Εξαγοράζεται από την ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ η ΙΟΝΙΚΗ Α.Ε., η μεγαλύτερη εταιρεία εμπορίας αδασμολόγητων σιγαρέττων στην Ελλάδα στα πλοία και στα καταστήματα duty free των αεροδρομίων και των συνόρων.

Πριν το τέλος του έτους, το νέο Διοικητικό Συμβούλιο της Εταιρείας επαναπροσδιορίζει τις στρατηγικές κατευθύνσεις της και θέτει νέους και συγκεκριμένους μεσοπρόθεσμους στόχους. Για πρώτη φορά, η ευθύνη της συνολικής επιχειρησιακής λειτουργίας ανατίθεται σε εξωοικογενειακό πρόσωπο.

Επιβεβαιώνεται, για μιαν ακόμη φορά, η σταθερή απόφαση της Εταιρείας να αναπτύξει και άλλες δραστηριότητες στον κλάδο των τροφίμων, είτε μέσα από την επέκταση της συμμετοχής της στη Γενική Τροφίμων «Μπάρμπα Στάθης Α.Ε.», είτε μέσω άλλων στρατηγικών συνεργασιών και συμμετοχών. Καταστρώνεται πενταετές πρόγραμμα ανάπτυξης με στόχο ένα πιο εξισορροπημένο φάσμα δραστηριοτήτων για την Εταιρεία, το οποίο στοχεύει στην εξάντληση όλων των εμφανιζόμενων ευκαιριών που υπάρχουν σε τομείς επιχειρησιακής ανάπτυξης, όπου η παρούσα κύρια δραστηριότητά της θα μπορούσε να συμβάλλει ουσιαστικά και δυναμικά.

Η χρήση κλείνει με κέρδη 11.950.000.000 δρχ., παρουσιάζοντας αύξηση 4,7% σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο.

Η Εταιρεία διαθέτει από τα κέρδη της το ποσό των 450.000.000 δρχ., ως πριμ παραγωγικότητας, στο προσωπικό της.

Η Εταιρεία διαθέτει από τα κέρδη της σημαντικά ποσά σε κοινωφελή ιδρύματα και πολιτιστικές εκδηλώσεις. Αναλαμβάνει, εκτός των γενικών της χορηγιών, το κόστος έκδοσης λευκώματος για την ιστορία του ελληνικού τσιγάρου σε συνεργασία με το Ελληνικό Λογοτεχνικό και Ιστορικό Αρχείο (ΕΛΙΑ), ιδρύει Παιδική και Εφηβική Βιβλιοθήκη στο Αγρίνιο σε συνεργασία με το Δήμο Αγρινίου και τον Οργανισμό Παιδικών και Εφηβικών Βιβλιοθηκών.

## • **1999**

Τα σήματα της Εταιρείας στην εσωτερική αγορά, για πρώτη φορά μετά από πολλά χρόνια, σημειώνουν βραδεία, αλλά ανοδική τάση. Το σήμα ΑΣΣΟΣ ΦΙΛΤΡΟ, σε μαλακή συσκευασία, κατακτά τη δεύτερη θέση στην κατηγορία του στην εγχώρια αγορά. Το σήμα ASSOS 25 αποτελεί για την Εταιρεία την ευκαιρία του μέλλοντος. Βρίσκεται στην πρώτη θέση σε ό,τι αφορά τη δυναμικότητα και το ρυθμό ανάπτυξης.

Οι νέες πρωτοβουλίες που λαμβάνει η Εταιρεία για την προβολή του σήματος ASSOS INTERNATIONAL (ASSOS INTERNATIONAL FORMULA 3, GO-CART και ΜΠΛΕ-ΚΟΚΚΙΝΑ PARTY), προετοιμάζουν το έδαφος για την τριετία που ακολουθεί, θέτοντας γερά θεμέλια για την περαιτέρω ανάπτυξή του.

Ξεκινά η παραγωγική και εμπορική δραστηριότητα στη Ρουμανία, παρ' όλες τις ολοένα πιο αντίξοες και ανταγωνιστικές συνθήκες της εκεί αγοράς.

Εγκαθίσταται μια σπιβαρή οργάνωση στην Ουκρανία για τον έλεγχο της παραγωγής του σήματος PRESIDENT, που πρόκειται να αρχίσει το 2000, σε συνεργασία με την πολυεθνική εταιρεία RJR, στο Κρεμεντσούκ. Το σήμα αυτό είναι μέσα στα δέκα πρώτα σήματα στις προτιμήσεις των Ουκρανών καπνιστών. Η PAPASTRATOS UKRAINE μετατρέπεται από μια απλή εμπορική αντιπροσωπεία σε μια ολοκληρωμένη εταιρεία παραγωγής και διανομής.

Επεκτείνεται η συνεργασία της Εταιρείας με την PHILIP MORRIS INTERNATIONAL και στην παραγωγή άλλων δύο σημάτων του MARLBORO για την ελληνική αγορά. Έτσι, όλα πλέον τα σήματα του MARLBORO που κυκλοφορούν στην εγχώρια αγορά, παράγονται επιτόπου από την ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ.

Η μείωση των εξαγωγών οφείλεται κυρίως στην, κατά περίπτωση, επιβολή δασμών, τελών και άλλων επιβαρύνσεων, αλλά και στη διαδεδομένη εμπορία λαθραίων απομιμήσεων των σημάτων ASSOS INTERNATIONAL και PRESIDENT.

Εκπαιείται μέρος της μειοψηφικής συμμετοχής της Εταιρείας στη Γενική Τροφίμων «Μπαρμπα-Στάθης Α.Ε.» και αποκομίζεται σημαντική υπεραξία.

Τα κέρδη της χρήσης ανέρχονται σε 17.200.000.000 δρχ., παρά τη συνεχιζόμενη πτώση των εξαγωγών της Εταιρείας.

Η Εταιρεία διαθέτει από τα κέρδη της το ποσό των 450.000.000 δρχ., ως πριμ παραγωγικότητας, στο προσωπικό της.

#### • **2000 - 2001**

Η Εταιρεία εισέρχεται σε μια νέα περίοδο εκσυγχρονισμού. Η υποδομή της ενισχύεται με την εγκατάσταση του συστήματος πληροφορικής SAP/R3. Πρόκειται για μια σημαντική επένδυση, με την οποία η ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ αποκτά ενιαίο μηχανογραφικό σύστημα για την καταγραφή και παρακολούθηση των επιχειρηματικών της δραστηριοτήτων.

Αναδιοργανώνεται η διοικητική δομή της Εταιρείας, με συνέπεια η ηλικία των στελεχών που αποτελούν τις δύο πρώτες βαθμίδες διοίκησης να είναι κατά μέσο όρο 41,5 ετών, γεγονός που αποτελεί εγγύηση για ένα δυναμικό μέλλον.

Στο πλαίσιο εφαρμογής των αρχών της εταιρικής διακυβέρνησης, συστήνεται στην Εταιρεία Υπηρεσία Εσωτερικού Ελέγχου και Διεύθυνση Εταιρικών Σχέσεων. Τίθεται σε λειτουργία το Τμήμα Εταιρικών Σχέσεων, με βάση ένα συγκεκριμένο σχέδιο κοινωνικής προσφοράς και ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα επικοινωνίας με την επενδυτική κοινότητα της χώρας.

Αναδιαρθρώνονται τα Τμήματα Πωλήσεων και Αποθήκευσης και Διακίνησης των Προϊόντων. Πρόκειται για ενέργειες αναδιάρθρωσης του εργοστασίου και των αποθηκών του, με στόχο τη δημιουργία καλύτερων υποδομών.

Οι πωλήσεις της Εταιρείας παρουσιάζουν αύξηση σε αξία κατά 10,5% σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο.

Το μερίδιο της Εταιρείας στην εσωτερική αγορά αυξάνεται περίπου κατά μια ποσοστιαία μονάδα σε σχέση με το 2000, αναδεικνύοντας την ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ ως το μεγάλο κερδοσώμενο στον κλάδο της καπνοβιομηχανίας τη διετία αυτή.

Συνεχίζονται οι ενέργειες αναβάθμισης της εικόνας του σήματος ASSOS INTERNATIONAL, προσδίδοντας στο δημοφιλές σήμα πιο σύγχρονα χαρακτηριστικά, τα οποία τυγχάνουν μεγάλης αποδοχής από το καταναλωτικό κοινό.

Ενισχύεται η παρουσία του σήματος PRESIDENT, με την προώθηση στην αγορά της νέας συσκευασίας των πακέτων του και τη διάθεση σημαντικών κονδυλίων για τη διακίνησή του.

Στην άκρως ανταγωνιστική αγορά της Ρουμανίας, όπου δραστηριοποιούνται μεγάλοι διεθνείς οίκοι, η PAPASTRATOS ROMANIA παρουσιάζει αύξηση του μεριδίου της αγοράς σε 3,5% έναντι 2,7% του 2000. Είναι η πρώτη χρονιά, που βάσει του αρχικού της στόχου, δεν υπάρχουν ζημιές στη χώρα αυτή. Η αύξηση του μεριδίου αγοράς στη Ρουμανία οφείλεται, κυρίως, στη διαρκή βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων και στην αναδιοργάνωση του δικτύου διανομής της Εταιρείας. Το 2001 ολοκληρώνεται η γκάμα των προϊόντων στη Ρουμανία, με την κυκλοφορία δύο νέων σημάτων, του ZET και του PAPASTRATOS SPECIAL. Η επενδυτική δραστηριότητα στη γειτονική χώρα όσον αφορά σε μηχανολογικό εξοπλισμό ανέρχεται σε 5.000.000 δολάρια Η.Π.Α. και αφορά στην προσπάθεια επέκτασης του ιδιόκτητου εργοστασίου της Εταιρείας και στην εγκατάσταση μονάδας κοπής καπνού (primary).

Στην Ουκρανία, λόγω του δυσμενούς οικονομικού κλίματος, η Εταιρεία αποφασίζει να διακόψει τις εργασίες της. Οι συσσωρευμένες ζημιές της ανέρχονται σε 1.300.000.000 δρχ.

Οι εξαγωγές της Εταιρείας, χάρη στη στρατηγική που ακολουθεί, καταφέρνουν να αναστρέψουν την τετράχρονη πτωτική πορεία των πωλήσεών της.

Με την αναδιοργάνωση του Τμήματος Εξαγωγών, επιδιώκεται η διείσδυση σε νέες αγορές με αρκετά ενθαρρυντικά αποτελέσματα.

Μετά από δύο δύσκολα χρόνια (1999-2000) που ακολούθησαν την κατάργηση των Αφορολογήτων Ειδών, το 2001, για πρώτη φορά η DUTY FREE – IONIKH A.E.E. παρουσιάζει αύξηση των κερδών της. Πραγματοποιούνται όλες οι απαραίτητες ενέργειες για την αποτελεσματικότερη ενσωμάτωση της IONIKHΣ A.E.E. στην ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ. Ολοκληρώνεται με επιτυχία η μεταστέγαση της IONIKHΣ στο εργοστάσιο του Πειραιά.

Επεκτείνεται η συνεργασία της ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ με το BURGER GROUP, το οποίο δραστηριοποιείται σε περισσότερες από 50 χώρες του κόσμου, με την ανάληψη της διακίνησης των προϊόντων DANNEMANN, TUBOS και MOODS στην Ελλάδα. Η Εταιρεία εξακολουθεί να διακινεί στην Ελλάδα τα σήματα της ALTADIS, GAULOISES και GITANES, καθώς και τα πούρα HAVANITOS και GRUSEIROS.

Η χρήση του 2001 κλείνει με κέρδη 109.600.000.000 δρχ.

Η Εταιρεία διαθέτει από τα κέρδη της το ποσό των 550.000.000 δρχ., ως πριμ παραγωγικότητας, στο προσωπικό της.

- **2002**

Το οικονομικό έτος λήγει με κέρδη ύψους 40.960.637 ευρώ

- **2003**

Το 2003 αποτέλεσε σημαντικό ορόσημο στην ιστορία της Εταιρείας, καθώς η PHILIP MORRIS INTERNATIONAL αγόρασε την PAPASTRATOS SA. Έπειτα από εξέταση των αποτελεσμάτων της εταιρείας και την διεξαγωγή οικονομικού και νομικού ελέγχου, οι πωλητές και η PHILIP MORRIS INTERNATIONAL συμφώνησαν σε τίμημα ύψους 18,02 ή 17,97 ευρώ ανά μετοχή, ανάλογα με την συμφωνία μεταξύ των συμβαλλομένων σχετικά με την εκτίμηση μέρους της ιδιοκτησίας της εταιρείας.

Η αγορά δεν μπορεί να ολοκληρωθεί μέχρι την λήψη της απαιτούμενης έγκρισης από τα αρμόδια competition bodies.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή κρίνει ότι η πράξη της πώλησης είναι εναρμονισμένη με την ενιαία αγορά και δεν αντιβαίνει στους νόμους της Ε.Ε. περί μονοπωλίων και συγχωνεύσεων. Επί πλέον, τώρα πια έχουν ληφθεί όλες οι απαιτούμενες εγκρίσεις από την αρχή ανταγωνισμού / competition authorities.

Μετά την εξαγορά της εταιρίας και από τις 14 Οκτωβρίου, η PHILIP MORRIS INTERNATIONAL κατέχει 21199620 μετοχές της PAPASTRATOS SA, που αντιστοιχούν στο 79,4% του μετοχικού της κεφαλαίου και του δικαιώματος ψήφου.

Οι συνδυασμένες πωλήσεις της εταιρίας ανέρχονται σε 414,3 εκατ. ευρώ, έχοντας σημειώσει αύξηση 2,6% από το προηγούμενο έτος. Τα συνδυασμένα λειτουργικά κέρδη ανέρχονται σε 39,1 εκατ. ευρώ, μειωμένα κατά 11% σε σχέση με την αντίστοιχη χρονική περίοδο του περασμένου έτους. Τα συνδυασμένα καθαρά προ φόρων κέρδη της εταιρίας ανέρχονται σε 30,4 εκατ. ευρώ, έχοντας σημειώσει από την προηγούμενη χρονιά πτώση 22,6%. Η πτώση στα συνδυασμένα λειτουργικά κέρδη οφείλεται κυρίως σε διοικητικά έξοδα που απορρέουν από την αγορά της PHILIP MORRIS. Αντίστοιχα, η μείωση των συνδυασμένων κερδών προ φόρων οφείλεται σε έξοδα που ανέκυψαν μετά το κλείσιμο του εργοστασίου στην Ρουμανία.

Τον Απρίλιο η εταιρία εισάγει στην ελληνική αγορά το MARLBORO MENTHOL.

- **2004**

Η εταιρία εισάγει την νέα μπλε και κόκκινη συσκευασία της μάρκας OLD NAVY 25 τον Ιανουάριο. Η σειρά συμπληρώνεται τον Μάρτιο, με το νέο ασπρογάλανο πακέτο.

Τον Απρίλιο προωθείται στην αγορά η νέα κόκκινη και μπλε συσκευασία των CHESTERFIELD 20 και 25.

Τον Μάιο βγαίνει το νέο κόκκινο και μπλε πακέτο του OLD NAVY 20.

Τον Ιούνιο η εταιρία λανσάρει την νέα μάρκα NEXT 20, σε κόκκινο και μπλε πακέτο.

Η μάρκα SANTÉ μετονομάζεται σε ZANTÉ.

Στην λήξη του οικονομικού έτους τα κέρδη προ φόρων ανέρχονται σε 34.044.476 ευρώ.

- **2005**

Τον Ιανουάριο η εταιρία λανσάρει το νέο πακέτο για την μάρκα MARLBORO 10 RED GOLD και τον Ιούνιο για την μάρκα MARLBORO 20 SILVER.

Η νέα γαλάζια συσκευασία των NEXT 20 εμφανίζεται τον Μάρτιο.

Τον Ιούνιο εισάγεται η νέα βιολετιά και χρυσή συσκευασία της μάρκας CLASSIC SLIMS.

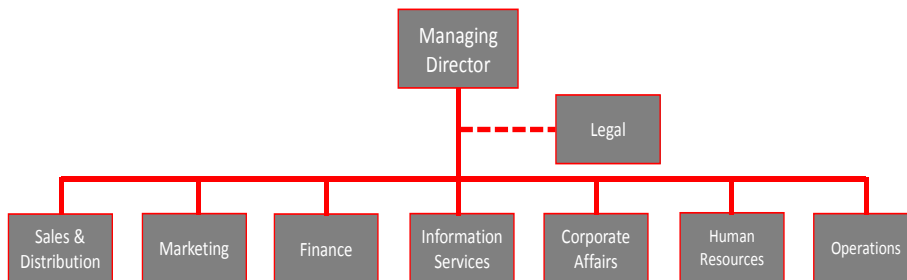


## 2. Η Εταιρεία ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ Α.Β.Ε.Σ.

Τα Τμήματα από τα οποία αποτελείται η Εταιρεία «ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ» είναι τα ακόλουθα:

- Νομικό (Legal)
- Ανθρώπινο Δυναμικό (Human Resources)
- Εταιρικές Υποθέσεις (Corporate Affairs)
- Υπηρεσίες Πληροφοριών (Information Services)
- Οικονομικό (Finance)
- Εμπορικό (Marketing)
- Πωλήσεων και Διανομής (Sales & Distribution)
- Λειτουργίες (Operations)

### Τα Τμήματά μας...



Εικόνα 1: Τμήματα της εταιρείας «ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ Α.Β.Ε.Σ.»

Draft, Confidential, not Approved by Management

## 2.1. Νομικό Τμήμα (Legal)

Το Νομικό Τμήμα παρέχει νομικές υπηρεσίες ποιότητας που συνεισφέρουν στην επιτυχία της Philip Morris International – Παπαστράτος ΑΒΕΣ.

Οι βασικές αξίες του τμήματος:

- Άριστες υπηρεσίες και ποιότητα
- Ευθυγράμμιση – ώστε να καταλαβαίνει την επιχείρηση και να είναι προσανατολισμένο ως προς τα «αποτελέσματα»
- Προώθηση της συμμόρφωσης με το γράμμα και πνεύμα του νόμου καθώς και με τις πολιτικές της εταιρίας
- Αντικειμενικότητα και δημιουργικότητα

Το τμήμα αποτελείται από:

- Τον Διευθυντή Νομικού Τμήματος που είναι υπεύθυνος για όλο το τμήμα
- Την Νομική Σύμβουλο που είναι υπεύθυνη για τα τμήματα Μάρκετινγκ, Πωλήσεων, τα RPRs, τις εταιρικές υποθέσεις, τα θέματα ανταγωνισμού, την προστασία προσωπικών δεδομένων και των αγορών Κύπρου & Μάλτας
- Τον Νομικό Σύμβουλο που είναι υπεύθυνος για τα τμήματα Ανθρώπινου Δυναμικού, Λειτουργιών, Εταιρικών Υποθέσεων, Οικονομικό, Πληροφορικής και τα θέματα συμμόρφωσης καθώς και διαχείρισης ακίνητης περιουσίας και αντιδικιών.

Το τμήμα υποστηρίζει:

- Τμήμα Πωλήσεων
- Τμήμα Μάρκετινγκ
- Τμήμα Ανθρώπινου Δυναμικού
- Τμήμα Λειτουργιών
- Τμήμα Εταιρικών Υποθέσεων
- Τμήμα Πληροφορικής
- Τμήμα Οικονομικό
- Τμήμα RPRs
- Αντιδικίες
- Θέματα Διαχείρισης Ακίνητης Περιουσίας
- Θέματα Συμμόρφωσης
- Θέματα Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων

- Θέματα Ανταγωνισμού



## **2.2. Ανθρώπινο Δυναμικό (Human Resources)**

Το Τμήμα του Ανθρώπινου Δυναμικού διαχειρίζεται όλο το προσωπικό της εταιρείας κυρίως σε θέματα πρόσληψης, απόλυσης, εκπαίδευσης και μισθοδοσίας. Έχει σαν στόχο την προσέλκυση και την ανάπτυξη κατάλληλων ταλέντων με σκοπό να εξασφαλίσει την ανάπτυξη της επιχείρησης στο σήμερα και στο αύριο.

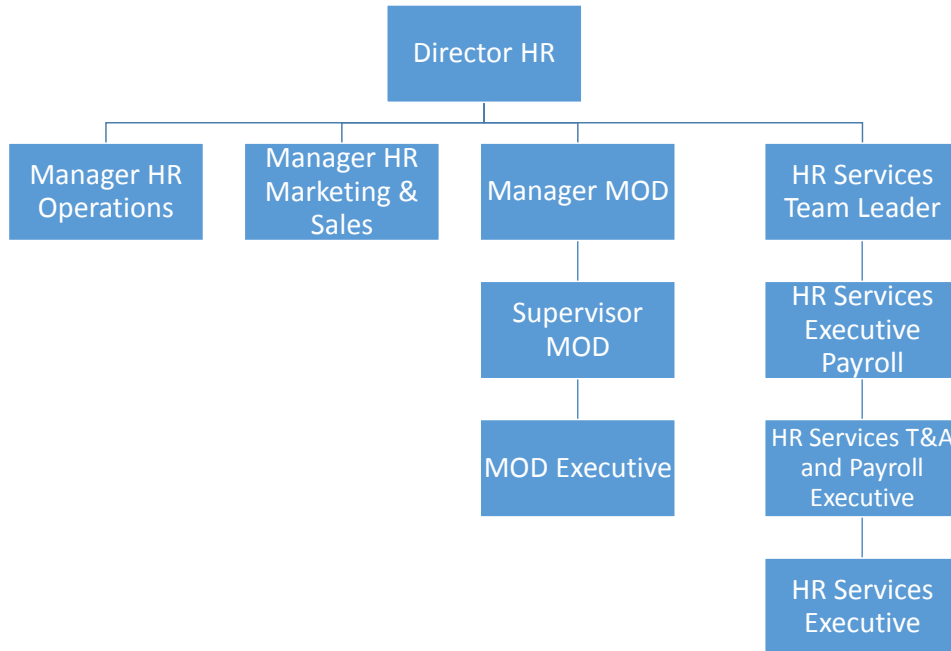
### Οι βασικές λειτουργίες του τμήματος:

- Προσέλκυση και διατήρηση ταλέντων
- Στελέχωση όλων των τμημάτων της εταιρείας
- Μισθοδοσία – Αμοιβές – Παροχές
- Διαχείριση ταλέντων
- Εκπαίδευση Προσωπικού – Τεχνικών Χαρακτηριστικών και Επιδεξιοτήτων
- Αξιολόγηση και Απόδοση εργαζομένων
- Διαδικασίες Μετακίνησης των εργαζομένων εγχώρια και στο εξωτερικό

### Το τμήμα αποτελείται από:

- Director HR
- Manager HR Operations
- Manager HR Marketing & Sales
- Manager MOD
- Supervisor MOD
- MOD Executive
- HR Services Team Leader
- HR Services Executive Payroll
- HR Services T&A and Payroll Executive
- HR Services Executive

Οργανόγραμμα Τμήματος:



Βραβεύσεις Τμήματος:



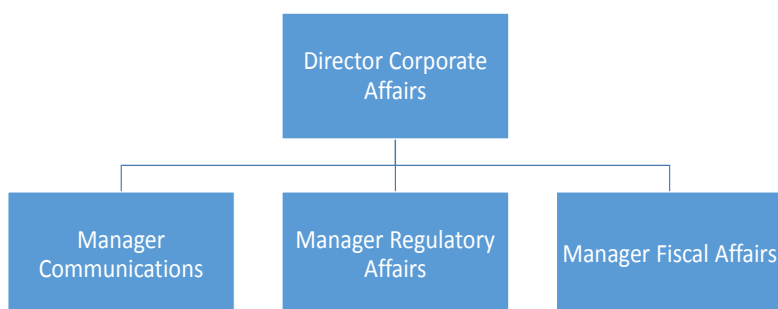
### 2.3. Εταιρικές Υποθέσεις (Corporate Affairs)

Το Τμήμα Εταιρικών Υποθέσεων αναπτύσσει και υλοποιεί στρατηγικές στους τομείς των ρυθμίσεων για τα προϊόντα καπνού, τα δημοσιονομικά θέματα και την επικοινωνία με στόχο να υποστηρίξει την εταιρεία στην επίτευξη των επιχειρηματικών της στόχων. Ακόμα, σχεδιάζει και υλοποιεί ενέργειες χορηγιών με τις οποίες στηρίζονται η χώρα και οι τοπικές κοινωνίες καθώς και ενέργειες για την καταπολέμηση του παράνομου εμπορίου προϊόντων καπνού.

Το τμήμα αποτελείται από:

- Director Corporate Affairs
- Manager Communications
- Manager Regulatory Affairs
- Manager Fiscal Affairs

Οργανόγραμμα Τμήματος:



## 2.4. Υπηρεσίες Πληροφοριών (Information Services)

Το τμήμα Υπηρεσιών Πληροφορικής βοηθά στην καλύτερη εξυπηρέτηση των εργαζομένων της επιχείρησης, παρέχοντας καινοτόμες λύσεις, διευκολύνοντας διαδικασίες και αυτοματοποιώντας οποιαδήποτε επιχειρησιακή ανάγκη. Στοχεύει στην καλύτερη τεχνική υποστήριξη σε καθημερινή βάση και βοηθά στην επίτευξη της ανταγωνιστικής αξίας της επιχείρησης υποστηρίζοντας καινοτόμες επιχειρησιακές λύσεις μέσω συστημάτων.

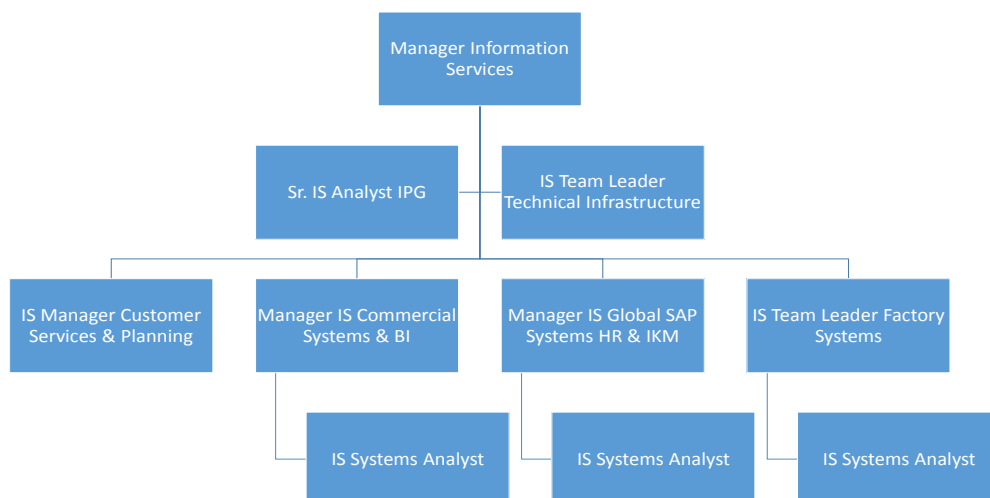
Οι βασικές λειτουργίες του τμήματος:

- Συντήρηση και Εγκατάσταση Πληροφοριακών Συστημάτων
- Αναβάθμιση Τεχνολογικού Εξοπλισμού
- Εγκατάσταση και Συντήρηση Τεχνολογικού Εξοπλισμού
- Διευκόλυνση Λειτουργιών των Τμημάτων της Επιχείρησης
- Εγκατάσταση και Ασφάλεια Δικτύων

Το τμήμα αποτελείται από:

- Manager Information Services
- IS Manager Customer Services & Planning
- Manager IS, Commercial Systems & BI
- Manager IS Global SAP System, HR & IKM
- IS Team Leader, Factory Systems
- Sr. IS Analyst IPG
- IS Team Leader Technical Infrastructure
- IS System Analyst

Οργανόγραμμα Τμήματος:



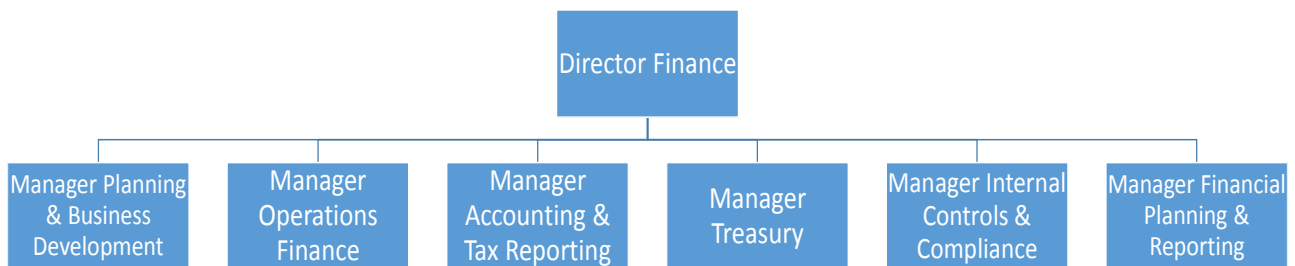
## 2.5. Οικονομικό (Finance)

Το Οικονομικό τμήμα της επιχείρησης παρέχει ακριβή και έγκαιρη πληροφόρηση χρησιμοποιώντας υψηλού επιπέδου τεχνολογία, υποστηρίζει και συμμετέχει σε όλα τα επίπεδα εργασιών της εταιρείας εξασφαλίζοντας ποιότητα στις προβλέψεις αλλά και στα πραγματικά οικονομικά αποτελέσματα.

Η Οικονομική Διεύθυνση της ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ αποτελείται από έξι τμήματα:

- Οικονομικών Αναφορών
- Κοστολόγησης
- Λογιστηρίου και Φορολογικών
- Χρηματοοικονομικών Υποθέσεων
- Εσωτερικού Ελέγχου
- Οικονομικού Σχεδιασμού και Επιχειρησιακής Ανάπτυξης

Οργανόγραμμα Τμήματος:





### Τμήμα Οικονομικών Αναφορών

Η αποστολή του τμήματος Οικονομικού Σχεδιασμού & Αναφορών είναι να υποστηρίξει τη διοίκηση, άλλους εσωτερικούς πελάτες και την PMI στη διαδικασία λήψης αποφάσεων τους, παρέχοντας ακριβή και έγκαιρη υποβολή εκθέσεων σχετικά με τις επιδόσεις της εταιρείας.

Το Τμήμα είναι επίσης υπεύθυνο για τον συντονισμό του Budget & Rolling Forecast (RF), Financial Analysis και για την παροχή μηνιαίας, τριμηνιαίας και ετήσιας υποβολής εκθέσεων στην PMI, με έμφαση στην απόδοση της εταιρείας και OCI.

### Τμήμα Κοστολόγησης

Η αποστολή του τμήματος Κοστολόγησης της Παπαστράτος είναι να υποστηρίξει και να προσθέτει αξία σε όλες τις συναλλαγές που σχετίζονται με την Παραγωγική λειτουργία της εταιρείας, διασφαλίζοντας παράλληλα τη συμμόρφωση με τις αρχές της PMI και της τοπικής νομοθεσίας και την προστασία των παγίων της εταιρείας. Οι βασικοί τομείς ευθύνης μας είναι τα Βιομηχανικά Κόστη, οι Κεφαλαιουχικές επενδύσεις και η σωστή αποτίμηση των Αποθεμάτων.

Το τμήμα είναι επίσης υπεύθυνο για τις τιμές πώλησης των Ενδο-Ομιλικών συναλλαγών. Αξίζει να σημειωθεί ότι η Παπαστράτος είναι μια από τις δύο θυγατρικές της PMI με ιδιοκτησία των αποθεμάτων καπνού και υλικών συσκευασίας, και επίσης διαθέτει ένα από τα τρία ιδιόκτητα λιθογραφεία για την PMI παγκοσμίως.

### Τμήμα Λογιστηρίου και Φορολογικών

Το τμήμα Λογιστηρίου και Φορολογικών στην Ελλάδα είναι υπεύθυνο να διασφαλίσει ότι οι πληροφορίες που περιλαμβάνονται στα βιβλία και στοιχεία της εταιρείας είναι ακριβή, σύμφωνα με την εγχώρια νομοθεσία και παρουσιάζονται βάσει των ΕΓΛΣ. Επιπλέον, όσο αφορά τις φορολογικές υποχρεώσεις προς τις εκάστοτε αρχές, το τμήμα ετοιμάζει και υποβάλλει όλες τις αναγκαίες αναφορές προς το Υπουργείο Οικονομικών και τις φορολογικές αρχές, και κατοχυρώνει τη συμφωνία των αναφορών με τα περιεχόμενα των βιβλίων.

Στο τέλος κάθε ημερολογιακού μήνα τηρεί τις λογιστικές υποχρεώσεις έναντι των αρχών, που αφορούν την παρακολούθηση όλων των κινήσεων του μήνα. Συμφωνίες και επαληθεύσεις για τον έλεγχο της μισθοδοσίας γίνονται κάθε μήνα ώστε να βεβαιώσουν την συμβατότητα με τις ασφαλιστικές αρχές και την ασφαλή διεξαγωγή και ολοκλήρωση των φορολογικών ελέγχων.

Με σκοπό την ελαχιστοποίηση του φορολογικού ρίσκου επιπλέον βασικός στόχος του τμήματος είναι να ενημερώνει για αλλαγές στη φορολογική και λογιστική νομοθεσία όλα τα τμήματα της εταιρείας.

### Τμήμα Χρηματοοικονομικών Υποθέσεων

Το τμήμα αξιοποιεί αποτελεσματικά τους οικονομικούς πόρους της εταιρείας Παπαστράτος. Αναπτύσσει και διατηρεί ένα τρόπο λειτουργίας που να ελαχιστοποιεί τους κινδύνους και να διασφαλίζει τη συμμόρφωση της εταιρείας με όλες τις σχετικές νομοθεσίες έμμεσης φορολογίας.

### Τμήμα Εσωτερικού Ελέγχου

Ο ρόλος του τμήματος είναι να προωθήσει ένα σύστημα εσωτερικών ελέγχων και βέλτιστων πρακτικών ενημέρωσης, όπως και την κατανόηση των αρχών και πρακτικών της εταιρείας από όλους τους υπαλλήλους της Παπαστράτος.

Επιπλέον, στόχος του τμήματος είναι να βοηθήσει όλα τα τμήματα να βελτιώσουν την αποδοτικότητά τους μέσα σε ένα σταθερό επιχειρηματικό περιβάλλον, να διασφαλίσει την αξιοπιστία των οικονομικών καταστάσεων και τη συμμόρφωση με νόμους και κανονισμούς.

#### Δραστηριότητες που εκτελούνται από τον Εσωτερικό Έλεγχο είναι:

- SOX / ICFR
- Ανασκοπήσεις Εσωτερικού Ελέγχου
- Συμβουλευτικές Δραστηριότητες
- Σύστημα Διακυβέρνησης και Υποβολής Αναφορών
- Φορολογική Συμμόρφωση / EC Agreements
- Έλεγχοι για τις προσβάσεις σε ASM και SAP
- Θεματοφύλακας Αρχών και Πρακτικών Θυγατρικής

### Τμήμα Οικονομικού Σχεδιασμού και Επιχειρησιακής Ανάπτυξης

Το τμήμα συμβάλει στην ανάπτυξη της εταιρείας, συνθέτοντας διαφορετικές οπτικές γωνίες του οργανισμού με ολιστική άποψη. Υποστηρίζει τη διοίκηση στη λήψη αποφάσεων, με το να παρέχει αξιοποιήσιμες πληροφορίες και υψηλού επιπέδου αναλύσεις που αφορούν την αγορά, να εντοπίζει ευκαιρίες και να προτείνει πιθανές κινήσεις στρατηγικής.

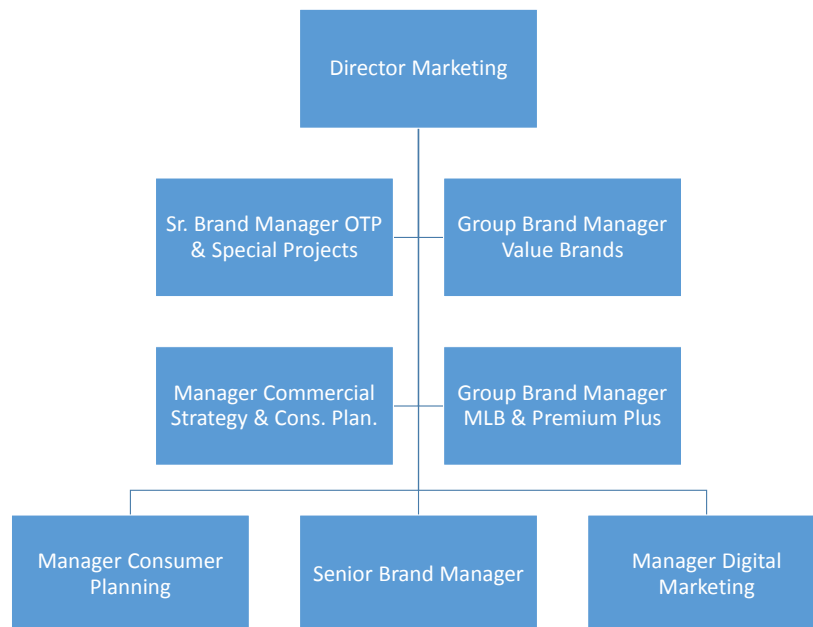
## 2.6. Εμπορικό (Marketing)

Ο ρόλος του τμήματος είναι να αξιοποιεί με τον πιο αποτελεσματικό τρόπο τα καλύτερα διεθνή και ελληνικά σήματα της ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ, ώστε να προσφέρει την καλύτερη καπνιστική εμπειρία στους ενήλικους καπνιστές. Η προσπάθεια αυτή του τμήματος έχει ως επίκεντρο τη διατήρηση και περαιτέρω ανάπτυξη της ηγετικής θέσης των σημάτων της εταιρείας μέσα από την κατανόηση των αναγκών του ενήλικου καπνιστή και την ανάπτυξη πρωτοποριακών προϊόντων και ιδεών.

Το τμήμα αποτελείται από:

- Director Marketing
- Sr. Brand Manager OTP & Special Projects
- Group Brand Manager Value Brands
- Manager Commercial Strategy & Cons. Plan
- Group Brand Manager MLB & Premium Plus
- Senior Brand Manager
- Manager Consumer Planning
- Manager Digital Marketing

Οργανόγραμμα Τμήματος:



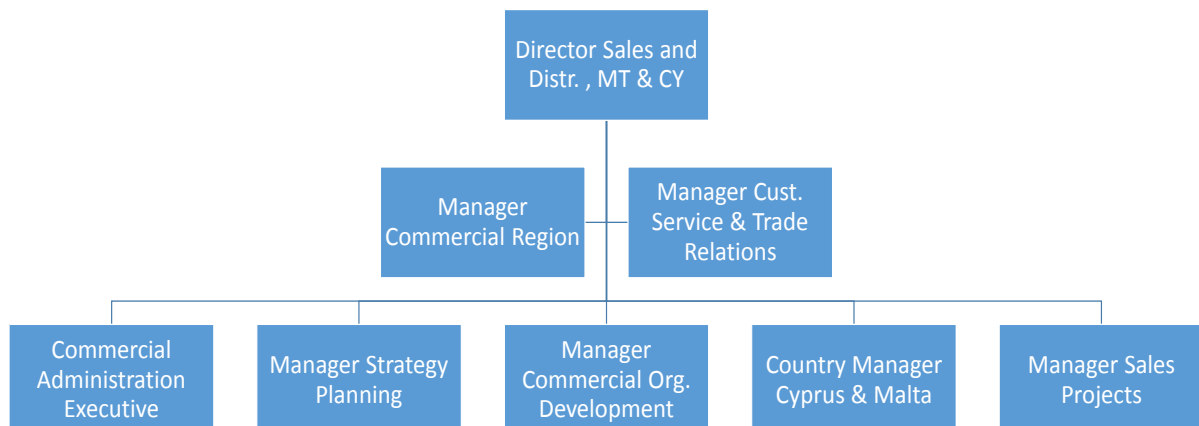
## 2.7. Πωλήσεων και Διανομής (Sales & Distribution)

Ο ρόλος του τμήματος είναι να προωθεί και να διανέμει στην αγορά τα προϊόντα της εταιρείας με τέτοιο τρόπο ώστε να υπόκειται στην εκάστοτε νομοθετική ρύθμιση του κράτους. Καταστρώνει στρατηγικές και σχεδιασμούς με σκοπό να διευρύνει το δίκτυο διανομής των προϊόντων στην καπνοβιομηχανική αγορά.

Το τμήμα αποτελείται από:

- Director Sales and Distribution, MT & CY
- Manager Commercial Region
- Manager Customer Service & Trade Relations
- Commercial Administration Executive
- Manager Strategy Planning
- Manager Commercial Organize Development
- Country Manager Cyprus & Malta
- Manager Sales Projects

Οργανόγραμμα Τμήματος:



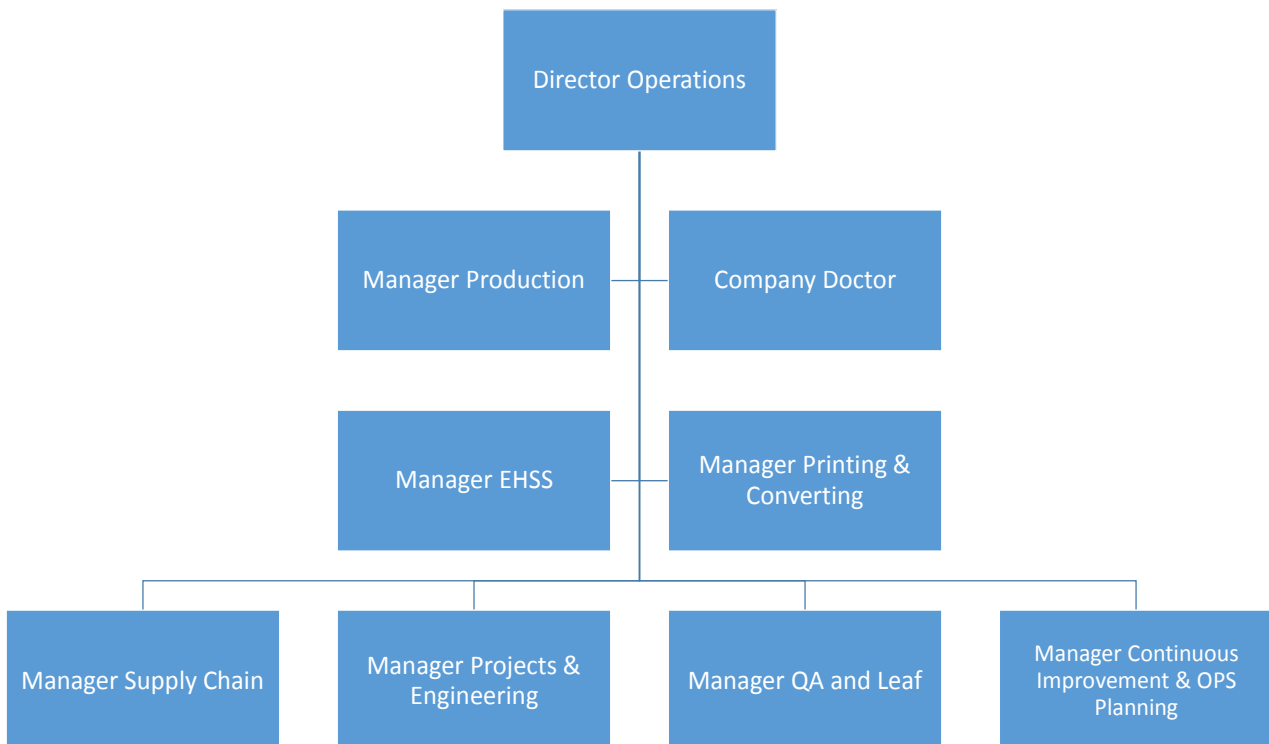
## 2.8. Λειτουργίες (Operations)

Το τμήμα των Λειτουργιών είναι υπεύθυνο για να μπορέσει να γίνει η εταιρεία ανταγωνιστική όσον αφορά το κόστος στην Ε.Ε., την ενσωμάτωση της Αγοράς RRP, στην ενίσχυση της θέσης της εταιρείας στο εργοστάσιο προκειμένου να επιτευχθούν οι επιχειρηματικοί στόχοι σε τοπικό και PMI επίπεδο. Επίσης, αναπτύσσει ισχυρούς ηγέτες που να εμπνέουν τον ταλαντούχο οργανισμό της Παπαστράτος, βοηθά στο να επιτευχθούν υψηλές επιδόσεις σε σχέση με τους Παραγωγικούς Δείκτες (KPI's) και να εξελιχθεί η εταιρεία σε Εξαγωγικό Κέντρο στην Ευρώπη.

Το τμήμα αποτελείται από:

- Διεύθυνση Σχεδιασμού Λειτουργιών και Συνεχούς Βελτίωσης
- Διεύθυνση Διασφάλισης Ποιότητας και Καπνών
- Διεύθυνση Περιβάλλοντος, Υγιεινής, Ασφάλειας στην Εργασία και Προστασία
- Διεύθυνση Primary
- Διεύθυνση Secondary
- Διεύθυνση Εφοδιαστικής Αλυσίδας
- Λιθογραφείο

Οργανόγραμμα Τμήματος:



### 3. Τα Προϊόντα της ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ Α.Β.Ε.Σ.

#### 3.1. Τα Προϊόντα

Η Εταιρεία στο εργοστάσιό της παράγει προϊόντα καπνού, σιγαρέτων και συσκευασίας κάνοντας εσωτερικό εμπόριο καθώς και εξαγωγή των προϊόντων της σε χώρες του εξωτερικού. Οι εξαγωγές αποτελούν το 60% της εμπορικής και οικονομικής δραστηριότητας της εταιρείας κάθε χρόνο.

Η Εταιρεία «Παπαστράτος Α.Β.Ε.Σ.» παράγει στο εργοστάσιο της, της εξής κύριες μάρκες σιγαρέτων:

- ASSOS
- L&M
- MARLBORO
- MURATTI
- NEXT
- PHILIP MORRIS
- VIRGINIA SLIMS
- ZANTE

Όπως παρατηρούμε η εταιρεία συνεχίζει να παράγει ελληνικές μάρκες που έμειναν συνδεδεμένες με το όνομα «ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ» στο πέρασμα τον χρόνων και μία από αυτές που είναι και πολύ γνωστή είναι ο ASSOS και το ZANTE.

#### 3.2. Τύποι καπνού

Οι τρεις πιο συνηθισμένοι τύποι καπνού είναι ο καπνός Virginia (ή "αποξηραμένος σε υγρό αέρα"), ο καπνός burley και ο καπνός ανατολικού τύπου.

**Ο (αποξηραμένος σε υγρό αέρα)** καπνός Virginia αναφέρεται συχνά ως «ανοιχτόχρωμος καπνός» λόγω του χρυσοκίτρινου έως σκούρου πορτοκαλί χρώματος που παίρνει όταν αποξηραίνεται. Η αποξήρανση του καπνού Virginia γίνεται σε ειδικές θερμαινόμενες αποθήκες αποξήρανσης, με τη βοήθεια υγρού αέρα. Η διαδικασία αποξήρανσης διαρκεί μία εβδομάδα. Ο καπνός Virginia έχει ελαφρύ, εξευγενισμένο άρωμα και γεύση. Οι σημαντικότερες χώρες με καλλιέργειες καπνού Virginia είναι η Αργεντινή, η Βραζιλία, η Κίνα, η Ινδία, η Τανζανία και οι Η.Π.Α.

**Ο καπνός burley** έχει χρώμα ανοικτό έως σκούρο καφέ. Ο καπνός burley υφίσταται αποξήρανση στον αέρα, σε ειδικές αποθήκες. Κατά τη διάρκεια της μακράς διαδικασίας αποξήρανσης, η οποία διαρκεί μέχρι και δύο μήνες, ο καπνός χάνει τα περισσότερα από τα φυσικά του σάκχαρα και αναπτύσσει μια δυνατή γεύση, σχεδόν σαν αυτή του πούρου. Οι σημαντικότερες χώρες με καλλιέργειες καπνού Burley είναι η Αργεντινή, η Βραζιλία, η Ιταλία, το Μαλάουι και οι Η.Π.Α.

**Ο καπνός ανατολικού τύπου** είναι πολύ αρωματικός. Έχει μικρά σε μέγεθος φύλλα, τα οποία μαζεύονται φύλλο-φύλλο, περίπου όπως και αυτά του καπνού Virginia, και

αποξηραίνονται στο ύπαιθρο, με έκθεση στον ήλιο. Οι πιο σημαντικές χώρες με καλλιέργειες καπνού ανατολικού τύπου είναι η Βουλγαρία, η Ελλάδα, η Π.Γ.Δ.Μ. και η Τουρκία.

### 3.3. Χαρμάνια καπνού

Κάθε στυλ τσιγάρου χαρακτηρίζεται από το χαρμάνι καπνού του. Δύο από τους πιο συνηθισμένους τύπους τσιγάρων είναι τα τσιγάρα με χαρμάνι (blended) και τα Virginia.

**Τα τσιγάρα με χαρμάνι (blended)** χρησιμοποιούν συνήθως τις τρεις βασικές ποικιλίες καπνού: Virginia, burley και ανατολικού τύπου. Συνήθως, τα "blended" τσιγάρα έχουν και πρόσθετα συστατικά, τα οποία αντικαθιστούν τα σάκχαρα που χάνονται στη διαδικασία της αποξήρανσης του καπνού burley και τα οποία δίνουν την ξεχωριστή γεύση και το άρωμα κάθε μάρκας τσιγάρου. Τα "blended" τσιγάρα είναι τα πιο δημοφιλή τσιγάρα στις Η.Π.Α., το μεγαλύτερο μέρος της Ευρώπης, τη Λατινική Αμερική, την Ανατολική Ευρώπη και πολλές χώρες της Ασίας. Ανάμεσα στα δημοφιλή "blended" τσιγάρα περιλαμβάνονται οι μάρκες της Philip Morris International (PMI) Marlboro, L&M και Chesterfield.

**Τα τσιγάρα Virginia** αποτελούνται κυρίως από καπνό Virginia. Ορισμένα χαρμάνια Virginia, τα λεγόμενα τροποποιημένα χαρμάνια Virginia, περιέχουν μικρές ποσότητες καπνού burley ή/και καπνού ανατολικού τύπου. Τα τσιγάρα τύπου Virginia είναι δημοφιλή στο μεγαλύτερο μέρος της Βρετανικής Κοινοπολιτείας (Αυστραλία, Καναδάς, Ινδία, Μαλαισία, Πακιστάν, Νιγηρία, Ηνωμένο Βασίλειο και Νότια Αφρική). Η Κίνα, η μεγαλύτερη αγορά τσιγάρων στον κόσμο, είναι αγορά Virginia. Συνήθως, στα χαρμάνια Virginia δεν χρησιμοποιούνται αρωματικά συστατικά. Ωστόσο, χρησιμοποιούνται συστατικά για τη διευκόλυνση της επεξεργασίας τους. Στις δημοφιλείς μάρκες τσιγάρων Virginia blend συγκαταλέγονται και οι μάρκες της PMI Long Beach, Peter Jackson (Αυστραλία), Canadian Classics και Number 7 (Καναδάς).

Άλλοι τύποι τσιγάρων είναι τα τσιγάρα φτιαγμένα από σκούρο καπνό αποξηραμένο στον αέρα, τα τσιγάρα με καπνό ανατολικού τύπου και τα κρέτεκ, τα οποία περιέχουν μπαχαρικό γαρύφαλλο και αποτελούν τον πιο δημοφιλή τύπο τσιγάρου στην Ινδονησία.

### 3.4. Αξιολόγηση του καπνού

Ο τύπος του φύλλου καπνού αποτελεί σημαντικό στοιχείο στη δημιουργία ενός χαρμανιού καπνού. Άλλο ένα σημαντικό στοιχείο είναι ο βαθμός κάθε μεμονωμένου φύλλου καπνού.

Μετά τη συγκομιδή και την αποξήρανση, το φύλλο παίρνει έναν βαθμό, ο οποίος περιγράφει τη θέση του φύλλου στο στέλεχος, την ποιότητα και το χρώμα του. Το σύστημα βαθμολογίας καθορίζει τη διαδικασία δημιουργίας χαρμανιού και διασφαλίζει ότι χρησιμοποιούνται φύλλα που έχουν τον κατάλληλο τύπο και την κατάλληλη ποιότητα, ώστε να επιτευχθούν οι γεύσεις και τα αρώματα κάθε μάρκας τσιγάρων.

Αναλυτικά παραθέτονται τα αναλυτικά στοιχεία καπνού από την εκάστοτε μάρκα και έκδοση πακέτου:

ASSOS

## Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
Tobacco	59.2	497.0
Water	8.0	67.5
cigarette papers	4.5	37.7
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.7	22.7
propylene glycol	1.4	11.7
glycerol	1.0	8.2
licorice extract	0.4	3.3
guar gum	0.2	2.0
cocoa and cocoa products	0.1	0.9
side seam adhesives	0.085	0.7
carob bean and/or extract	0.057	0.5
natural & artificial flavourings	0.005	0.042
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	15.4	128.8
tipping papers and tipping paper inks	3.8	32.0
filter wraps	2.1	17.4
filter adhesives	1.0	8.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>839.1</b>





## Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
Tobacco	59.5	505.9
Water	8.1	68.8
cigarette papers	4.5	38.3
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.7	23.2
propylene glycol	1.4	11.9
glycerol	1.0	8.3
licorice extract	0.4	3.4
guar gum	0.2	2.1
cocoa and cocoa products	0.1	0.9
side seam adhesives	0.085	0.7
carob bean and/or extract	0.058	0.5
natural & artificial flavourings	0.005	0.043
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	15.1	128.8
tipping papers and tipping paper inks	3.8	32.0
filter wraps	2.0	17.4
filter adhesives	1.0	8.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>850.8</b>



## Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
Tobacco	65.8	577.7
Water	8.4	73.4
cigarette papers	4.8	42.4
glycerol	0.9	8.2
propylene glycol	0.7	6.5
sugars (sucrose and/or invert sugar)	0.1	1.2
side seam adhesives	0.091	0.8
carob bean and/or extract	0.007	0.059
monogram inks	0.002	0.020
natural & artificial flavourings	0.001	0.001
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	14.1	124.2
tipping papers and tipping paper inks	2.7	23.7
filter wraps	1.6	13.8
filter adhesives	0.8	6.6
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>878.5</b>



## 100s Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
Tobacco	61.9	633.8
Water	8.4	86.1
cigarette papers	4.7	48.1
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.8	29.0
propylene glycol	1.5	14.9
glycerol	1.0	10.4
licorice extract	0.4	4.2
guar gum	0.3	2.6
cocoa and cocoa products	0.1	1.2
side seam adhesives	0.089	0.9
carob bean and/or extract	0.060	0.6
natural & artificial flavourings	0.005	0.054
monogram inks	0.002	0.020
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	13.4	137.4
tipping papers and tipping paper inks	2.8	28.7
filter wraps	1.7	17.1
filter adhesives	0.8	8.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>1023.7</b>



## Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
Tobacco	62.6	549.7
Water	8.5	74.7
cigarette papers	4.7	41.7
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.9	25.2
propylene glycol	1.5	13.0
glycerol	1.0	9.0
licorice extract	0.4	3.7
guar gum	0.3	2.2
cocoa and cocoa products	0.1	1.0
side seam adhesives	0.090	0.8
carob bean and/or extract	0.061	0.5
natural & artificial flavourings	0.005	0.047
monogram inks	0.002	0.020
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	13.0	114.2
tipping papers and tipping paper inks	2.6	22.5
filter wraps	1.5	13.3
filter adhesives	0.8	6.6
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>878.0</b>



## 100s Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
Tobacco	47.2	402.6
Water	6.5	55.1
cigarette papers	4.4	37.5
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.2	18.8
propylene glycol	1.2	10.1
glycerol	1.1	9.0
licorice extract	0.3	2.7
guar gum	0.2	1.7
side seam adhesives	0.1	0.9
cocoa and cocoa products	0.065	0.6
carob bean and/or extract	0.047	0.4
natural & artificial flavourings	0.008	0.071
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	31.6	270.0
tipping papers and tipping paper inks	2.8	24.3
filter wraps	1.4	11.6
filter adhesives	1.0	8.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>853.7</b>



## 100s Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
Tobacco	61.9	633.8
Water	8.4	86.1
cigarette papers	4.7	48.1
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.8	29.0
propylene glycol	1.5	14.9
glycerol	1.0	10.4
licorice extract	0.4	4.2
guar gum	0.3	2.6
cocoa and cocoa products	0.1	1.2
side seam adhesives	0.089	0.9
carob bean and/or extract	0.060	0.6
natural & artificial flavourings	0.005	0.054
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	13.0	133.0
tipping papers and tipping paper inks	3.1	32.0
filter wraps	1.7	17.8
filter adhesives	0.8	8.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>1023.2</b>



## Hard pack - 23 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
Tobacco	58.0	497.0
Water	7.9	67.5
cigarette papers	4.4	37.7
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.7	22.7
propylene glycol	1.4	11.7
glycerol	1.0	8.2
licorice extract	0.4	3.3
guar gum	0.2	2.0
cocoa and cocoa products	0.1	0.9
side seam adhesives	0.083	0.7
carob bean and/or extract	0.056	0.5
natural & artificial flavourings	0.005	0.042
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	17.1	146.9
tipping papers and tipping paper inks	3.7	32.0
filter wraps	2.0	17.1
filter adhesives	1.0	8.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>856.8</b>



## Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
Tobacco	62.1	527.8
Water	8.4	71.7
cigarette papers	4.9	41.7
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.8	24.2
propylene glycol	1.5	12.4
glycerol	1.0	8.7
licorice extract	0.4	3.5
guar gum	0.3	2.2
cocoa and cocoa products	0.1	1.0
side seam adhesives	0.093	0.8
carob bean and/or extract	0.060	0.5
natural & artificial flavourings	0.005	0.045
monogram inks	0.002	0.020
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	13.4	114.0
tipping papers and tipping paper inks	2.6	22.5
filter wraps	1.4	12.3
filter adhesives	0.8	6.6
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>849.8</b>





## 100s Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
Tobacco	59.4	419.7
Water	7.8	55.0
cigarette papers	5.3	37.5
sugars (sucrose and/or invert sugar)	1.2	8.7
propylene glycol	1.0	7.3
lactic acid	0.5	3.8
glycerol	0.5	3.5
guar gum	0.2	1.7
side seam adhesives	0.1	0.9
cocoa and cocoa products	0.021	0.1
natural & artificial flavourings	0.008	0.059
carob bean and/or extract	0.006	0.044
licorice extract	0.003	0.019
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	17.5	123.7
tipping papers and tipping paper inks	3.4	24.3
filter wraps	1.6	11.6
filter adhesives	1.2	8.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>706.4</b>



## 100s Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
Tobacco	44.1	340.9
Water	6.0	46.2
cigarette papers	4.8	37.5
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.1	16.1
glycerol	0.9	7.0
propylene glycol	0.7	5.3
licorice extract	0.3	2.3
guar gum	0.2	1.4
side seam adhesives	0.1	0.9
carob bean and/or extract	0.050	0.4
cocoa and cocoa products	0.049	0.4
natural & artificial flavourings	0.002	0.014
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	34.9	270.0
tipping papers and tipping paper inks	3.1	24.3
filter wraps	1.5	11.6
filter adhesives	1.1	8.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>772.7</b>



## Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
Tobacco	58.3	505.9
Water	7.9	68.8
cigarette papers	4.4	38.3
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.7	23.2
propylene glycol	1.4	11.9
glycerol	1.0	8.3
licorice extract	0.4	3.4
guar gum	0.2	2.1
cocoa and cocoa products	0.1	0.9
side seam adhesives	0.083	0.7
carob bean and/or extract	0.056	0.5
natural & artificial flavourings	0.005	0.043
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	16.9	146.9
tipping papers and tipping paper inks	3.7	32.0
filter wraps	2.0	17.1
filter adhesives	1.0	8.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>868.5</b>



## Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
Tobacco	57.2	478.6
Water	7.9	65.7
cigarette papers	4.5	37.6
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.8	23.8
propylene glycol	1.6	13.3
glycerol	1.2	10.1
licorice extract	0.4	3.2
guar gum	0.1	1.0
cocoa and cocoa products	0.1	0.9
side seam adhesives	0.085	0.7
carob bean and/or extract	0.057	0.5
natural & artificial flavourings	0.005	0.041
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	17.2	143.9
tipping papers and tipping paper inks	3.8	31.5
filter wraps	2.0	17.1
filter adhesives	1.0	8.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>836.2</b>



## Hard pack - 22 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
Tobacco	57.6	481.8
Water	7.9	66.1
cigarette papers	4.5	37.7
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.9	23.9
propylene glycol	1.6	13.4
glycerol	1.2	10.2
licorice extract	0.4	3.2
guar gum	0.1	1.0
cocoa and cocoa products	0.1	0.9
side seam adhesives	0.085	0.7
carob bean and/or extract	0.058	0.5
natural & artificial flavourings	0.005	0.041
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	16.7	139.8
tipping papers and tipping paper inks	3.8	31.6
filter wraps	2.1	17.4
filter adhesives	1.0	8.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>836.7</b>



Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
Tobacco	58.9	514.5
Water	8.1	70.5
cigarette papers	4.8	41.6
sugars (sucrose and/or invert sugar)	3.0	25.8
propylene glycol	1.4	12.3
glycerol	1.2	10.8
licorice extract	0.4	3.4
guar gum	0.2	2.1
side seam adhesives	0.090	0.8
cocoa and cocoa products	0.066	0.6
carob bean and/or extract	0.061	0.5
natural & artificial flavourings	0.043	0.4
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	13.6	118.8
filter wraps	4.8	42.2
tipping papers and tipping paper inks	2.6	22.4
filter adhesives	0.8	6.6
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>873.4</b>



## 100s Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
Tobacco	61.3	611.8
Water	8.4	83.9
cigarette papers	4.8	48.1
sugars (sucrose and/or invert sugar)	3.1	30.8
propylene glycol	1.5	15.1
glycerol	1.3	13.3
licorice extract	0.4	4.1
guar gum	0.3	2.5
side seam adhesives	0.091	0.9
cocoa and cocoa products	0.069	0.7
carob bean and/or extract	0.066	0.7
natural & artificial flavourings	0.004	0.035
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	12.9	128.8
tipping papers and tipping paper inks	3.2	32.0
filter wraps	1.7	17.4
filter adhesives	0.8	8.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>998.7</b>



## Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
Tobacco	54.7	244.0
Water	7.4	33.2
cigarette papers	6.0	26.9
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.5	11.4
propylene glycol	1.4	6.2
glycerol	0.9	4.0
licorice extract	0.4	1.6
guar gum	0.2	1.0
side seam adhesives	0.2	0.7
cocoa and cocoa products	0.061	0.3
carob bean and/or extract	0.055	0.2
natural & artificial flavourings	0.003	0.014
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	16.5	73.9
tipping papers and tipping paper inks	4.9	21.8
filter wraps	2.8	12.6
filter adhesives	1.9	8.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>446.3</b>





## Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
Tobacco	51.4	380.1
Water	7.1	52.6
cigarette papers	4.5	33.4
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.9	21.1
propylene glycol	1.7	12.5
glycerol	1.5	10.8
licorice extract	0.3	2.5
guar gum	0.3	2.3
side seam adhesives	0.096	0.7
carob bean and/or extract	0.061	0.5
cocoa and cocoa products	0.058	0.4
natural & artificial flavourings	0.005	0.037
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	23.2	171.3
tipping papers and tipping paper inks	3.7	27.5
filter wraps	2.1	15.5
filter adhesives	1.1	8.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>739.7</b>



## Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
Tobacco	56.9	475.9
Water	7.8	65.2
cigarette papers	4.5	37.7
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.9	23.9
propylene glycol	1.4	11.4
glycerol	1.2	10.0
licorice extract	0.4	3.2
guar gum	0.2	2.0
side seam adhesives	0.085	0.7
cocoa and cocoa products	0.064	0.5
carob bean and/or extract	0.059	0.5
natural & artificial flavourings	0.041	0.3
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	17.6	146.9
tipping papers and tipping paper inks	3.8	32.0
filter wraps	2.0	17.1
filter adhesives	1.0	8.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>835.8</b>



## Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
Tobacco	54.8	477.3
Water	7.4	64.7
cigarette papers	4.3	37.7
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.6	22.6
glycerol	1.1	9.8
propylene glycol	0.9	7.5
licorice extract	0.4	3.2
guar gum	0.2	1.9
side seam adhesives	0.082	0.7
carob bean and/or extract	0.062	0.5
cocoa and cocoa products	0.061	0.5
natural & artificial flavourings	0.002	0.019
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	19.5	170.3
filter wraps	4.0	34.9
tipping papers and tipping paper inks	3.5	30.4
filter adhesives	1.1	9.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>871.3</b>



## Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
Tobacco	61.1	528.0
Water	8.4	72.3
cigarette papers	4.8	41.7
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.9	25.0
propylene glycol	1.5	12.8
glycerol	1.2	10.3
menthol	0.5	3.9
licorice extract	0.4	3.5
side seam adhesives	0.091	0.8
cocoa and cocoa products	0.068	0.6
carob bean and/or extract	0.067	0.6
natural & artificial flavourings	0.006	0.051
monogram inks	0.002	0.020
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	14.1	121.9
tipping papers and tipping paper inks	2.6	22.5
filter wraps	1.6	13.4
filter adhesives	0.8	6.6
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>863.9</b>



100s Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
tobacco	44.1	340.9
Water	6.0	46.2
cigarette papers	4.8	37.5
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.1	16.1
glycerol	0.9	7.0
propylene glycol	0.7	5.3
licorice extract	0.3	2.3
guar gum	0.2	1.4
side seam adhesives	0.1	0.9
carob bean and/or extract	0.050	0.4
cocoa and cocoa products	0.049	0.4
natural & artificial flavourings	0.002	0.014
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	34.9	270.0
tipping papers and tipping paper inks	3.1	24.3
filter wraps	1.5	11.6
filter adhesives	1.1	8.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>772.7</b>



100s Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
tobacco	55.1	361.4
Water	7.5	49.5
cigarette papers	5.7	37.5
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.8	18.1
propylene glycol	1.3	8.8
glycerol	1.2	7.9
licorice extract	0.4	2.4
guar gum	0.2	1.1
side seam adhesives	0.1	0.9
cocoa and cocoa products	0.062	0.4
carob bean and/or extract	0.060	0.4
natural & artificial flavourings	0.003	0.021
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	18.9	123.7
tipping papers and tipping paper inks	3.7	24.3
filter wraps	1.7	11.4
filter adhesives	1.3	8.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>656.1</b>



## 100s Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
tobacco	59.4	304.5
Water	8.1	41.5
cigarette papers	6.4	33.0
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.8	14.2
propylene glycol	1.5	7.8
glycerol	1.0	5.0
licorice extract	0.4	2.0
guar gum	0.2	1.2
side seam adhesives	0.2	0.9
cocoa and cocoa products	0.067	0.3
carob bean and/or extract	0.062	0.3
natural & artificial flavourings	0.006	0.030
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	11.5	59.1
tipping papers and tipping paper inks	4.3	21.8
filter wraps	2.4	12.2
filter adhesives	1.6	8.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>512.5</b>



## 100s Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
tobacco	56.7	304.5
Water	7.7	41.5
cigarette papers	6.1	33.0
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.6	14.2
propylene glycol	1.5	7.8
glycerol	0.9	5.0
licorice extract	0.4	2.0
guar gum	0.2	1.2
side seam adhesives	0.2	0.9
cocoa and cocoa products	0.064	0.3
carob bean and/or extract	0.060	0.3
natural & artificial flavourings	0.006	0.030
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	13.0	69.6
filter wraps	4.7	25.2
tipping papers and tipping paper inks	4.1	21.8
filter adhesives	1.7	9.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>537.0</b>





## 100s Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
tobacco	59.4	304.5
Water	8.1	41.5
cigarette papers	6.4	33.0
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.8	14.2
propylene glycol	1.5	7.8
glycerol	1.0	5.0
licorice extract	0.4	2.0
guar gum	0.2	1.2
side seam adhesives	0.2	0.9
cocoa and cocoa products	0.067	0.3
carob bean and/or extract	0.062	0.3
natural & artificial flavourings	0.006	0.030
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	11.5	59.1
tipping papers and tipping paper inks	4.3	21.8
filter wraps	2.4	12.2
filter adhesives	1.6	8.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>512.5</b>



## Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
tobacco	64.5	564.9
Water	8.6	75.4
cigarette papers	4.7	41.6
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.6	22.3
propylene glycol	1.3	11.0
glycerol	0.4	3.7
licorice extract	0.4	3.7
guar gum	0.3	2.8
side seam adhesives	0.090	0.8
cocoa and cocoa products	0.071	0.6
carob bean and/or extract	0.061	0.5
natural & artificial flavourings	0.004	0.031
monogram inks	0.002	0.020
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	12.1	106.1
tipping papers and tipping paper inks	2.6	22.4
filter wraps	1.5	13.2
filter adhesives	0.8	6.6
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>875.7</b>



## Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
tobacco	57.4	457.6
Water	7.8	61.8
cigarette papers	4.7	37.7
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.7	21.4
glycerol	1.1	8.7
propylene glycol	0.9	7.4
licorice extract	0.4	3.0
guar gum	0.1	0.9
side seam adhesives	0.089	0.7
cocoa and cocoa products	0.064	0.5
carob bean and/or extract	0.062	0.5
natural & artificial flavourings	0.006	0.046
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	17.5	139.8
tipping papers and tipping paper inks	4.0	31.6
filter wraps	2.2	17.4
filter adhesives	1.1	8.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>797.7</b>



## Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
tobacco	57.6	491.4
Water	7.9	67.5
cigarette papers	4.4	37.6
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.9	24.6
propylene glycol	1.6	13.5
glycerol	1.2	10.5
licorice extract	0.4	3.3
guar gum	0.2	2.0
side seam adhesives	0.083	0.7
cocoa and cocoa products	0.065	0.6
carob bean and/or extract	0.065	0.6
natural & artificial flavourings	0.006	0.050
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	16.9	143.9
tipping papers and tipping paper inks	3.7	31.5
filter wraps	2.0	17.1
filter adhesives	1.0	8.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>853.2</b>



## 100s Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
tobacco	61.1	627.5
Water	8.4	86.2
cigarette papers	4.7	48.0
sugars (sucrose and/or invert sugar)	3.1	31.4
propylene glycol	1.7	17.2
Glycerol	1.3	13.4
licorice extract	0.4	4.2
guar gum	0.3	2.6
side seam adhesives	0.088	0.9
cocoa and cocoa products	0.069	0.7
carob bean and/or extract	0.069	0.7
natural & artificial flavourings	0.006	0.064
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	13.3	136.9
tipping papers and tipping paper inks	3.1	31.5
filter wraps	1.7	17.6
filter adhesives	0.8	8.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>1027.3</b>



## Hard pack - 23 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
tobacco	54.7	477.3
Water	7.4	64.7
cigarette papers	4.3	37.7
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.6	22.6
glycerol	1.1	9.8
propylene glycol	0.9	7.5
licorice extract	0.4	3.2
guar gum	0.2	1.9
side seam adhesives	0.081	0.7
carob bean and/or extract	0.061	0.5
cocoa and cocoa products	0.061	0.5
natural & artificial flavourings	0.002	0.019
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	19.5	170.3
filter wraps	4.0	34.9
tipping papers and tipping paper inks	3.6	31.6
filter adhesives	1.1	9.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>872.6</b>



## Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
tobacco	61.4	547.4
Water	8.4	75.2
cigarette papers	4.7	41.7
sugars (sucrose and/or invert sugar)	3.1	27.4
propylene glycol	1.7	15.0
glycerol	1.3	11.7
licorice extract	0.4	3.7
guar gum	0.3	2.3
side seam adhesives	0.088	0.8
cocoa and cocoa products	0.069	0.6
carob bean and/or extract	0.069	0.6
natural & artificial flavourings	0.006	0.055
monogram inks	0.002	0.020
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	13.7	121.9
tipping papers and tipping paper inks	2.5	22.5
filter wraps	1.5	13.4
filter adhesives	0.7	6.6
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>890.9</b>



## 100s Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
tobacco	46.6	375.4
Water	6.4	51.6
cigarette papers	4.7	37.5
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.3	18.8
propylene glycol	1.3	10.3
glycerol	1.0	8.0
licorice extract	0.3	2.5
guar gum	0.2	1.6
side seam adhesives	0.1	0.9
cocoa and cocoa products	0.053	0.4
carob bean and/or extract	0.053	0.4
natural & artificial flavourings	0.005	0.038
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	31.3	251.9
tipping papers and tipping paper inks	3.2	25.6
filter wraps	1.4	11.4
filter adhesives	1.0	8.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>804.6</b>





## 100s Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
tobacco	44.0	340.9
Water	6.0	46.2
cigarette papers	4.8	37.5
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.1	16.1
glycerol	0.9	7.0
propylene glycol	0.7	5.3
licorice extract	0.3	2.3
guar gum	0.2	1.4
side seam adhesives	0.1	0.9
carob bean and/or extract	0.049	0.4
cocoa and cocoa products	0.049	0.4
natural & artificial flavourings	0.002	0.014
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	34.9	270.0
tipping papers and tipping paper inks	3.3	25.6
filter wraps	1.5	11.6
filter adhesives	1.1	8.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>774.0</b>



## 100s Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
tobacco	58.9	323.1
Water	8.1	44.2
cigarette papers	6.1	33.7
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.7	15.1
propylene glycol	1.5	8.1
glycerol	1.3	7.2
licorice extract	0.4	2.1
guar gum	0.2	1.3
side seam adhesives	0.2	0.9
cocoa and cocoa products	0.081	0.4
carob bean and/or extract	0.059	0.3
natural & artificial flavourings	0.010	0.057
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	12.7	69.6
tipping papers and tipping paper inks	4.0	21.8
filter wraps	2.2	12.2
filter adhesives	1.5	8.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>548.6</b>



## 100s Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
tobacco	58.9	323.1
Water	8.1	44.2
cigarette papers	6.1	33.7
sugars (sucrose and/or invert sugar)	2.7	15.1
propylene glycol	1.5	8.1
glycerol	1.3	7.2
licorice extract	0.4	2.1
guar gum	0.2	1.3
side seam adhesives	0.2	0.9
cocoa and cocoa products	0.081	0.4
carob bean and/or extract	0.059	0.3
natural & artificial flavourings	0.010	0.057
<b>Unburnt items</b>		
filtration material	12.7	69.6
tipping papers and tipping paper inks	4.0	21.8
filter wraps	2.2	12.2
filter adhesives	1.5	8.4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>548.6</b>



## 67s Hard pack - 20 cigarettes

Ingredient	Amount %	mg/cig
<b>Burnt items</b>		
tobacco	82.2	788.2
Water	10.4	100.1
cigarette papers	5.0	47.7
glycerol	1.2	11.2
propylene glycol	0.9	8.8
sugars (sucrose and/or invert sugar)	0.2	1.6
side seam adhesives	0.089	0.9
carob bean and/or extract	0.008	0.080
monogram inks	0.002	0.020
natural & artificial flavourings	0.001	0.001
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>958.6</b>

### 3.5. Συστατικά περιτυλίγματος Σιγαρέτων



Cigarette Papersτσιγάροχαρτο

<b>Ingredient συστατικό</b>	<b>maximal use level (% in the cigarette) Μέγιστη ποσότητα (% του τσιγάρου)</b>	<b>CAS</b>
tobacco καπνός	6.6	
cellulose κυτταρίνη	4.8	various
calcium carbonate ανθρακικό ασβέστιο	2.5	471-34-1
methylcellulose μεθυλική	0.6	9004-67-5
guar gum κόλλα από γκουάρ	0.3	various
propylene glycol προπυλενική γλυκόλη	0.3	57-55-6
sodium alginate αλγινικό νάτριο	0.3	9005-38-3
starch and/or modified starches άμυλο και/ή τροποποιημένο άμυλο	0.3	various
beta-cyclodextrin βήτα-κυκλοδεξτρίνη	0.2	7585-39-9
potassium citrate κιτρικό κάλιο	0.2	6100-05-6
carboxymethylcellulose and its sodium salt καρβοξυμεθυλοκυτταρίνη και το άλας νατρίου της	0.05	9004-32-4
natural & artificial flavourings φυσικές και τεχνητές αρωματικές ουσίες	0.05	

Side Seam Adhesivesκόλλα ραφής τσιγαρόχαρτου

<b>Ingredient συστατικό</b>	<b>maximal use level (% in the cigarette) Μέγιστη ποσότητα (% του τσιγάρου)</b>	<b>CAS</b>
carboxymethylcellulose and its sodium salt καρβοξυμεθυλοκυτταρίνη και το άλας νατρίου της	0.5	9004-32-4
methylcellulose μεθυλική	0.5	9004-67-5
ethylene-vinyl acetate copolymer συμπολυμερές αιθυλενίου-οξικού βινυλίου	0.4	24937-78-8
polyvinyl acetate οξικό πολυβινύλιο	0.3	9003-20-7
starch άμυλο	0.2	9005-25-8
hydroxyethylene - vinyl acetate copolymer συμπολυμερές βινυλικής αλκοόλης-οξικού βινυλίου	0.05	25213-24-5
caramel καραμέλλα	0.005	8028-89-5
triacetin τριακετίνη	0.005	102-76-1
glycerol γλυκερίνη	0.0005	56-81-5

Monogram Inksμελάνη μονογράμματος

<b>Ingredient συστατικό</b>	<b>maximal use level (% in the cigarette) Μέγιστη ποσότητα (% του τσιγάρου)</b>	<b>CAS</b>
alkyd resin ρητίνη αλκυδίου	0.005	63148-69-6
pigment brilliant blue FCF χρωστική ουσία, λαμπρό κυανό FCF	0.001	68921-42-6
pigment sunset yellow FCF χρωστική ουσία, κίτρινο-πορτοκαλί FCF	0.001	various
calcium carbonate ανθρακικό ασβέστιο	0.0005	471-34-1
mineral oil ορυκτό έλαιο	0.0005	8042-47-5
pigment allura red AC χρωστική ουσία αλλούρα κόκκινο AC	0.0005	68583-95-9
pigment indigotine χρωστική ουσία, ινδικοτίνη	0.0005	16521-38-3
pigment red lithol BK χρωστική ουσία, λιθορουμπίνη BK	0.0005	5281-04-9
pigment tartrazine χρωστική ουσία, ταρτραζίνη	0.0005	various
silica διοξείδιο του πυριτίου	0.0005	various
titanium dioxide διοξείδιο του τιτανίου	0.0005	13463-67-7
pigment erythrosin χρωστική ουσία, ερυθροζίνη	0.0001	12227-78-0

Tipping Papers and Tipping Paper Inks  
επιστόμιο και μελάνες επιστομίου

<b>Ingredient συστατικό</b>	<b>maximal use level (% in the cigarette) Μέγιστη ποσότητα (% του τσιγάρου)</b>	<b>CAS</b>
tobacco καπνός	6.5	
cellulose κυτταρίνη	3.3	various
calcium carbonate ανθρακικό ασβέστιο	1.4	471-34-1
guar gum κόλλα από γκουάρ	0.7	various
kaolin καολίνη	0.7	1332-58-7
methylcellulose μεθυλική	0.7	9004-67-5
titanium dioxide διοξείδιο του τιτανίου	0.5	13463-67-7
pigment iron oxide yellow χρωστική ουσία, οξείδιο του σιδήρου κίτρινο	0.3	20344-49-4
propylene glycol προπυλενική γλυκόλη	0.3	57-55-6
starch άμυλο	0.3	9005-25-8
aluminium silicate, magnesium sodium salt πυριτικό άλας αλουμινίου, άλατα μαγνησίου και νατρίου	0.2	12040-43-6
collodion κολλόδιο	0.2	9004-70-0
pigment silver and/or gold χρωστικής αργύρου ή / και χρυσού	0.2	various
starch and/or modified starches άμυλο και/ή τροποποιημένο άμυλο	0.2	various



acetyl tributyl citrate <i>κιτρικός ακέτυλο τριβουτυλεστέρας</i>	0.1	77-90-7
glyoxal <i>γλυοξάλη</i>	0.1	107-22-2
pigment brilliant blue FCF <i>χρωστική ουσία, λαμπρό κυανό FCF</i>	0.1	68921-42-6
sodium phosphate dibasic <i>όξινο φωσφορικό νάτριο</i>	0.1	10028-24-7
talc <i>τάλκης</i>	0.1	14807-96-6
alkylketene dimer <i>διμερές αλκυλοκετένης</i>	0.05	various
aluminium hydroxide <i>υδροξείδιο του αργιλίου</i>	0.05	21645-51-2
ethyl cellulose <i>αιθυλική κυτταρίνη</i>	0.05	9004-57-3
galactomannanphosphoric ester <i>γαλακτομαννανφωσφορικός εστέρας</i>	0.05	78615-64-2
pigment iron oxide black <i>χρωστική ουσία, οξείδιο του σιδήρου μαύρο</i>	0.05	various
pigment iron oxide red <i>χρωστική ουσία, οξείδιο του σιδήρου κόκκινο</i>	0.05	1309-37-1
pigment mica <i>χρωστική μίκα</i>	0.05	12001-26-2
pigment red lithol BK <i>χρωστική ουσία, λιθορουμπίνη BK</i>	0.05	5281-04-9
sodium alginate <i>αλγινικό νάτριο</i>	0.05	9005-38-3
styrene - acrylate polymers <i>πολυμερή στυρολίου-ακρυλεστέρα</i>	0.05	29497-08-3
carbo medicinalis vegetabilis <i>carbo medicinalis vegetabilis</i>	0.01	various
chlorite <i>χλωρίτη</i>	0.01	1318-59-8

epichlorhydrin resin ρητίνη επιχλωρυδρίνης	0.01	various
pigment tartrazine χρωστική ουσία, ταρτραζίνη	0.01	various
resin acids and rosin acids, maleated, esters with glycerol οξέα ρητινών και οξέα κολοφωνίου, μηλεινικά, εστέρες με γλυκερίνη	0.01	94581-16-5
rosin κολοφώνιο	0.01	91081-22-0
pigment indigotine χρωστική ουσία, ινδικοτίνη	0.005	16521-38-3
pigment quinoline yellow χρωστική ουσία, κίτρινο της κινολίνης	0.005	100208-62-6
pigment sunset yellow FCF χρωστική ουσία, κίτρινο-πορτοκαλί FCF	0.005	various
triacetin τριακετίνη	0.005	102-76-1
fatty acid esters εστέρες λιπαρών οξέων	0.001	61791-00-2
paraffin κερί παραφίνης	0.001	various

Filtration Material  
υλικά φιλτραρίσματος

<b>Ingredient συστατικό</b>	<b>maximal use level (% in the cigarette) Μέγιστη ποσότητα (% του τσιγάρου)</b>	<b>CAS</b>
cellulose acetate οξική κυτταρίνη	35	9004-35-7
activated charcoal ενεργός άνθρακας	6	7440-44-0
triacetin τριακετίνη	2.8	102-76-1
titanium dioxide διοξειδίο του τιτανίου	0.2	13463-67-7
processing aids (Finishing oil) βοηθητικό επεξεργασίας (λάδι φινιρίσματος)		

Filter Adhesives  
κόλλες φίλτρου

Ingredient συστατικό	maximal use level (% in the cigarette) Μέγιστη ποσότητα (% του τσιγάρου)	CAS
ethylene-vinyl acetate copolymer συμπολυμερές αιθυλενίου-οξικού βινυλίου	3.8	24937-78-8
polyvinyl acetate οξικό πολυβινύλιο	0.7	9003-20-7
hydroxyethylene - vinyl acetate copolymer συμπολυμερές βινυλικής αλκοόλης-οξικού βινυλίου	0.5	25213-24-5
hydrocarbon resin ρητίνη υδρογονάνθρακα	0.3	various
paraffin κερί παραφίνης	0.3	various
styrene-alpha-methylstyrene resin ρητίνη στυρολίου-α-μεθυλοστυρολίου	0.1	9011-11-4
polyisobutylene πολυίσοβουτένιο	0.05	9003-29-6
water νερό	0.05	various
glycerol γλυκερίνη	0.005	56-81-5
processing aids (Antioxidant, Deformer, Water, Finishing oil, Preservative) βοηθητικό επεξεργασίας (αντιοξειδωτικό, αντιαφριστικό, νερό, λάδι φινιρίσματος, συντηρητικό)		

Filter Wraps  
χαρτιά φίλτρου

<b>Ingredient συστατικό</b>	<b>maximal use level (% in the cigarette) Μέγιστη ποσότητα (% του τσιγάρου)</b>	<b>CAS</b>
cellulose κυτταρίνη	6.6	various
calcium carbonate ανθρακικό ασβέστιο	0.6	471-34-1
polyvinol πολυβινόλη	0.3	9002-89-5
titanium dioxide διοξειδίο του τιτανίου	0.2	13463-67-7
starch and/or modified starches άμυλο και/ή τροποποιημένο άμυλο	0.1	various
viscose βισκόζη	0.1	68442-85-3
alkylketene dimer διμερές αλκυλοκετένης	0.05	various
carboxymethylcellulose and its sodium salt καρβοξυμεθυλοκυτταρίνη και το άλας νατρίου της	0.05	9004-32-4
epichlorhydrin resin ρητίνη επιχλωρυδρίνης	0.05	various
talc τάλκης	0.05	14807-96-6
glyoxal γλυοξάλη	0.005	107-22-2
pigment iron oxide black χρωστική ουσία, οξειδίο του σιδήρου μαύρο	0.0005	various

## 4. Παρουσίαση και Χρήση της Εφαρμογής

Η εφαρμογή που έχει υλοποιηθεί παρέχει τη δυνατότητα απεικόνισης της εταιρείας μέσω ενός συστήματος. Συγκεκριμένα, διατηρεί πληροφορία για όλους τους τομείς της εταιρείας, διοικητικής και παραγωγικής φύσης.

Ακολούθως θα παρουσιαστούν αναλυτικά, μία προς μία, όλες οι οθόνες της εφαρμογής καθώς και τα δεδομένα που απεικονίζουν αυτές. Θα γίνει εκτενής ανάλυση του περιβάλλοντος και των βασικών λειτουργιών της εφαρμογής (εγχειρίδιο χρήστη).

### 4.1. Περιβάλλον και Βασικές Λειτουργίες Εφαρμογής

#### 4.1.1. Έναρξη Εφαρμογής - Διαδικασίες Εισόδου και Εξόδου

Στην οθόνη έναρξης δίνονται στο χρήστη οι εξής δυνατότητες – επιλογές:

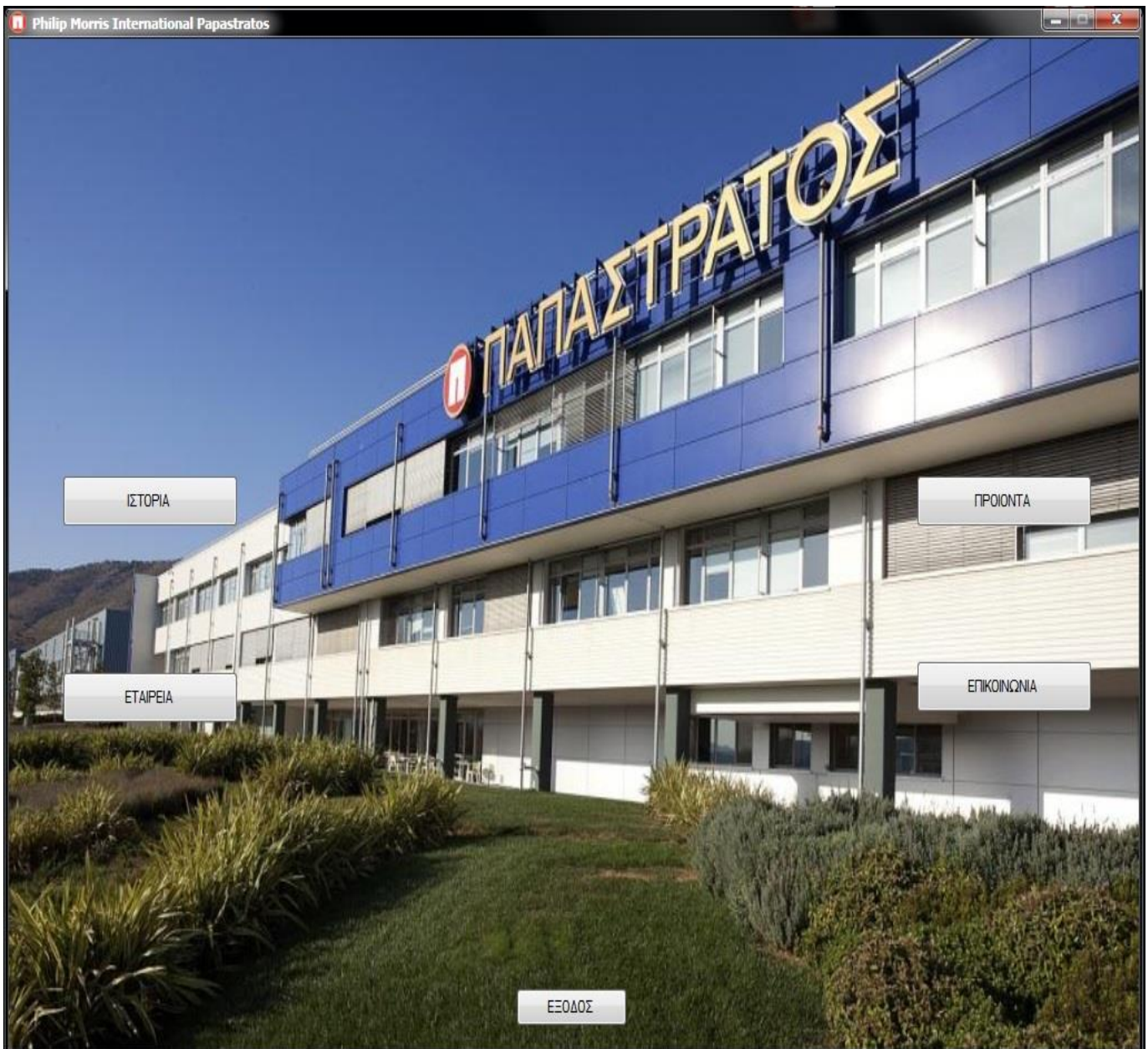
- Είσοδος στα περιεχόμενα της εφαρμογής
- Τερματισμός (έξοδος) της εφαρμογής.



#### 4.1.2. Περιεχόμενα της Εφαρμογής

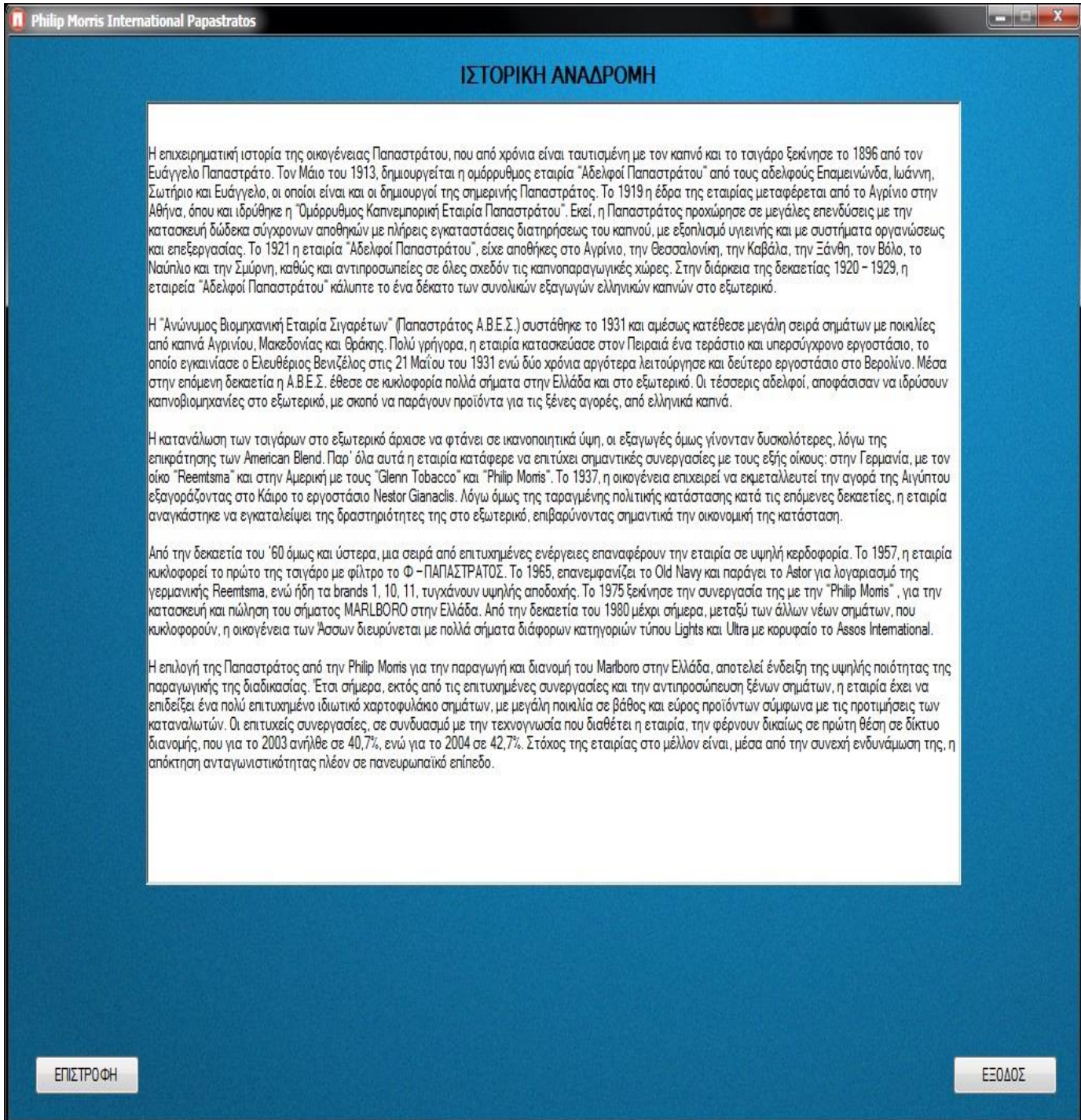
Επιλέγοντας «ΕΙΣΟΔΟΣ» στην οθόνη 4.1.1., ο χρήστης εισέρχεται στα περιεχόμενα της εφαρμογής, τα οποία αφορούν τις εξής κατηγορίες:

- ΙΣΤΟΡΙΑ
- ΕΤΑΙΡΕΙΑ
- ΠΡΟΙΟΝΤΑ
- ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ



#### 4.1.2.1. Ιστορία

Επιλέγοντας «ΙΣΤΟΡΙΑ» στην οθόνη 4.1.2., παρουσιάζεται στο χρήστη μια σύντομη Ιστορική Αναδρομή της εταιρείας ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ Α.Β.Ε.Σ.



**Philip Morris International Papastratos**

### ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Η επιχειρηματική ιστορία της οικογένειας Παπαστράτου, που από χρόνια είναι ταυτισμένη με τον καπνό και το τσιγάρο ξεκίνησε το 1896 από τον Ευάγγελο Παπαστράτο. Τον Μάιο του 1913, δημιουργείται η ομόρρυθμος εταιρία "Αδελφοί Παπαστράτου" από τους αδελφούς Επαμεινώνδα, Ιωάννη, Σωτήριο και Ευάγγελο, οι οποίοι είναι και οι δημιουργοί της σημερινής Παπαστράτος. Το 1919 η έδρα της εταιρίας μεταφέρεται από το Αγρίνιο στην Αθήνα, όπου και ιδρύθηκε η "Ομόρρυθμος Καπνεμπορική Εταιρία Παπαστράτου". Εκεί, η Παπαστράτος προχώρησε σε μεγάλες επενδύσεις με την κατασκευή δώδεκα σύγχρονων αποθηκών με πλήρεις εγκαταστάσεις διατήρησης του καπνού, με εξοπλισμό υγιεινής και με συστήματα οργανώσεως και επεξεργασίας. Το 1921 η εταιρία "Αδελφοί Παπαστράτου", είχε αποθήκες στο Αγρίνιο, την Θεσσαλονίκη, την Καβάλα, την Ξάνθη, τον Βόλο, το Ναύπλιο και την Σμύρνη, καθώς και αντιπροσωπείες σε όλες σχεδόν τις καπνοπαραγωγικές χώρες. Στην διάρκεια της δεκαετίας 1920 - 1929, η εταιρεία "Αδελφοί Παπαστράτου" κάλυπτε το ένα δέκατο των συνολικών εξαγωγών ελληνικών καπνών στο εξωτερικό.

Η "Ανώνυμος Βιομηχανική Εταιρία Σιγαρέτων" (Παπαστράτος Α.Β.Ε.Σ.) συστάθηκε το 1931 και αμέσως κατέθεσε μεγάλη σειρά σημάτων με ποικιλίες από καπνά Αγρινίου, Μακεδονίας και Θράκης. Πολύ γρήγορα, η εταιρία κατασκεύασε στον Πειραιά ένα τεράστιο και υπερσύγχρονο εργοστάσιο, το οποίο εγκαίνισσε ο Ελευθέριος Βενιζέλος στις 21 Μαΐου του 1931 ενώ δύο χρόνια αργότερα λειτούργησε και δεύτερο εργοστάσιο στο Βερολίνο. Μέσα στην επόμενη δεκαετία η Α.Β.Ε.Σ. έθεσε σε κυκλοφορία πολλά σήματα στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. Οι τέσσερις αδελφοί, αποφάσισαν να ιδρύσουν καπνοβιομηχανίες στο εξωτερικό, με σκοπό να παράγουν προϊόντα για τις ξένες αγορές, από ελληνικά καπνά.

Η κατανάλωση των τσιγάρων στο εξωτερικό άρχισε να φτάνει σε ικανοποιητικά ύψη, οι εξαγωγές όμως γίνονταν δυσκολότερες, λόγω της επικράτησης των American Blend. Παρ' όλα αυτά η εταιρία κατάφερε να επιτύχει σημαντικές συνεργασίες με τους εγχώριους στην Γερμανία, με τον οίκο "Reemtsma" και στην Αμερική με τους "Glenn Tobacco" και "Philip Morris". Το 1937, η οικογένεια επιχειρεί να εκμεταλλευτεί την αγορά της Αιγύπτου εξαγοράζοντας στο Κάιρο το εργοστάσιο Nestor Giannacis. Λόγω όμως της παραγμένης πολιτικής κατάστασης κατά τις επόμενες δεκαετίες, η εταιρία αναγκάστηκε να εγκαταλείψει της δραστηριότητες της στο εξωτερικό, επιβαρύνοντας σημαντικά την οικονομική της κατάσταση.

Από την δεκαετία του '60 όμως και ύστερα, μια σειρά από επιτυχημένες ενέργειες επαναφέρουν την εταιρία σε υψηλή κερδοφορία. Το 1957, η εταιρία κυκλοφορεί το πρώτο της τσιγάρο με φίλτρο το Φ - ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ. Το 1965, επανεμφανίζει το Old Navy και παράγει το Astor για λογαριασμό της γερμανικής Reemtsma, ενώ ήδη τα brands 1, 10, 11, τυγχάνουν υψηλής αποδοχής. Το 1975 ξεκίνησε την συνεργασία της με την "Philip Morris", για την κατασκευή και πώληση του σήματος MARLBORO στην Ελλάδα. Από την δεκαετία του 1980 μέχρι σήμερα, μεταξύ των άλλων νέων σημάτων, που κυκλοφορούν, η οικογένεια των Άσων διευρύνεται με πολλά σήματα διάφορων κατηγοριών τύπου Lights και Ultra με κορυφαίο το Assos International.

Η επιλογή της Παπαστράτος από την Philip Morris για την παραγωγή και διανομή του Marlboro στην Ελλάδα, αποτελεί ένδειξη της υψηλής ποιότητας της παραγωγικής της διαδικασίας. Έτσι σήμερα, εκτός από τις επιτυχημένες συνεργασίες και την αντιπροσωπεία ξένων σημάτων, η εταιρία έχει να επιδείξει ένα πολύ επιτυχημένο ιδιωτικό χαρτοφυλάκιο σημάτων, με μεγάλη ποικιλία σε βάθος και εύρος προϊόντων σύμφωνα με τις προτιμήσεις των καταναλωτών. Οι επιτυχείς συνεργασίες, σε συνδυασμό με την τεχνολογία που διαθέτει η εταιρία, την φέρνουν δικαίως σε πρώτη θέση σε δικτύου διανομής, που για το 2003 ανήλθε σε 40,7%, ενώ για το 2004 σε 42,7%. Στόχος της εταιρίας στο μέλλον είναι, μέσα από την συνεχή ενδυνάμωση της, η απόκτηση ανταγωνιστικότητας πλέον σε πανευρωπαϊκό επίπεδο.

**ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ** **ΕΞΟΔΟΣ**



Απαραίτητο να σημειωθεί είναι ότι από αυτό το σημείο και έπειτα, σε κάθε βήμα δίνεται η δυνατότητα στο χρήστη στο κάτω μέρος της εφαρμογής είτε να επιλέξει «ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ» προκειμένου να επιστρέψει στο προηγούμενο βήμα είτε να επιλέξει «ΕΞΟΔΟΣ» προκειμένου να τερματίσει την εφαρμογή.

#### 4.1.2.2. Εταιρεία

Επιλέγοντας «ΕΤΑΙΡΕΙΑ» στην οθόνη 4.1.2., παρουσιάζονται στο χρήστη τα Τμήματα από τα οποία αποτελείται η εταιρεία ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ Α.Β.Ε.Σ.



#### 4.1.2.2.1. Νομικό (Legal)

Επιλέγοντας «NOMIKO (LEGAL)» στην οθόνη 4.1.2.2., παρουσιάζονται στο χρήστη η περιγραφή του Νομικού τμήματος καθώς και το οργανόγραμμά του.

**Philip Morris International Papastratos**

### ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ

Το Νομικό Τμήμα παρέχει νομικές υπηρεσίες ποιότητας που συνεισφέρουν στην επιτυχία της Philip Morris International -Παπαστράτος ΑΒΕΣ.

Οι βασικές αξίες του τμήματος :

- Άριστες υπηρεσίες και ποιότητα
- Ευθυγράμμιση - ώστε να καταλαβαίνει την επιχείρηση και να είναι προσανατολισμένο ως προς τα «αποτελέσματα»
- Προώθηση της συμμόρφωσης με το γράμμα και πνεύμα του νόμου καθώς και με τις πολιτικές της εταιρίας
- Αντικειμενικότητα και δημιουργικότητα

Το τμήμα αποτελείται από:

- Τον Διευθυντή Νομικού Τμήματος που είναι υπεύθυνος για όλο το τμήμα
- Την Νομική Σύμβουλο που είναι υπεύθυνη για τα τμήματα Μάρκετινγκ, Πωλήσεων, τα RPRs, τις εταιρικές υποθέσεις, τα θέματα ανταγωνισμού, την προστασία προσωπικών δεδομένων και των αγορών Κύπρου & Μάλτας
- Τον Νομικό Σύμβουλο που είναι υπεύθυνος για τα τμήματα Ανθρώπινου Δυναμικού, Λειτουργιών, Εταιρικών Υποθέσεων, Οικονομικό, Πληροφορικής και τα θέματα συμμόρφωσης καθώς και διαχείρισης ακίνητης περιουσίας και αντιδικιών.

Το τμήμα υποστηρίζει :

- Τμήμα Πωλήσεων
- Τμήμα Μάρκετινγκ
- Τμήμα Ανθρώπινου Δυναμικού
- Τμήμα Λειτουργιών
- Τμήμα Εταιρικών Υποθέσεων
- Τμήμα Πληροφορικής
- Τμήμα Οικονομικό
- Τμήμα RPRs
- Αντιδικίες
- Θέματα Διαχείρισης Ακίνητης Περιουσίας
- Θέματα Συμμόρφωσης
- Θέματα Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων
- Θέματα Ανταγωνισμού

ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΕΞΟΔΟΣ

#### 4.1.2.2. Ανθρώπινο Δυναμικό (Human Resources)

Επιλέγοντας «ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ (HUMAN RESOURCES)» στην οθόνη 4.1.2.2., παρουσιάζονται στο χρήστη η περιγραφή, το οργανόγραμμα και οι βραβεύσεις του τμήματος Ανθρώπινου Δυναμικού.

Philip Morris International Papastratos

### ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ

Το Τμήμα του Ανθρώπινου Δυναμικού διαχειρίζεται όλο το προσωπικό της εταιρείας κυρίως σε θέματα πρόσληψης, απόλυσης, εκπαίδευσης και μισθοδοσίας. Έχει σαν στόχο την προσέλκυση και την ανάπτυξη κατάλληλων ταλέντων με σκοπό να εξασφαλίσει την ανάπτυξη της επιχείρησης στο σήμερα και στο αύριο.

Οι βασικές λειτουργίες του τμήματος:

- Προσέλκυση και διατήρηση ταλέντων
- Στελέχωση όλων των τμημάτων της εταιρείας
- Μισθοδοσία - Αμοιβές - Παραχές
- Διαχείριση ταλέντων
- Εκπαίδευση Προσωπικού - Τεχνικών Χαρακτηριστικών και Επιδεξιότητων
- Αξιολόγηση και Απόδοση εργαζομένων
- Διαδικασίες Μετακίνησης των εργαζομένων εν γλώρια και στο εξωτερικό

Το τμήμα αποτελείται από:

- Director HR
- Manager HR Operations
- Manager HR Marketing & Sales
- Manager MOD
- Supervisor MOD
- MOD Executive
- HR Services Team Leader
- HR Services Executive Payroll
- HR Services T&A and Payroll Executive
- HR Services Executive

### ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ

```

graph TD
    DirectorHR[Director HR] --> ManagerOps[Manager HR Operations]
    DirectorHR --> ManagerMarketing[Manager HR Marketing & Sales]
    DirectorHR --> ManagerMOD[Manager MOD]
    DirectorHR --> HRSTL[HR Services Team Leader]
    ManagerMOD --> SupervisorMOD[Supervisor MOD]
    SupervisorMOD --> MODExec[MOD Executive]
    HRSTL --> HRSEPayroll[HR Services Executive Payroll]
    HRSTL --> HRSTATPA[HR Services T&A and Payroll Executive]
    HRSTL --> HRSE[HR Services Executive]
  
```

### ΒΡΑΒΕΥΣΕΙΣ

ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ
ΕΞΟΔΟΣ

#### 4.1.2.2.3. Εταιρικές Υποθέσεις (Corporate Affairs)

Επιλέγοντας «ΕΤΑΙΡΙΚΕΣ ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ (CORPORATE AFFAIRS)» στην οθόνη 4.1.2.2., παρουσιάζονται στο χρήστη η περιγραφή του τμήματος Εταιρικών Υποθέσεων καθώς και το οργανόγραμμά του.

**Philip Morris International Papastratos**

### ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ

Το Τμήμα Εταιρικών Υποθέσεων αναπτύσσει και υλοποιεί στρατηγικές στους τομείς των ρυθμίσεων για τα προϊόντα καπνού, τα δημοσιονομικά θέματα και την επικοινωνία με στόχο να υποστηρίξει την εταιρεία στην επίτευξη των επιχειρηματικών της στόχων. Ακόμα, σχεδιάζει και υλοποιεί ενέργειες χορηγιών με τις οποίες στηρίζονται η χώρα και οι τοπικές κοινωνίες καθώς και ενέργειες για την καταπολέμηση του παράνομου εμπορίου προϊόντων καπνού.

Το τμήμα αποτελείται από:

- Director Corporate Affairs
- Manager Communications
- Manager Regulatory Affairs
- Manager Fiscal Affairs

### ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ

```
graph TD; DCA[Director Corporate Affairs] --> MC[Manager Communications]; DCA --> MRA[Manager Regulatory Affairs]; DCA --> MFA[Manager Fiscal Affairs];
```

ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΕΞΟΔΟΣ

#### 4.1.2.2.4. Υπηρεσίες Πληροφοριών (Information Services)

Επιλέγοντας «ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ (INFORMATION SERVICES)» στην οθόνη 4.1.2.2., παρουσιάζονται στο χρήστη η περιγραφή του τμήματος Υπηρεσιών Πληροφοριών καθώς και το οργανόγραμμά του.

The screenshot displays a software application window with a blue background. At the top, the title bar reads "Philip Morris International Papastratos". The main content area is titled "ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ" (Description) and contains the following text:

Το τμήμα Υπηρεσιών Πληροφορικής βοηθά στην καλύτερη εξυπηρέτηση των εργαζομένων της επιχείρησης, παρέχοντας καινοτόμες λύσεις, διευκολύνοντας διαδικασίες και αυτοματοποιώντας οποιαδήποτε επιχειρησιακή ανάγκη. Στοχεύει στην καλύτερη τεχνική υποστήριξη σε καθημερινή βάση και βοηθά στην επίτευξη της ανταγωνιστικής αξίας της επιχείρησης υποστηρίζοντας καινοτόμες επιχειρησιακές λύσεις μέσω συστημάτων.

Οι βασικές λειτουργίες του τμήματος:

- Συντήρηση και Εγκατάσταση Πληροφοριακών Συστημάτων
- Αναβάθμιση Τεχνολογικού Εξοπλισμού
- Εγκατάσταση και Συντήρηση Τεχνολογικού Εξοπλισμού
- Διευκόλυνση Λειτουργιών των Τμημάτων της Επιχείρησης
- Εγκατάσταση και Ασφάλεια Δικτύων

Below the description is the "ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ" (Organizational Chart) section, which shows a hierarchical structure:

```

graph TD
    MIS[Manager Information Services] --- SIA[Sr. IS Analyst IPG]
    MIS --- ITL[IS Team Leader Technical Infrastructure]
    SIA --- ISM[IS Manager Customer Services & Planning]
    SIA --- MISC[Manager IS Commercial Systems & BI]
    SIA --- MGS[Manager IS Global SAP Systems HR & IKM]
    ITL --- ISL[IS Team Leader Factory Systems]
    MISC --- ISA1[IS Systems Analyst]
    MGS --- ISA2[IS Systems Analyst]
    ISL --- ISA3[IS Systems Analyst]
  
```

At the bottom of the window, there are two buttons: "ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ" (Back) on the left and "ΕΞΟΔΟΣ" (Exit) on the right.

#### 4.1.2.2.5. Οικονομικό (Finance)

Επιλέγοντας «ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ (FINANCE)» στην οθόνη 4.1.2.2., παρουσιάζονται στο χρήστη η περιγραφή του Οικονομικού τμήματος καθώς και το οργανόγραμμά του.

The screenshot displays a software window titled "Philip Morris International Papastratos". The main content is divided into two sections: "ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ" (Description) and "ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ" (Organizational Chart).

**ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ**

Το Οικονομικό τμήμα της επιχείρησης παρέχει ακριβή και έγκαιρη πληροφόρηση χρησιμοποιώντας υψηλού επιπέδου τεχνολογία, υποστηρίζει και συμμετέχει σε όλα τα επίπεδα εργασιών της εταιρείας εξασφαλίζοντας ποιότητα στις προβλέψεις αλλά και στα πραγματικά οικονομικά αποτελέσματα.

Η Οικονομική Διεύθυνση της ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ αποτελείται από έξι τμήματα:

- Οικονομικών Αναφορών
- Κοστολόγησης
- Λογιστηρίου και Φορολογικών
- Χρηματοοικονομικών Υποθέσεων
- Εσωτερικού Ελέγχου
- Οικονομικού Σχεδιασμού και Επιχειρησιακής Ανάπτυξης

**ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ**

The organizational chart shows a hierarchical structure with "Director Finance" at the top, connected to six reporting managers:

- Manager Planning & Business Development
- Manager Operations Finance
- Manager Accounting & Tax Reporting
- Manager Treasury
- Manager Internal Controls & Compliance
- Manager Financial Planning & Reporting

At the bottom of the window, there are two buttons: "ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ" (Back) on the left and "ΕΞΟΔΟΣ" (Exit) on the right.

#### 4.1.2.2.6. Εμπορικό (Marketing)

Επιλέγοντας «ΕΜΠΟΡΙΚΟ (MARKETING)» στην οθόνη 4.1.2.2., παρουσιάζονται στο χρήστη η περιγραφή του Εμπορικού τμήματος καθώς και το οργανόγραμμά του.

Philip Morris International Papastratos

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ

Ο ρόλος του τμήματος είναι να αξιοποιεί με τον πιο αποτελεσματικό τρόπο τα καλύτερα διεθνή και ελληνικά σήματα της ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ, ώστε να προσφέρει την καλύτερη καπνιστική εμπειρία στους ενήλικους καπνιστές. Η προσπάθεια αυτή του τμήματος έχει ως επίκεντρο τη διατήρηση και περαιτέρω ανάπτυξη της ηγετικής θέσης των σημάτων της εταιρείας μέσα από την κατανόηση των αναγκών του ενήλικου καπνιστή και την ανάπτυξη πρωτοποριακών προϊόντων και ιδεών.

Το τμήμα αποτελείται από:

- Director Marketing
- Sr. Brand Manager OTP & Special Projects
- Group Brand Manager Value Brands
- Manager Commercial Strategy & Cons. Plan
- Group Brand Manager MLB & Premium Plus
- Senior Brand Manager
- Manager Consumer Planning
- Manager Digital Marketing

ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ

```

graph TD
    DM[Director Marketing] --> SSBM[Sr. Brand Manager OTP & Special Projects]
    DM --> GBMV[Group Brand Manager Value Brands]
    DM --> MCS[Manager Commercial Strategy & Cons. Plan.]
    DM --> GBMLB[Group Brand Manager MLB & Premium Plus]
    DM --> MCP[Manager Consumer Planning]
    DM --> SBM[Senior Brand Manager]
    DM --> MD[Manager Digital Marketing]
  
```

ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ

ΕΞΟΔΟΣ

#### 4.1.2.2.7. Πωλήσεων και Διανομής (Sales & Distribution)

Επιλέγοντας «ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΝΟΜΗΣ (SALES - DISTRIBUTION)» στην οθόνη 4.1.2.2., παρουσιάζονται στο χρήστη η περιγραφή του τμήματος Πωλήσεων και Διανομής καθώς και το οργανόγραμμά του.

Philip Morris International Papastratos

### ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ

Ο ρόλος του τμήματος είναι να προωθεί και να διανέμει στην αγορά τα προϊόντα της εταιρείας με τέτοιο τρόπο ώστε να υπόκειται στην εκάστοτε νομοθετική ρύθμιση του κράτους. Καταstrώνει στρατηγικές και σχεδιασμούς με σκοπό να διευρύνει το δίκτυο διανομής των προϊόντων στην καπνοβιομηχανική αγορά.

Το τμήμα αποτελείται από:

- Director Sales and Distribution, MT & CY
- Manager Commercial Region
- Manager Customer Service & Trade Relations
- Commercial Administration Executive
- Manager Strategy Planning
- Manager Commercial Organize Development
- Country Manager Cyprus & Malta
- Manager Sales Projects

### ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ

```

graph TD
    A[Director Sales and Distr., MT & CY] --- B[Manager Commercial Region]
    A --- C[Manager Cust. Service & Trade Relations]
    B --- D[Commercial Administration Executive]
    B --- E[Manager Strategy Planning]
    B --- F[Manager Commercial Org. Development]
    C --- G[Country Manager Cyprus & Malta]
    C --- H[Manager Sales Projects]
  
```

ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ

ΕΞΟΔΟΣ



#### 4.1.2.2.8. Λειτουργίες (Operations)

Επιλέγοντας «ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ (OPERATIONS)» στην οθόνη 4.1.2.2., παρουσιάζονται στο χρήστη η περιγραφή του τμήματος των Λειτουργιών καθώς και το οργανόγραμμά του.

Philip Morris International Papastratos

### ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ

Το τμήμα των Λειτουργιών είναι υπεύθυνο για να μπορέσει να γίνει η εταιρεία ανταγωνιστική όσον αφορά το κόστος στην Ε.Ε., την ενσωμάτωση της Αγοράς RRP, στην ενίσχυση της θέσης της εταιρείας στο εργοστάσιο προκειμένου να επιτευχθούν οι επιχειρηματικοί στόχοι σε τοπικό και PMI επίπεδο. Επίσης, αναπτύσσει ισχυρούς ηγέτες που να εμπνέουν τον ταλαντούχο οργανισμό της Παπαστράτος, βοηθά στο να επιτευχθούν υψηλές επιδόσεις σε σχέση με τους Παραγωγικούς Δείκτες (KPI's) και να εξελιχθεί η εταιρεία σε Εξαγωγικό Κέντρο στην Ευρώπη.

Το τμήμα αποτελείται από:

- Διεύθυνση Σχεδιασμού Λειτουργιών και Συνεχούς Βελτίωσης
- Διεύθυνση Διασφάλισης Ποιότητας και Καπνών
- Διεύθυνση Περιβάλλοντος, Υγιεινής, Ασφάλειας στην Εργασία και Προστασία
- Διεύθυνση Primary
- Διεύθυνση Secondary
- Διεύθυνση Εφοδιαστικής Αλυσίδας
- Λιθογραφεία

### ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ

```

graph TD
    Director[Director Operations] --- ManagerProduction[Manager Production]
    Director --- CompanyDoctor[Company Doctor]
    ManagerProduction --- ManagerEHSS[Manager EHSS]
    ManagerProduction --- ManagerPrinting[Manager Printing & Converting]
    Director --- ManagerSupplyChain[Manager Supply Chain]
    Director --- ManagerProjects[Manager Projects & Engineering]
    Director --- ManagerQA[Manager QA and Leaf]
    Director --- ManagerContinuous[Manager Continuous Improvement & OPS Planning]
  
```

ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ

ΕΞΟΔΟΣ

#### 4.1.2.3. Προϊόντα

Επιλέγοντας «ΠΡΟΙΟΝΤΑ» στην οθόνη 4.1.2., παρουσιάζονται στο χρήστη τα προϊόντα της εταιρείας ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ Α.Β.Ε.Σ ανά κατηγορίες.



#### 4.1.2.3.1. Marlboro

Επιλέγοντας την εικόνα του «MARLBORO» στην οθόνη 4.1.2.3., παρουσιάζεται στο χρήστη μια περιγραφή της οικογένειας των προϊόντων του MARLBORO.

**MARLBORO**

Το MARLBORO ξεκινάει την ιστορία του το 1924, όμως σημείο αναφοράς αποτελεί το επαναλαοάνορισμά του το 1954 με την εισαγωγή της καινοτομίας του Flip Top Box (σκληρό πακέτο). Αποτελεί ένα από τα πιο δυνατά και αναγνωρίσιμα εμπορικά σήματα στις κατηγορίες όλων των καταναλωτικών προϊόντων και είναι πλέον συνώνυμο της ηγεσίας και της ποιότητας στο χώρο των προϊόντων καπνού.

Το MARLBORO εμπνέει τους ενήλικους καπνιστές να πάρουν τη ζωή στα χέρια τους, πρεσβεύοντας τις αξίες της ελευθερίας, της ηγεσίας και της αυτοπεποίθησης, και προσφέρει την καλύτερη δυνατή καπνιστική εμπειρία. Στην Ελλάδα, ένας στους τέσσερις ενήλικους καπνιστές επιλέγει σταθερά MARLBORO.

**Red Pillar**

Το 2014 πραγματοποιείται η πιο ταλμνήρ αλλαγή που έχει γίνει εδώ και 60 χρόνια. Το MARLBORO RED οδηγεί την εξέλιξη με νέα εμφάνιση, νέο πακέτο Soft Touch και Firm Filter για σταθερή απόλαυση από την αρχή ως το τέλος, προσφέροντας παράλληλα και έναν πιο καθαρό τρόπο να σβήνετε το τσιγάρο.

Η αυθεντικότητα του και η θέση του ως το απόλυτο σύμβολο αυτοπεποίθησης το καθιστούν αδιαμφισβήτητο ηγέτη.

**Gold Pillar**

Το 2010 το MARLBORO GOLD αναβαθμίζει την εμφάνισή του με σύγχρονη αισθητική και ανάγλυφη υφή σαν αποτύπωμα, διατηρώντας την ίδια διαχρονική και μοναδική απαλή γεύση. Με τις αξίες της κοινωνικότητας, της αυτοπεποίθησης και της προοδευτικότητας είναι το απόλυτο σήμα, συναφές με τις ανάγκες των ενήλικων καπνιστών του.

Όλη η αγορά αναμένει τώρα την επόμενη μεγάλη κίνηση.

**Fresh Pillar**

Η αίσθηση της φρεσκάδας έχει πλέον αναβαθμιστεί καθώς το MARLBORO θέτει νέα στάνταρ στην κατηγορία του fresh taste. Το MARLBORO λανσάρει το Fuse Beyond, το πρώτο τσιγάρο στην ελληνική αγορά με 2 κάψουλες και τη δυνατότητα επιλογής τουλάχιστον τεσσάρων γευστικών κατευθύνσεων.

Η απόφαση είναι στα χέρια του ενήλικου καπνιστή!

ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΕΞΟΔΟΣ

#### 4.1.2.3.2. Σήματα χαμηλής και μεσαίας κατηγορίας

Επιλέγοντας την εικόνα του «Σήματα χαμηλής και μεσαίας κατηγορίας» στην οθόνη 4.1.2.3., παρουσιάζεται στο χρήστη μια περιγραφή από τις μάρκες αυτής της κατηγορίας.

Philip Morris International Papastratos

## Σήματα μεσαίας & χαμηλής οικονομικής κατηγορίας

Η ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ, έχοντας πάντα ως στόχο την ικανοποίηση των ενήλικων καπνιστών, προσφέρει ποιοτικές προτάσεις σε όλες τις κατηγορίες τιμών, με έμφαση στα σήματα οικονομικής κατηγορίας, τα οποία αποτελούν σημαντικό μέρος της ελληνικής αγοράς καπνικών προϊόντων.

Στη συγκεκριμένη κατηγορία, η ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ εκπροσωπείται από δύο διεθνείς και μία ελληνική μάρκα, καλύπτοντας με αυτό τον τρόπο όλες τις πιθανές διαφορετικές προτιμήσεις των ενήλικων καπνιστών.





 <p><b>L&amp;M</b></p> <p>Το L&amp;M είναι σήμερα ένα από τα τρία μεγαλύτερα σήματα τσιγάρων στον κόσμο και νούμερο 2 σε πωλήσεις στην Ευρώπη. Στην Ελλάδα λανσαρίστηκε τον Ιανουάριο του 2010 και γρήγορα έγινε ένας από τους βασικούς παίκτες της αγοράς. Το 2014 το L&amp;M συστήνεται από την αρχή στους ενήλικους καπνιστές με νέα πιο σύγχρονα και ποιοτικά πακέτα. Επίσης, προστίθεται το προϊόντικό χαρακτηριστικό του λεπτοκομμένου καπνού, που διασφαλίζει μια συνεπή και απολαυστική καπνιστική εμπειρία.</p>	 <p><b>ASSOS</b></p> <p>Το No1 σε πωλήσεις Ελληνικό σήμα τσιγάρων από το 1931. Ο ASSOS δημιουργήθηκε από την οικογένεια ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ με σκοπό να προσφέρει στην ελληνική αγορά ένα εξαιρετικής ποιότητας τσιγάρο από επιλεγμένα καπνά. Από τότε μέχρι σήμερα αποτελεί την ηγετική ελληνική μάρκα τσιγάρων, προσφέροντας σταθερή ποιότητα σε προσιτή τιμή για όλους τους Έλληνες.</p>	 <p><b>PHILIP MORRIS</b></p> <p>Στην Ευρώπη, η ιστορία του PHILIP MORRIS ξεκινά στις αρχές της δεκαετίας του '80, ενώ στην Ελλάδα το σήμα λανσαρίστηκε πρώτη φορά το 1988. Η μοναδική ποιότητα και η απαλή γεύση που χαρακτηρίζουν την οικογένεια PHILIP MORRIS αποτελούν τα διαχρονικά στοιχεία, πάνω στα οποία χτίστηκε η κληρονομιά του σήματος. Η ποιότητα αυτή παραμένει αναλλοίωτη μέχρι και σήμερα, καθώς στα χαρμάνια του τσιγάρου αυτού δεν χρησιμοποιούνται επιπλέον κοτσάνια.</p>
---	--	---

ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ
ΕΞΟΔΟΣ

#### 4.1.2.3.3. Σήματα Στριφτού Τσιγάρου και άλλα Προϊόντα καπνού


Επιλέγοντας την εικόνα του «Σήματα Στριφτού Τσιγάρου και άλλα Προϊόντα καπνού» στην οθόνη 4.1.2.3., παρουσιάζεται στο χρήστη μια περιγραφή των στριφτών προϊόντων καπνού.

**Philip Morris International Papastratos**

### Σήματα στριφτού τσιγάρου και άλλα προϊόντα καπνού

Η κατηγορία OTHER TOBACCO PRODUCTS (OTP) θα μπορούσε να αποδοθεί στα ελληνικά ως "Άλλα Προϊόντα Καπνού" και, όπως προδίδει και το όνομά της, αποτελείται από όλα τα καπνικά προϊόντα πέραν των βιομηχανοποιημένων τσιγάρων.

Το χαρτοφυλάκιο της ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ στην κατηγορία αυτή αποτελείται από τους καπνούς για στριφτά τσιγάρα, τα συμπληρωματικά τους προϊόντα (χαρτάκια και φιλτράκια) και τα cigarillos.



#### Καπνοί για στριφτά τσιγάρα

Στην ελληνική αγορά οι καπνοί για στριφτά τσιγάρα είναι η βασικότερη υποκατηγορία στα OTP. Αποτελεί περίπου το 20% του συνολικού όγκου της νόμιμης αγοράς καπνικών προϊόντων, ενώ την επιλέγουν περισσότεροι από 1 στους 3 ενήλικι καπνιστές (εσωτερικές εκτιμήσεις ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ). Το χαρτοφυλάκιο της ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ στην κατηγορία αυτή αποτελείται από το MARLBORO, το οποίο με 4 διαφορετικές προτάσεις προσφέρει την απόλυτη καπνιστική εμπειρία και στα στριφτά μέσα από διαφορετικές γευστικές προτιμήσεις, αλλά και τον ASSOS για αυτούς που ψάχνουν μια αυθεντική ελληνική μάρκα στα στριφτά.

#### Συμπληρωματικά προϊόντα για στριφτά τσιγάρα

Είναι τα επιπλέον εξαρτήματα, πέρα από τον καπνό, που απαιτούνται για την κατασκευή ενός στριφτού τσιγάρου, δηλαδή τα χαρτάκια και τα φιλτράκια. Τα συμπληρωματικά προϊόντα MARLBORO κυκλοφορούν σε διάφορους τύπους, ώστε ο ενήλικος καπνιστής να επιλέξει αυτόν που ταιριάζει περισσότερο στις καπνιστικές του προτιμήσεις.

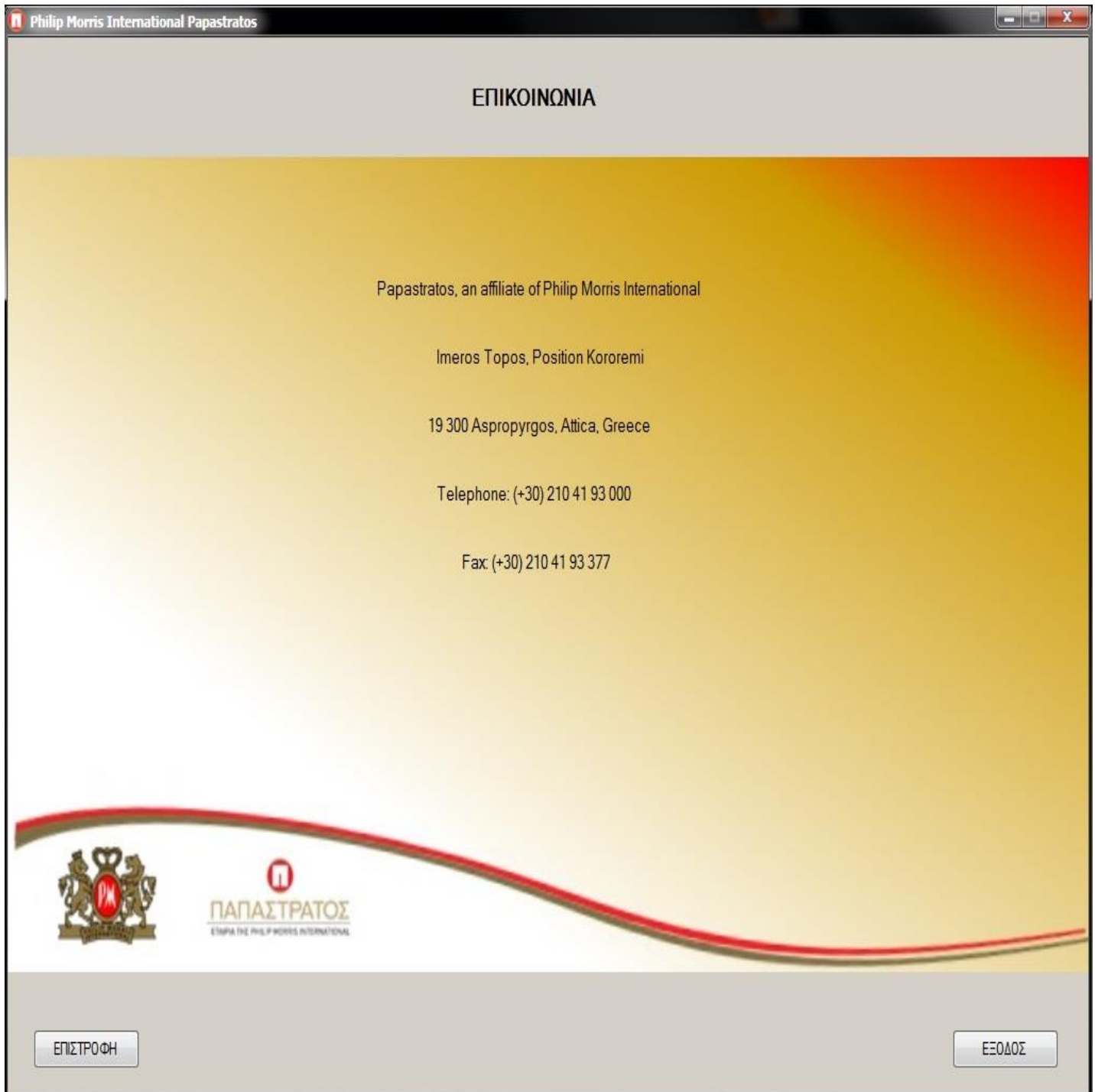
#### Cigarillos

Η λέξη cigarillo σημαίνει πουράκι και έχει Ισπανική καταγωγή καθώς προέρχεται από την ένωση της λέξης «cigarro» με το υποκοριστικό «illo». Πράγματι, τα cigarillos μοιάζουν με «μικρά πούρα» καθώς το περιτύλιγμά τους είναι από φύλλα καπνού όπως στα πούρα και όχι από χαρτί όπως στα τσιγάρα. Η ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ είναι ο βασικός παίκτης σε αυτήν την κατηγορία με τα L&M Cigarillos με φίλτρο που αποτελούν σύγχρονα οικονομική πρόταση.

ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ
ΕΞΟΔΟΣ

#### 4.1.2.4. Επικοινωνία

Τέλος, επιλέγοντας «ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ» στην οθόνη 4.1.2., παρουσιάζονται στο χρήστη τα στοιχεία επικοινωνίας της εταιρείας, όπως η διεύθυνση και το τηλέφωνο.



## 5. Τεχνικά Χαρακτηριστικά Εφαρμογής

### 5.1. Προγραμματιστικό Περιβάλλον και Προγραμματιστικά Εργαλεία

Η εφαρμογή δημιουργήθηκε σε προγραμματιστικό περιβάλλον μέσω της πλατφόρμας Windows Visual Studio 2015 με τη χρήση προγραμματιστικής γλώσσας C#.

Για την ολοκληρωμένη υλοποίηση της τρέχουσας εφαρμογής χρησιμοποιήθηκαν προγραμματιστικά εργαλεία από το Tool Box του Windows Visual Studio:

Συγκεκριμένα, τα εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν είναι τα εξής:

- Form
- Panel
- Text Box
- Picture Box
- Label
- Button

Ακολούθως παραθέτονται οι ιδιότητες που αλλάχτηκαν σε κάθε ένα από τα εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν στην συγκεκριμένη εφαρμογή.

#### ➤ Form

Layout	
Maximum Size	1024;768
Minimum Size	1024;768
Start Position	Center Screen

Windows Style	
Maximize Box	False
Minimize Box	True
Icon	Papastratos Icon

Appearance	
Back Color	Control Text
Background Image Layout	Zoom
Text	Philip Morris International Papastratos

<b>Behavior</b>	
Double Buffered	True

➤ **Buttons**

<b>Layout</b>	
Size	100; 28
Location (Αριστερά)	24; 696
Location (Δεξιά)	888; 696

<b>Appearance</b>	
Cursor	Hand
Fore Color	Control Text
Use Visual Style Back Color	True

➤ **Panels**

<b>Appearance</b>	
Back Color	Control
Background Image Layout	Zoom
Font	Control Text

<b>Behavior</b>	
Visible	False

<b>Layout</b>	
Dock	Fill
Location	0; 0
Size	1016; 741



## 5.2. Κώδικας Εφαρμογής

Ακολούθως παραθέτονται επεξηγήσεις για τον κώδικα που χρησιμοποιήθηκε κατά την υλοποίηση της εφαρμογής αλλά και «σημεία» του κώδικα που δημιουργήθηκαν για την υλοποίησή της:

- Για την υλοποίηση της εφαρμογής χρησιμοποιήθηκε ο κώδικας Boolean του if....else μέσα στο εκάστοτε Panel ώστε να μην εμφανίζονται τα ενδιάμεσα Panels κατά την μετάβαση στο επιλεγμένο Panel του εκάστοτε προορισμού.
- Στα buttons μετάβασης μπροστά ή πίσω χρησιμοποιήθηκε ο κώδικας των Panels (panel.Visible = true/false;)
- Για την έξοδο της εφαρμογής χρησιμοποιήθηκε στο αντίστοιχο button η εντολή (Application.Exit();)
- Η αρχική επιλογή της υλοποίησης της συγκεκριμένης εφαρμογής ήταν η χρήση των Forms και η μετάβαση από Form σε Form όπου τελικά προτιμήθηκε η χρήση Form/Panels για να υπάρχει ένα ενιαίο σταθερό παράθυρο της εφαρμογής. Πριν την εγκατάλειψη της αρχικής επιλογής δημιουργήθηκε η ανάγκη για «καθαρισμό» της μνήμης RAM καθώς από μετάβαση σε μετάβαση οι Forms παρέμεναν ανοιχτές με αποτέλεσμα να γεμίζει η μνήμη RAM και να επιβαρύνεται το σύστημα. Για το λόγο αυτό χρησιμοποιήθηκε η επιλογή Threading. Συγκεκριμένα:
  - ✓ Καλούμε την Βιβλιοθήκη Threading με την εντολή «using System.Threading;»
  - ✓ Στην public partial class δίνουμε την εντολή «Thread th;»
  - ✓ Μέσα σε κάθε Button μετάβασης από Form σε Form δίνουμε τον εξής κώδικα:

```
{
    this.Close();
    th = new Thread(opennewForm);
    th.SetApartmentState(ApartmentState.STA);
    th.Start();
}
```

- Τμήμα Τελικού Κώδικα με την χρήση των Panels για την υλοποίηση της εφαρμογής (Ο συγκεκριμένος Κώδικας είναι απλά παράδειγμα από τον τελικό μας Κώδικα):

```
private void pictureBox9_Click(object sender, EventArgs e) // marlboro
{
    if (panel4.Visible = true)
    {
        panel13.Visible = true;
    }

    if (panel5.Visible = true)
```

```
{  
    panel13.Visible = true;  
}
```

```
if (panel6.Visible = true)  
{  
    panel13.Visible = true;  
}
```

```
if (panel7.Visible = true)  
{  
    panel13.Visible = true;  
}
```

```
if (panel8.Visible = true)  
{  
    panel13.Visible = true;  
}
```

```
if (panel9.Visible = true)  
{  
    panel13.Visible = true;  
}
```

```
if (panel10.Visible = true)  
{  
    panel13.Visible = true;  
}
```

```
if (panel11.Visible = true)  
{  
    panel13.Visible = true;  
}
```

```
if (panel12.Visible = true)
```

```
{  
    panel13.Visible = true;  
}  
  
else panel13.Visible = true;  
}
```

Ο συγκεκριμένος Κώδικας γράφτηκε με αυτό τον τρόπο διότι τα Panel επικαλύπτονταν με αποτέλεσμα να προκύπτει πρόβλημα κατά την εμφάνιση της σωστής διαδρομής - Panel. Με αυτό τον τρόπο εμφανίζεται μόνο το σωστό Panel κάθε φορά.

## 6. Αξιολόγηση της Εφαρμογής

Η συγκεκριμένη εφαρμογή υλοποιήθηκε κάτω από την επίβλεψη και τις απαιτήσεις του τμήματος του Ανθρώπινου Δυναμικού για να μπορέσει να χρησιμοποιηθεί σε Ημερίδες Καριέρας.

Το τμήμα του Ανθρώπινου Δυναμικού και το τμήμα των Πληροφοριακών Συστημάτων ενέκριναν την χρησιμοποίηση της εφαρμογής σε εφαρμοστικό επίπεδο και λειτουργία χρήσης πάνω από 250 ώρες και 3800 υποψήφιους ενδιαφερόμενους εργαζόμενους.

Όσο αφορά την τελική εκτελέσιμη έκδοση της εφαρμογής επιτυγχάνονται τα εξής:

- Η τελική εκτελέσιμη έκδοση περιέχει και καλύπτει όλες τις πτυχές του σχεδιασμού. Πιο συγκεκριμένα, καλύπτονται όλοι οι τομείς της εταιρείας, διοικητικής και παραγωγικής φύσης.
- Πληρούνται οι απαιτήσεις του χρήστη (πελάτη ή/και εργαζόμενου) σχετικά με την απλότητα της χρήσης της εφαρμογής και την ευκολία περιήγησης σε όλους τους διαχειριζόμενους τομείς που παρουσιάζει.
- Τρέχει σε περιβάλλον Windows τόσο σε Προσωπικό Υπολογιστή όσο και σε Tablets.
- Με τη χρήση συγκεκριμένης εφαρμογής από το App Store της Apple, το Winebottler, δοκιμάστηκε η εφαρμογή και σε iPads αλλά και σε Mac.

## **Συμπεράσματα και Μελλοντικές Επεκτάσεις**

Στην παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή παρουσιάστηκε εκτενώς η ιστορία της εταιρείας «ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ Α.Β.Ε.Σ.», η δομή της εταιρείας και η δομή των θέσεων ανά τμήμα της επιχείρησης, ο σκοπός λειτουργίας του κάθε τμήματος καθώς και ο παραγωγικός τομέας της εταιρείας. Όλα τα παραπάνω ενσωματώθηκαν σε μια εφαρμογή με σκοπό την απεικόνισή τους μέσω ενός γραφικού περιβάλλοντος.

Παρουσιάζοντας την εφαρμογή βήμα προς βήμα και επεξηγώντας λεπτομερώς τα χαρακτηριστικά της, διαπιστώθηκε η σημαντικότητα υλοποίησής της ως προς την ανάδειξη της εταιρείας στο ευρύτερο κοινό της αλλά και στο προσωπικό της, ανάγκες της εταιρείας «ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ Α.Β.Ε.Σ.» οι οποίες αποτελούσαν πρωταρχικής σημασίας για την ίδια αλλά και τα βασικά κίνητρα για την υλοποίησή της.

Η συγκεκριμένη εφαρμογή πέρα από την παρουσίασή της σε Ημερίδες Καριέρας, θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί εσωτερικά από την Διοίκηση για τους υπάρχοντες εργαζομένους. Με αυτό τον τρόπο όλοι οι νέο-προσληφθέντες αλλά και οι υπάρχοντες εργαζόμενοι θα μπορούν να έχουν μία πιο σφαιρική άποψη για την Εταιρεία και τη δράση της όλα αυτά τα χρόνια, από το 1930 μέχρι και σήμερα.

Επιπλέον μια μελλοντική επέκταση της εφαρμογής θα μπορούσε να αφορά σε διατήρηση πληροφορίας σχετικά με στατιστικά στοιχεία πωλήσεων της εταιρείας. Παράλληλα θα μπορούσε να περιλαμβάνει και εκτεταμένες δυνατότητες επικοινωνίας των χρηστών με την εταιρεία. Πιο συγκεκριμένα θα μπορούσε, εφόσον εγκρίνεται από τους διοικούντες της εταιρείας, να παρέχεται, μέσω της εφαρμογής αυτής, η δυνατότητα στο χρήστη να επικοινωνήσει με την εταιρεία μέσω μιας φόρμας επικοινωνίας την οποία θα αποστέλλει απευθείας στο αρμόδιο τμήμα της εταιρείας με χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail).

Λαμβάνοντας υπόψη όλα τα παραπάνω και με δεδομένο ότι η εφαρμογή που υλοποιήθηκε πληροί όλες τις απαιτήσεις της ίδιας της εταιρείας αλλά και των χρηστών στους οποίους απευθύνεται, συμπεραίνουμε ότι επιτυγχάνεται η εξασφάλιση της πραγματοποίησης όλων των προσδοκώμενων στόχων της εταιρείας από την υλοποίηση της εφαρμογής αυτής και παράλληλα διακρίνεται μια προοπτική ανανέωσης και εκσυγχρονισμού της εταιρείας «ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ Α.Β.Ε.Σ.».

## Παράρτημα: Ο Κώδικας της Εφαρμογής

```
using System;
using System.Collections.Generic;
using System.ComponentModel;
using System.Data;
using System.Drawing;
using System.Linq;
using System.Text;
using System.Threading.Tasks;
using System.Windows.Forms;

namespace Panels
{
    public partial class Form1 : Form
    {
        public Form1()
        // parathiro efarmogis - arxiki forma
        {
            InitializeComponent();

            private void button2_Click(object sender, EventArgs e)
        // exodos arxikis selidas
            {
                Application.Exit();
            }

            private void button1_Click(object sender, EventArgs e)
        // eisodos arxikis selidas
            {
                panel1.Visible = true;
            }

            private void button7_Click(object sender, EventArgs e)
        // exodos periexomenwn
            {
                Application.Exit();
            }

            private void button9_Click(object sender, EventArgs e)
        // exodos istorikis anadromis
            {
                Application.Exit();
            }

            private void button8_Click(object sender, EventArgs e)
        // epistrofi istorikis anadromis
            {
                panel1.Visible = true; panel2.Visible = false;
            }

            private void button6_Click(object sender, EventArgs e)
        // provoli istorikis anadromis
            {
```

```
        panel2.Visible = true;
    }

    private void button3_Click(object sender, EventArgs e)
// provoli etaireias
    {
        if (panel2.Visible = true)
        {
            panel3.Visible = true;
        }

        else panel3.Visible = true;
    }

    private void button4_Click(object sender, EventArgs e)
// provoli proiontwn
    {
        if(panel2.Visible = true)
        {
            panel12.Visible = true;
        }

        if(panel3.Visible = true)
        {
            panel12.Visible = true;
        }

        if (panel4.Visible = true)
        {
            panel12.Visible = true;
        }

        if (panel5.Visible = true)
        {
            panel12.Visible = true;
        }

        if (panel6.Visible = true)
        {
            panel12.Visible = true;
        }

        if (panel7.Visible = true)
        {
            panel12.Visible = true;
        }

        if (panel8.Visible = true)
        {
            panel12.Visible = true;
        }

        if (panel9.Visible = true)
        {
            panel12.Visible = true;
        }
    }
}
```

```
        if (panel10.Visible = true)
        {
            panel12.Visible = true;
        }

        if (panel11.Visible = true)
        {
            panel12.Visible = true;
        }

        else panel12.Visible = true;
    }

    private void button5_Click(object sender, EventArgs e)
    // provoli epikoinwnias
    {
        if (panel2.Visible = true)
        {
            panel16.Visible = true;
        }

        if (panel3.Visible = true)
        {
            panel16.Visible = true;
        }

        if (panel4.Visible = true)
        {
            panel16.Visible = true;
        }

        if (panel5.Visible = true)
        {
            panel16.Visible = true;
        }

        if (panel6.Visible = true)
        {
            panel16.Visible = true;
        }

        if (panel7.Visible = true)
        {
            panel16.Visible = true;
        }

        if (panel8.Visible = true)
        {
            panel16.Visible = true;
        }

        if (panel9.Visible = true)
        {
            panel16.Visible = true;
        }

        if (panel10.Visible = true)
```

```
        {
            panel16.Visible = true;
        }

        if (panel11.Visible = true)
        {
            panel16.Visible = true;
        }

        if (panel12.Visible = true)
        {
            panel16.Visible = true;
        }

        if (panel13.Visible = true)
        {
            panel16.Visible = true;
        }

        if (panel14.Visible = true)
        {
            panel16.Visible = true;
        }

        if (panel15.Visible = true)
        {
            panel16.Visible = true;
        }

        else panel16.Visible = true;
    }

    private void button19_Click(object sender, EventArgs e)
// exodos etaireias
    {
        Application.Exit();
    }

    private void button18_Click(object sender, EventArgs e)
// epistrofi etaireias
    {
        panel1.Visible = true;
        panel2.Visible = false;
        panel3.Visible = false;
    }

    private void button17_Click(object sender, EventArgs e)
// provoli nomikou
    {
        panel4.Visible = true;
    }

    private void button16_Click(object sender, EventArgs e)
// provoli anthrwpinou dynamikou
    {
        if (panel4.Visible = true)
        {
```



```
        panel5.Visible = true;
    }

    else panel5.Visible = true;
}

private void button15_Click(object sender, EventArgs e)
// provoli etairikwn ypothesewn
{
    if (panel4.Visible = true)
    {
        panel6.Visible = true;
    }

    if (panel5.Visible = true)
    {
        panel6.Visible = true;
    }

    else panel6.Visible = true;
}

private void button14_Click(object sender, EventArgs e)
// provoli ypiresiwn pliroforiwn
{
    if (panel4.Visible = true)
    {
        panel7.Visible = true;
    }

    if (panel5.Visible = true)
    {
        panel7.Visible = true;
    }

    if (panel6.Visible = true)
    {
        panel7.Visible = true;
    }

    else panel7.Visible = true;
}

private void button13_Click(object sender, EventArgs e)
// provoli oikonomikou
{
    if (panel4.Visible = true)
    {
        panel8.Visible = true;
    }

    if (panel5.Visible = true)
    {
        panel8.Visible = true;
    }

    if (panel6.Visible = true)
```

```
        {
            panel8.Visible = true;
        }

        if (panel7.Visible = true)
        {
            panel8.Visible = true;
        }

        else panel8.Visible = true;
    }

    private void button12_Click(object sender, EventArgs e)
// provoli emporikou
    {
        if (panel4.Visible = true)
        {
            panel9.Visible = true;
        }

        if (panel5.Visible = true)
        {
            panel9.Visible = true;
        }

        if (panel6.Visible = true)
        {
            panel9.Visible = true;
        }

        if (panel7.Visible = true)
        {
            panel9.Visible = true;
        }

        if (panel8.Visible = true)
        {
            panel9.Visible = true;
        }

        else panel9.Visible = true;
    }

    private void button11_Click(object sender, EventArgs e)
// provoli pwlisewn kai dianomis
    {
        if (panel4.Visible = true)
        {
            panel10.Visible = true;
        }

        if (panel5.Visible = true)
        {
            panel10.Visible = true;
        }

        if (panel6.Visible = true)
```

```
        {
            panel10.Visible = true;
        }

        if (panel7.Visible = true)
        {
            panel10.Visible = true;
        }

        if (panel8.Visible = true)
        {
            panel10.Visible = true;
        }

        if (panel9.Visible = true)
        {
            panel10.Visible = true;
        }

        else panel10.Visible = true;
    }

    private void button10_Click(object sender, EventArgs e)
    // provoli leitourgiwn
    {
        if (panel4.Visible = true)
        {
            panel11.Visible = true;
        }

        if (panel5.Visible = true)
        {
            panel11.Visible = true;
        }

        if (panel6.Visible = true)
        {
            panel11.Visible = true;
        }

        if (panel7.Visible = true)
        {
            panel11.Visible = true;
        }

        if (panel8.Visible = true)
        {
            panel11.Visible = true;
        }

        if (panel9.Visible = true)
        {
            panel11.Visible = true;
        }

        if (panel10.Visible = true)
        {
```

```
        panel11.Visible = true;
    }

    else panel11.Visible = true;
}

private void button20_Click(object sender, EventArgs e)
// epistrofi nomikou
{
    panel3.Visible = true;
    panel4.Visible = false;
}

private void button21_Click(object sender, EventArgs e)
// exodos nomikou
{
    Application.Exit();
}

private void button23_Click(object sender, EventArgs e)
// exodos anthrwpinou dynamikou
{
    Application.Exit();
}

private void button22_Click(object sender, EventArgs e)
// epistrofi anthrwpinou dynamikou
{
    panel3.Visible = true;
    panel4.Visible = false;
    panel5.Visible = false;
}

private void button25_Click(object sender, EventArgs e)
// exodos etairikwn ypothesewn
{
    Application.Exit();
}

private void button24_Click(object sender, EventArgs e)
// epistrofi etairikwn ypothesewn
{
    panel3.Visible = true;
    panel4.Visible = false;
    panel5.Visible = false;
    panel6.Visible = false;
}

private void button27_Click(object sender, EventArgs e)
// exodos ypiresiwn pliroforiwn
{
    Application.Exit();
}

private void button26_Click(object sender, EventArgs e)
// epistrofi ypiresiwn pliroforiwn
{
```

```
        panel13.Visible = true;
        panel14.Visible = false;
        panel15.Visible = false;
        panel16.Visible = false;
        panel17.Visible = false;
    }

    private void button29_Click(object sender, EventArgs e)
// exodos oikonomikou
    {
        Application.Exit();
    }

    private void button28_Click(object sender, EventArgs e)
// epistrofi oikonomikou
    {
        panel13.Visible = true;
        panel14.Visible = false;
        panel15.Visible = false;
        panel16.Visible = false;
        panel17.Visible = false;
        panel18.Visible = false;
    }

    private void button31_Click(object sender, EventArgs e)
// exodos emporikou
    {
        Application.Exit();
    }

    private void button30_Click(object sender, EventArgs e)
// epistrofi emporikou
    {
        panel13.Visible = true;
        panel14.Visible = false;
        panel15.Visible = false;
        panel16.Visible = false;
        panel17.Visible = false;
        panel18.Visible = false;
        panel19.Visible = false;
    }

    private void button33_Click(object sender, EventArgs e)
// exodos pwlisewn kai dianomis
    {
        Application.Exit();
    }

    private void button32_Click(object sender, EventArgs e)
// epistrofi pwlisewn kai dianomis
    {
        panel13.Visible = true;
        panel14.Visible = false;
        panel15.Visible = false;
        panel16.Visible = false;
        panel17.Visible = false;
        panel18.Visible = false;
    }
}
```

```
        panel19.Visible = false;
        panel110.Visible = false;
    }

    private void button35_Click(object sender, EventArgs e)
// exodos leitourgiwn
    {
        Application.Exit();
    }

    private void button34_Click(object sender, EventArgs e)
// epistrofi leitourgiwn
    {
        panel13.Visible = true;
        panel14.Visible = false;
        panel15.Visible = false;
        panel16.Visible = false;
        panel17.Visible = false;
        panel18.Visible = false;
        panel19.Visible = false;
        panel110.Visible = false;
        panel111.Visible = false;
    }

    private void pictureBox9_Click(object sender, EventArgs e)
// marlboro
    {
        if (panel14.Visible = true)
        {
            panel113.Visible = true;
        }

        if (panel15.Visible = true)
        {
            panel113.Visible = true;
        }

        if (panel16.Visible = true)
        {
            panel113.Visible = true;
        }

        if (panel17.Visible = true)
        {
            panel113.Visible = true;
        }

        if (panel18.Visible = true)
        {
            panel113.Visible = true;
        }

        if (panel19.Visible = true)
        {
            panel113.Visible = true;
        }
    }
}
```

```
        if (panel10.Visible = true)
        {
            panel13.Visible = true;
        }

        if (panel11.Visible = true)
        {
            panel13.Visible = true;
        }

        if (panel12.Visible = true)
        {
            panel13.Visible = true;
        }

        else panel13.Visible = true;
    }

    private void pictureBox10_Click(object sender, EventArgs e)
// xamilis kai mesaias katigorias
    {
        if (panel4.Visible = true)
        {
            panel14.Visible = true;
        }

        if (panel5.Visible = true)
        {
            panel14.Visible = true;
        }

        if (panel6.Visible = true)
        {
            panel14.Visible = true;
        }

        if (panel7.Visible = true)
        {
            panel14.Visible = true;
        }

        if (panel8.Visible = true)
        {
            panel14.Visible = true;
        }

        if (panel9.Visible = true)
        {
            panel14.Visible = true;
        }

        if (panel10.Visible = true)
        {
            panel14.Visible = true;
        }

        if (panel11.Visible = true)
```

```
        {
            panel14.Visible = true;
        }

        if (panel12.Visible = true)
        {
            panel14.Visible = true;
        }

        if (panel13.Visible = true)
        {
            panel14.Visible = true;
        }

        else panel14.Visible = true;
    }

    private void pictureBox11_Click(object sender, EventArgs e)
// strifita tsigara
    {
        if (panel4.Visible = true)
        {
            panel15.Visible = true;
        }

        if (panel5.Visible = true)
        {
            panel15.Visible = true;
        }

        if (panel6.Visible = true)
        {
            panel15.Visible = true;
        }

        if (panel7.Visible = true)
        {
            panel15.Visible = true;
        }

        if (panel8.Visible = true)
        {
            panel15.Visible = true;
        }

        if (panel9.Visible = true)
        {
            panel15.Visible = true;
        }

        if (panel10.Visible = true)
        {
            panel15.Visible = true;
        }

        if (panel11.Visible = true)
        {
```



```
        panel15.Visible = true;
    }

    if (panel12.Visible = true)
    {
        panel15.Visible = true;
    }

    if (panel13.Visible = true)
    {
        panel15.Visible = true;
    }

    if (panel14.Visible = true)
    {
        panel15.Visible = true;
    }

    else panel15.Visible = true;
}

private void button37_Click(object sender, EventArgs e)
// exodos proiontwn
{
    Application.Exit();
}

private void button36_Click(object sender, EventArgs e)
// epistrofi proiontwn
{
    panel11.Visible = true;
    panel12.Visible = false;
    panel13.Visible = false;
    panel14.Visible = false;
    panel15.Visible = false;
    panel16.Visible = false;
    panel17.Visible = false;
    panel18.Visible = false;
    panel19.Visible = false;
    panel10.Visible = false;
    panel11.Visible = false;
    panel12.Visible = false;
}

private void button39_Click(object sender, EventArgs e)
// exodos Marlboro
{
    Application.Exit();
}

private void button38_Click(object sender, EventArgs e)
// epistrofi Marlboro
{
    panel12.Visible = true;
    panel13.Visible = false;
}
```

```
        private void button41_Click(object sender, EventArgs e)
// exodos mesaia tsigara
    {
        Application.Exit();
    }

        private void button40_Click(object sender, EventArgs e)
// epistrofi mesaia tsigara
    {
        panel12.Visible = true;
        panel13.Visible = false;
        panel14.Visible = false;
    }

        private void button43_Click(object sender, EventArgs e)
// exodos strifta tsigara
    {
        Application.Exit();
    }

        private void button42_Click(object sender, EventArgs e)
// epistrofi strifta tsigara
    {
        panel12.Visible = true;
        panel13.Visible = false;
        panel14.Visible = false;
        panel15.Visible = false;
    }

        private void button45_Click(object sender, EventArgs e)
// exodos epikoinwnia
    {
        Application.Exit();
    }

        private void button44_Click(object sender, EventArgs e)
// epistrofi epikoinwnia
    {
        panel11.Visible = true;
        panel2.Visible = false;
        panel3.Visible = false;
        panel4.Visible = false;
        panel5.Visible = false;
        panel6.Visible = false;
        panel7.Visible = false;
        panel8.Visible = false;
        panel9.Visible = false;
        panel10.Visible = false;
        panel11.Visible = false;
        panel12.Visible = false;
        panel13.Visible = false;
        panel14.Visible = false;
        panel15.Visible = false;
        panel16.Visible = false;
    }
    }
}
```

## Βιβλιογραφία

- Βιβλίο Ιστορίας ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ ΑΒΕΣ 75 Χρόνια (1930-2005)
- Τοπικό Intranet της Εταιρείας Philip Morris International Papastratos
- <http://www.pmi.com/grc>
- [http://www.pmi.com/marketpages/Pages/market\\_el\\_gr.aspx](http://www.pmi.com/marketpages/Pages/market_el_gr.aspx)
- [http://www.pmi.com/grc/our\\_products/pages/technical\\_products\\_information.aspx](http://www.pmi.com/grc/our_products/pages/technical_products_information.aspx)
- [http://www.pmi.com/grc/our\\_products/about\\_tobacco/pages/about\\_tobacco.aspx](http://www.pmi.com/grc/our_products/about_tobacco/pages/about_tobacco.aspx)
- [http://www.pmi.com/grc/our\\_products/pages/our\\_brands.aspx](http://www.pmi.com/grc/our_products/pages/our_brands.aspx)
- [http://www.pmi.com/grc/our\\_products/cigarette\\_production/pages/cigarette\\_production.aspx](http://www.pmi.com/grc/our_products/cigarette_production/pages/cigarette_production.aspx)
- [http://www.pmi.com/grc/about\\_us/pages/about\\_us.aspx](http://www.pmi.com/grc/about_us/pages/about_us.aspx)
- [http://www.pmi.com/grc/about\\_us/our\\_management/pages/our\\_management.aspx](http://www.pmi.com/grc/about_us/our_management/pages/our_management.aspx)
- [http://www.pmi.com/grc/about\\_us/pages/our\\_history.aspx](http://www.pmi.com/grc/about_us/pages/our_history.aspx)
- [http://www.pmi.com/grc/about\\_us/company\\_overview/pages/company\\_overview.aspx](http://www.pmi.com/grc/about_us/company_overview/pages/company_overview.aspx)