



FRÅN BÖNA TILL KOPP
Företagsansvarsrapport 2008

Paulig



Innehåll

Inledning		Kaffet framställs i Nordsjö	
Finlands största kaffehus	3	Yrkesskicklighet och arbetsglädje	17
Ansvar i en föränderlig värld	4	Säkra produkter av hög kvalitet	21
Paulig och ansvaret i företagsverksamheten	5	Miljön beaktas då kaffet rostar	22
Centrala mål för den ansvarfulla företagsverksamheten och hur de uppnåtts	6	Det nya rosteriet är energieffektivt	26
		Case: Innovativt samarbete skapade nytt	27
Bönornas väg till Paulig		En kopp full av smakupplevelser	
Kvaliteten styr kaffeinköpen	8	Målet är en nöjd konsument	28
Case: Fart på spårbarheten i Brasilien	11	Framgången bygger på starka varumärken	30
Ansvarfullhet genom certifiering	12	Case: Forskning kring kaffets hälsoeffekter	31
Case: Finnpartnership stöder ICP-projekt i Vietnam	13	Paulig växer i Baltikum och Ryssland	33
Kaffet kommer sjövägen	14	Case: Paulig etablerade representation i Ukraina	33
Case: EUR-pallen ger många fördelar: utsläppen och riskerna i trafiken minskar	15	2008 ett ekonomiskt framgångsrikt år	34

Finlands största kaffehus

Oy Gustav Paulig Ab är det största kaffehuset i Finland och känt för sina märkesvaror av hög kvalitet. Under de senaste åren har företaget internationaliserats och utvidgat sin affärsverksamhet särskilt på kaffemarknaden utanför hemmen. Vid sidan av de högklassiga kaffeprodukterna erbjuder Paulig idag sina kunder ett allt bredare urval kaffeutrustning och tillhörande tjänster. Företaget ingår i Paulig-koncernen som är en av de ledande aktörerna i Europa i branschen för etnisk mat och kryddor. Paulig var det första företaget i Finland som inledde industriell rostning av kaffe, år 1904.

Idag är Paulig den tionde största kaffeproducenten i Europa (Volcafe Holding Ltd. 2006) och utom i Finland marknadsför bolaget sina produkter i Baltikum, Ryssland och Ukraina.

I Finland är Paulig känt för sina starka varumärken, bland annat Jubileums Mocca och President som i år fyller 80 år. I Baltikum och Ryssland uppskattar konsumenterna Paulig Classic och Paulig President. Paulig är en föregångare i kaffebranschen och har aktivt stärkt sina varumärken och modigt utvecklat nya produkter, tjänster och produktionsmetoder, samtidigt som företaget alltid har lyssnat till konsumenterna och kunderna. Det stora kaffesortimentet erbjuder smakupplevelser såväl

för vänner av ljus- och mörkrostat kaffe som för konsumenter som uppskattar bönkaffe och espresso.

Utöver sitt högklassiga kaffe erbjuder Paulig sina kunder i detaljhandels-, horeca- och kontorskaffesektorn alla produkter och tjänster som behövs för kaffeservering: ett mångsidigt utrustningsurval, underhåll, planering och

utbildning. Målet är att göra det så enkelt som möjligt att erbjuda kunderna njutningsfulla kaffestunder.

Under den gångna räkenskapsperioden arbetade i genomsnitt 365 personer för Oy Gustav Paulig Ab i de olika länderna och omsättningen var cirka 232 miljoner euro. Kaffets andel av omsättningen var 98 procent.

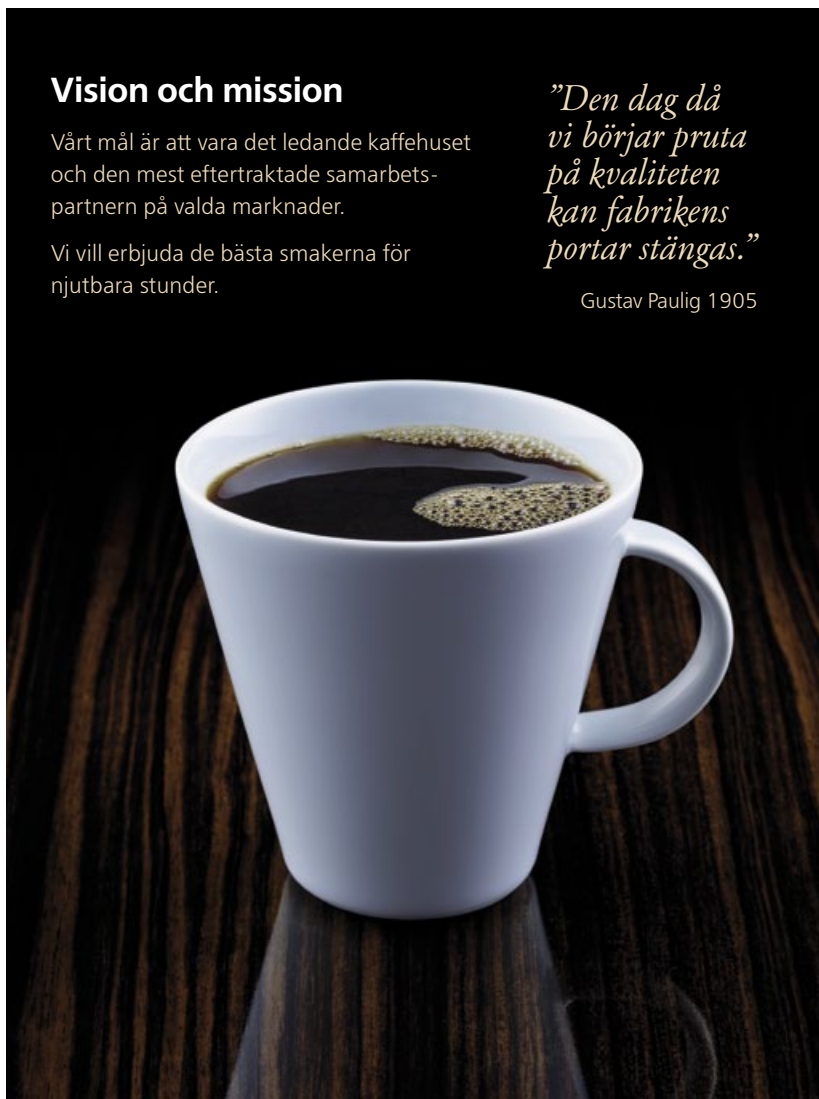
Vision och mission

Vårt mål är att vara det ledande kaffehuset och den mest eftertraktade samarbetspartnern på valda marknader.

Vi vill erbjuda de bästa smakerna för njutbara stunder.

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

Gustav Paulig 1905





Ansvarsfullheten har steg för steg infogats som en naturlig del i vår dagliga verksamhet, vilket tydligt konkretiseras i vårt nya rosteri som blir färdigt i år. I rosteriprojektet har vi beaktat såväl miljöaspekterna som personalens trivsel och arbets säkerheten. Den ur

Ansvar i en föränderlig värld

ekonomiskt perspektiv viktiga övergångsfasen då verksamheten flyttar till det nya rosteriet har planerats omsorgsfullt, så att övergången ska ske så smidigt som möjligt. Särskild uppmärksamhet har fästs vid utbildning och träning för personalen.

Arbetet med att utsträcka ansvaret utanför Finlands gränser tog fart då vi började förenhetliga personalpolitiken i de olika länderna. Personalledningen och personalutvecklingen fick mera resurser i slutet av året då internationellt erfarna proffs på dessa områden anställdes i koncernen och i kaffegruppen.

Nära konsumenterna och kaffeproducenterna

Vi driver aktivt våra olika ansvarsprojekt eftersom en växande del av kaffekonsumenterna och våra kunder vill veta allt mer om kaffets ursprung och om produktionsförhållandena. Informationen om kaffets ursprung är också viktig med tanke på produktsäkerheten och kvaliteten. Vi kommer att fortsätta vårt aktiva samarbete med anskaffningskedjan, för att hålla kontroll över vårt kaffes väg från böna till kopp.

International Coffee Partners-projektet som riktar sig till små kaffeodlare fortsätter också. Till vår glädje har vi fått sällskap av Finlands utrikesministerium vars Finnpartnership-program stöder ett projekt som förbättrar familjeodlars affärskompetens i Lam Dong i Vietnam.

2008 ett framgångsrikt år

År 2008 var ekonomiskt framgångsrikt för Paulig, vilket ger bolaget en god grund för pågående och kommande investeringar. Kaffeförsäljningen nådde ett nytt rekordresultat, över 45 miljoner kilo. Det nya bolaget OOO Paulig Coffee som grundades i Ryssland förbättrar våra verksamhetsförutsättningar på den lokala marknaden. Utvecklingen av PRO-affärsverksamheten som fokuserar på helhetstjänster kring kaffeservering fortsätter också.

Huvuddelen av investeringarna gällde det nya rosteriet som är under konstruktion. Rosteriprojektet i Ryssland sköts upp på grund av finanskrisen, men byggarbetet kan vid behov startas mycket snabbt.

Den ekonomiska recessionen torde inte i väsentlig grad påverka totalkonsumtionen av kaffe i Finland, men i Baltikum och Ryssland har efterfrågan slutat växa. Vi anpassar våra funktioner till det ekonomiska läget och förbereder oss på nästa högkonjunktur.

År 2009 blir unikt för oss. Verksamheten i vårt gamla rosteri avslutas stegvis före årets slut och det första Jubileums Mocca-kaffet rostar i det nya rosteriet under sommaren 2009. Ur det här läget går det bra att bygga vidare.

Pekka Pirinen
verkställande direktör



Kaffebären är gröna då de är råa. De mognar på cirka nio månader och blir då mörkröda.

Paulig och ansvaret i företagsverksamheten

Denna rapport beskriver Oy Gustav Paulig Ab:s ansvarsfulla företagsverksamhet år 2008 och målen för år 2009. Syftet med rapporten är att ge intressentgrupperna en täckande och överskådlig bild av företagets verksamhet inom den ansvarsfulla företagsverksamhetens olika områden. I texten benämns företaget även Paulig.

Som grund för rapporteringen har vi använt de nyaste, internationella Global Reporting Initiative (GRI)-riktlinjerna*. Samhällsansvaret granskas utifrån GRI:s modell med tre pelare, vars delområden är ekonomiskt ansvar, socialt ansvar och miljösvar. Rapporten rör sig från kaffets ursprungsländer via kaffeframställningen till kaffekonsumenterna, och de tre delområdena av ansvaret löper parallellt genom hela rapporten. På Pauligs webbplats finns omfattande GRI-tabeller.

Av GRI-mätarna har vi rapporterat de väsentligaste för Paulig. 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. I finländska förhållanden är det exempelvis inte väsentligt att rapportera flera av mätarna för socialt ansvar och mätare som berör mänskliga rättigheter.

De ekonomiska nyckeltalen rapporteras som en del av Paulig-koncernens bokslut.

Informationen i rapporten har inte verifierats objektivt. Tillförlitligheten kan emellertid anses vara god eftersom de ekonomiska nyckeltalen är tagna ur den lagstaddade bokföringen. I Finland omfattas Gustav Pauligs egen leveranskedja av certifierade kvalitets- och miljösystem och övervakas också av myndigheterna.

Rapporten omfattar i första hand Pauligs verksamhet i Finland. I Baltikum och Ryssland har arbetet med att förenhetliga förfarandena för en ansvarsfull företagsverksamhet inletts med personalpolitiken.

Uppgifterna i rapporten gäller huvudsakligen perioden 1.1–31.12.2008. I vissa fall presenteras den nyaste informationen som fanns tillgänglig då rapporten utarbetades. Rapporten om ansvarsfull företagsverksamhet publiceras årligen.

Styrgruppen för ansvarsfull företagsverksamhet omfattade år 2008 verkställande direktör Pekka Pirinen, marknadsföringsdirektör Katri Ojalehto, projektdirektör Minna Forsström, personalchef Kristiina Saarinen, inköpschef Timo Allén, kommunikationschef Leena Miettinen och ledningens assistent Kirsi Anttonen.

*Mera information om GRI:
www.globalreporting.org



Rapporten tar upp samhällsansvarets olika delområden och följer kaffebönans väg från ursprungsländerna via produktionen till konsumenternas kaffebord.

Centrala mål för den ansvarsfulla företagsverksamheten och hur de uppnåtts

De mål som ställts upp för år 2008 uppnåddes väl. I tabellerna framgår också de mål som ställts upp för år 2009.

Mål för år 2008		Fullföljande	
EKONOMISKT ANSVAR			
Marknadsposition	Kaffemarknaden i Finland utvecklas och bolagets starka marknadsposition tryggas.	**	s. 3–4, 34
	Marknadspositionen i Ryssland och Baltikum stärks och satsningarna på logistiken fortsätter.	**	s. 4, 15, 33–34
	Verksamheten utvidgas till företags- och horeca-sektorn.	**	s. 3–4, 34–35
Rosteriprojekten	Det pågående rosteriprojektet i Finland fortsätter.	**	s. 4, 26–27, 34
	Byggarbetet på rosteriet i Ryssland inleds.	*	s. 4, 34
SOCIALT ANSVAR			
Personal	En genomgripande utveckling av personalledningen, ett så kallat People-projekt.	**	s. 4, 17–18
	Kaffegruppens personalpolitik förenhetligas också i Baltikum och Ryssland.	*	s. 17–18
Spårbarhet och certifieringar	Verifieringen av spårbarheten ända till kaffeplantagerna utvecklas.	*	s. 4, 8, 10–11, 12
	Produkturvalet av UTZ-certifierade kaffesorter utvidgas.	**	s. 4, 12, 31
	Paulig Mundo lanseras i Baltikum och Ryssland.	*	s. 31
Närmiljön	Dialogen med grannarna om hur rosteriverksamheten påverkar omgivningen och hur området kan utvecklas fortsätter.	**	s. 28
MILJÖANSVAR			
Logistiska lösningar och distribution	Effektivare förpackningslösningar utvecklas för att underlätta lastningen.	*	s. 14–15
	Distributionen effektiviseras: distributionen i Ryssland sköts av Pauligs egna transporter.	**	s. 4, 15, 33
Avfallsmängden och förpackningarna	Förpackningslaminatet för 500 g vakuumpförpackningar görs tunnare vilket minskar mängden blandavfall som avstjälpningsplatserna tar emot från hushållen.	*	s. 24
Energiförbrukningen	Energieffektiviteten beaktas i planeringen av det nya rosteriet.	**	s. 4, 22–23, 24, 26–27
	En temavecka kring energisparande arrangeras för personalen.	**	s. 24
	Bilpolicyn förnyas i syfte att minska koldioxidutsläppen.	**	s. 24
Övrigt	Lämpligheten hos ISO 22000-ledningssystemet för livsmedelssäkerheten utreds.	**	s. 21
	Den nattliga, lågfrekventa bullernivån från rosteriet sänks till under 30 decibel i Nordsjö.	**	s. 24
	Green Office-programmet som gör kontorsarbetet miljövänligare fortsätter. Programmet utnyttjas också på kontoren utanför Finland.	**	s. 24

0 målet uppnåddes inte

* en viss förbättring har uppnåtts

** målet nåddes helt



Mål för 2009

EKONOMISKT ANSVAR

Marknadsposition	PRO-verksamheten utvecklas inom out-of-home-sektorn med försäljning av kaffeutrustning, kaffeprodukter och tillbehör. Affärsverksamheten byggs upp enligt ISO 9001-certifikatet. Riskhanteringspolitiken för råkaffet uppdateras.
Rosteriprojekten	Det nya rosteriet blir klart och rosteriverksamheten flyttar till Nordsjö företagsområde. Byggarbetet på rosteriet i Ryssland inleds.

SOCIALT ANSVAR

Personal	Personaltutveckling och utveckling av personalledningen inom hela kaffegruppen. Arbetet med att förnya Pauligs värden avslutas i Finland, Baltikum och Ryssland.
Spårbarhet	Hantering av ursprungsuppgifter för råkaffeinköpen förbättras.
Närmiljön	Grannarna och invånarna i Nordsjö informeras om tidtabellen för nedläggningen av verksamheten i det gamla rosteriet och om byggnadens framtid.
Kunderna	Konsumenttjänstens verksamhet på webben blir aktivare och en metod för analys av elektronisk feedback utvecklas. En mätning av kundtillfredsställelsen genomförs.

MILJÖANSVAR

Logistiska lösningar och distribution	ECR Sustainable Transport Road Map-projektet för att kartlägga energieffektiviteten och utvecklingsobjekten i fråga om transporter genomförs tillsammans med en samarbetspartner.
Avfallsmängden och förpackningarna	Det tunnare förpackningslaminatet tas i bruk i alla kaffeförpackningar. Mängden blandavfall minimeras då den gamla fabriken rivs.
Energiförbrukningen	Energiförbrukningen i kaffetillverkningen sänks då det nya rosteriet och dess anläggningar tas i bruk.
Övrigt	Luktutbildning arrangeras och sensorisk bedömning tas i bruk för att utvärdera lukterna i det nya rosteriet. Personalen informeras fortsättningsvis om effektiva och miljövänliga arbetsmetoder och informationen om återvinningsteman fortsätter, särskilt i samband med flyttningen till det nya rosteriet. En bilpolicy utvecklas och tas i bruk i alla länder.

Kvaliteten styr kaffeinköpen

Paulig övervakar sina samarbetspartners verksamhet bland annat genom regelbundna besök i de länder där kaffet köps. En stor del av kaffeleverantörerna i ursprungsländerna är bekanta sedan tiotals år. Då Paulig köper råkaffe är det inte bara viktigt att kvaliteten är hög och tillgången jämn, utan också att de etiska aspekterna beaktas. En nyckelfaktor i detta sammanhang är att utveckla kaffets spårbarhet.

Pauligs kaffeprodukter är omsorgsfullt utvecklade och upprätthållna blandningar av råvaror som importerats från flera olika ursprungsländer. Varje produkt, vare sig det är Jubileums Mocca, Paulig Mundo, President eller President Gold Label, har sin egen smakprofil. Kaffeinköpen spelar en nyckelroll för att konsumenterna ska få kaffe som smakar precis som de vill ha det.

Kaffet köps direkt från ursprungsländerna

Pauligs kaffeanskaffning styrs av etiska principer för inköpsverksamheten, som alla handelspartners också har förbundit sig att följa. Riktlinjerna bygger dels på de etiska riktlinjerna för parterna inom kaffehandeln som den europeiska paraplyorganisationen för kaffebranschen, European Coffee Federation, har utarbetat, dels på Internationella arbetsorganisationen ILO:s och FN:s riktlinjer. Till inköpsfunktionens ansvarsområde hör också de metoder enligt vilka kaffet produceras i ursprungsländerna. Målet är att verksamhetsmetoderna ska be-
lasta miljön så lite som möjligt och att

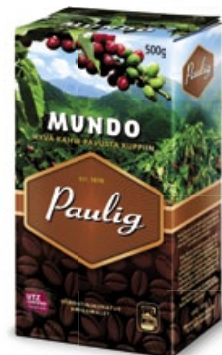
arbetsförhållandena ska vara trygga och ansvarsfulla. Paulig godkänner inte användningen av barnarbete.

Paulig köper kaffe i bland annat Brasilien, Colombia, Nicaragua, Guatemala, Kenya och Etiopien. I varje land har Paulig tre till sex samarbetspartners från vilka bolaget har köpt kaffe i flera tiotal år. Största delen av kaffet köps direkt av exportföretag i ursprungsländet, en del också av europeiska handelshus. År 2008 köpte Paulig cirka 55 miljoner kilo råkaffe, vilket motsvarar cirka 0,6 procent av den årliga råkaffe-produktionen i världen.

Ansvar för hela kaffekedjan

I egenskap av kaffeköpare känner Paulig sitt ansvar för hela kaffekedjan, från ursprungsländerna till konsumenterna. Bolaget upprätthåller direkta och regelbundna kontakter till producentländerna; på det sättet kan vi garantera att kaffet är av god kvalitet, att tillgången är tillräcklig på lång sikt och att inköpspriset är rimligt.

Mera information om de kaffeproducerande länderna finns på den internationella kaffeorganisationens webbplats www.ico.org



Då det gäller att garantera kaffets kvalitet är människan oersättlig: kvaliteten kontrolleras sensoriskt flera gånger på vägen från böna till kopp. Huvudsmakare Marja Touri känner kaffets olika smaknyanser.





De olika kaffesorterna växer på olika höjdhöjd över havet, arabica på 1000–2000 meter och robusta på 100–700 meter. Ju högre upp bönorna växer desto mer aromatiska blir de.

Råkaffeinköp och den globala kaffemarknaden

Råkaffe är mätt i värde den näst mest omsatta råvaran i den globala handeln, näst efter oljan. Enligt ICO producerades under skördeperioden 2007–2008 cirka 7 110 000 ton råkaffe, det vill säga 118,5 miljoner säckar på 60 kg.

Råkaffepriset kan variera kraftigt. Orsaker till prisfluktuationer är bland annat balansen mellan tillgång och efterfrågan, skördeprognoserna, vädret och variationer i regnmängderna. Rörelserna på de övriga råvarumarknaderna och i det kapital som är investerat i dem har också gjort det mycket utmanande att bedöma råkaffepriset. Oförutsägbarheten på råkaffe- och valutamarknaden förutsätter en omsorgsfull och disciplinerad riskhantering.

Då det på marknaden eller i produktionsvolymerna och -kvaliteten sker snabba förändringar innebär det en stor utmaning att hålla kaffets pris och kvalitet under kontroll. Framtida utmaningar vid sidan av marknadsriskerna kan vara klimatförändringens inverkan på råkaffeproduktionen

och på kvaliteten på det producerade råkaffet.

Paulig tryggar tillgången på råkaffe av god kvalitet genom att köpa kaffe på lager i olika länder och vid olika tidpunkter. Med undantag för kaffesorterna från ett specifikt ursprungsland består Pauligs kaffeprodukter av blandningar av råkaffe med varierande ursprung.

Coffea arabica och Coffea canephora

Kaffe odlas i mer än 60 länder runt om i världen. Mer än 20 miljoner kaffeodlare får sin utkomst av kaffet. Kafehandeln är särskilt i många utvecklingsländer av stor ekonomisk och samhällelig betydelse.

De kommersiellt viktigaste kaffarterna är arabica (*Coffea arabica*) och robusta (*Coffea canephora*). Robusta har en kraftigare smak som lämpar sig för mörkrostade kaffeblandningar som espresso.

Arabica har en mer nyansrik smak och står för en andel på 65 procent av hela världens kaffeproduktion medan robusta står för cirka 35 procent.

Paulig köper huvudsakligen arabi-

ca-kaffe som noteras på kaffebörsen i New York. Bara en liten del av råkaffet är robusta-kaffe, vars pris fastställs på kaffebörsen i London.

Spårbarhet gynnar hela kaffekedjan

Spårbarheten är en del av riskhanteringen och kvalitetsstyrningen. Ju bättre kaffets ursprung kan spåras desto enklare är det att kontrollera och övervaka leverans- och produktionskedjan samt lösa eventuella problem som uppstår i dem. Full spårbarhet i hela kaffekedjan är än så länge rätt utmanande, men Paulig har som mål att öka spårbarheten för det kaffe bolaget köper.

Ursprungsländerna är sinsemellan mycket olika i fråga om spårbarheten och etablerade metoder för att hantera spårbarheten finns ännu inte. Paulig har som mål att höja försäljarnas medvetenhet om fördelarna spårbarheten erbjuder. För kaffeexportörerna är spårbarhet en konkurrensfördel eftersom konsumenterna i Finland och i många andra länder har blivit mer intresserade av kaffets ursprung och av hur det sociala och ekonomiska ansvaret samt miljöansvaret har beaktats i kaffekedjans olika faser.

CASE: Fart på spårbarheten i Brasilien

Katariina Aho som vid ingången av 2009 utnämndes till inköpsdirektör på Paulig återvände på sommaren 2008 från en ettårig kommendering i Brasilien där hon hade satt sig in i kaffehandeln, från odlarna framåt. Hennes arbetsgivare var Pauligs långvariga samarbetspartner Stockler Comercial e Exportadora Ltda, ett dotterbolag till världens största säljare av råkaffe, Neumann Group. Under sitt studieår och också efter det har hon intensivt studerat de metoder som kan användas för att förbättra spårbarheten för råkaffet.

I Brasilien presenterade Katariina Pauligs nya kvalitets- och verksamhetsanvisningar för sina samarbetspartners. Paulig kommer regelbundet att utvärdera hur väl anvisningarna fungerar och utifrån de insamlade erfarenheterna ska anvisningarna tas i bruk också i de andra ursprungsländerna.

"I slutet av 2008 utarbetade vi också en uppföljningsblankett för att så exakt som möjligt kunna kartlägga kaffets spårbarhet. År 2009 gör vi testinköp där vi använder blanketten. Vi tror att vi genom att samla in information redan i inköpsskedet ska kunna ersätta de spårbarhetsundersökningar vi hittills har gjort som stickprov i efterhand. Målet är att vi så exakt som möjligt ska känna till alla våra olika samarbetspartners i kaffekedjan redan då kaffet köps eller senast då det skeppas", berättar Katariina.

Att spåra kaffet kan vara utmanande, eftersom det exempelvis i ett stort land som Brasilien köps via antingen andelslag, förmedlare eller



Katariina anser att det är viktigt att besöka ursprungsländerna och träffa bolagets samarbetspartners, för att skapa ömsesidigt samförstånd. "Vi smakar på kaffet tillsammans för att få samma uppfattning om dess kvalitet", säger hon.

odlare. Informationen om kaffets ursprung stannar ofta av konkurrensskäl i andelslagen. Om kaffet kommer från en förmedlare är det inte ens sagt att kaffets ursprung är känt.

"För att framhäva hur viktig frå-

gan är gjorde vi ett testinköp av en ny samarbetspartner som redan i inköpsskedet kan uppvisa enkel spårbarhet ända till plantagen. Vi kommer säkert att öka andelen sådana inköp", berättar Katariina.

Ansvarsfullhet genom certifiering



Programmet UTZ CERTIFIED sporrar odlarna att arbeta mer professionellt och tillämpa hållbara produktionsmetoder, samt att ta hand om frågor som arbets säkerhet, hälsovård och barnens skolgång.

Ett sätt att försäkra sig om kaffets ursprung och stöda en hållbar utveckling är att använda ansvarscertifierat kaffe. De certifierade kaffesorternas andel av världens totala kaffeproduktion är cirka 1,5 procent. Den största utmaningen är därför tillgången på eftertraktade kaffesorter av hög kvalitet. Paulig använder UTZ-certifierat råkaffe i sina ansvarscertifierade produkter.

UTZ CERTIFIED är ett världsomfattande, oberoende och opartiskt övervakat certifieringsprogram som säkerställer och verifierar en ansvarsfull

kaffeproduktion. UTZ CERTIFIED växer snabbt och är redan i användning i flera europeiska länder och i Förenta Staterna. För konsumenten erbjuder certifikatet en möjlighet att försäkra sig om kaffets ursprung eftersom det ansvarscertifierade kaffet kan spåras till den individuella kaffeplantagen.

UTZ CERTIFIED beaktar balanserat tre olika aspekter av hållbar utveckling, nämligen miljöfaktorer, sociala faktorer och ekonomiska faktorer, och betonar en utveckling av odlarnas yrkeskunskap. De stränga reglerna förutsätter att plantagerna ser till att bland annat odlarnas yrkeskunskap, arbets säkerheten, boendet, barnens skolgång samt vatten- och markskyddet är skick.

Användningen av certifierat kaffe växer

Det ansvarscertifierade kaffet utgör cirka 2,8 procent av allt kaffe som Paulig köper in. I Pauligs sortiment finns redan tre UTZ-certifierade produkter: Paulig Mundo, Paulig Espresso Originale och sedan hösten 2008 Brazil.

Certifierat kaffe odlas inte bara av småodlare utan också på stora plantager och i alla odlingsregioner där Paulig köper sitt råkaffe. På detta sätt när vi tillräckligt stora råkaffeolymer och kan garantera att kaffeblandningarna håller hög kvalitet och lämpar sig för finländsk smak.

Mera information: www.paulig.fi och www.utzcertified.org

CASE: Finnpartnership stöder ICP-projekt i Vietnam



De praktiskt inriktade ICP-projekten erbjuder småodlarna en möjlighet att på ett hållbart sätt förbättra yrkeskunskapen och utkomsten.

Paulig är medlem i bolaget International Coffee Partners, det vill säga ICP. ICP är ett samföretag som ägs av fem europeiska familjeföretag i kaffebranschen. Bolaget eftersträvar inte vinst utan genomför i samarbete med andra biståndsorganisationer 3–4-åriga, långsiktiga utvecklingsprojekt i de kaffeproducerande länderna. De praktiskt inriktade projekten har fått ett gott mottagande och hjälper småodlarna att förbättra familjernas utkomst och levnadsförhållanden. Odlarna får bland annat handledning i användningen av hållbara odlingsmetoder, i hur de kan organisera sig och i hur de kan öppna nya marknadsförings- och distributionskanaler.

År 2008 pågick projekt i åtta länder: Kamerun, Peru, Uganda, Colombia, Tanzania, Honduras, El Salvador och Vietnam. Under rapportperioden var Pauligs andel av finansieringen av ICP-projekten cirka 170 000 euro.

Finland deltar för första gången i finansieringen av ett ICP-projekt då Utrikesministeriets Finnpartnership-program på hösten 2008 gick med i ett projekt som genomförs i Vietnam. Projektet når 400 robustaodlare som hör till de etniska minoriteterna i Lam Dong-området.

”Vietnam är världens näst största kaffeproducent och därför är det viktigt att kunskaperna om hållbara odlingsmetoder för kaffe av hög kva-

litet stärks där. Finnpartnership-programmet har finansierat arbetet för att lägga upp en projekt- och handlingsplan för ICP-projektet samt för att utveckla utbildningen”, berättar programmets chef Siv Ahlberg.

Pauligs inköpschef Timo Allén besökte plantagerna som deltar i ICP-projektet i Lam Dong i november 2008.

”Tillsvidare har tillgången på kaffe producerat av ICP-plantagerna varit begränsad. Vi har förbundet oss att köpa kaffe från ICP-projektplantagerna. En förutsättning är att det kaffe som produceras fyller våra kvalitetskrav”, säger Timo.

Mera information:
www.coffee-partners.org



Kaffet kommer sjövägen

Sjötransport är det effektivaste sättet att frakta råkaffe. Utsläppen från transporterarna har minskat liksom energiförbrukningen per transporterad enhet, eftersom containerfartygen har blivit större. De största fartygen rymmer över 10 000 sjöcontainrar på 20 fot. Nordsjö hamn som öppnade i november 2008 gör också Pauligs kaffe transporter effektivare.

Nästan 90 procent av det råkaffe Paulig tar emot är packat i så kallade bulkcontainrar. Inne i bulkcontainern finns en stor nylonsäck som rymmer 21 ton råkaffe. Resten, det vill säga 10 % av kaffet, kommer till Nordsjö i jutesäckar på 60 kilo. På vägen från ursprungsländerna till Finland stävar containerfartygen först till Europa, huvudsakligen till Hamburg eller Antwerpen. I bästa fall kommer kaffet från Brasilien till Nordsjö hamn på cirka 21 dygn. Som längst räcker resan två månader.

Då den nya hamnen i Nordsjö öppnade i slutet av 2008 förkortades också Pauligs transportsträckor för råkaffet. I och med att den nya produktionsanläggningen blir klar kan råkaffet flyttas direkt från hamnen till rosteriet. Det innebär att cirka 2 600 kaffecontainrar försvinner ur gatutrafiken i Helsingfors. Då transporterarna minskar sjunker också olycksrisken.

Lagerarbetare Pekka Hiltunen på DFDS Transport Solutions Oy kontrollerar att kaffet lagras effektivt och tryggt.

Paulig transporterar kaffe direkt till Moskva

Kaffets resa till Ryssland förkortades i mars 2008 då Paulig grundade dotterbolaget OOO Paulig Coffee i Ryssland och rätade ut kaffetransportrutten som nu löper rakt från Nordsjö till Moskva. Tidigare fraktades kaffet först från Helsingfors till Tallinn där kaffet som var på väg till Baltikum och Ryssland lagrades. Den nya distributionsmodellen gör det möjligt att transportera fulla laster, vilket i sin tur har minskat antalet transporter och hanteringskedan.

Projektet ECR Sustainable Transport Road Map utvärderar logistiken

Som sina transportpartners väljer Paulig företag som verkar på ett ansvarsfullt sätt. År 2008 redde Paulig ut vilka verksamhetsprinciper bolagets nya samarbetspartners tillämpar i fråga om miljön och kvalitetssystemen, samt auditerade bolagets fasta samarbetspartners. Pauligs erfarenhet visar att de samarbetspartners som är effektiva i sin affärsverksamhet också bäst kan beakta miljöaspekterna.

År 2009 genomför Paulig projektet ECR Sustainable Transport Road Map som pilotprojekt tillsammans med en av bolagets transportpartners. Målet för projektet är att granska transporterna och identifiera utvecklingsobjekt i de olika transportformerna, lasterna, användningen av lastutrymmet, bränsleförbrukningen, utbildningen och projekten samt informationen. Utifrån analysen av nuläget utarbetas en utvecklingsplan.

Mera information om projektet:
www.ecrnet.org



"Genom att kritiskt utvärdera nuläget och notera utvecklingsobjekten kan vi följa med i den logistiska utvecklingen", förklarar logistikdirektör Ronny Reijonen.

CASE: EUR-pallen ger många fördelar: utsläppen och riskerna i trafiken minskar

Paulig strävar efter att använda metoder och redskap som belastar miljön så lite som möjligt. Detta är möjligt med effektivare transporter, förpackningar och verksamhetsmetoder. Inom logistiken går miljöhänsyn och effektivitet ofta hand i hand.

Ett bra exempel är bytet av transportpallar. År 2008 övergick Paulig till att uteslutande använda EUR-pallar, det vill säga standardiserade europeiska lastpallar på 80 x 120 cm. Tidigare användes

också FIN-pallar (120 x 100 cm), men de används i det stora hela allt mindre i Finland.

"Användningen av EUR-halvpallar gör utrymmes användningen i lagren effektivare då man på varje pall kan stapla ett lager kaffepaket mer än tidigare. På årsnivå har transporterna från roosteriet till butikerna minskat med åtta procent, det vill säga med cirka 70 fulla laster. Det både minskar utsläppen från trafiken och sänker säkerhetsriskerna.", berättar logistikdirektör Ronny Reijonen.

Råkaffet som Paulig tar emot	2006	2007	2008
Säckcontainerar	8,9 %	14,3 %	14 %
Bulkcontainerar	91,1 %	85,7 %	86 %



Pauligs verksamhet flyttar till det nya rosteriet under sensommaren och hösten 2009. Maskinmontör Harri Natunen och förpackningsmaskinist Marja Leena Launonen har varit nöjda med KAMU-träningen.

Yrkesskicklighet och arbetsglädje

Pauligs kända varumärken kommer till i händerna på kunliga kaffeproffs. Företaget uppskattar yrkesskicklighet och satsar på att de anställda ska trivas i arbetet. År 2008 präglades av flytten till det nya rosteriet och utvidgningen av verksamheten: företaget har arrangerat träning i att hantera förändringarna och särskild uppmärksamhet har fästs vid de anställdas förmåga att orka i arbetet.

År 2008 sysselsattes företaget av de utmaningar flytten till det nya rosteriet och utvidgningen av företagsverksamheten medför. Personalen flyttar till det nya rosteriet under sommaren och hösten: arbetstagarna i produktionen flyttar till rosteriet stegvis under sommaren och hösten. Driftstarten för de nya anläggningarna, teknikerna och systemen är noga planerad.

I slutet av året inleddes ett praktiskt inriktat träningsprogram för att hantera förändringarna KAMU, eller Kaikki Mukaan (Alla deltar). Syftet är att stöda cheferna och produktionspersonalen i förändringarna.

År 2008 fortsatte Lektorsutbildningen som riktar sig till produktionspersonalen. Syftet med utbildningen är att stärka insikterna om det egna arbetets betydelse för de olika processerna och att sprida så kallad latent kompetens. För hela personalen arrangerades miljö- och sorteringsutbildning. Utbildningen ordnades

i samarbete med utbildare från Lassila & Tikanoja. Personalen fick handledning i återvinning och sortering av olika typer av avfall. Hela produktionspersonalen slutförde också en kurs för att få ett så kallat hygienpass. Syftet med utbildningen är att stärka kunskapen om hygien i det dagliga arbetet och om andra frågor som är viktiga inom livsmedelsindustrin.

Vid behov stöder Paulig också kompletterande utbildning, exempelvis påbyggnadsstudier, för enskilda arbetstagare. Företaget erbjuder också personalen möjligheten att delta i exempelvis språkkurser.

Personalundersökning

År 2008 genomförde Paulig en personalundersökning som också gällde Baltikum och Ryssland. Undersökningen utgör en del av People-projektet som inleddes år 2007 och vars syfte är att förenhetliga olika arbetskulturer och

skapa gemensamma HR-spelregler som står i samklang med lokala seder. Denna strävan underlättas av den information som personalundersökningen gav om arbetsmetoderna i de olika länderna.

Enligt undersökningsresultaten från Finland hyser pauligianerna förtroende för företagets ledning och tillförsikt inför framtiden. De upplever att verksamheten är effektiv. Enligt svaren uppskattar företaget sin personal och ser efter den samt erbjuder personalen utvecklingsmöjligheter. Arbetsförutsättningarna är rätt goda och samarbetet mellan enheterna fungerar också rätt väl.

Det finns också delområden som kunde förbättras: pauligianerna upplever att öppenheten är det av företagets värden som förverkligas sämst. Utvecklingsbehov ses också i personalledningen och i samarbetet inom enheterna. En del av personalen har högre förväntningar på kvaliteten på utvecklingssamtalen.

Pauligs anställda 2008

- Anställningarnas genomsnittliga längd var 13 år.
- Personalen växte med 64 nya pauligianer då Paulig Pro Finland Oy överfördes till Gustav Paulig genom företagsöverlåtelse.
- Sju personers anställning avslutades på grund av omorganisering av funktionerna.
- Antalet tjänstemän var 171 (68 %) och arbetstagare 68 (32 %). Totalt 228 personer var fast anställda.
- Sex personer avgick med pension.
- Personalens genomsnittsålder var 42 år.
- I Nordsjö arbetade förutom pauligianer också utomstående serviceproducenters anställda: nästan 20 proffs svarade bland annat för personalrestaurangen, bevakningen och lagerfunktionerna.



Maskinsköjare Pertti Mattila har jobbat på Paulig i 21 år.

Undersökningsresultat från Baltikum och Ryssland

I Baltikum är tron på företagets framtid god. De anställda upplever att de erbjuds effektiva arbetsförutsättningar och att målen är klara. Informationen mellan enheterna är också tillräcklig. De utmaningar som lyfts fram i Baltikum är förknippade med de bristfälliga möjligheterna för arbetsrotation inom företaget och med att umgänget mellan chefer och underordnade är sparsamt.

Även i Ryssland är Pauligs företagsbild god och tron på företagets framtid stark: de anställda upplever att de klart kan påverka sitt arbete och att samarbetet mellan chefer och underordnade är smidigt. Utmaningarna är förknippade med svaga möjligheter att avancera inom företaget. Cheferna önskar också få mera respons på sitt arbete.

I Baltikum och Ryssland tillämpas Pauligs allmänna personalpolitik. Personalförmånerna i Baltikum och Ryssland är av samma typ som i Finland, men anpassade till landets sed. Juridiska anställningsfrågor sköts enligt den lokala arbetslagstiftningen.

Arbetshälsa trots förändringarna

I Finland har Paulig en företagshälsostation som verkar i bolagets egna lokaler. På företagshälsostationen arbetar en företagshälsövårdare och en läkare på deltid. Genom sin verksamhet stöder och främjar företagshälsövården personalens välbefinnande och arbetar för att göra arbetsmiljön hälsosammare och säkrare. Verksamheten för att upprätthålla hälsa och arbetsförmåga bland personalen bygger på att risker och belastningsfaktorer i arbetet och arbetsmiljön identifieras

så tidigt som möjligt. Utöver förebyggande verksamhet erbjuds personalen sjukvård på specialistläkarnivå.

Flytten till det nya rosteriet beaktades år 2008 också i företagshälsövården och bland annat stresshantering diskuterades. Eftersom det nya rosteriet är rökfritt har pauligianerna erbjudits stöd med rökavvänjning och möjlighet att genomgå en lungkontroll. De som arbetar vid en datorskärm fick genomgå en synkontroll. År 2008 arrangerades också en föreläsning om hjärnans hälsa och temaveckor om hälsosam kost.

Långsiktig arbetssäkerhet

Pauligs arbetarskyddskommission utarbetar verksamhetsprogram och -planer för arbetarskyddet. År 2008 satte sig arbetarskyddskommissionen in i arbetssäkerhetsfrågorna kring det nya rosteriet. I det nya rosteriet ökar exempelvis den tekniska automationsgraden samtidigt som ergonomi och arbetsförhållandena förbättras.

Det långsiktiga arbetet för att utveckla arbetssäkerheten har gett betydande resultat. Jämfört med Finlands Näringslivs statistik är mängden av frånvaro på grund av sjukdom och arbetsolyckor klart lägre hos Paulig än i branschen i genomsnitt: pauligianernas frånvaro på grund av sjukdom år 2008 var 2,2 procent och andelen frånvaro på grund av arbetsolyckor var 0,2 procent.

Som en följd av automatiseringen har mängden riskfyllt, repetitivt arbete minskat och de arbetsrelaterade belastningssjukdomarna och yrkessjukdomarna har försvunnit nästan helt.

År 2008 inträffade tre arbetsolyckor. Det finns inga arbetsolyckor typiska för Paulig, utan olyckorna utgör enskilda fall, exempelvis halkningsolyckor.

Den mångsidiga verksamheten ger ork

På Paulig bedrivs en mångsidig klubbverksamhet som understöds av arbetsgivaren. Det finns ett tjugotal klubbar, från motionsgrupper till gourmetklubbar. Målet för klubbverksamheten är att upprätthålla och stärka personalens fysiska och mentala kondition samt att uppmuntra arbetstagarna att idka gemensamma hobbyer.

Företaget arrangerar regelbundet evenemang för hela familjen. Varje år samlas pauligianerna och deras familjer till gemensamma vinter- och sommarevenemang. Personalen har möjlighet att hyra fritidsstugor.

Möjligheterna att förena arbete och familjeliv stöds också på andra sätt. Om ett barn insjuknar kan den anställda få hem en vårdare på företagets bekostnad.

En arbetsplats som intresserar unga

Bilden av Paulig som arbetsgivare har förbättrats ytterligare bland unga. I en undersökning som konsultföretaget Universum genomförde på hösten 2008 utreddes för sjätte gången unga yrkesutbildade personers och studenter framtida mål i arbetslivet. Paulig steg från plats 26 till plats 20 på listan över de mest eftertraktade arbetsplatserna i Finland.

Finländska företag vars produkter eller tjänster lockar unga har traditionellt haft framgång på listan. I internetenkäten deltog cirka 7 000 studenter, största delen i handelsbranschen eller de tekniska branscherna. Placeringen påverkades bland annat av företagets anseende och status samt ansvarsfullheten i verksamheten.



Företagshälsovårdare Ulla-Maija Pessa anser att det förebyggande arbetet är viktigt. Hon handleder pauligianerna i många olika frågor, kring allt från näring till ergonomi och motion.



Lauri Hackman är teknisk planerare och följer data från genomlysningsanordningen för kaffeprodukter. Med hjälp av den är det möjligt att identifiera främmande partiklar inne i kaffepaketerna som passerar längs produktionslinjen.

Högklassiga och trygga produkter

År 2008 tog Paulig i bruk ett ledningssystem för livsmedels-säkerhet i enlighet med stan-darden ISO 22000. Bolaget intensifierade också egen-kontrollen. Den sensoriska bedömningen utgör en viktig del av kvalitetskontrollen.

Paulig har tidigare utvecklat sin pro-duktsäkerhet enligt en standard för livsmedelssäkerhet utarbetad av BRC eller British Retail Consortium. Det nya systemet enligt standarden ISO 22000 tas i bruk också i det nya rosteriet. Kvalitetsledningssystemets funktions-duglighet och effektivitet garanteras genom regelbundna utomstående och interna auditeringar.

En viktig del av Pauligs kvalitets-säkring utgörs av egenkontrollen som täcker alla skeden av kaffehantering-en, från inköpen av råkaffe till den slutliga produkten.

Kaffets kvalitet bedöms genom avsmakning

Paulig undersöker prover ur kaffe-partierna före köpbesluten, då kaffet skeppas och då frakten når Finland. Alla kaffepröver undersöks i bolagets eget laboratorium där bland annat fukthalten och bönornas storleksför-delning analyseras. Varje prov rostar också så att erfarna proffssmakare kan bedöma kvaliteten sensoriskt. Den

sensoriska bedömningen är en vik-tig del av egenkontrollen av kaffet. En avsmakningsgrupp bestående av flera pauligianer kontrollerar kaffets utseende, doft och arom i flera re-priser under produktionskedjan, från böna till kopp.

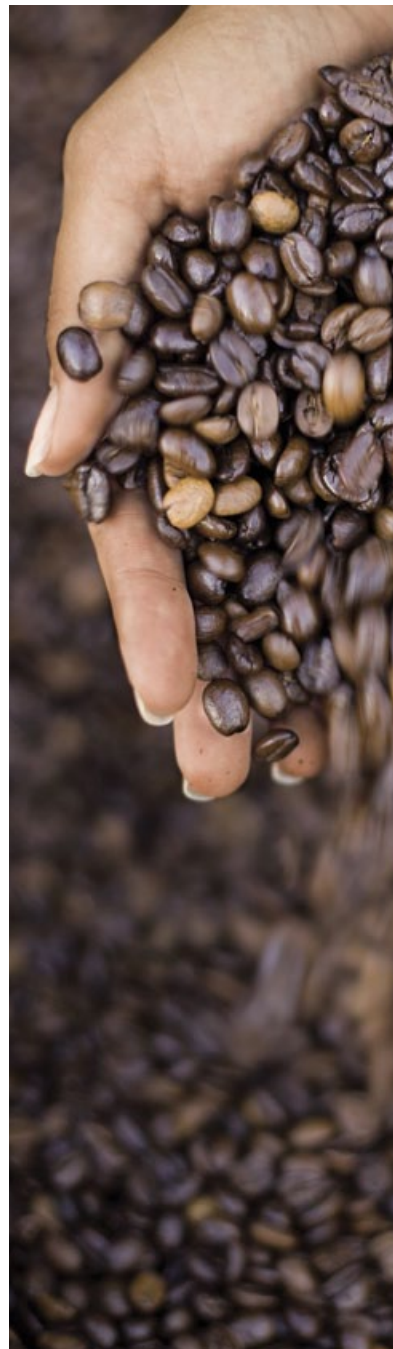
Ny genomlysninganordning höjer produktsäkerheten

Till en av förpackningslinjerna för hela bönor köpte Paulig år 2008 en ny genomlysningsskärmar för kaf-feprodukter. Den gör det möjligt att identifiera främmande partiklar inne i kaffepaketerna som passerar längs pro-dukionslinjerna. Om genomlysning-s-anordningen observerar främmande ämnen i en förpackning flyttar maski-nen den felaktiga produkten till lådan för förkastade kaffepaket. Förkastade produkter sorteras och återvinns som bioavfall och förpackningsmaterial.

Antalet klagomål på samma nivå som föregående år

Pauligs konsumenttjänst följer noga upp antalet kvalitetsfel och klagomål samt svarar på konsumenternas frå-gor. År 2008 steg antalet klagomål som gällde tekniska frågor, såsom läckande vakuumpförpackningar samt antalet klagomål på kaffets smak. Ök-ningen var liten, från 14 till 15 per en miljon producerat ton kaffe.

Klagomålen på främmande föremål i kaffet sjönk däremot till 2,1 per en mil-jon producerat ton (2007; 2,4) kaffe.



Miljön beaktas då kaffet rostas

Paulig fäster uppmärksamhet vid miljökonsekvenserna av kaffeproduktionen. Därför eftersträvar bolaget en effektiv energianvändning, minskade koldioxidutsläpp och avfallsmängder samt en högre återvinningsgrad. Miljöledningen vid Pauligs rosteri bygger på den internationella miljöstandard ISO 14001.

Paulig producerade drygt 45 000 ton kaffe i rosteriet i Nordsjö år 2008. Kaffeproduktionen ökade något jämfört med året innan. Sedan 2004 har produktionen legat över 40 000 ton per år.

Energikonsumtion och vatten

Som energikälla använder Pauligs kafferosteri naturgas. Den största utsläppsposten i luften är koldioxid som uppstår både då naturgasen bränns och i det rostade kaffet. De övriga utsläppen i luft är små. Koldioxidutsläppen ökar då produktionsvolymerna stiger.

Paulig har strävat efter att sänka de specifika utsläppen, det vill säga

utsläppen per ton producerat kaffe, genom effektivare produktionsstyrning och välfungerande underhåll på utrustningen.

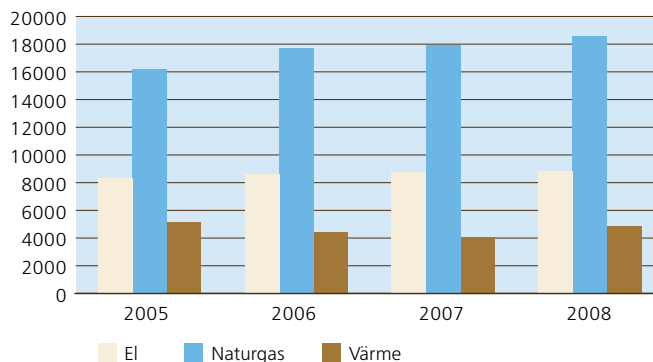
Den månatliga naturgasförbrukningen per produktionston planade ut mot slutet av 2008. På årsnivå förändrades förbrukningen inte jämfört med året innan.

I elförbrukningen skedde inga väsentliga förändringar men sedan år 2005 har förbrukningen sjunkit något.

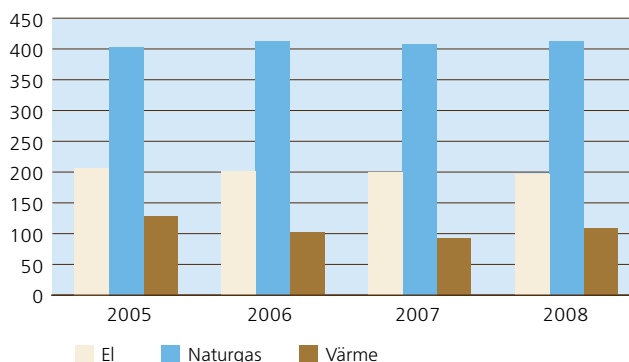
Energiförbrukningen år 2008 motsvarade nästan exakt siffrorna för år 2007. Vattenkonsumtionen låg på samma nivå som året innan.



Energiförbrukning per kalenderår (MWh)



Energiförbrukning per kalenderår per producerat ton (kWh/t)



Avfallsmängder

Paulig har som princip att producera så lite avfall som möjligt som inte kan återvinnas.

År 2008 var den totala mängden avfall Paulig producerade cirka 755

ton. Den totala avfallsmängden minskade något jämfört med året innan.

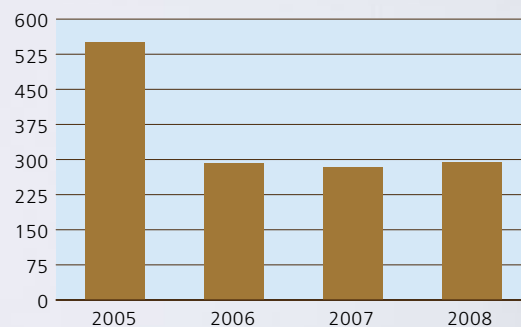
Mängden bioavfall har liksom i fjol minskat kraftigt, eftersom skalavfallet från rostningen återanvänds som briketter. Mängden förpackningsavfall

från handel och industri per producerat ton kaffe har börjat sjunka något.

Utsläpp (ton)

	Damm	Kolväten	Kolmonoxid	Koldioxid	Svaveldioxid
2005	1,3	25	125	6493	0,02
2006	1,4	28	140	7278	0,03
2007	1,4	29	144	7444	0,03
2008	1,5	30	147	7619	0,03

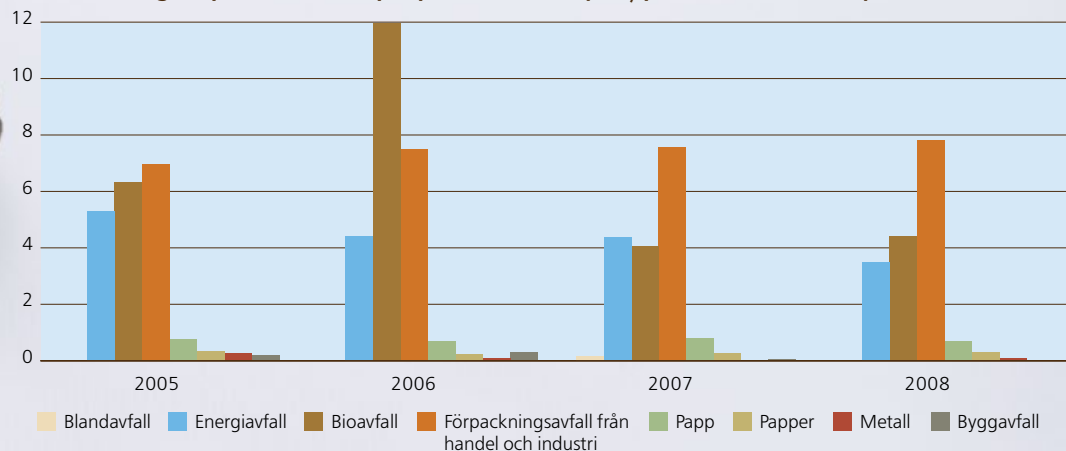
Vattenkonsumtionen per kalenderår, per producerat ton (liter/producerat ton kaffe)



Avfallsmängder per kalenderår (ton)

	Energiavfall	Förpackningsavfall från handel och industri	Bioavfall	Blandavfall	Papp	Papper	Metall	El- och elektronikskrot	Byggavfall	Problemavfall
2005	213,20	281,20	255,06	0,70	31,04	13,40	11,00	0,61	8,50	3,55
2006	190,80	322,70	514,80	0,00	29,50	9,60	3,50	0,85	12,60	4,44
2007	193,30	333,20	178,40	6,60	35,20	11,10	0,00	0,00	2,10	0,00
2008	157,00	353,30	196,90	1,20	30,30	11,80	5,74	0,44	2,00	0,61

Avfallsmängder per kalenderår, per producerat ton (kilo/producerat ton kaffe)





Pauligs populäraste kaffesorter Jubileums Mocca och President packas i täta laminatförpackningar där de utsökta aromerna håller länge.

Utvecklingsarbetet fortsätter med förpackningsmaterialet

Kaffeförpackningens viktigaste uppgift är att skydda produkten från att förfaras och därmed garantera att den konsumeras. Pauligs mest sålda kaffesorter, President och Jubileums Mocca, förpackas huvudsakligen i laminatförpackningar på 500 g. Laminatförpackningens andel av hela produktens miljöbelastning är låg, cirka 5 procent, då man inte beaktar hur förpackningarna förstörs.

Paulig undersöker aktivt produktförpackningarnas miljökonsekvenser: målet för rapportåret var att göra förpackningslaminatet för 500 g kaffeförpackningarna tunnare och därmed minska mängden blandavfall som avstjäpningsplatserna tar emot från hushållen. För Brazil-kaffet har detta mål nåtts i sin helhet, för Jubileums Mocca- och President-förpackningarna delvis. För 2009 är målet att övergå till det tunnare förpackningslaminatet i alla kaffeförpackningar. Man kan däremot inte göra förpackningarna alltför tunna eftersom de måste hålla hanteringen från rosteriet till konsumenten.



Praktiska miljögärningar

Paulig har deltagit i WWF:s Green Office-program sedan 2005. Programmets mål är att minska miljöbelastningen av kontorsarbetet genom att höja personalens medvetenhet om ekologisk konsumtion och sporra till miljövänlig verksamhet.

Under rapportåret fortsatte företaget tillämpa programmet i Finland. Egna Green Office-anvisningar utarbetades för enheterna i Baltikum och Ryssland.

Under rapportåret utfördes flera praktiska miljögärningar. På rosteriet i Nordsjö informerades personalen om hur man kan minska pappersförbrukningen. För att sänka elkonsumtionen fick pauligianerna bland annat anvisningar om att stänga av strömmen i kontorsmaskinerna vid arbetsdagens slut och till veckoslutet. Dessutom arrangerades en energisparvecka. Återvinningen har utvecklats: i personalmatsalens kök uppstår inte längre nå-

got blandavfall utan allt avfall som blir över efter matgästerna är bioavfall.

Green Office-programmet fortsätter också i det nya rosteriet.

www.wwf.fi/yritykset/green_office/

CO₂-utsläppsgränser för biltrafiken

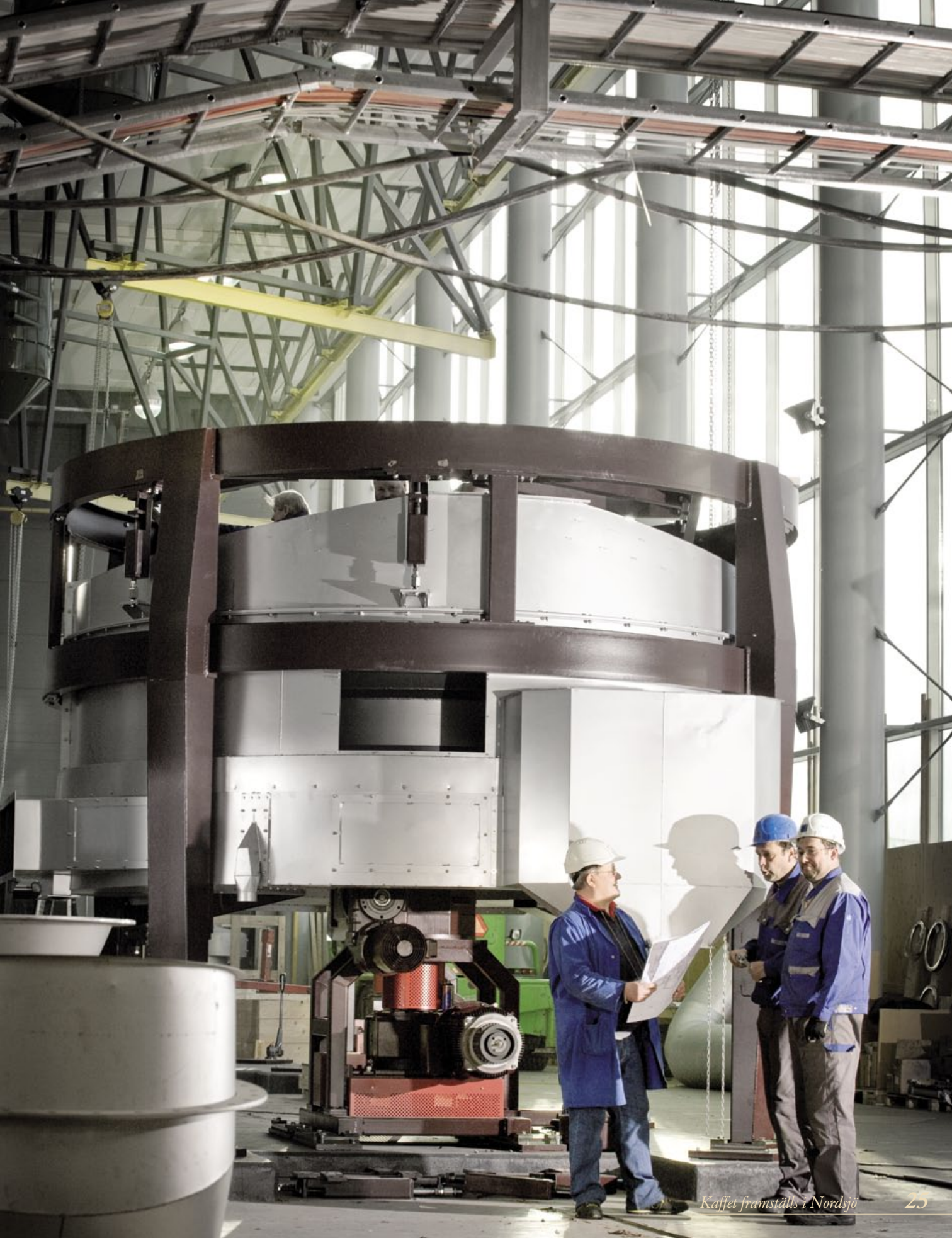
I slutet av 2008 gjordes vissa justeringar i Paulig-koncernens fordonspolitik, för att göra den mer miljövänlig. Koldioxidutsläppen från tjänstebilarna får inte överstiga 196 g/km. Vidare ska de dieseldrivna serviceleasingbilarna och bilarna som koncernen äger vara utrustade med partikelfilter.

Slut på buller- och luktölaghetererna

Målet att sänka det nattliga, lågfrekventa bullret till under 30 decibel uppnåddes. Dagtid hölls bullernivåerna utanför rosteriet under 55 dBA, det vill säga inom de gränser miljötillståndet anger. Under rapportperioden tog bolaget inte emot ett enda klagomål på buller, men två klagomål angående kaffelukt. Året innan lämnade invånarna inga klagomål.

Det nya rosteriet ligger i närheten av Nordsjö hamn, långt från närmaste bosättning. Den nya fabriken fick miljötillstånd under rapportåret. I miljötillståndet definieras tillståndsförpliktelserna och gränsvärden bland annat för det buller fabriken ger upphov till. Nytt i tillståndet jämfört med det nuvarande rosteriet är skyldigheten att följa upp lukten. Paulig ska alltså själv regelbundet utvärdera lukten från kafferosteriet genom sensorisk bedömning.

I det nya rosteriet har miljöaspekterna beaktats bland annat i de energieffektiva rostningsmaskinerna. Norbert Raschke, Heiko Schneemann och Stefan Kniffka (Probat Werke GmbH) monterar en rostningsskål.



Det nya rosteriet blir energieffektivt



"I det nya rosteriet som snart står färdigt på företagsområdet i Nordsjö hamn har miljöaspekterna beaktats i alla skeden av planering och utförande, från inredning till ytterväggar", berättar projektledaren Minna Forsström.

Byggarbetet på det nya rosteriet i Nordsjö har fortskridit enligt tidtabell. Rosteriet har i sin helhet konstruerats för att vara energieffektivt. Byggnadens uppvärmningssystem representerar också ny, energieffektiv teknologi. Användningen av ny teknologi

skapar samtidigt förutsättningar för en noggrannare produktkontroll än tidigare och minskar den miljöbelastning som uppstår då kaffet rostar. I några månaders tid under hösten 2009 kommer det gamla och det nya rosteriet att fungera parallellt.

Som byggnadsmaterial för det nya rosteriet har Paulig valt hållbara material som är enkla att underhålla, såsom stål, glas och aluminium. Som ytmaterial för byggnaden valdes ekologiskt COR-TEN-stål, en legering som patenterades på 1930-talet och innehåller små mängder ädelmetaller. COR-TEN som med tiden får en brunviolett rostpatina är fullständigt återvinningsbart och ett mycket hållbart ytmaterial. Materialet har lång livslängd och miljöbelastningen är låg eftersom materialet inte behöver ytbehandlas, målas eller korrosionsskyddas.

Värmesystemet representerar ny teknik

Förpackningshallen, utrymmena där kaffet mals och lagren i det nya rosteriet värms från taket nedåt. I taket monteras radiatorpaneler som värmer upp lokalerna 5–10 procent effektivare än traditionella varmluftsfläktar.

Panelerna som monterats i taket strålar värme nedåt. Strålningseenergin omvandlas i värme först då den träffar en yta eller ett annat föremål nedanför. Luften värms inte upp i onödan och ingen energi går till spillo då man värmer upp ytor i stället för luften. Det energieffektiva värmesystemet riktar också in uppvärmningen där var människor arbetar, det vill säga på ytorna i lokalernas nedre del, varvid känslan av drag och mängden luftburet damm minskar.

Ny teknik skapar säkerhet och minskar olägenheterna av rostningen

Produktsäkerheten i det nya rosteriet ligger på mycket hög nivå. Kaffets höga kvalitet garanteras av kaffelaboratoriet som finns i samma

utrymmen, samt av kontrollrummet för produktionen. Information förmedlas snabbt från en arbetstagare till en annan. Projektet Bästa böna som inleddes år 2005 har resulterat i ett egenkontrollsystem för produktionen som innebär att arbetstagarerna i kaffeproduktionsprocessen granskar produkternas kvalitet vid sina egna arbetsstationer.

Innan kaffeproduktionen inleds i det nya rosteriet ska produktionslinjerna rengöras. Det finns omsorgsfullt utarbetade och detaljerade planer för säkerheten, spårbarheten, eventuella situationer där produkter måste återkallas samt för krissituationer.

Noggrant planerad logistik

Pauligs nya rosteri ligger logistiskt sett ypperligt placerat intill Helsingfors nya hamn och vid viktiga trafikleder. Råkaffet flyttas direkt från hamnen till rosteriet och slutprodukterna fraktas via huvudtrafikleder till kunderna. Själva rosteriområdet har gjorts tryggt bland annat genom att person- och godstrafiken har avskärmats från varandra.

Att köra igång det nya rosteriet och stegvis överföra produktionen från det gamla rosteriet före utgången av 2009 är en utmanande uppgift. Därför har överföringen planerats omsorgsfullt. En noggrann transportplan har utarbetats för flyttningen av de maskiner och anordningar som anländer till det nya rosteriet. Flyttningen av råkaffecontainerar från hamnen till rosteriet, den nya logistikcentralens och lagrets funktioner samt transporten av slutprodukter till kunderna har också varit föremål för olika logistikprojekt.



*”I praktiken har alla kaffepaket som kommer ut ur Pauligs nya rosteri passerat genom systemet som vi har levererat, och hanterats av våra Kawasaki-robotar”, berättar Orfers styrelseordförande Paul Stucki och Jukka Kettunen.
Bild: Siina Ikonen*

CASE: Innovativt samarbete skapade nytt

Företaget Orfer Oy i Orimattila levererar robotpalleterings- och förpackningssystem och spelar en viktig roll i Pauligs nya rosteriprojekt. Företaget erbjuder en helhetslösning för den nya fabriken: palleteringsanläggning och nya palleteringsrobotar, omkonstruktion av de gamla palleteringsrobotarna, flyttning av dem från den gamla fabriken och ett över en kilometer långt transportörsystem.

”Underhålls- och stödtjänsternas betydelse växer hela tiden, särskilt i stora projekt. Vi håller våra löften till kunderna och har viljan och förmågan att lösa de utmaningar kunderna ställer på oss”, säger Jukka Kettunen, marknadsföringsdirektör för Orfer Oy.

”För oss är det viktigt att lokalt ha tillgång till kompetent och yrkeskunnigt stöd för de robotbaserade automationsystemen”, säger Minna Forsström som är projektdirektör för rosteriprojektet.

Enligt det avtal som företaget har ingått med Paulig stärker Orfer sin organisation med 5–8 arbetstagare under 2009.

Målet är en nöjd konsument

Paulig står kontinuerligt i kontakt med konsumenterna, detaljhandeln samt kontorskaffe- och horeca-kunderna, bland annat genom kundresponser, internet och marknadsundersökningar.

Paulig har flera viktiga intressentgrupper med vilka bolaget idkar ett nära samarbete. Bolaget tar väl hand om den egna personalen. Med syster-, intresse- och dotterbolagen upprätthålls regelbundna kontakter. Samarbetet mellan råkaffeleverantörerna och Paulig har långa traditioner.

Kundbetjäningen genom konsumenttjänsten, den elektroniska kanalen för kundrespons och marknadsundersökningarna är, liksom Paula, exempel på en aktiv dialog med konsumenterna. Företaget samarbetar med sina viktiga kunder, såsom handelns centralaffärer, detaljhandelskedjorna, självständiga detaljhandelsaffärer samt storköskunder. Storköskunder

är bland annat kaféer och restauranger. En stor kundgrupp utgörs av den offentliga sektorn: Pauligs kaffe dricks bland annat på ålderdomshem, sjukhus och soldathem. Kontoren är också viktiga kunder.

Konsumenttjänsten utvecklas

Konsumenttjänsten utgör en del av Pauligs kvalitetskontroll: konsumenttjänsten erbjuder snabb, högklassig, yrkeskunnig och vänlig betjäning. År 2008 kontaktades konsumenttjänsten uppskattningsvis 6 000 gånger i frågor som gällde kaffe. Alla kontakter registreras och besvaras personligen. Misstankar om kvalitetsfel hos kaffet utreds genom laboratorieundersökningar.

Pauligs konsumenttjänst utreder omsorgsfullt all kundrespons och utvecklar sin verksamhet utifrån responsen. År 2009 är målet att utveckla konsumenttjänsten och interaktionen med konsumenterna genom att aktivare än förr utnyttja internet, där man snabbt och enkelt kan lämna respons

eller ställa frågor om produkterna. Tillsvidare kommer största delen av responsen in per telefon och post.

En del av samhället

Pauligs rosteri är ett bekant landmärke för många Nordsjöbor. Utom att företaget aktivt deltar i utvecklingsarbetet i stadsdelen är Paulig en stor arbetsgivare i området och en stor del av pauligianerna bor i Östra Helsingfors.

Invanarna i närområdet och medierna är intresserade av det nya rosteriet som färdigställs på hamnområdet i Nordsjö. Information om byggarbetet på det nya rosteriet finns på företagets webbplats och ges också i medierna, vars representanter har fått stifta bekantskap med rosteriet i olika skeden av projektet.

Byggarbetet på det nya rosteriet har år 2008 varit förknippat med en hel del myndighetssamarbete. Samarbetet är särskilt aktivt med olika instanser i anknytning till själva byggprojektet, exempelvis ägarna och finansierarna.

En njutningsfull kaffestund innebär lyx i vardagen och till fest. Enligt undersökningar som Paulig har låtit utföra dricker finländarna gärna kaffe då de går på visit och de tycker att kaffepauserna på jobbet är viktiga.

Paulig-institutet utbildar proffs

Paulig-institutet erbjuder proffs i horeca-branschen sakkunnig kaffeutbildning och utbildning i användningen av den utrustning Paulig förmedlar och säljer. Utbildningen fokuserar på tillredningen av kvalitetskaffe och man studerar bland annat kaffekedjans verksamhet från böna till kopp. På kaffekurserna som Paulig-institutet arrangerade år 2008 deltog 2000 personer. Kurser kan också avläggas över webben.



Många sätt att stöda

Paulig stöder allmännyttig verksamhet i Finland och på andra håll i världen. År 2008 sysselsatte bolaget genom Työkeskus Visu vandainvalider som underleverantörer i sina marknadsföringskampanjer. www.kolumbus.fi/vantaaninvalidit/

Samarbetet med Walkers-ungdomskaféerna som fungerar med frivilligarbete har fortsatt sedan 1999. Under rapportåret donerade Paulig cirka 650 kilo kaffe till kaféerna och bekostade nya rockar för frivilligarbetarna. De som arbetar på Walkers-kaféerna deltar också i Pauligs kaffekurser. www.asemanlapset.fi

Paulig har sedan 2001 stött Åbo domkyrkoförsamlings missionscafé Domcafé med kaffedonationer. Intäkterna från kaféet går till ett sjukhus som kyrkan upprätthåller i staden Aira i Etiopien. Sjukhuset fungerar också som sjukvårdsläroanstalt och elevhem. www.turunsk.fi

Bolaget har i många år donerat kaffe till de julfester som framlidne socialrådet Veikko Hurstis stiftelse arrangerar för hemlösa. Paulig samarbetar också med sin fadderskola Kallahden peruskoulu. www.kalla.edu.hel.fi

Till julen 2008 donerade Paulig 15 000 euro för att stöda UNICEF:s verksamhet. www.unicef.fi

Paulig är tillsammans med fyra andra europeiska kaffebolag delägare i bolaget International Coffee Partners GmbH (ICP). ICP eftersträvar inte vinst utan genomför projekt för att förbättra utkomsten och levnadsförhållandena för småodlare och deras familjer i olika ursprungsländer. I fjol var Pauligs andel av kostnaderna cirka 170 000 euro. www.coffee-partners.org



K-Team-dagarna är det största evenemanget i Finland där nya produkter presenteras för detaljhandeln. På årets tillställning serverade Paulig totalt mer än 6 000 koppar kaffe. Nyckelkundschef Jyrki Mulari och Anni Tarbonen träffade Pauligs kunder och handelpersonalen.

Framgången bygger på starka varumärken

I Finland är Paulig känt som ett kaffehus vars produkter håller hög kvalitet och som har långa traditioner. År 2009 fyller bolagets kändaste varumärken Jubileums Mocca och President 80 år. Det breda kaffesortimentet erbjuder smakupplevelser såväl för vänner av ljus- och mörkrostat filterkaffe som för konsumenter som uppskattar bönkaffe och espresso.

Paulig har systematiskt och långsiktigt byggt upp sina varumärken utan att pruta på kvaliteten. Enligt en konsumentundersökning (Brandflow, IRO Research, 4/2008 och 10/2008) är Jubileums Mocca och President de kändaste kaffemärkena i Finland. Samma märken placerade sig på plats 14 och 15 i Taloustutkimus undersökning över de mest uppskattade varumärkena i Finland. Paulig är det 20:e mest uppskattade varumärket.*

För att nå framgång följer företaget kontinuerligt med och försöker förutse utvecklingen i branschen och inom teknologin samt förändringar i kundernas konsumtionsvanor. För att systematiskt bygga upp varumärkena krävs det stor insiktsfullhet, förnyelseförmåga och ansvarsfull företagsverksamhet.

* Källa: Taloustutkimus Oyj:s M&M-tidningens undersökning Brändien arvostus 2008.

Smakupplevelser till buds

Paulig känner sitt ansvar som skapare av kaffepplevelser och som expert på kaffetrender. Finlands ledande kaffehus forskar aktivt i bland annat förändringar i konsumtionsbeteende och smakvanor samt utvecklingen av kaffetrender.

Pauligs breda produkturval omfattar såväl traditionellt ljusrostat och mörkrostat filterkaffe som espresso-produkter och mycket mörkrostat kaffe av fransk typ. Till sortimentet hör också kaffesorter rostade på bönor från ett givet ursprungsland samt UTZ CERTIFIED ansvarscertifierat kaffe.

Pauligs varumärken är

Jubileums Mocca

President

President Mörkrost

President Gold Label

Parisien

Espressoprodukterna

Till produktfamiljen Paulig Speciality Coffee hör kaffe från ett givet ursprungsland

Ethiopia

Kenya

Guatemala

Colombia – ekokaffet

De UTZ-certifierade

kaffesorterna är

Paulig Mundo

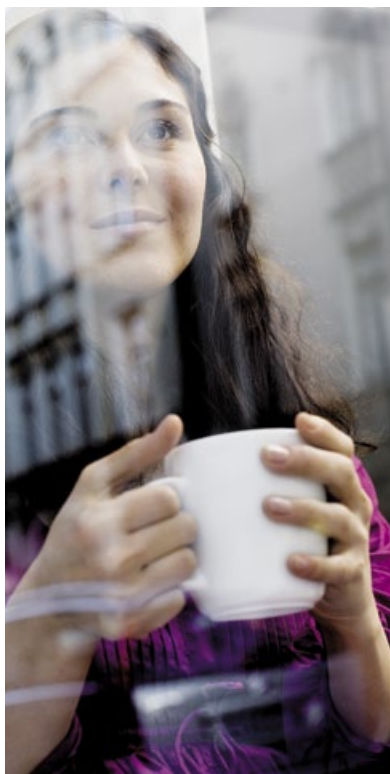
Paulig Espresso Originale

Brazil

Andra Paulig-varumärken är

Frezza-mjölkcaffedryckerna

Tazza-kakaokongentrat.



Visste du att ...

- Finländarna är de flitigaste kaffedrickarna i världen, vi dricker cirka fem koppar per dag per person.
- De flesta kaffedrickarna dricker kaffe hemma dagligen (82 procent av de som svarat).
- Av de kaffedrickare som arbetar dricker 71 procent dagligen kaffe på sin arbetsplats. På arbetsplatsen dricker man cirka tre koppar per dag.
- 9 procent av kaffedrickarna dricker dagligen sitt kaffe på kafé eller restaurang.
- 96 procent av de som besvarat undersökningarna föredrar bryggmalet
- De populäraste specialkaffedryckerna är cappuccino, espresso och caffè latte.
- Kvinnor dricker specialkaffe oftare än genomsnittet.

Källa: Brandflow-undersökningarna, IRO Research 10/2008

CASE: Forskning kring kaffets hälsoeffekter

Kaffe och dess beståndsdelar har redan länge varit föremål för aktiv forskning. De vetenskapliga kaffeundersökningar som har utförts de senaste åren har gett en hel del ny evidens för att kaffet har gynnsamma hälsoeffekter. En frisk vuxen kan lugnt dricka 4–5 koppar kaffe per dag. Enligt undersökningarna kan en måttlig kaffekonsumtion till och med ha hälsofrämjande effekter: kaffe kan exempelvis minska risken för att insjukna i diabetes av vuxentyp och Alzheimers sjukdom.

I egenskap av medlem i Rosteriföreningen deltar Paulig i informationsprogrammet Kaffe och hälsa som koordineras av ICO eller International Coffee Organization. Syftet med programmet är att samla och förmedla de nyaste forskningsrönen om kaffe till hälsovårdspersonalen. Akademiska experter garanterar att informationen är riktig.

Mera information om kaffe och hälsa: www.kahvi.net/terveys/

Statens näringsdelegations dryckesrekommendation

Enligt Statens näringsdelegations dryckesrekommendation som publicerades i juni 2008 kan man dricka kaffe dagligen, helst utan socker och grädde. Kaffet kan räknas som en del av det dagliga vätskeintaget. För gravida rekommenderas högst tre koppar kaffe dagligen.



Paulig växer i Baltikum och Ryssland

År 2008 tog Paulig och bolagets kaffesorter över positionen som marknadsledare på detaljhandelsmarknaden i Baltikum. Bakom framgången ligger kaffet Paulig Classic som lanserades för några år sedan. Exporten till Baltikum och Ryssland står nu för cirka en femtedel av företagets försäljning.

Under de kommande åren eftersträvar Paulig tillväxt framförallt på marknaderna utanför Finland. Den globala finanskrisen som började år 2008 har emellertid påverkat Baltikum och Ryssland kraftigare än Finland. Därför är ingen större tillväxt att vänta på dessa marknader år 2009.

I Baltikum konkurrerar Paulig med stora, internationella företag i kaffebranschen. Genom att beakta lokala förhållanden och smakvanor och genom hög synlighet i butikerna har Paulig lyckats höja sin marknadsandel. Pauligs marknadsandel i Baltikum är cirka 28 procent (AC Nielsen, 12/2008).

Kaffe piggar upp

I Baltikum och Ryssland marknadsförs alla kaffesorter under paraplymärket Paulig. De populäraste produkterna på marknaden är Paulig President samt Paulig Classic som har utvecklats särskilt med tanke på vilka

smaker konsumenterna på exportmarknaderna föredrar. Till Paulig-produktfamiljen hör också flera espressoprodukter.

Konsumenterna dricker kaffe för att det piggar upp och det dagliga kaffet avnjuts oftast på arbetsplatsen eller hemma på morgonen. Ryssarna dricker knappt 0,5 kg per person och år, balterna 3–5 kg beroende på land. I Ryssland är rostat kaffe ännu en specialprodukt eftersom cirka 4/5 av det kaffe som konsumeras är snabbkaffe.

I Lettland och Litauen är det populärast att tillreda kaffet direkt i koppen. I Estland används flera metoder, från presskannor till filterbryggnings. I Ryssland är kaffe bryggt direkt i koppen och kaffe av turkisk typ populära. Kaffet som används är mörkare än traditionellt finländskt kaffe.

OOO Paulig Coffee inledde sin verksamhet i Ryssland

I Ryssland konkurrerar Paulig med både lokala och internationella aktörer. I de moderna butikskedjorna är Paulig marknadsvåa mätt i försäljningsvolym och marknadsledande mätt i försäljningens värde.

År 2008 grundade Paulig dotterbolaget OOO Paulig Coffee i Ryssland. OOO Paulig Coffee ingår avtal direkt med de butikskedjor som har grundat egna centrallager. Kaffeexporterna sköts nu direkt från Nordsjö till Moskva.



CASE: Paulig etablerade representation i Ukraina

Paulig har i över tio års tid exporterat sina produkter till Ukraina. I början av 2008 grundade företaget en representation i Kiev och i slutet av året lanserades kaffet Paulig Classic för de ukrainska konsumenterna. Målet är att få fotfäste i de moderna butikskedjorna i Ukraina och att genom uppseendeväckande produktpresentationer och effektiv synlighet i butikerna introducera ukrainarna till produkten. Det vill säga att göra ukrainarna intresserade av kaffe.

”Kaffekulturen i Ukraina håller ännu på att utvecklas och då vi är ute i god tid har vi chansen att växa med våra kunder”, säger landschef Dmitry Vinokurov som har flyttat från S:t Petersburg till Ukraina.

”Ukraina med sina 46 miljoner invånare har gjort ekonomiska framsteg och håller på att bli medlem i den internationella handelsorganisationen WTO, och därför blir också affärsmetoderna genomskinligare. Den ekonomiska krisen har drabbat också Ukraina och därför blir vi nu tvungna att bromsa en aning”, säger Dmitry.

2008 ett ekonomiskt framgångsrikt år

Ett gott ekonomiskt resultat skapar förutsättningar för att företaget långsiktigt ska kunna utveckla verksamheten och investera i nya produktionsenheter, miljövänliga lösningar och personalens välbefinnande. Framgången gagnar också samhället i form av inkomstskatt och arbetsplatser.

Pauligs marknadsposition stärktes under rapportåret på alla marknader och omsättningen steg till 232 miljoner euro. I Finland är Paulig klart marknadsledande* med en marknadsandel på cirka två tredjedelar. Bolagets ekonomiska resultat i fjol var gott, vilket skapar en hållbar grund för rosterinvesteringarna. Rosteriprojektet i Finland som är värt 120 miljoner euro fortskrider enligt planerna och rosteriet tas i bruk före utgången av 2009. Byggstarten på rosteriet som planeras i Ryssland skjuts upp på grund av det ekonomiska läget. Tomtaffären i Borovlevo i Tver har genomförts och alla planer och tillstånd

som krävs är klara då beslutet om att inleda bygget fattas. På våren 2008 grundade Paulig bolaget OOO Paulig Coffee i Ryssland. OOO Paulig Coffee importerar, lagrar, säljer och distribuerar Pauligs kaffeprodukter på den lokala marknaden. För att stärka marknadspositionen i Ukraina etablerade Paulig en representation i landet i början av år 2008.

Pauligs årsproduktion av kaffe år 2008 var 45 043 ton. Till Finland importerades under rapportperioden 3 517 ton rostade kaffeprodukter. På export gick 8 551 ton kaffe, av vilket Pauligs andel var 87 procent.

Arbete från böna till kopp

Pauligs största utgiftsposter uppstår i anskaffningen av råkaffe och annat material, såsom förpackningsmaterial. Största delen av inköpen görs i de kaffeproducerande länderna. Bolagets inköpsverksamhet har en stor, indirekt sysselsättande effekt i ett flertal länder.

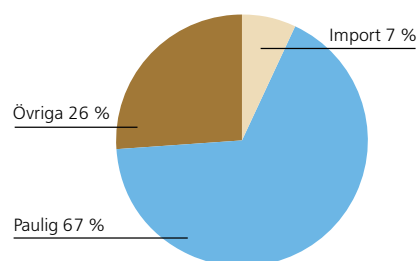
I slutet av 2008 arbetade 263 personer för Paulig i Finland och deras löner inklusive bikostnader var nästan 13 miljoner euro. Summan inkluderar beskattningsbara naturaförmåner.

Verksamhet på tre fronter

Pauligs kaffegrupp leds av verkställande direktör Pekka Pirinen. Organisationen fördelas på tre geografiska regioner: Norden, Baltikum och Ryssland. Direktör för Norden är Leif Hellman, direktör för Baltikum är Tambet Hook och direktör för Ryssland är Denis Smirnov.

Marknadsföringen, personalutvecklingen, ekonomin, IT och hantveringen av leveranskedjan har koncentrerats till kaffegruppens ledning.

Den inhemska kaffeproduktionen och -importen år 2008*



* Siffrorna bygger på Livsmedelsindustriförbundets, tullens och Pauligs egen försäljningsstatistik. AC Nielsens mätningar används inte längre i Finland.

Nyckeltal för det ekonomiska ansvaret (1000 euro) **

Räkenskapsperiod	1.5.2004–30.4.2005	1.5.2005–31.12.2005***	1.1.2006–31.12.2006	1.1.2007–31.12.2007	1.1.2008–31.12.2008****
Omsättning	159 900	115 307	200 403	210 110	232 139
Utbetalda löner, bikostnader och naturaförmåner	11 000	7 396	11 831	12 339	12 983
Anskaffningsutgifter för råvaror och material t	82 000	71 249	117 539	119 650	141 063
Ränte- och övriga finansieringsintäkter	2 158	124	278	511	400
Ränte- och övriga finansieringskostnader	273	945	753	1 704	1 814
Investeringar	1 108	1 247	2 971	8 369	20 138

** Resultatet rapporteras ur moderbolaget Oy Gustav Paulig Ab:s bokslut.

*** 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.

**** Redovisningsperioden 2008 inkluderar en två månaders period för Paulig Pro Finland vars affärsverksamhet överfördes till Gustav Paulig 31.10.08.

Starkare satsningar på out of home-marknaden

Marknaden för kaffe som dricks utanför hemmen har under de senaste åren vuxit och blivit mångsidigare. Allt fler kunder vill köpa helhetstjänster för kaffeservering: produkter, utrustning och kringtjänster av en och samma leverantör. Paulig har redan i några år aktivt utvecklat sin beredskap på denna växande marknad, bland annat genom företagsköp i Finland, Sverige och Baltikum. Under rapportåret slog Paulig samman de finländska enheterna som erbjuder kaffeserveringstjänster under en ny PRO-funktion och i Sverige grundades Paulig Coffee AB. Bolaget köpte också upp sitt tidigare intressebolag i Baltikum, Bossa Teeninduse AS.

Utöver kaffe av högsta kvalitet kan Paulig nu erbjuda sina detaljhandels-, horeca- och kontorskunder ett mångsidigt urval kaffeutrustning och apparatur, med tillhörande underhålls- och planeringstjänster.

Proffs litar på kvaliteten: i kaffemaskinerna och automaterna mals kaffet av äkta bönor. "Produkterna, servicen och kvaliteten – och varumärket Paulig förstås – är våra trumskort på marknaden", säger Anu Kokko som är försäljningschef för horeca-sektorn. Hon flankeras av Lari Salomaa som är försäljningschef för kontorskaffetjänsterna.

Grafisk design: SEK PRO
Koncept design och text:
Euro RSCG BNL
Tryckning:
Erweko Painotuote Oy,
Helsingfors, 2009





Paulig

Oy Gustav Paulig Ab
Gustav Pauligs gata 5 • PB 15, 00991 Helsingfors
Telefon (09) 319 81 • www.paulig.fi