



Paulig

FRÅN BÖNA TILL KOPP
RAPPORT OM ANSVARSFULL
FÖRETAGSVERKSAMHET
2006



Innehåll

Ledare	3
Rapport om ansvarsfull företagsverksamhet 2006	4
Viktiga resultat och mål	6
Ekonomiskt ansvar	9
Socialt ansvar	15
Miljöansvar	27
Gustav Paulig i korthet	34
Oy Gustav Paulig Ab:s vision och värden	35

Kontaktpersoner för frågor som berör rapporten är
verkställande direktör Pekka Pirinen och kommunikationschef Leena Miettinen.
Bådas kontaktuppgifter är: Oy Gustav Paulig Ab, PB 15, 00991 Helsingfors.
Telefon: (09) 31981, e-post: fornamn.efternamn@paulig.fi.

Långsiktigt och konsekvent vidare på den valda vägen



Ett av de viktigaste framstegen inom området för ansvarsfull företagsverksamhet under rapporteringsperioden var beslutet att investera i nya rosterier i Finland och Ryssland. Rosteriet som byggs i Nordsjö i Helsingfors är den största industriinvesteringen i bolagets historia och för den talade såväl ekonomiska och logistiska fak-

torer som personalaspekter. Ryssland och dess närområden är ett intressant marknadsområde eftersom konsumtionen av rostat kaffe växer snabbt. Genom att inleda rosteriverksamhet där tryggar vi vår konkurrenskraft, då den höga tullen på färdiga produkter gynnar lokal produktion.

För personalen innebär flytten till det nya rosteriet i Nordsjö och rosteriet i Ryssland möjligheter för allt mångsidigare uppgifter. Utbildning har redan inletts och fortsätter tills det nya rosteriet i Nordsjö står färdigt år 2009. Då verksamheten utvidgas till Ryssland står utveckling av språkkunskaperna och kulturkompetensen på programmet för allt fler pauligianer.

Trots de nya projekten utvecklar vi också vårt nuvarande rosteri, särskilt med tanke på invånarna i grannskapet. Under rapporteringsperioden tog vi bland annat i bruk ett nytt kaffetransportsystem som minskar kaffelukten.

I ursprungsländerna har kaffets spårbarhet förbättrats avsevärt. År för år känner vi allt bättre till vårt eget råkaffes ursprung och produktionsförhållanden.

Denna rapport berättar om vårt företags metoder och tillvägagångssätt inom ansvarets olika delområden. Ekonomisk framgång är ett livsvillkor för ett familjeföretag då det sociala ansvaret och miljöansvaret kräver investeringar. Vi är redo för dem eftersom vi vet att de gynnar både samhället och Gustav Paulig som företag.

Pekka Pirinen
verkställande direktör, Oy Gustav Paulig Ab

Rapport om ansvarsfull företagsverksamhet 2006

4

Detta är Oy Gustav Paulig Ab:s fjärde rapport om ansvarsfull företagsverksamhet. I texten används även namnet Paulig för företaget. Gustav Paulig ingår i Paulig-koncernen. Syftet med rapporten är att ge intressentgrupperna en täckande och åskådlig bild av Pauligs verksamhet inom samhällsansvarets olika delområden. Rapporten ska förmedla väsentlig, riktig, jämförbar och verifierbar information om hur företaget bär sitt ansvar.

I rapporteringsarbetet har vi utnyttjat de internationella riktlinjerna Global Reporting Initiative (GRI). Uppläggningsen följer GRI:s modell med tre pelare där ansvaret granskas ur tre perspektiv: ekonomiskt och

socialt ansvar samt miljöansvar. Vi har utnyttjat GRI-mät-systemet till tillämpliga delar genom att välja de mest väsentliga mätarna med tanke på Gustav Pauligs verksamhet. Sådan information som inte är tillgänglig eller med rimliga satsningar kan tas fram har inte rapporterats. Informationen har inte till alla delar analyserats på det sätt som GRI förutsätter. Det är till exempel inte i finländska förhållanden motiverat att rapportera vissa av nyckeltalen för socialt ansvar. Mera information om GRI-mätarna finns på www.globalreporting.org.

Informationen i rapporten har inte verifierats objektivt. Tillförlitligheten kan emellertid anses vara god eftersom de ekonomiska nyckeltalen är tagna ur den lagstadga-



Kaffe odlas i cirka 60 länder. Paulig importerar kaffe från bland annat Brasilien, Colombia, Nicaragua, Guatemala, Kenya och Etiopien.



I Pauligs kaffelaboratorium bedöms flera prover varje dag.



de bokföringen. Gustav Pauligs leveranskedja omfattas av certifierade kvalitets- och miljösystem (BRC, ISO 14001) och övervakas också av myndigheterna.

Rapporten omfattar Gustav Pauligs verksamhet i Finland. Ställvis tas även bolagets verksamhet i Ryssland och Baltikum upp. Verksamheten styrs i alla länder av samma principer, och gemensamma tillvägagångssätt utarbetas som bäst.

Gustav Pauligs räkenskapsperiod ändrades den 1.1.2006 till ett kalenderår. Denna rapport omfattar såväl det ofullständiga räkenskapsåret 1.5.–31.12.2005 som år 2006. Som jämförelse används siffrorna för

räkenskapsperioden 1.5.2004–30.4.2005. I rapporten presenteras endast siffror för år 2006, eftersom den ofullständiga räkenskapsperioden 2005 inte är jämförbar. En del av nyckeltalen som beskriver miljöansvaret har redan tidigare angivits per kalenderår. I vissa fall presenteras den nyaste informationen som fanns tillgänglig då rapporten utarbetades.

För utvecklingen och genomförandet av en ansvarsfull företagsverksamhet på Gustav Paulig svarar en styrgrupp med sex medlemmar. Vidare finns det i varje affärsverksamhetsprocess en ansvarig för samhällsansvaret.



Även i kaffevärlden är starka varumärken viktiga. För marknaden i Baltikum och Ryssland har Paulig lanserat nya Paulig Classic, som utvecklats med tanke på de lokala konsumenterna.



Utveckling av personalens kompetens är en viktig del av en ansvarsfull företagsverksamhet. Världens bästa kaffe kommer bara till i händerna på den kunnigaste personalen.



Viktiga resultat och mål

Resultat

Ekonomiskt ansvar

- Beslut om rosterinvesteringarna i Finland och Ryssland
- Den lyckade lanseringen av varumärket Paulig Classic i Baltikum och Ryssland
- Gustav Pauligs marknadsposition stärktes i den föränderliga konkurrenssituationen i Finland
- Gustav Paulig köpte en andel i det estniska företaget Bossa Teeninduse

Socialt ansvar

- Råkaffets spårbarhet förbättrades betydligt
- Det ansvarscertifierade kaffet Paulig Mundo introducerades i storköken
- International Coffee Partners-projekten fortsatte
- Dialogen mellan ledningen och personalen förbättrades
- Arbetshälsan utvecklades genom att personalens arbetsbeskrivningar gjordes mångsidigare och justerades samt genom att ansvarsområden klarades

Miljöansvar

- En anordning för att pressa kaffeskalsavfallet till briketter togs i bruk
- Kaffelukten som sprids i miljön minskades tack vare ett nytt kaffetransportsystem
- Gustav Paulig fick Världsnaturfondens (WWF) Green Office-diplom

Mål

Ekonomiskt ansvar

- Byggprojektet på rosteriet i Nordsjö inleds
- Rosteriprojektet i Ryssland inleds och genomförs
- Kaffedistributionen utvidgas och marknadspositionen stärks i Baltikum och Ryssland

Socialt ansvar

- Spårbarheten hos kaffets ursprung förbättras ytterligare
- Det ansvarscertifierade kaffet Paulig Mundo lanseras på konsumentmarknaden
- Informationsutbytet och samarbetet mellan kaffegruppens olika funktioner och enheter utvecklas

Miljöansvar

- Miljöaspekter beaktas i planeringen och konstruktionen av de nya rosterierna
- Bullernivån sänks i det nuvarande rosteriet i Nordsjö
- Miljövänligheten i kontorsarbetet utvecklas (Green Office)



Ekonomiskt ansvar

Ett gott ekonomiskt resultat möjliggör en långsiktig utveckling av verksamheten och satsningar på personalens arbetshälsa. Oy Gustav Paulig Ab:s framgång bygger på goda kundrelationer, en långsiktig utveckling av varumärkena, en kompetent personal, utveckling av verksamhetsmetoder och processer samt kunskap om konsumenterna.

Under räkenskapsperioden som avslutades i december 2006 var omsättningen 200,4 miljoner euro. Affärsverksamhetens resultat var gott trots att betydande marknadsföringsinvesteringar genomfördes på marknaderna i Baltikum och Ryssland. Omsättningen växte med 17 procent jämfört med 2005*. Resultatet påverkades positivt av att bolagets marknadsposition stärktes i Finland och försäljningen steg i Baltikum och Ryssland. De mest betydande kostnaderna uppstod i anskaffningen av råvaror och material samt i form av personalkostnader. Anskaffningskostnaderna var 117,6 miljoner euro. Personalens löner med bikostnader uppgick till 11,8 miljoner euro. Oy Gustav Paulig Ab betalade cirka 6 miljoner euro i inkomstskatt.

Besluten om de nya rosterierna slogs fast

Styrelsen i Paulig Ab, moderbolag till Oy Gustav Paulig

Ab, beslutade om två kafferosteriprojekt. Rosterierna byggs i Nordsjö i Helsingfors och i Ryssland. Målet är att rosteriet i Nordsjö inleder sin verksamhet under år 2009 och rosteriet i Ryssland under de närmaste åren. Bakom beslutet att bygga ett rosteri i Ryssland ligger bland annat landets importtullar som gynnar lokal produktion. Hittills har Paulig exporterat kaffe till Ryssland från Finland.

Marknadspositionen stärktes

Under den period rapporten granskar stärktes Pauligs position på kaffemarknaderna i Finland och exportländerna. I Finland är Paulig den ledande kaffetillverkaren och i Baltikum är bolaget tvåa på kaffemarknaden. Mätt i värde på försäljningen delar Paulig första plats i de moderna detaljhandelskedjorna i Ryssland med en lokal kaffetillverkare. Deras marknadsandel på livsmedelsmarknaden i Ryssland växer i takt med att nya butiker etableras.

Den totala kaffemarknaden växte på Pauligs alla marknadsområden. I Finland hölls den totala kaffekonsumtionen på samma nivå som året innan, cirka 50 miljoner kilo. Detaljhandelns försäljning växte med 4,3 procent mätt i värde.** I Baltikum ökade minutförsäljningen av

Nyckeltal för det ekonomiska ansvaret enligt räkenskapsperiod (1000 euro)

Räkenskapsperiod	1.5.2002– 30.4.2003	1.5.2003– 30.4.2004	1.5.2004– 30.4.2005	1.5.–31.12. 2005*	1.1.–31.12. 2006
Omsättning	146 930	148 600	159 900	115 307	200 403
Utbetalda löner, bikostnader och naturaförmåner	10 627	11 067	11 000	7 396	11 831
Anskaffningsutgifter för råvaror och material	75 894	74 168	82 000	71 249	117 539
Ränte- och övriga finansieringsintäkter	730	337	2 158	124	278
Ränte- och övriga finansieringskostnader	395	678	273	945	753

* Redovisningsperioden 2005 (1.5.–31.12) var bara åtta månader lång och är därför inte jämförbar. Den kalkylmässiga omsättningen för 2005 var cirka 172 miljoner euro.

** Nielsen ScanTrack, dagligvaruaffärer, 7.1.2007

10

äkta, rostat kaffe med 1 procent i volym och 9 procent mätt i värde.* I Ryssland dricker man fortfarande främst snabbkaffe men användningen av rostat kaffe växer fortare än snabbkaffekonsumtionen. I framtiden kommer Gustav Paulig främst att eftersträva tillväxt i de baltiska länderna och Ryssland. Exporten står för 15 procent av den totala volymen i bolagets affärsverksamhet. Pauligs marknadsandel av kaffeförsäljningen i detaljhandeln är 62 procent i Finland, 21 procent i Baltikum och 13 procent i Ryssland, mätt i försäljningsvolym.

Nytt delägarskap utvidgar affärsverksamheten på marknaden i Baltikum

I juni 2006 köpte Paulig en 46 procents andel i Bossa Teeninduse AS, som är det ledande företaget i vendingbranschen i Estland. Bossa verkar på arbetsplats- och horeca-marknaden som växer snabbt i Baltikum. Bolaget hyr ut och säljer kaffe- och dryckesautomater för arbetsplatser, hotell, caféer och restauranger, samt

erbjuder underhållstjänster för maskinerna och förmedlar råvaror. Bossa har också expanderat till Lettland och Litauen.

Pauligs kaffe lyfter kaffekulturen i Ryssland

Samarbetsavtalet som Paulig har ingått med restaurangkedjan McDonald's har förlängts i Finland, Baltikum, Vitryssland och Ryssland. Samarbetet med McDonald's som fortsätter utvidga sin verksamhet har fördjupats till ett nära kompanjonskap och inbegriper bland annat kvalitetssäkrings- och utbildningsprojekt. Även samarbetet med kedjan Wayne's Coffee har utvidgats från Finland till Ryssland. Paulig och Wayne's Coffee har ingått ett flerårigt avtal om kaffeleveranser och baristautbildning. Utbildningen spelar en stor roll i utvecklingen av kaffemarknaden. Paulig har egna Paulig-institut för proffs i kaffe- och restaurangbranschen. Institut finns i Finland, i alla baltiska länder och i Ryssland.



Pauligs samarbetspartner Wayne's Coffee öppnade sitt första café i Moskva i augusti 2006.

* AC Nielsen Scan Track, januari 2007



Ave Pilt, Kati Kljukina och Andris Petkēvičs som utbildar baristor i Baltikum är erkända toppexperter på kaffe.

Lyckad introduktion av Paulig Classic-kaffe på marknaden i Baltikum

Även om Paulig redan tidigare har haft en etablerad ställning på kaffemarknaden i Estland beslutade bolaget på våren 2005 att kunderna i såväl Estland som Lettland, Litauen och Ryssland ska betjänas ännu bättre. Paulig Classic som utvecklats för balternas och ryssarnas smak introducerades på marknaden.

I de baltiska länderna tillreds kaffe huvudsakligen med filtermetoden, i presskokare eller direkt i kopp. I Ryssland dricker man också turkiskt kaffe. Utöver de varierande metoderna att tillreda kaffe är också vattnet annorlunda än i Finland. Därför ville Paulig utveckla det kaffe som bäst lämpar sig för lokala förhållanden och tillredningsmetoder.

Först kartlade Paulig konsumenternas behov och förväntningar i Estland, Lettland, Litauen och Ryssland. Utvecklingsarbetet utgick från 100-procentigt arabica-



Pauligs varumärke har förnyats i Baltikum och Ryssland. Alla produkter uppträder numera som en enhetlig Paulig-produktfamilj under temat "Discover Real Coffee".

kaffe. Undersökningarna var viktiga för att hitta exakt rätt smak, rostningsgrad och malning. Konsumenter i alla fyra länder fick smaka på kaffe i blindtester. Då konsumenterna gav klartecken var produkten färdig: Paulig Classic-serien lanserades på marknaden i mars-april 2006. Paulig Classic är något mörkare rostat än exempelvis Jubileums Mocca som säljs i Finland.

Paulig Classic har fått ett gott mottagande. På något mer än ett halvt år steg Paulig Classic upp som det näst största kaffemärket i Baltikum. Marknadsandelen var i oktober 2006 nio procent. Efter framgången i Baltikum lanserades Paulig Classic i Ryssland på sommaren och i början av hösten 2006.



"Äkthet tilltalar över gränserna. Vi har hittat ett koncept som lämpar sig för alla marknader, och lanseringen har varit framgångsrik", berättar Tomi Kinnunen, marknadsföringschef med ansvar för Baltikum.

12

Uppskattningen på topp för Pauligs kaffemärken

Den årliga försäljningen av rostat kaffe i Finland uppgår till nästan 51 000 ton, av vilket cirka 38 000 ton säljs i detaljhandeln. Av detta är 98 procent traditionellt ljusrostat kaffe. Pauligs marknadsandel av det traditionella kaffet som säljs i detaljhandeln är 62 procent och av specialkaffesorterna 30 procent (AC Nielsen, fortlöpande 12 månaders ScanTrack-mätning, december 2006).

Paulig och Pauligs produkter är välkända varumärken i Finland och produkternas marknadsposition är stark. På exportmarknaderna konkurrerar bolaget med stora multinationella företag. Inom dessa områden är det därför av primär betydelse att förbättra distributionen, göra produkterna bättre kända och stärka marknadsandelarna.

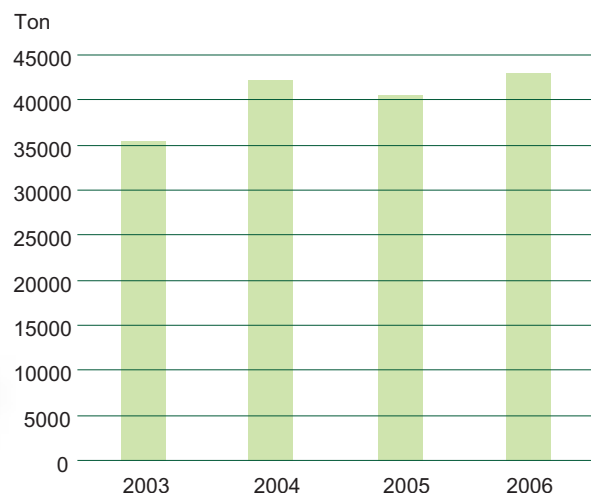
Paulig har igen klarat sig väl i kundenkäter. Jubileums Mocca, President och Paulig är de mest förtroendegivande kaffemärkena i Finland (European Trusted Brands 2006/Reader's Digest). Enligt undersökningen Telebus (Taloustutkimus, v. 50/2006) minns 77 % av konsumenterna spontant Jubileums Mocca medan 75 % minns President.

I en ny undersökning bland beslutsfattare ansåg proffs i dagligvarubranschen att Pauligs märkesvaror var starka och stöddes av god marknadsföring (Factum, undersökning bland beslutsfattare i dagligvarubranschen 2006).



Ett målmedvetet arbete för att bygga upp varumärkena är en av garantierna för Pauligs ekonomiska framgång. Dockrestauratör Benita Suomi är den 47:e Jubileums Mocca-hantverkaren.

Kaffekonsumtionen per år



Pauligs nya rosteri är en stor investering i Finland

Paulig fattade år 2006 det största industriella investeringsbeslutet i bolagets historia. I Nordsjö hamn byggs ett nytt kafferosteri samt bolagets huvudkontor. Då rosteriet står färdigt producerar det årligen mer än 100 miljoner paket kaffe för marknaderna i Finland och exportländerna. Investeringen är värd nästan 120 miljoner euro.

Det nya rosteriet innebär en betydande placering för bolaget. Paulig finansierar byggprojektet bland annat med medel från försäljningen av Köpcentret Columbus. Då verksamheten i det gamla rosteriet avslutas före utgången av 2009 frigörs dess tomt för försäljning.

Bra läge

Det nya rosteriet tillämpar den modernaste teknologin vilket tillsammans med det logistiskt sett centrala läget

intill Nordsjö hamn ger Paulig goda verksamhetsförutsättningar inför framtiden. I planeringen fästs särskild uppmärksamhet vid smidiga funktioner, produktsäkerhet, spårbarhet för kaffets ursprung, miljöfrågor samt arbets säkerhet. En stor del av utrustningen i produktionsprocessen förnyas vilket leder till att produktionen kan göras så energieffektiv och flexibel som möjligt. Den årliga produktionskapaciteten kan vid behov enkelt höjas från det uppskattade 40 miljoner kilo.

”Även om planeringen av den nya fabriken i Nordsjö pågår för fullt verkar vi ännu i nästan tre år på den nuvarande platsen. Vi sköter också om vårt gamla rosteri och fortsätter utveckla det så att våra produkter håller hög klass och störningarna för invånarna i närområdet är så små som möjligt”, lovar projektchef Minna Forsström på Paulig.



Byggnadsarbetet på det nya rosteriet inleds på hösten 2007. Byggnaden har ritats av Tommila Arkitekter och kommer att ha en yta på mer än 30 000 kvadratmeter.



”Nyheten om att det nya rosteriet ska byggas glädde alldeles tydligt de finländska kaffevännerna. Vi fick mer positiv respons än någonsin”, berättar Minna Forsström.

B



Socialt ansvar

Tyngdpunkterna för Pauligs sociala ansvar berör kaffets ursprungsländer, kaffeodlingen och världshandeln med kaffe samt den egna personalens välbefinnande.

För att utveckla ansvarsfull verksamhet måste vi känna kaffets ursprung

Det är enklare att utveckla en ansvarsfull verksamhet och rikta in den korrekt då råkaffets väg kan spåras ända fram till kaffeplantagen. Gustav Paulig har redan i flera år arbetat för att förbättra spårbarheten hos kaffets ursprung, genom att utföra regelbundna stickprov och undersökningar på kaffelaster från de viktigaste importländerna.

Samarbetet med partners i ursprungsländerna har burit frukt och kaffets spårbarhet har förbättrats märkbart under rapporteringsperioden. Förståelsen för spårbarhetskravet sprider sig allt vidare. Exempelvis i Nicaragua och Zambia kan man redan spåra nästan allt kaffe ända fram till plantagen. I Brasilien har man tagit stora steg mot bättre spårbarhet.

I Finland är Paulig det största företaget i rosteribranschen, men globalt sett är vi en liten aktör. Därför idkar Paulig ett nära samarbete med andra kaffehus för att utveckla ansvaret i hela kaffekedjan.

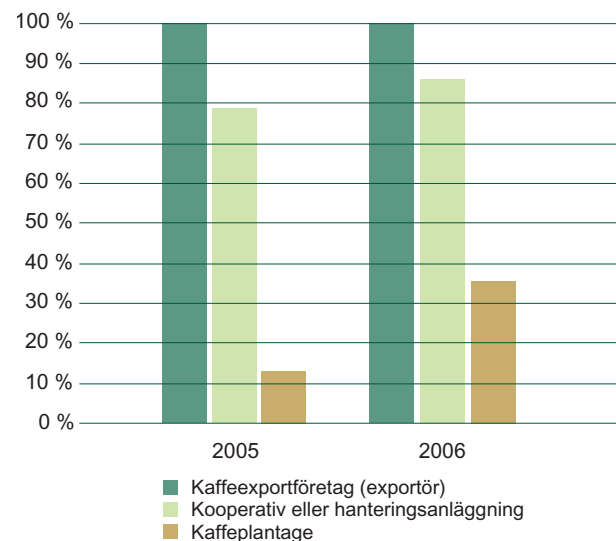
Råkaffet Paulig köper kunde i stickprov spåras till kaffeplantagen i 36 % av fallen år 2006. År 2005 var motsvarande siffra bara 13 %. Till kooperativ eller hanteringsanläggningar kunde kaffet spåras i 86 % av fallen, då motsvarande siffra året innan var 78 %.

Kaffepriset är nu på en bra nivå

Råkaffepriset har utvecklats måttfullt. Priset på arabica-kaffe noteras på börserna i New York och var 100–130 dollarcent per pund år 2006. Då priset ligger på denna nivå kan odlarna utveckla sin produktion och förbättra kaffets kvalitet. Kaffe konsumtionen i världen växer med 1,5–2 % per år.

15

Spårbarheten hos råkaffets ursprung



ICP-projekten gynnar odlarna

International Coffee Partners GmbH som arbetar för att främja kaffeodlarnas välbefinnande och en hållbar utveckling i ursprungsländerna inledde år 2006 två nya projekt. Fyra projekt fortsatte och fyra avslutades. De nya projekten inleddes i Colombia och Tanzania.

Genom ICP-projekten försöker man förbättra levnadsförhållandena i odlarsamfundet, skydda miljön och naturresurserna samt trygga kaffeodlingen som näringsform.

ICP består av fem europeiska kaffeföretag. I egenskap av medlem bidrar Paulig till finansieringen av projektet. Under den granskade perioden redovisade Paulig 126 434 euro för ICP-samarbetet.

Odlarna lär sig effektivare arbetsmetoder

I ett projekt som genomförs i Huila i Colombia riktas utvecklingsarbetet mot problem som odlarna själva har lyft fram, bland annat hur odlingen kan effektiviseras. Målet är att förbättra odlarnas utkomst genom att lära dem metoder för en hållbar kaffeproduktion och skapa nya handelsmöjligheter. I Huila hade odlarna stora problem bland annat med förädlingen av de skördade kaffebären. Situationen har förbättrats genom att man har byggt anläggningar för kaffehantering och torkutrymmen, som är nödvändiga för produktion av kaffe av hög kvalitet.

Målet för ett projekt som inletts i regionerna Mbeya och Mbozi i södra Tanzanias högländer är att förbättra utkomsten för tusen småbrukare genom att ge dem handledning bland annat i användningen av miljövän-

liga metoder i kaffeodlingen och hanteringen av skörden.

Ett ICP-projekt i Kamerun som avslutades 2006 skapade en god grund för fortsatt utveckling i området. Kaffeodlarnas verksamhet omorganiserades totalt. Före var odlarna organiserade i ett otal kooperativa sammanslutningar och verksamheten var mycket splittrad och ineffektiv. Antalet sammanslutningar reducerades varvid förvaltningskostnaderna minskade märkbart. Utveckling av ledningskompetensen ingick också i programmet.

Mera information: www.coffee-partners.org



Även för kaffeodlarna är det viktigt att tyst kunskap förs vidare från generation till generation.

Ett nytt kaffemärke för hållbar utveckling och finländsk smak

I september 2006 utvidgade Gustav Paulig sitt produktsortiment genom att på marknaden i Finland introducera ett nytt, ansvarscertifierat kaffemärke: Paulig Mundo. Paulig Mundo är ett ljusrostat filterkaffe utvecklat för finländsk smak. Produkten lanserades i september 2006 för professionellt bruk och från och med maj 2007 säljs kaffet också i detaljhandeln.



"Allt fler konsumenter vill veta hur kaffet har producerats", berättar Brand Manager Anna Sirkiä

Paulig tog upp det certifierade kaffemärket i sortimentet eftersom allt fler konsumenter är intresserade av kaffets ursprung och de förhållanden det produceras under. UTZ CERTIFIED är ett världsomfattande och opartiskt övervakat certifieringsprogram för kaffe och det ger odlarna möjlighet att visa att de producerar kaffebönor med omsorg om människors och miljöns välfärd. Certifieringen erbjuder också konsumenterna möjlighet att via internet spåra Paulig Mundo-kaffet ända till den plantage där det har odlats.

Det finns flera certifieringsprogram i användning runt om i världen men av allt kaffe som odlas är uppskattningsvis bara cirka en procent certifierat. UTZ CERTIFIED fokuserar uteslutande på kaffe och certifierar såväl småbrukare som stora plantager i flera världsdelar och länder. Det garanterar på bästa möjliga sätt tillgången på kaffebönor certifierade enligt Pauligs kvalitetskrav.

"UTZ-certifieringen förutsätter att odlaren följer en uppsättning krävande verksamhetsanvisningar. Syftet med anvisningarna är att främja människors och miljöns välfärd och att hjälpa odlarna att utvecklas till professionella kaffeodlare. Yrkesskicklighet och goda odlingsmetoder leder till bättre kvalitet på kaffebönorna, samtidigt som plantagernas produktivitet stiger. Därmed stiger också de inkomster odlarna får för sina skördar, på ett hållbart sätt", berättar Anna Sirkiä.

Alla Pauligs kaffeprodukter tillverkas av kaffebönor av hög kvalitet, för vilka odlarna får en ersättning som är högre än det genomsnittliga marknadspriset. I Paulig Mundos fall betalas inte bara kvalitetstillägg utan odlaren får också ett pristillägg för certifieringen.

Personalansvar

Under rapporteringsperioden fattades ur personalens perspektiv viktiga beslut. Då företagsverksamheten utvidgas till Ryssland och Baltikum förutsätts en allt större del av personalen ha förmåga att arbeta i en internationell affärsmiljö. Byggandet av de nya rosterierna som en del av den dagliga affärsverksamheten är också en utmanande uppgift. Personalen har deltagit i planeringen av rosterierna och träningen för arbetsuppgifter i de nya rosterierna har redan inletts, bland annat i form av interna utbildningsprogram.

Pauligs personal

Personalstyrkan har minskat med 20 personer jämfört med föregående rapporteringsperiod. Minskningen beror främst på att lagerfunktionerna har lagts ut på entreprenad. Tjänstemännens andel jämfört med produktionspersonalen har ökat.

Anställningarna på Paulig är långa. Anställningarnas genomsnittliga längd har stigit något sedan föregående period och är nu 15 år. Det finns något fler män än kvinnor i personalen. Personalens medelålder är 44 år. År 2006 avgick två personer med pension.

Jämställdheten har främjats bland annat genom att uppmärksamhet har fästs vid en rättvis lönesättning. Hela personalen har resultatlön och alla arbetstagare har specifika belöningskriterier för det egna arbetet. Resultatlönen påverkas också av hela företagets resultat.

Mer än 90 procent av arbetstagarna är organiserade i Finlands Livsmedelsarbetarförbund. Andelen tjänste-

män som är organiserade är inte känd eftersom medlemsavgifter inte innehålls direkt ur deras lön. Uppgifterna om personalen täcker Gustav Pauligs verksamhet i Finland. Sederna i de olika länderna förenhetligas som bäst.

Personalen år 2006

Finland

Antal anställda 184

Kvinnor 85, män 99

Arbetstagare 76, tjänstemän 108

Heltidsanställda 178, deltidanställda 6

Fast anställda 175, visstidsanställda 9

Frånvaro

Sjukfrånvaro 6,5 arbetsdagar/person/år

Frånvaro förorsakad av olycksfall

0,4 arbetsdagar/person/år

Utbildningstimmar

Tjänstemän 80 h/person

Arbetstagare 40 h/person

Ryssland

Antal anställda 64

Baltikum

Antal anställda 15

Allt viktigare att utveckla kompetensen

Kompetensutvecklingen bygger på företagets strategier och de kärnkompetensområden som har definierats utgående från strategierna. Satsningar på utveckling har gjorts på alla nivåer i organisationen.

Det viktigaste utvecklingsprojektet under rapporteringsperioden var Plus-projektträningen för kaffegruppens tjänstemän. Träningen gav större färdigheter i self management samt projektkompetens. Utbildningen inleddes år 2005 och i den deltog 75 pauligianer.

Ett annat viktigt utvecklingsprojekt var SAP-utbildningen. SAP är ett verksamhetsstyrningssystem som är i omfattande användning i alla processer i såväl

försäljningen som produktionen. Personalen har fått utbildning i produktsäkerhetsfrågor och utbildningen fortsätter år 2007. Under rapporteringsperioden fästes särskild uppmärksamhet vid kunskaper i språken och kulturen i Baltikum och Ryssland.

Mångkunnig personal för det nya rosteriet

Det nya rosteriet kräver i högre grad än förr att personalen behärskar flera uppgifter. Träningen inför detta inleddes redan för några år sedan med lektorsutbildningen vars syfte är att systematiskt överföra yrkeskunskap och latent kompetens. Två lektorsutbildningar har redan arrangerats och en tredje inleddes under vårvintern 2007. Vid sidan av utbildningen har mångkunnigheten stärkts genom ökad arbetsrotation.

19



Heikki Kujala som planerar leveranskedjan studerade vid sidan av arbetet och blev ingenjör. Utvecklingschef Soile Kauhanen svarar för lektorsutbildningen vars mål är en mångkunnig personal.



Chau Nguyen som sköter en förpackningsmaskin har i Pauligs lektorsutbildning utbildat sig för flera uppgifter.

Utvecklingsönskemålen kartlades

Det är viktigt för Gustav Paulig att bibehålla kompetens inom det egna företaget. För att utveckla arbetsrotationen kartlades i slutet av 2006 personalens villighet att byta uppgifter inom det egna företaget eller att arbeta för andra företag inom Paulig-koncernen.



Pauligianernas sommar- och vinterevenemang och de gemensamma barnfesterna erbjuder upplevelser för hela familjen.

Konkurrenskraftsmätningar ger utvecklingen riktning

Gustav Pauligs konkurrenskraft sattes under lupp på hösten 2006. Målet för den första utvärderingen av denna omfattning var att identifiera bolagets starka sidor och utvecklingsbehov. Samtidigt letade man efter en modell enligt vilken bolagets verksamhet regelbundet kan följas upp som helhet och jämföras med andra företags. Konkurrenskraftsmätningen var en fortsättning på HELA-projektet som fokuserade på kvaliteten i personalledningen. Utvärderingarna i samband med det projektet fokuserade endast på leveranskedjans styrprocess. Konkurrenskraften utvärderades med hjälp av den europeiska EFQM*-modellen.

Utvärderingen visar att Gustav Pauligs starka sidor bland annat ligger i styrkan hos varumärkena, kvaliteten, lönsamheten och kassaflödet samt den allmänna kompetensen såsom interaktionsfärdigheter, sociala färdigheter och kunskap om informationsteknik. Viktiga utvecklingsobjekt hittades i enhetligheten och kompetensen inom kaffegruppen, utvecklingen av innovationer, ledningsredskapen och hanteringen av projektportföljen samt utvecklingen av verksamhetsmodeller för kompanjonskap.

Paulig stöder möjligheterna att förena arbete och familjeliv

Paulig stöder på många sätt möjligheterna att förena arbete och familjeliv. Personalen har möjlighet att få hem en vårdare för ett sjukt barn på arbetsgivarens bekostnad vilket förhindrar att arbetet hopar sig. Det finns också möjligheter till distansarbete. För att främja den mentala och fysiska hälsan erbjuds personalen mång-

* EFQM = The European Foundation for Quality Management

sidiga möjligheter till hobbyverksamhet. Det finns ett tjugotal klubbar för allt från kultur till motion. Familjerna uppmärksammas också och bjuds årligen in till sommar- och vinterevenemang och till en barnfest.

Företagshälsovårdens tyngdpunkt ligger på förebyggande verksamhet

Gustav Pauligs företagshälsovård har i uppgift att på ett övergripande sätt värna om personalens arbetshälsa och förmåga att orka i arbetet. Tyngdpunkten inom företagshälsovården ligger på förebyggande verksamhet.

Personalen kallas till hälsokontroller med fem års intervall. Under rapporteringsperioden utvidgades hälsokontrollernas innehåll med en omfattande enkät om den psykiska belastningen. På detta sätt kan tecken på utbrändhet i arbetet identifieras redan på ett tidigt stadium. En del av tandvårdens tjänster har också ersatts från och med år 2005.

Arbets säkerheten ses efter

Den omfattande automatiseringen har minskat mängden riskfyllt, repetitivt arbete och de arbetsrelaterade belastningssjukdomarna och yrkessjukdomarna har försvunnit nästan helt. I luften i rosteriet finns råkaffedamm som kan ge upphov till allergier. Under rapporteringsperioden vidtogs åtgärder för att minska dammet och utvecklingsarbetet fortsätter.

Under rapporteringsperioden har man också börjat planera det nya rosteriet med tanke på arbets säkerhet och ergonomi.

År 2006 togs ett arbets säkerhetskort i bruk. En del av de anställda har redan avlagt kortet och utbildningen fortsätter under 2007. Utbildningen i arbets säkerhet tar bland annat upp allmän arbets säkerhet på arbetsplatsen, metoder för att förebygga arbetsolycksfall, centrala riskfaktorer samt olycksberedskap.

Arbets säkerhetsfrågorna på Paulig koordineras av en arbetarskyddskommission som sammanträder minst fyra gånger per år. Den lägger upp åtgärdsprogram och -planer för arbetarskyddet. Vidare har varje avdelning en arbetarskyddsansvarig. Avdelningsspecifika arbetarskyddsinspektioner utförs regelbundet. Paulig deltog år 2006 i livsmedelsindustrins arbets säkerhetstävling där företaget fick ett hedersomnämmande.



22

Auditeringar visar att överenskomna verksamhetsmodeller fungerar

Produktsäkerhet och omsorg om kaffets höga kvalitet är viktiga delområden av Gustav Pauligs ansvar. Funktionerna och strategierna som garanterar produktsäkerheten bygger på den internationella BRC*-standarden som används allmänt i livsmedelsbranschen. Gustav Pauligs hela verksamhet auditeras årligen av utomstående enligt standarderna BRC och ISO 14001**. Detta garanterar att avtalade krav uppfylls.

Under rapporteringsperioden genomförde auditeringsföretaget EFSIS*** auditeringar enligt både BRC-standarden och McDonald's standard. I båda auditeringarna bedömdes Gustav Pauligs verksamhet vara utmärkt. Totalt gavs sex lindriga anmärkningar som alla har åtgärdats.



Kvaliteten och produktsäkerheten utvärderas genom hela produktionskedjan. Ett garanterat lyckat resultat hänger inte bara på kompetensen utan också på attityder.

De grundläggande faktorerna bakom en villkorslös produktsäkerhet är i gott skick. Den interna spårbarheten tränas fortsättningsvis regelbundet för att man exempelvis i en situation då en produkt dras in snabbare än tidigare ska kunna avgränsa problemet till en allt mindre del av produktionen.

*BRC = British Retail Consortium, Storbritanniens ledande förening för detaljhandelskedjor. Paulig har haft ett BRC-certifikat sedan 1999.
** ISO 14001 = miljöstandard ***EFSIS är ett företag som erbjuder auditeringstjänster



Paula är Pauligs ambassadör för gott kaffe. "I det här jobbet får jag en hel del nyttig respons direkt från konsumenterna", berättar Paula nr 15, Emmi Salonen.

Konsumentrådgivningen hjälper kunderna

Pauligs konsumentrådgivning utgör en direkt länk mellan företaget och konsumenterna. Konsumentrådgivningen kontaktas årligen cirka 6000 gånger. Kunderna tar kontakt per telefon, per post och över webben i varierande frågor. De är intresserade av Pauligs produkter och kaffeproduktionen. Paulig får också förfrågningar om etiska aspekter på verksamheten och produkterna.

Omkring en tiondel av kontakterna med konsumenttjänsten gäller klagomål på produkterna. Alla klagomål tas på allvar. Den aktuella produkten och dess förpackning undersöks i laboratorium eller i produktionen så fort klagomål kommer in. Eventuella smakfel testas alltid av utbildade provsmakare. Klagomålen besvaras personligen och kunden får ett svar så fort som möjligt.

Paulig är bekant för Nordsjöborna

Gustav Pauligs rosteri ligger i Nordsjö i Helsingfors, i en urban miljö. Paulig är den största arbetsgivaren i området och en del av företagets personal bor i Nordsjö och de närliggande områdena. Paulig deltar på många sätt i utvecklingen av Nordsjö. Bolaget har länge samarbetet med invånarna och invånarföreningarna bland annat i stadsplaneringsfrågor.

Under rapporteringsperioden låg tyngdpunkten på frågor kring det nya rosteriet. I Pauligs egna publikationer, i lokaltidningar och på diskussionsträffar informerades nordsjöborna om planeringen och byggandet av det nya rosteriet samt om den gamla anläggningens framtid. Moderbolaget Paulig Ab planerar som bäst i samarbete med Helsingfors stads stadsplaneringskontor en ändring av stadsplanen, så att det blir möjligt att bygga

bostadskvarter med lämpliga affärslokaler på tomten. Paulig har arrangerat diskussionsträffar för lokala beslutsfattare om frågan.

- 24 Gustav Pauligs senaste rapport om ansvarsfull företagsverksamhet delades på hösten 2005 ut till invånarna i närområdet och bolaget har i lokaltidningarna informerat om aktuella frågor.

Samarbetet med skolan Kallahden peruskoulu fortsätter. Valda årskurser från skolan kommer på besök till Paulig och bolagets anställda har besökt skolan för att berätta om arbetslivet och om olika arbetsuppgifter på Paulig.



På tomten där Pauligs nuvarande rosteri står planerar man ett högklassigt bostadsområde.

Gustav Paulig stöder allmännyttig verksamhet

Gustav Paulig stöder allmännyttig verksamhet såväl i Finland som utomlands. Nästan alla stödobjekt är mångåriga och samarbetet har pågått länge. Paulig stöder bland annat organisationen Operation Smile, Finlands Krigsinvalidförbund, Julgubbestiftelsen, Åbo domkyrkoförsamlings missionscafé Domcafe, Walkers ungdomscaféerna, Ronald McDonald-huset samt de hemlösas julfest som familjen Hursti arrangerar.



De frivilliga läkarna och sjukskötarna i organisationen Operation Smile utför operationer på barn som lider av ansiktsskador. Paulig har stött organisationens verksamhet i Nicaragua.

Kaffets hälsoeffekter intresserar

Kaffe är en av de mest använda dryckerna över hela världen, och forskare har under de senaste åren varit intresserade av dess hälsoeffekter. Även om kaffe innehåller nästan ingen energi innehåller det många fysiologiskt aktiva ämnen. Utöver koffeinet med sin känt uppiggande effekt innehåller kaffe många antioxidanter som man vet förebygger skadlig oxidering i kroppen. Enligt dagens forskning kan en frisk människa gärna dricka 4–5 koppar kaffe om dagen.

Under de senaste åren har det i respekterade vetenskapliga publikationer presenterats flera omfattande epidemiologiska undersökningar som talar för att det är nyttigt att dricka kaffe. Regelbunden kaffekonsumtion förefaller minska risken för bland annat vuxendia-

betes, Parkinsons sjukdom, Alzheimers sjukdom och levercirros. Flera forskningsgrupper utreder som bäst orsakerna till kaffets gynnsamma effekter.

Paulig stöder och följer kaffeforskningen som medlem av den internationella PEC-arbetsgruppen (Physiological Effects of Coffee). Bolaget är också representerat i arbetsgruppen för Rosteriföreningens informationsprogram "Kaffe och hälsa", som förmedlar de nyaste forskningsrönen om kaffets positiva hälsoeffekter till hälsovårdspersonalen.

Mera information om kaffets hälsoeffekter och om forskning kring dem finns på adresserna www.kahvi.net och www.positivelycoffee.org



Utvecklingschef Karla Koullias som är ordförande för den internationella Physiological Effects of Coffee-arbetsgruppen följer intensivt den vetenskapliga forskningen kring kaffe och hälsa.



Kaffe innehåller flera komponenter som skyddar mot sjukdomar. En forskningsgrupp ledd av professor Jaakko Tuomilehto vid Folkhälsoinstitutet har fått fram tydliga resultat om kaffets diabetesförebyggande effekt.



Miljöansvar

Gustav Paulig förbinder sig att bära sitt ansvar också i miljöfrågor. Verksamheten vid kafferosteriet bygger på standarden ISO 14001. Standarden visar att ett företag agerar och verkar i enlighet med vissa uppställda miljömål. Rosteriet i Nordsjö har sedan 2004 haft ett miljötillstånd enligt den nya miljölagen.

Certifikatet garanterar en miljövänlig verksamhet

Konsumenter och kunder är allt mer intresserade och vill också ha garantier för att företag sköter sin produktion på ett miljövänligt sätt. Gustav Paulig har sedan 2004 varit certifierat enligt standarden ISO 14001 som är världens bäst kända miljöcertifieringssystem. Det visar att företaget har en vilja att utveckla sig i miljöfrågor, längre än den miniminivå som lagen förutsätter.

Naturvänligt kontorsarbete

Världsnaturfonden (WWF) beviljade Paulig ett Green Office-diplom i september 2006. Diplomet visar att bolaget beaktar miljöfrågor på sitt kontor.

För att minska mängden onödiga utskrifter och pappersåtgången inköptes under rapporteringsperioden

Standarden ISO 14001 auditeras med nio månaders mellanrum. Då Paulig granskades senast, i juni 2006, noterades inget att anmärka på.

nya bildskärmar för de anställda. De nya skärmarna är skonsammare för ögonen och också mer energieffektiva än traditionella skärmar. För att minska antalet arbetsresor anskaffades utrustning för videokonferenser.

Utsläpp

År 2006 producerade Gustav Paulig 43 000 ton kaffe i rosteriet i Nordsjö. Energikällan för kafferostningen är naturgas vilket innebär att Pauligs utsläppssiffror är relativt låga.

Den största utsläppsposten från rosteriet är koldioxid. Mängden ökade en aning i jämförelse med 2005 i och med att produktionen ökade. Omkring hälften av koldioxidutsläppen kommer från kaffet efter att det har rostats. Det betyder att koldioxidutsläpp från fossila bränslen bara står för hälften av de totala utsläppen. Största delen av det damm som uppstår i produktionen tas tillvara med hjälp av mekaniska dammavskiljare och filter.

Utsläppsmängderna i luft är kalkylbaserade och relaterade till produktionsmängderna. Som referensvärden har vi i kalkylen använt siffrorna för 2002.

Utsläpp från fabriken i Nordsjö

Utsläpp, ton *	2003	2004	2005	2006
Damm	1,1	1,3	1,3	1,4
Kolväten	22	27	25	28
Kolmonoxid (CO)	110	134	125	140
Koldioxid (CO ₂)	5 688	6 924	6 493	7 278
Svaveldioxid (SO ₂)	0,02	0,02	0,02	0,03

* Kalkylmässigt värde, referensår 2002



Kaffelukten i näromgivningen har minskat

Gustav Paulig har lyckats minska lukten av kaffe i grannskapet. Det har vi gjort genom att förnya vårt kaffetransportsystem. Kaffet transporteras i systemet med hjälp av tryckluft. Förut släpptes luften ut ur rören i slutet av processen. Nu är systemet slutet och luften cirkulerar. På det sättet har vi lyckats minska den lukt som kommer ut i näromgivningen. Kostnaderna för det nya systemet uppgick till 300 000 euro.

Även lukten av bränt kaffe minskades

Den lukt som uppfattas som bränt kaffe uppstår då man i slutet av rostningsprocessen sprutar in en liten mängd vatten i rostningsskålen. Samma fenomen uppstår då man håller en liten skvätt vatten i en stekpanna och den börjar osa.

Genom att utveckla rostningsprocessen har vi lyckats eliminera den skarpaste lukten. Tidigare släpptes ånga och rök ut direkt efter rostningen, men nu bränns utsläppsluften i rostens brännare innan den släpps ut. Bolaget har utvecklat och som första kafferosteri i världen tagit i bruk det nya systemet i slutet av 2005.

År 2005 lät Gustav Paulig utföra en luktenkät bland grannarna i området kring rosteriet. Resultaten från den redovisades i Pauligs föregående samhällsansvarsrapport. En förutsättning för miljötillståndet är att lukthalten och luktutsläppen kontrolleras vart tredje år. Följande gång ska mätningen göras 2008. Under 2006 inkom två klagomål till Paulig om lukten.

Bara några bullerklagomål per år

Gustav Pauligs rosteri ligger i Nordsjö mitt i ett bostadsområde. Därför har bolaget fäst särskild uppmärksamhet vid bullerbekämpningen. Det är särskilt intagen och utblåsningsöppningarna för rostarnas kyl Luft, ventilationsöppningarna för rostningsgaserna, förpackningshallens och produktionslokalernas frånluftsöppningar, briketteringsutrustningen för kaffeavfallet, fastighetstekniken och trafiken som ger upphov till buller. Under föregående rapporteringsperiod lyckades bolaget sänka bullernivån med mer än tio decibel genom investeringar i ljuddämpare.

Miljötillståndet tillåter nattskift så länge bullret inte överskrider 50 decibel. Denna nivå har vi ännu inte lyckats nå även om det periodvis finns behov av nattskift för att uppnå en tillräcklig produktion. Vi har under rapporteringsperioden försökt lokalisera bullerkällorna genom flera olika undersökningar, med hjälp av myndigheter och konsulter, allt i syfte att kunna hålla rosteriet igång också nattetid om det behövs. Uppgiften är utmanande eftersom bullret inte härstammar från någon enskild maskin utan uppstår som en summa av all apparatur som används i kaffeproduktionen.

År 2006 kontaktades Paulig tre gånger av invånare i omgivningen angående störande ljud från rosteriet.

Målet: så lite avfall som möjligt

Gustav Paulig har som princip att skapa så lite avfall som möjligt som inte kan återvinnas. I de förpackningar som går ut till detaljhandeln används bara återvinningsbara material. Lådorna i wellpapp som används för kaffetransporterna kan återanvändas via pappinsamlingen och skyddshöljet i polyetenplast kan läggas i plastinsamlingen. För tillfället undersöker vi möjligheterna att göra kaffeförpackningen tunnare.

Själva kaffeförpackningen är däremot svårare att återvinna. Förpackningen kan utnyttjas som energi, men

vi rekommenderar inte att man bränner den hemma. I stället kan förpackningen slängas bland annat energiavfall. Insamlingslådor för energiavfall finns på välsorterade avfallsstationer.

Gustav Paulig och dess största laminatleverantör Amcor arbetar enligt samma miljö- och produktsäkerhetsstandarder. Certifikaten innebär ett bevis på att underleverantörerna verkar enligt samma principer. Bolaget auditerar nya underleverantörer och också gamla samarbetspartners om deras verksamhet förändras väsentligt.



"Industriproduktion mitt i en bostadsmiljö kräver mycket av bland annat bullerbekämpningen. På rosteriets tak har vi installerat ljuddämpare", berättar arbetsledare Jarmo Puurunen.

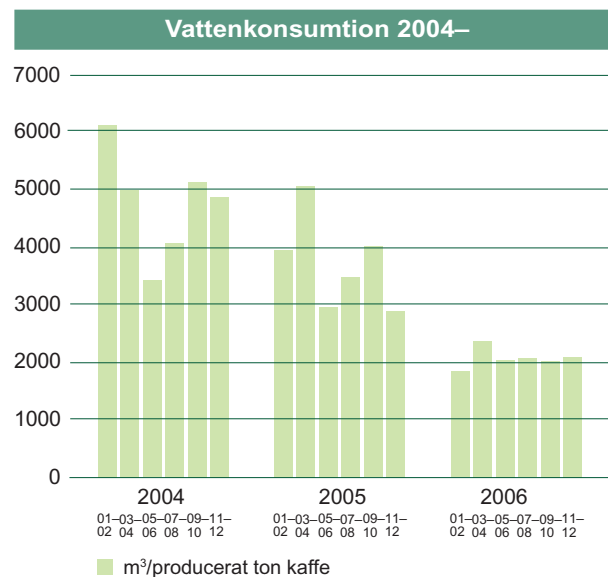


"Mycket sådant som förr åkte ut med blandavfallet kan numera återvinnas", berättar service- och säkerhetsansvariga Jukka Järvinen belåtet.

Mängden avfall upp en aning, vattenförbrukningen ner

Den totala mängden avfall ökade en aning år 2006 jämfört med året innan. Mest ökade mängden bioavfall. Det beror på det nya sättet att behandla kaffeskalen. Tidigare blöttes skalavfallet upp och avfallsvattnet släpptes ut i avloppet, men 2006 började Paulig återvinna avfallet och tillverka briketter för energiproduktion. Av samma orsak har också rosteriets vattenförbrukning minskat betydligt. Kaffeskalsavfallet har trots detta klassificerats som bioavfall i avfallsstatistiken för 2006.

Den största enskilda typen av avfall är förpackningsavfall från handel och industri. Mängden sådant avfall har ökat något eftersom en stor del av det som tidigare



behandlades som blandavfall nu hanteras som förpackningsavfall, av vilket en stor del kan återvinnas. I avfallsstatistiken syns också vissa händelser under året. Exempelvis ökade mängden byggavfall 2006 eftersom man utförde några mindre byggarbeten på rosteriet. Mängden energi-, papp-, metall- och pappersavfall har vi lyckats minska.

Energiförbrukningen ökar

Energiförbrukningen på Gustav Paulig har ökat något under rapporteringsperioden. Ökningen beror på att kaffeproduktionen har ökat och på ändringar i kaffeproduktionsprocessen. Lukten av kaffe i närområdet har minskats genom att man numera bränner utsläppsluften från rostningsprocessen ännu en gång till i rostens brännare innan den släpps ut. Metoden ökar energiförbrukningen.

Den totala specifika energiförbrukningen, det vill säga energiförbrukningen i relation till produktionsvolymen, var högre än året innan. Däremot gick den specifika elförbrukningen ner.

Auditerade företag transporterar kaffet

Mängden råkaffetransporter bibehölls på nästan samma nivå som under föregående rapporteringsperiod. Antalet så kallade bulkcontainrar steg från 2001 till 2131. År 2005 tog Paulig emot 2186 kaffecontainrar, år 2006 var antalet 2340. Av dessa var mer än 90 procent så kallade bulkcontainrar. I bulkcontainrar är kaffebönnorna packade i en enda stor säck som effektivt fyller hela containern.

Bolaget behöver externa transportföretag i flera olika faser av produktionskedjan: råkaffet fraktas till Finland

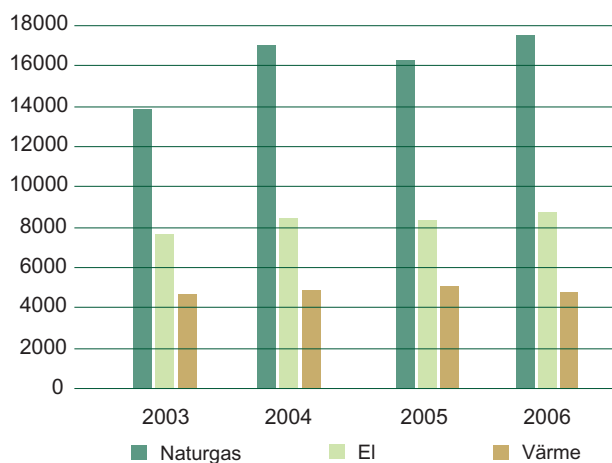


Effektivt är också miljövänligt. Övergången till stora containersäckar för råkaffetransporterna minskar belastningen på miljön.

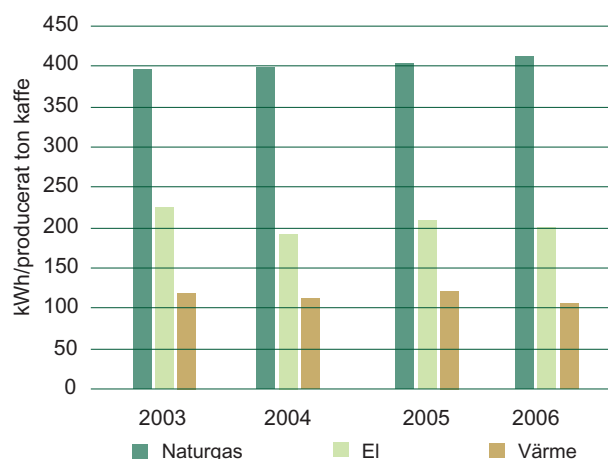
från ursprungsländerna, från Helsingfors hamn transporteras containrar med kaffe till rosteriet i Nordsjö och sedan transporteras det rostade och förpackade kaffet från lagret ut till beställarna.

Paulig har inte någon egen transportmateriel, utan alla transporter köps in av samarbetspartners. Dessa väljs med omsorg och ska alla ha egna giltiga miljö- och kvalitetscertifikat för den egna branschen. Ett företag som t.ex. sköter biltransporter ska ha en godkänd plan för egenkontroll.

Energiförbrukning per kalenderår (MWh)



Energiförbrukning per kalenderår (kWh/t)

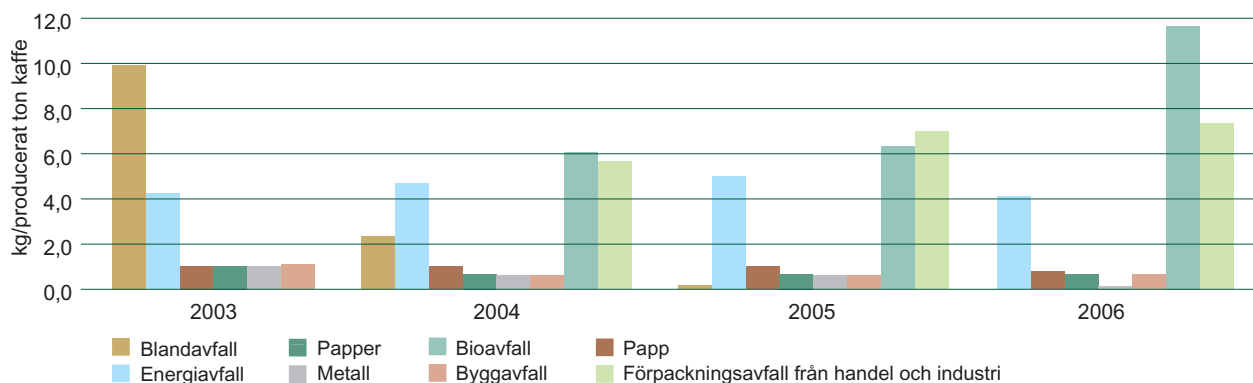


Avfallsmängder per kalenderår (ton)

	Blandavfall	Energiavfall	Bioavfall ¹⁾	Förpackningsavfall ²⁾	Papp	Papper	Metall	EES	Byggavfall	Problemavfall
2003	346,80	149,00			36,20	35,00	34,10		50,40	0,04
2004	109,40	206,70	259,70	247,90	31,80	15,70	11,50	9,60	11,20	1,32
2005	0,70	213,20	255,06	281,20	31,04	13,40	11,00	0,61	8,50	3,55
2006	0,00	190,80	514,80	322,70	29,50	9,60	3,50	0,85	12,60	4,44

1) Uppföljningen av antal ton inleddes i maj 2003. 2) Förpackningsavfall från handel och industri. Insamlingen inleddes från ingången av 2004.

Avfallsmängder i relation till produktionen



Kaffeskalen blir bränsle



"Det är fint att det som förr var avfall numera kan utnyttjas. Samtidigt har den nya brikettutrustningen förbättrat brandsäkerheten i rosteriet", konstaterar teknikchef Jukka Tuominen som deltog i utvecklingsarbetet.

Under rostningen lossnar det tunna skalet runt kaffebönan och blir avfall. Tidigare blöttes det lättantändliga kaffeskalsavfallet upp i vatten och slaggen som uppstod leddes med Helsingfors stads tillstånd ut i avloppet till vattenreningsverket. Numera gör man bränsle av avfallet.

På hösten 2005 fattades beslut om det nya systemet för hantering av kaffeskalsavfallet. Systemet togs i bruk i december 2006. Den nya anordningen pressar skalavfallet till briketter som kan brännas. Det finländska bioenergibolaget Biowatti säljer sedan briketterna vidare till sina kunder. Kaffebriketten har ett bättre brännvärde än träbriketter har, vilket innebär att den har ett relativt högt energiinnehåll.

Vid sidan av minskad vattenförbrukning har förädlingen av kaffeskalsavfallet till briketter märkbart minskat mängden damm som kommer ut i omgivningen. Då det finns mindre brandfarligt damm och dammet hanteras mer kontrollerat har samtidigt risken för eldsvådor på fabriken minskat.

Brikettutrustningen kostade omkring 360 000 euro.



Gustav Paulig i korthet

Oy Gustav Paulig Ab ingår i Paulig-koncernen som verkar i Nordsjö i Helsingfors. Paulig grundades år 1876 och är ett familjeföretag. Bolagets verksamhetsområden är kaffeproduktion samt försäljning av kaffe- och kakaoprodukter. Rosteriverksamhet har Paulig bedrivit sedan 1904. Oy Gustav Paulig Ab:s vision är att vara det ledande kafferosteriet på valda marknadsområden.

Till Oy Gustav Paulig Ab:s varumärken hör de traditionella kaffesorterna Jubileums Mocca, President och Brazil samt Paulig Classic som utvecklats särskilt för marknaden i Baltikum och Ryssland. Till produktfamiljen hör också företagets espressoprodukter, Parisien-kaffe, kaffesorter från ett specifikt ursprungsland – Ethiopia, Kenya, Guatemala och det ekologiskt odlade Colombia – samt det ansvarscertifierade Paulig Mundo. Andra varumärken är mjölkkaffedrycken Frezza och kakaokoncentratet Tazza som tillverkas av underleverantörer.



Viktigaste intressentgrupper och kunder

Oy Gustav Paulig Ab:s centrala intressentgrupper är den egna personalen, konsumenterna, kunderna, systerbolagen och intressebolagen, invånarna i närområdet, råkaffeleverantörerna samt övriga leverantörer av varor och tjänster. Övriga viktiga intressentgrupper är organisationer, media, myndigheter, ägare och finansärer.

Företagets kunder är handelns centralaffärer, detaljhandelskedjorna, självständiga detaljhandelsaffärer samt storkökskunder. Storkökskunder är bland annat kaféer, restauranger, hotell, personalrestauranger, trafikstationer och den offentliga sektorn. Kunder inom den offentliga sektorn är till exempel läroanstalter, daghem, ålderdomshem, Försvarsmakten, sjukhus och soldathem.





Oy Gustav Paulig Ab:s vision och värden

Vision

Oy Gustav Paulig Ab:s mål är att vara det ledande kafferosteriet på valda marknader. Vi vill erbjuda de bästa smakerna för njutbara stunder.

Kvalitet

Visar sig utom i produkterna också i alla affärsprocesser och i vårt sätt att verka.

Förtroende och respekt för individen

Personalen ges ansvar och uppmuntras att utnyttja sin egen förmåga.

Respekt för kulturell mångfald

Paulig verkar på flera olika marknader vars särdrag vi respekterar. Om lokal lagstiftning saknas följer bolaget internationella avtal.

Kreativitet

Pauligs framgång bygger på förnyelseförmåga.

Öppenhet

Paulig uppmuntrar sin personal till ett öppet informationsutbyte och till fördomsfrihet inför nya saker.

”Den dag då vi börjar pruta på kvaliteten kan fabriken stängas.”

Gustav Paulig 1905



Oy Gustav Paulig Ab

Gustav Pauligs gata 5, PB 15, 00991 Helsingfors

Telefon (09) 319 81 www.paulig.fi

