



Från bönna till kopp
Företagsansvarsrapport 2009

Paulig

Vårt mål är att vara det ledande kaffehuset och den attraktivaste samarbetspartnern på valda marknader. Vi vill erbjuda de bästa smakerna för njutbara stunder.



Innehåll

Paulig är ett kvalitetskaffehus	3	Det bästa kaffet – säkert	19
Ansvar bland förändringar	4	Miljön beaktas då kaffet rostar	20
Bönans intressanta resa till koppen	6	En ny ledningsmodell sporrar till utveckling	25
Paulig-kvalitet och ansvarsfullhet som köpkriterier	8	Många drar nytta av den stabila ekonomin	29
Kaffe hör till mest omsatta råvarorna i världen	11	Starka varumärken bakom framgången	30
Sjöfrakt är effektivast för kaffeexporterna	12	Nära konsumenterna och kunderna	33
Ett modernt rosteri står färdigt i Nordsjö	16		

Paulig är ett kvalitetskaffehus

Oy Gustav Paulig Ab är ett internationellt kaffehus med fasta rötter i Finland. I sitt hemland är företaget marknadsledande och dess kvalitetskaffesorter är en väsentlig del av finländarnas vardag och njutningsfulla kaffestunder. Pauligs verksamhet styrs av principerna för en hållbar utveckling.

Gustav Paulig grundades år 1876 och var först i Finland med att rosta kaffe industriellt år 1904. Gustav Paulig hör till Paulig-koncernen som blev en av Europas ledande mat- och kryddproducenter då Santa Maria AB anslöt sig till koncernen i januari 2010.

Utom i Finland är Gustav Paulig verksam i Baltikum, Ryssland och Rysslands grannländer. Företaget har utvidgat sin verksamhet kring café-produkter och -tjänster, som företaget erbjuder sina kunder inom dagligvaruhandeln och horeca-sektorn samt sina kontorskunder.

Pauligs kaffe rostar i företagets nya, moderna rosteri i Nordsjö. Det högklassiga kaffesortimentet inkluderar ljus- och mörkrostat filterkaffe, kaffeböner och espressokaffe. Kända varumärken i Finland är bland annat de traditionella kaffesorterna Jubileums Mocca, President och Brazil. I Ryssland och Baltikum är de populäraste produkterna kaffesorterna Paulig President och Paulig Classic samt Paulig-espressoprodukterna.

Den sjunde företagsansvarsrapporten

I rapporten redogör Gustav Paulig för sin ansvarsfulla företagsverksamhet på ansvarets olika delområden, socialt ansvar, miljöansvar och ekonomiskt ansvar. Rapporteringen bygger på Global Reporting Initiative (GRI)-riktlinjerna. GRI-mätarna och förklaringar till dem finns i sin helhet att läsa på Pauligs webbplats på adressen www.paulig.fi/yhteiskuntavastuu.

I rapporten används namnet Paulig för Gustav Paulig. 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 livsmedelssäkerhets- och miljösystem och övervakas också av myndigheterna.



Ansvar bland förändringar

Pauligs företagsansvar innebär praktiska handlingar som berör de ekonomiska besluten, personalens välbefinnande, verksamheten i ursprungsländerna och kaffeproduktion med respekt för miljön.

År 2009 var ett år av stora förändringar för Gustav Paulig. Våra nya lokaler i Nordsjö blev klara och på sommaren kunde vi flytta in i världens modernaste rosteri. Trots den ekonomiska recessionen har vi fortsatt vår internationalisering och vi utvidgar vår verksamhet bland annat i Ryssland.

För Paulig innebär företagsansvar dagliga handlingar – att beakta miljön i investeringar och beslutsfattande, att se efter personalens välbefinnande och lönsamheten i verksamheten. Det innebär också strategiska beslut som gäller hela vår produktionskedja från böna till kopp.

Ett rosteri för hållbar utveckling

Vårt nybyggda rosteri är inte bara ener-

gieffektivt och miljövänligt utan också en trivsamt och trygg arbetsplats för drygt tvåhundra kaffeoproffs. Vi ville bygga världens modernaste rosteri som vilar på principerna för hållbar utveckling. Att bygga ett rosteri av världsklass och att köra igång alla processer har krävt både flexibilitet och energi av personalen.

Gott ledarskap och enhetlig ledningspraxis framträder starkt som framtida framgångsfaktorer för Paulig-koncernen. År 2009 inleddes lednings- och chefsträningssystemet Bridge vars mål är att skapa en enhetlig ledningsmodell för alla verksamhetsländer. Träningen stöder också ett förenhetligande av personalpolitiken, vilket är ett av målen för kaffegruppens ansvarsarbete.

Ansvar i ursprungsländerna

Allt fler konsumenter är intresserade av kaffets ursprung och av odlarnas och miljöns välbefinnande. Vi idkar ett långsiktigt samarbete med kaffeleverantörerna för att utveckla spårbarheten hos vårt kaffe. I flera av våra produkter använder vi också ansvarscertifierade UTZ CERTIFIED-böner. Genom bolaget International Coffee Partners som vi är delägare i stöder vi små kaffeodlare i praktiskt inriktade projekt vars mål är att på ett hållbart sätt förbättra odlarnas yrkeskunskap och inkomster.

Ett starkt ekonomiskt år mitt under recessionen

Trots lågkonjunkturen gjorde vi ett gott resultat och lyckades stärka vår mark-

Gustav Pauligs verkställande direktör Elisa Markula (andra från höger) tog över ledningen av Kaffegruppen i februari 2010 då hennes föregångare Pekka Pirinen gick i pension.

nadposition. Efterfrågan på kaffe har varit fortsatt god och vår försäljning har utvecklats gynnsamt med undantag för kontorskaffetjänsterna där försäljningen tillfälligt sjönk på grund av recessionen. Vi tror emellertid att tillväxten kommer att fortsätta även i denna sektor. I slutet av 2009 köpte vi majoriteten av Vendor Group, vilket väsentligt stärkte vår position i branschen i Finland.

Även i Ryssland är det vårt mål att växa och stärka vår marknadsposition. Det nya rosteriet som är under byggnad i Tver skapar goda förutsättningar för det. Rosteriet torde stå klart under första hälften av 2011.

Jag ser med tillförsikt mot framtiden. Vår affärsverksamhet kring kaffet är i gott skick och våra proffs gör sitt bästa för att garantera att våra produkter

och tjänster fortsättningsvis är av hög kvalitet och motsvarar konsumenternas och våra kunders förväntningar. Ansvarsperspektivet är även i fortsättningen en naturlig och väsentlig del av vår verksamhet.

Elisa Markula
verkställande direktör

Mål för år 2010

Miljöansvar

- Sjöfrakten av råkaffe auditeras
- Energiförbrukningen sänks
- Förpackningsmaterialet görs tunnare

Socialt ansvar

- Ny ledningsmodell tas i bruk
- Personalenkäten genomförs
- Användningen av spårbart och certifierat råkaffe ökar
- Information om de etiska inköpsanvisningarna sprids i alla ursprungsländer

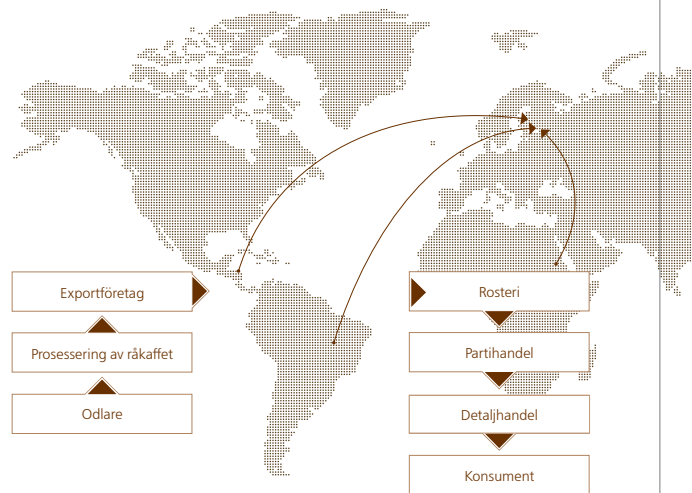
Ekonomiskt ansvar

- Marknadspositionen stärks i Ryssland och Baltikum
 - Rosteriet i Ryssland byggs
 - Affärsverksamheten med kaffetjänster utanför hemmet utvecklas
- Läs mera: www.paulig.fi

Bönans intressanta resa till koppen

Kaffets väg till de finländska hemmen är lång, bäst växer kaffe på medelhöga bergssluttningar i jordens varmaste områden. En god kaffeskörd förutsätter jämn temperatur och rikliga regn.

Mer än 20 miljoner kaffeodlare får sin utkomst av kaffe och en stor del av världens kaffeskörd mognar på små odlingar i tropiska förhållanden nära ekvatorn. I många länder är kaffehandeln mycket viktig både ekonomiskt och samhällligt – många familjers eller hela samhällens utkomst hänger på kaffeskörden.



Rapporten tar upp företagsansvarets olika delområden och följer kaffebönans väg från ursprungsländerna till rosteriet och vidare till konsumenterna för att avnjutas. Paulig köper råkaffet direkt i ursprungsländerna, av leverantörer bolaget litat på. Prisnivån på kaffet bestäms på kaffebörserna i New York och London.

Kaffebusken härstammar från Afrika därifrån den på 1700-talet spred sig till Sydamerika tack vare bara några enstaka kaffeträd. Idag odlas kaffe i mer än 60 länder och de viktigaste kaffeproducerande länderna är Brasilien, Vietnam, Indonesien och Colombia.

Det finns flera tiotal kaffearter, men bara två är kommersiellt viktiga: arabica-kaffet (*Coffea arabica*) och robusta-kaffet (*Coffea canephora*). Av den totala produktionen är 60 procent arabica och 40 procent robusta. De kaffesorter finländarna föredrar är ljusrosta och innehåller högklassiga arabica-bönor. Skördetiden varierar från region till region och i praktiken skördas det hela tiden kaffe någonstans i världen. Det behövs cirka 2,5 kilo kaffebär för ett halvt

kilo råkaffebönor. En kaffebuske ger en skörd på 0,5–2 kilo bönor, beroende på art. Största delen av världens kaffe skördas fortfarande för hand.

Både odlaren och konsumenten vinner på att kaffet håller hög kvalitet

År 2009 köpte Paulig 52 miljoner kilo råkaffe, vilket motsvarar cirka 0,7 procent av världens årliga råkaffeproduktion. Paulig tar emot kaffe från 15 000–20 000 gårdar och plantager: ett inköpt kaffeparti består av flera tiotals odlares skördar. Brasilien, Colombia, Nicaragua, Guatemala, Kenya och Etiopien är de länder där Paulig köper merparten av sitt kaffe.

Inköpsförfarandena varierar från land

till land och beroende på kaffekvalitet, men Paulig köper in största delen av sitt kaffe själv, direkt från exportföretag i ursprungsländerna. I varje land finns flera samarbetspartner som Paulig har köpt kaffe av mycket länge, rentav i flera årtionden. Små mängder kaffe köps också av handelshus eller importörer i Europa.

Pauligs inköpare besöker regelbundet ursprungsländerna och kaffeplantagerna för att följa upp kaffeproduktionen och upprätthålla nära relationer till kaffeproducenterna. Besöken gör det enklare att hitta en gemensam syn på kaffeproduktionen, vilket är ytterst viktigt för att garantera Paulig-kvaliteten.

ECOM Coffee: Samarbete ger miljövänligt kaffe – produktivt

En av Pauligs långvariga samarbetspartner i kaffeanskaffningen är ECOM Coffee Group som grundades 1849. ECOM Coffee är ett kaffehandelshus som verkar i mer än 20 länder och som exporterar kaffe till Förenta Staterna, Europa, Afrika och Asien. Till bolagets verksamhetsprinciper hör att främja produktionen av kaffe som håller särskilt hög kvalitet, i enlighet med principerna för hållbar utveckling, samt att stärka möjligheterna att spåra kaffet och framförallt öka genomskinligheten i hela leveranskedjan för kaffet.

– Vi har verkat i den här branschen i mer än 150 år. Om vi vill fortsätta handla med kaffe i ännu ett sekel till måste vi se till att odlarna och naturen som upprätthåller produktionen klarar sig och hänger med i utveck-

lingen, säger Justin Archer, ECOM Coffee Groups landsdirektör i Kenya och Tanzania.

Archer besökte Pauligs kaffe-seminarium i slutet av 2009 och berättade hur man i kaffeproduktionen förbereder sig på stigande medeltemperaturer och förändrade nederbördsförhållanden. Enligt Archer kan man förbättra effektiviteten i kaffeodlingen och minska dess belastningar på miljön bland annat genom marktäckning med löv, kompostering, skyddande växter som odlas runt kaffebuskarna, korsningar och växtförädling.

ECOM Coffee driver som bäst flera projekt för att trygga kaffeplantagernas framtid. Tillsammans med Världsbanken utvecklar bolaget bland annat koldioxidneutral kaffeproduktion

i Kenya. I Nicaragua undersöker den franska jordbruksforskningsorganisationen CIRAD och ECOM Coffee kaffearter som klarar sig bättre i de förändrade klimatförhållandena och som kan ge ännu bättre skördar än förr. I Mexiko driver ECOM Coffee tillsammans med Rainforest Alliance och IFC* som hör till Världsbanken trädplanteringsprojekt för att bromsa skogsskövlingen.

Genom sin stiftelse ECOM Foundation arbetar bolaget också för bättre levnadsförhållanden, utbildning och hälsovård för odlarna: stiftelsens medel har använts bland annat för att bygga skolor, barnhem, brunnar och hälsostationer i många olika utvecklingsländer.

* IFC = International Finance Corporation

Paulig-kvalitet och ansvarsfullhet som köpkriterier

Både kaffeproducenten i produktionskedjans början och konsumenten som njuter av sin kopp kaffe i kedjans slut drar nytta av att kaffet håller hög kvalitet och produceras på ett etiskt sätt. Då Paulig köper in råkaffe är det vid sidan av att råvaran är högklassig och tillgången stabil viktigt att kaffeproduktionen och inköpen sköts på ett ansvarsfullt sätt.

Principerna för Pauligs inköpsverksamhet omfattar kvalitetskriterierna för råkaffet och metoderna för att säkra kvaliteten, rekommendationer om att använda odlingsmetoder som belastar miljön så lite som möjligt samt om ansvarsfulla och rättvisa arbetsförhållanden. Riktlinjerna bygger dels på de etiska regler för parterna i kaffehandeln som paraplyorganisationen för kaffebranschen i Europa, European Coffee Federation, har utarbetat, dels på Internationella arbetsorganisationen ILO:s och FN:s regelverk.

Bland de kaffeproducerande länderna finns länder i mycket olika faser av sin utveckling. I praktiken försöker man anpassa reglerna och tillämpa de delar som är väsentliga i respektive land. Utgångspunkten för Pauligs och andra råkaffeköparens ansvarsfulla verksamhet är att ursprungsländerna drar nytta av att både medvetenheten och engagemanget stärks genom öppen diskussion, men också genom praktiskt stöd och gemensamma projekt. År 2009 gick Paulig igenom sina kvalitets- och verksamhetsanvisningar tillsammans med

bolagets samarbetspartner i Afrika och Colombia. Året innan diskuterades principerna med kaffeimportörer i Brasilien.

Kaffets spårbarhet är en konkurrensfördel

En viktig del av riskhanteringen och kvalitetsstyrningen är att garantera att kaffet är spårbart. Då man känner hela produktionskedjan är det enklare att redan i ett tidigt skede ingripa i utmaningar som uppstår kring råvaror och produktionsmetoder. Skillnaderna mellan ursprungsländerna är stora i fråga om hur bra kaffet kan spåras, och det finns inga etablerade metoder för hur spårbarheten ska genomföras. Tillsvärdare är det utmanande att trygga spårbarhet ända till den enskilda odlaren: kaffehandlens struktur och nivån på rapporteringen varierar från land till land och ibland vill andelslag eller kaffeförmedlare av konkurrensorsaker inte vidareförmedla uppgifter om odlare.

Det är Pauligs mål att utreda kaffets spårbarhet så utförligt som möjligt vid bolagets egna kaffeinköp. Spårbarhetsundersökningen för år 2009 pågår och



utifrån resultaten kommer nya målnivåer för kaffets spårbarhet i de olika länderna att ställas upp för de kommande åren.

Certifiering garanterar ansvarsfulla produktionsmetoder

Ett sätt att garantera att kaffet är spårbart och produktionskedjan genomskinlig är att använda ansvarscertifierat kaffe. Detta kaffe kan spåras ända till den enskilda kaffeplantagen och odlaren. I sina ansvarscertifierade produkter använder Paulig UTZ CERTIFIED-råkaffe. Paulig har ökat användningen av certifierade råvaror och år 2009 började företaget använda dem också för Paulig Kenya, Paulig Professional-produktserien och Brazil-kaffet för storkök.

UTZ CERTIFIED som numera också omfattar kakao, te och palmolja är ett av världens största certifieringsprogram för kaffe. Kaffeodlarna och odlarorganisationerna som deltar i programmet ska visa att de producerar kaffe på ett professionellt sätt, med omsorg om det lokala samhället och miljön. Certifikatet förutsätter att kaffeproducenterna utbildar sina anställda bland annat i fråga om hälsovård, säkerhet och en korrekt användning av bekämpningsmedel.

UTZ CERTIFIED växer snabbt och är i bruk i Förenta Staterna och flera länder i Europa. År 2009 ökade försäljningen av UTZ-certifierat kaffe till rosterierna till mer än 82 miljoner kilogram. UTZ CERTIFIED-kaffets andel av Pauligs kaffeinköp är cirka 4 procent.

Andra program för hållbar utveckling och ansvarscertifikat inom kaffehandeln är bland annat Rättvis Handel (Fair Trade), Rainforest Alliance och 4C.

Mera information: www.utzcertified.org, www.4c-coffeeassociation.org.



Det behövs samarbete mellan kaffehandelns olika parter för att utveckla ansvarsfullheten i kaffeproduktionen. Med kunskap om kaffets ursprung kan man bland annat påverka produktionsförhållandena och lösa kvalitetsproblem. Uppskattningsvis 2–3 procent av kaffeproduktionen i världen är ansvarscertifierad.



Att följa med kaffepriset och förutse dess utveckling samt att köpa in önskade kaffekvaliteter hör till det dagliga arbetet för Pauligs inköpsproffs. De arbetar inom ramarna för den riskhanteringspolitik som koncernens styrelse har godkänt. En Risk Management Committee som övervakar att anvisningarna följs sammanträder regelbundet.

Kaffe hör till mest omsatta råvarorna i världen

Kaffe hör till de mest omsatta råvarorna i den globala handeln, näst efter oljan. Kaffepriset påverkas av förändringar i produktionen, men också av handeln med råvaror på kapitalmarknaden.

Enligt ICO producerades det under skördesäsongen 2008–2009 cirka 123,7 miljoner säckar kaffe à 60 kg. Även om produktionen och efterfrågan för tillfället står i balans volymmässigt var kaffets pris år 2009 högre än det långsiktiga medelvärdet.

Hur kaffepriset fastställs

Prisnivån drevs upp av problem med tillgången i några ursprungsländer. Exempelvis i Colombia var skörden dålig på grund av ogynnsamma väderförhållanden, minskad användning av gödsel och ett program för att förnya kaffetråden. Under 2009 rapporterade odlarna också mer regn och torka än normalt, och flera fall där kaffebuskarna blommade under onormala tider. En möjlig orsak är väderfenomenet El Niño som upprepas med 2–7 års mellanrum, en annan är en permanent uppvärmning av klimatet.

Information om skördeutsikterna och om utbudet på olika kaffekvaliteter är mycket viktig i kaffehandeln. Utom av balansen mellan tillgång och efterfrågan påverkas kaffepriset allt mera av spekulativ handel på kaffebörserna i New York och London.

Av det kaffe Paulig köper in är cirka 98 procent arabica-kaffe som noteras på

börsen i New York, medan två procent är robusta-kaffe vars pris fastställs på börsen i London. Kaffebörsen används för att fastställa prisnivån för råkaffet och för prissäkring. Själva råkaffet köper Paulig direkt från exportörer i ursprungsländerna eller genom europeiska handelshus.

Den ekonomiska recessionen syns också i kaffepriset

År 2009 höjde den globala finanskrisen kaffepriset på råvarubörserna, då kapital sökte sig från börsaktier till råvarufonder som anses säkrare. Skillnader i valutakurserna och den svaga dollarn i förhållande till euron bidrog också till prisbildningen på kaffe.

På grund av de snabba förändringarna i produktionsvolymerna för kaffe och på kapitalmarknaden var det mer utmanande än förr att förutse kaffets pris. Dyliga situationer kräver därför omsorgsfull riskhantering och skydd såväl mot risker i anslutning till råkaffepriset som mot valutarisker.

I framtiden väntas kaffekonsumtionen växa på många marknader stadda i utveckling, på flera håll i världen. Denna utveckling torde också bidra till att höja priset på råkaffe under de närmaste åren.

Kaffe och en hållbar utveckling

Paulig stöder också kaffeodlarna genom bolaget International Coffee Partners (ICP). ICP är ett samföretag som ägs av fem europeiska familjeföretag i kaffebranschen.

Bolaget som grundades år 2001 eftersträvar inte vinst. I ICP:s praktiskt inriktade projekt får odlarna handledning i att använda hållbara och produktiva odlingsmetoder, i hur de kan organisera sig och i hur de kan utveckla sina marknadsföringskanaler. Målet är att göra småodlarnas affärsverksamhet konkurrenskraftig och förbättra deras levnadsförhållanden. En odlare som får en rik skörd kaffe av hög kvalitet får också bättre betalt för sitt arbete.

Vid utgången av 2009 hade åtta projekt avslutats, med 7 700 deltagande odlare. Indirekt påverkar projekten 30 000 odlare eftersom de som har deltagit i projekten sprider sina kunskaper vidare. Som bäst pågår projekt i El Salvador, Guatemala, Brasilien, Tanzania och Vietnam.

www.coffee-partners.org



Sjöfrakt är effektivast för kaffetransporterna

Kaffet hämtas sjövägen från ursprungsländerna. Transportrutterna till Paulig planeras så att de är så korta som möjligt, utan extra uppehåll i mellanhamnar. Flyttningen till det nya rosteriet precis intill Nordsjö hamn och bredvid viktiga trafikleder har ytterligare effektiviserat bolagets logistik.

Råkafeimporten dimensioneras så att den löper som ett jämnt flöde enligt efterfrågan och produktionens behov. Kaffet fraktas från ursprungsländerna sjövägen med oceangående fartyg till de stora transithamnarna i Europa, huvudsakligen Hamburg. Härifrån reser kaffet vidare till Nordsjö på så kallade feeder-fartyg som ryms genom den smala Kiel-kanalen och når hamnarna i

Nordeuropa. Av det kaffe Paulig tar emot fraktas 91 % i bulkcontainrar. I dem är kaffet förpackat i en enda stor nylonsäck som rymmer cirka 21 ton kaffe. Resten, 9 procent, kommer till Nordsjö hamn i jutesäckar på 60–70 kilo. Med sådana säckar rymmer en container 17–19 ton kaffe.

I och med att containerfartygen har blivit större har sjöfraktens utsläpp och

energiförbrukning per transporterad enhet sjunkit. Paulig har som mål att hitta de samarbetspartner som arbetar effektivast och mest miljövänligt. År 2010 inleder Paulig en auditering av rederiernas sjötransporter och utvärderar deras verksamhet ur perspektivet för en hållbar utveckling.

Nordsjö hamn är en logistiskt sett idealisk plats för Pauligs nya kafferosteri. Råkaffet som anländer sjövägen kan flyttas nästan direkt från hamnen till rosteriet. De färdiga kaffeprodukterna fraktas vidare längs ringvägarna vilket gör det lugnare i bostadsområdena.

Rosteriet intill hamnen

Verksamheten i två olika rosterier år 2009 var logistiskt utmanande. Igångkörningen av det nya rosteriet, den gradvisa överföringen av produktionen från det gamla rosteriet, hanteringen av flera lager samt transporten av slutprodukterna till konsumenterna krävde noggrann förhandsplanering och exakta tidtabeller.

Pauligs rosteri ligger alldeles intill den nya hamnen i Nordsjö, och sträckan kaffet behöver flyttas från fartygen direkt till rosteriet är mycket kort. I och med att hamnen ligger så nära har vägtransporten av kaffecontainrar genom Helsingfors centrum upphört – tidigare kunde antalet körkilometer stiga till mer än 100 000 per år. Pauligs grannföretag utnyttjar dessutom rälsförbindelsen från

hamnområdet i Nordsjö till Ryssland, och möjligheterna för samarbete i leveranserna österut utreds som bäst.

Flexibel kundservice

I och med att detaljhandels öppettider förlängs justeras också transporternas tidtabeller för att motsvara handläns behov. Det nya rosteriets läge utanför bebyggelsen i Nordsjö möjliggör en



flexiblere långtradartrafik än förr: varutransporter kan nu enligt behov arrangeras också på kvällar och veckoslut. I det nya rosteriets logistikcentral finns också lastningsområden som kan spärras av och där kunderna kan plocka upp sina slutprodukter enligt avtalad tidtabell.

Effektivitet i transporterna

I Finland ansvarar kundernas egna transportföretag för transporten av färdiga kaffeprodukter till centralaffärernas

lager. Exporten av produkter till Baltikum och Ryssland sköts av Pauligs transportpartner.

I fråga om transporterna går miljövänlighet och effektivitet hand i hand. Inför transporten packas kaffeprodukterna på återvinningsbara EUR- eller ½-EUR-pallar som har dimensionerats för att optimalt passa långträdarnas inre dimensioner. Vi strävar också efter att frakta så fulla laster som möjligt, vilket bidrar till att minska antalet transporter.

Mer direkta distributionskanaler

Paulig började år 2008 transportera kaffe produkter direkt från Nordsjö till Moskva. Denna kostnadseffektiva och miljövänliga lösning får en fortsättning på våren 2010 då direkta transporter inleds också till Baltikum, och lagringen och mellanhanteringen i Tallinn upphör. Den nya distributionsmodellen minskar antalet onödiga faser i transporterna.

Miljövänlig logistik är också effektiv

Enligt EU:s miljömål ska energiförbrukningen och utsläppen av växthusgaser i vägtrafiken minskas med 20 procent till år 2020, samtidigt som användningen av förnyelsebar energi ska höjas till minst 10 procent. För att EU-målen ska kunna nås krävs det ett intimt samarbete mellan exempelvis varuleverantörerna och aktörerna inom handeln.

I slutet av 2009 utvärderade Paulig och bolagets transportpartner Transpoint tillsammans

ansvarsfullheten i sina transportkedjor. Målet var att hitta metoder för att främja transporter som stöder en hållbar utveckling, och samtidigt göra transporterna mer ekonomiska. I det gemensamma projektet ECR Sustainable Transport Road Map bedömde man och gav poäng bland annat för transportmetoder, planering av laster och rutter, hur man utnyttjar transportkapaciteten, förarnas körstil och materiel. Utifrån resultaten utarbetas en utvecklingsplan

för de kommande åren.

– I verksamhetskedjan upprepas olika moment otaliga gånger och redan små förbättringar i verksamhetsmetoderna kan därför få stora effekter. Många bäckar små blir en stor å, säger Pauligs logistikchef Ronny Reijonen.

Transpoint håller också på att utveckla en tjänst som gör det möjligt att mäta och rapportera det ekologiska fotavtrycket av transporten av till och med enskilda produkter.

Ett modernt rosteri står färdigt i Nordsjö

Pauligs största industriinvestering någonsin, det nya rosteriet i Nordsjö, är färdigt. Sedan sommaren 2009 har Pauligs kaffe rostats och packats i ett av Europas största rosterier, som har världens modernaste processteknik och systemlösningar. Redan i planeringsskedet styrdes alla val av principerna för hållbar utveckling: särskild uppmärksamhet fästes vid energianvändningen och trivseln i arbetet.

Omfattningen på det fleråriga rosteriprojektet var unik. Inför byggarbetet kunde man inte ta modell av andra rosterier eftersom pauligianerna hade en ambitiös vision om en helhetslösning av en helt ny typ.

Det nybyggda rosteriet är en förebild för nästa generation av rosterier, i fråga om såväl processtekniken som sättet de olika processerna har kombinerats. Rosteriprojektet lyckades också ypperligt ur projektstyrningens synvinkel. Tidtabells- och kostnadsmålen nåddes trots att exempelvis byggkostnaderna steg märkbart under projektets gång.

Ett lågenergirosteri

Redan då byggnaden planerades beaktades den värme som uppstår vid rostningen, och helt nya lösningar har tagits i bruk, bland annat förvärmade rostningsmaskiner. Tack vare att råkaffet förvärms kräver den egentliga rostningen 20–25 procent mindre värmeenergi. Samtidigt minskar koldioxidutsläppen. Rosteriets kylsystem har också kombinerats på ett nytt sätt.

Miljövänligheten och användningen av nyaste tillgängliga teknik syns i hela byggnadens värmesystem. Förpackningshallen, malningsutrymmena och lagren värms upp från taket nedåt med hjälp av radiatorpaneler monterade i taket. De värmer lokalerna 5–10 procent effektivare än traditionella varmluftsfläktar.

Enligt preliminära mätningar har de

mål som i fjol ställdes upp för energibesparingarna nåtts. Exempelvis gaskonsumtionen har sjunkit med 20 procent. Med hjälp av ny teknik har också brandsäkerheten förbättrats och lukt- och bullerolägenheterna har minskat.

Grundautomationen kombineras på ett innovativt sätt

Tack vare automatiseringen kan kaffe-processerna och kvalitetssäkringen i rosteriet skötas från en enda kontrollcentral för hela produktionen. Det är också möjligt att flexiblere än förr höja produktionskapaciteten.

I planeringsskedet tog man sig an ett mycket innovativt projekt, att förena alla system i rosteriet. Nu styrs automationen i rosteriet av ett av de högst utvecklade produktionsstyrningssystemen i Finland, MES-systemet (manufacturing execution system). Det kombinerar styrsystemet för affärsverksamheten, SAP, med processtyrnings- och förpackningsautomationssystemen.

I praktiken berättar MES-systemet i realtid för personalen i kontrollcentralen bland annat hur mycket råkaffe det finns i rosteriet, kvalitetsnivån på rostningen och malningen samt i vilka maskiner det finns utrymme för nya kaffepartier.

Rosterierna i drift också under flyttningen

Verksamheten i det nya rosteriet inleddes stegvis under sommaren och under

en övergångsperiod rostades kaffe i både det nya och det gamla rosteriet. Det innebar en hel del extra stress för personalen, som genom sitt kompromisslösa arbete tryggade kontinuiteten i produktionen. De första paketen Jubileums Mocca blev färdiga i månads-skiftet juni–juli.

Det gamla rosteriet rivs år 2010 och på tomten byggs bostadshus. Paulig sålde tomten till Oy Alfred A. Palmberg Ab på sommaren 2009.

Målet en utmärkt arbetsmiljö

Den skandinaviskt moderna inredningen som valts för rosteribyggnaden används inte bara i kontorslokalerna utan också i rosteriets produktionsutrymmen. I planeringsfasen utkristalliserades genomskinligheten som tema för projektet.

Arbetstagarnas trivsel och en god arbetsmiljö fungerade som ledstjärnor under hela planeringen. Särskild uppmärksamhet fästes vid ventilationen i rosteriet och vid att få in så mycket naturligt ljus som möjligt. Utom för trivseln spelar naturligt ljus också en viktig roll i kvalitetskontrollen, exempelvis i kontrollen av färgen på produktförpackningarna. För att förbättra luftkvaliteten har vi också minimerat hanteringen av dammiga kaffesäckar i råkaffelagret.



Det nya rosteriet i Nordsjö i siffror: Area 32 000 kvadratmeter • Volym 345 000 kubikmeter • 340 km kabel • 2000 ton stål • 17 000 dokument om projektet • 300 planerare och konstruktörer • 300 underleverantörer



Kvalitetssäkringen sträcker sig från ursprungsländerna ända till rosteriet och varje parti går igenom ett tjugotal provsmakningar innan det når konsumenten.

Det bästa kaffet – säkert

Kaffets kvalitet säkras från råvara till slutprodukt med hjälp av ett heltäckande kvalitetssystem. Viktiga roller spelar ett effektivt system för egenkontroll samt utrustning och metoder som garanterar produktsäkerheten.

För att det nya rosteriet skulle kunna producera kaffe av hög kvalitet från den första dagen det var i bruk krävdes omsorgsfull förhandsplanering. Kvalitetskontrollen stärktes genom nyrekrytering och genom att de nya arbetstagarna inskolades i god tid.

På rosteriet används ett lednings-system för livsmedelssäkerhet i enlighet med standarden ISO 22000. Certifikatet förutsätter omfattande, utomstående auditeringar.

Kaffets kvalitet bedöms genom avsmakning

Paulig undersöker varje kaffeparti innan köpesluten, då kaffet skeppas och då frakten når Finland. Kaffepröverna undersöks i bolagets eget laboratorium där bland annat fukthalten och bönornas storleksfördelning analyseras. Varje prov rostas också så att erfarna proffsmakare kan bedöma kvaliteten sensoriskt. Den sensoriska bedömningen är en viktig del av egenkontrollen av kaffet. En avsmakningsgrupp bestående av flera pauligianer kontrollerar kaffets utseende, doft och arom i flera repriser under produktionskedjan.

Satsningar på produktsäkerheten

Pauligs nya rosteri har flera olika processanordningar och tekniska lösningar som ska garantera kaffets höga kvalitet än det gamla rosteriet hade. Innan produktionen inleddes genomgick rosteriet en HACCP-analys* där eventuella riskfaktorer i produktionsprocessen noggrant kartlades och metoder för att hantera dem definierades.

De nya datasystemen förbättrar pro-

dukternas spårbarhet. Med deras hjälp är det möjligt att snabbt utreda de olika arbetsfaserna ett kaffeparti genomgår under rostningen, malningen och förpackningen, och kontrollera att produkterna är felfria. Varje produktionslinje som förpackar hela kaffeböner har en genomlysningsskärmar. Genomlysningsskärman gör det möjligt att identifiera främmande partiklar inne i kaffeförpackningarna.

De tätare kaffesilorna i det nya rosteriet garanterar en bättre hållbarhet för kaffet. Kaffe som ska förpackas som hela böner transporteras i det nya rosteriet med skonsamma skoptransportörer som hindrar bönorna från att krossas under transporterna.

I och med att kvalitetssäkringslaboratoriet och kontrollrummet för produktionen finns i samma utrymme är det enklare för personalen att kommunicera sinsemellan, vilket förbättrar kvalitetssäkringen av individuella rostningar och gör det möjligt att effektivare utveckla verksamheten.

Antalet klagomål på samma nivå som tidigare år

Pauligs konsumenttjänst följer noga upp antalet kvalitetsfel och klagomål samt svarar på konsumenternas frågor (läs mera om konsumenttjänsten på sidan 33). Antalet klagomål som gällde tekniska frågor, exempelvis läckande vakuumsförpackningar, eller kaffets smak steg något år 2009, från 16 till 18 per en miljon producerat ton kaffe. Antalet klagomål på främmande föremål i kaffet var 2,5 per en miljon producerat ton (2,1 år 2008).

Produkterna från den nya fabriken granskas nog

– Innan våra 140 produkter godkändes för produktion i den nya fabriken granskades tillverknings- och kvaliteten bildligt talat med förstoringsglas och millimeternoggrannhet, berättar Karla Koullias som är Pauligs utvecklingschef och medlem i provsmakningsgruppen. Valideringen, det vill säga godkännandet, innebar att bland annat rostningens, kvarnens, förgasningens, färgsorterarnas samt förpacknings- och etikettmaskinernas funktion kontrollerades. Vidare undersöktes mängden trasiga kaffeböner och hur jämn färg och kvalitet de rostade bönorna håller. För förpackningsmaskinernas del granskades förpackningarnas täthet, vakuum och syrehalt samt märkningar. Mätningarna inleddes på sommaren 2009 och de föregicks av ett halvår av planering. Som ett resultat av arbetet har man ytterligare kunnat förbättra och finslipa kvalitetsanvisningarna för Pauligs kvalitetssäkrings- och produktionspersonal.

Pauligs kaffesorter är resultat av en lång produktutveckling och de olika smakernas nyanser är omsorgsfullt och exakt definierade.

– Vårt mål är att bibehålla Paulig-produkternas kvalitet och smakupplevelsorna oförändrade, så att konsumenterna som dricker kaffet inte märker att fabriken har bytts. För Jubileums Mocca innebär det exempelvis en mjuk, sylrig och fyllig smak, beskriver Koullias.

* HACCP=Hazard analysis and critical control points

Miljön beaktas då kaffet rostas

I Pauligs nya rosteri rostas kaffet och sköts alla funktioner ännu energieffektivare än förr. Det nya läget på företagsområdet i Nordsjö hamn minskar klart buller- och luktlägenheterna i bostadsområdet. Även i det nya rosteriet bygger ledningen av miljöfrågorna på den internationella miljöstandarden ISO 14001.

Paulig producerade 44 300 ton kaffe år 2009. Största delen av kaffet producerades ännu under rapportåret i Pauligs gamla fabrik. Då den nya fabriken blev klar verkade bolaget samtidigt i två olika produktionsanläggningar medan produktionen stegvis flyttades över. I siffrorna som beskriver energiförbrukningen, utsläppen och avfallsmängderna för år 2009 har siffrorna för Pauligs nya och gamla rosteri kombinerats, och därför är rapportårets siffror inte fullständigt jämförbara med tidigare år.

I det nya rosteriet har Paulig infört ett flertal lösningar som gynnar miljön. Den nya fabriken moderna rostningsteknik minskade användningen av naturgas i rostningsprocessen redan i slutet av 2009. Byggnadsautomationen, fast-

ighetsstyrningssystemen samt användningen av timerteknik vid uppstart och nedkörning av produktionsanläggningen kommer att minska energibehovet under kommande år (läs mera om det nya rosteriet på sida 16).

Konsumtionen av uppvärmningsenergi och elektricitet steg under rapportåret, men ökningen berodde på att två rosterier var i drift samtidigt. Vattenförbrukningen per producerat ton sjönk eftersom man i det nya rosteriet noggrannare kan mäta de vattenvolymer som produktionen förbrukar.

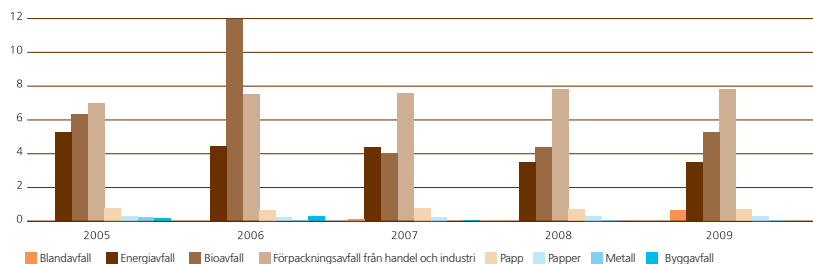
Det mest betydelsefulla av de utsläpp i luften som rostningen ger upphov till är koldioxid som uppstår både då naturgasen bränns och i själva det rostade kaffet. De övriga utsläppen i luft är små till

volymer. Koldioxidutsläppen beror på produktionsvolymen. Paulig tror att den bättre produktionsstyrningen och de nya produktionsanordningarna i det nya rosteriet sänker de specifika utsläppen, det vill säga utsläppen per ton producerat kaffe.

Effektivare avfallshantering

Paulig har som princip att producera så lite avfall som möjligt som inte kan återvinnas. Den totala mängden avfall under rapportperioden var 1083 ton. År 2009 uppstod det exceptionellt mycket avfall, i samband med att den nya produktionsanläggningen öppnades och den gamla fabriken tömdes och städades upp. Särskilt mängden pappersavfall ökade.

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



I det nya rosteriet är avfallshanteringen exaktare och effektivare än tidigare tack vare den centraliserade avfallshanteringen, de effektivare av-

fallspressarna och fjärrövervakningen av avfallscontainrarna. Under 2009 slutade bolaget separat rapportera avfallsklasserna Förpackningsavfall från handel

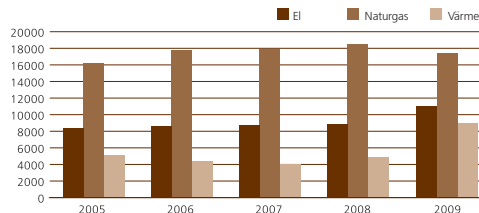
och industri samt Energiavfall. De har i stället ersatts av avfallsfraktionen förpackningar för nyttbruk. En del av denna avfallsfraktion består av material

Avfallsmängder per kalenderår (ton)

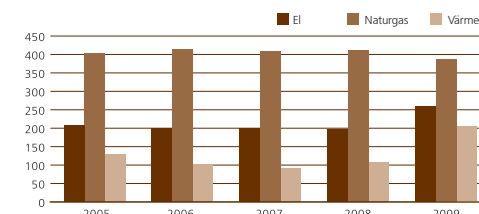
År	Energiavfall	Förpackningsavfall från handel och industri	Bioavfall	Blandavfall	Papp	Papper	Metall	EI- och elektronikskrot	Byggnadsavfall	Riskavfall	Förpackningar för nyttbruk*	Plast
2005	213,20	281,20	255,06	0,70	31,04	13,40	11,00	0,61	8,50	3,55		
2006	190,80	322,70	514,80	0,00	29,50	9,60	3,50	0,85	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		
2009			250,70	33,10	34,60	28,60	3,80	0,30	1,20	0,40	719,90	10

* Ersätter avfallsfraktionerna Energiavfall och Förpackningsavfall från handel och industri.

Energiförbrukning per kalenderår (MWh)



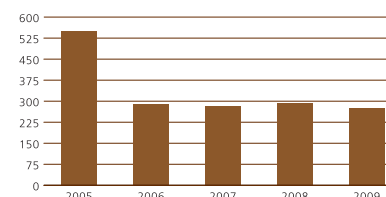
Energiförbrukning per kalenderår per producerat ton (kWh/t)



Utsläpp (ton)

År	Damn	Kolväten	Kolmonoxid	Koldioxid	Svavel-dioxid
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
2009	1,5	29	146	7564	0,03

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



som kan återvinnas eller återanvändas, resten blir energiavfall.

Luktuppföljningen fortsätter

Pauligs nya rosteri ligger på hamnområdet i Nordsjö, och till skillnad från det gamla rosteriet klart avskilt från bebyggelsen. Det buller som förr störde invånarna i området har försvunnit helt, och kaffelukten nästan helt.

Miljötillståndet för den nya fabriken förpliktar emellertid Paulig att regelbundet sensoriskt utvärdera de lukter kafferosteriet ger upphov till. I slutet av 2009 bildade företaget en luktpanel vars medlemmar fick utbildning i att bedöma lukter. Bedömningen görs på valda kontrollplatser i rosteriets närmaste omgivning.

Uppföljningen ger Paulig information om hur lukterna sprids i olika väderförhållanden och produktionssituationer, vilket gör det enklare att ingripa i eventuella problemsituationer. Paulig rapporterar regelbundet till miljönmyndigheterna om panelens resultat.

Mindre förpackningsmaterial

I fråga om produktförpackningarna har Paulig som mål att hitta tekniskt högklassiga lösningar med så låg miljöbelastning som möjligt. Samtidigt ska förpackningarna vara praktiska för konsumenten. Förpackningarnas viktigaste uppgift är att garantera produktens hållbarhet och därmed att den konsumeras.

De vakuumpförpackade produkterna utgör största delen av Pauligs kaffeproduktion, cirka 75–80 procent. De

mest sålda kaffesorterna, President och Jubileums Mocca, förpackas nästan uteslutande i laminatförpackningar på 500 g. Under rapportåret minskade användningen av vakuumpförpackningsmaterial med fem procent räknat i vikt, i och med att förpackningslaminaten i kaffeförpackningarna gjordes tunnare. Målet för 2010 är att minska mängden med ytterligare tre procent.

Då produktionen överfördes till det nya rosteriet kunde det förpackningsmaterial som hade planerats och producerats för det gamla rosteriet utnyttjas i sin helhet.

Paulig beaktar de miljövänligaste alternativen också i valet av förpackningar för nya produkter. År 2009 lanserade bolaget mjölkchokladrycken Tazza i en returflaska av plast.

Under de kommande åren har bolaget som mål att minska användningen av aluminium i portionsförpackningarna för storkonsumenter med 90 procent. Arbetet på att utreda en övergång till ett laminat utan aluminium har inletts i samarbete med Pauligs materialleverantörer.

Beröm för miljöarbetet

Paulig fick under rapportåret bra respons av WWF på bolagets Green Office-verksamhet. Målet för Green Office-programmet är att minska den miljöbelastning kontorsarbetet ger upphov till och att sporra företagets personal till ekologiska val i det dagliga arbetet.

WWF berömde de fortlöpande förbättringarna och aktiviteten i verk-

samheten riktad till de anställda. Paulig har en Green Office-arbetsgrupp på sex personer som utarbetar en verksamhetsplan och genomför interna kampanjer inom företaget. Företagsledningen har också förbundit sig vid Green Office-programmet. Det finns exakta mål för att minska papperskonsumtionen, och de stöds genom olika åtgärder. På hösten 2009 arrangerades en energisparvecka för tredje gången.

Principerna för ekologiskt kontorsarbete beaktades redan i planeringen av det nya rosteriet. Personalen har möjlighet att sätta sig in i ämnet på särskilda Green Office-sidor i intranätet.

Bolaget har också försökt utvidga Green Office-programmet till Baltikum och Ryssland, men det är fortfarande utmanande på grund av skillnaderna i verksamhetskultur.

Miljöperspektivet har också beaktats i Paulig-koncernens fordonspolitik. Koldioxidutsläppen från tjänstebilarna får inte överstiga 170 g/km. Vidare ska de dieseldrivna serviceleasingbilarna och bilarna som koncernen äger vara utrustade med partikelfilter.



Genom vakuumpförpackningsmaskinen löper 120–130 kaffepaket i minuten. Rosteriets dagliga produktion ligger på cirka 160 000–200 000 kilogram kaffe.



Den nya ledningsmodellen sporrar till att hitta de egna styrkorna. Ledarskap innebär att ha god förmåga att kommunicera och att kunna motivera personalen.

En ny ledningsmodell sporrar till utveckling

Bra ledarskap för med sig motiverade arbetstagare och goda arbetsresultat. Paulig-koncernen har tagit i bruk en ny ledningsmodell och även inom Gustav Paulig är utvecklingen av ledarskapet ett av de viktigaste projekten just nu. Samtidigt uppmuntras arbetstagarna att utveckla sin egen sakkunskap och kompetens.

Målet för den nya ledningsmodellen i Paulig-koncernen är att förenhetliga ledningskulturen i de olika företagen och verksamhetsländerna. En enhetlig kultur gör det till exempel enklare att samla internationella team och att genomföra arbetsrotation för anställda i olika länder.

Arbetet bedöms inte uteslutande enligt resultaten. Även det sätt på vilket målen uppnås har lyfts fram i en viktig roll. Ledningsmodellen bygger på kompetenser som har definierats för de olika chefsnivåerna, enligt deras specifika behov. Modellen beskriver konkret hurdant ett bra ledarskap är. Med hjälp av kompetenser mäts också arbetstagarnas egenskaper, såsom förmågan att kommunicera och arbetsmetoderna.

Den nya ledningsmodellen tas i bruk med hjälp av Bridge, ett utvecklingsprogram för ledarskapsfärdigheter. Till programmet väljs förmän, chefer och direktörer från alla företag och länder. Utvecklingsprogrammet fortsätter åtminstone under de följande två åren.

Ny 3D-modell för utvecklingssamtalen

År 2009 byggdes också en ny modell upp för utvecklings- och målsättnings-samtalen inom Paulig-koncernen.

Modellen som kallas 3D och tas i bruk under 2010 bygger på att vi utvecklar sakkunskapen, mäter kunskandet och upptäcker möjligheter. I modellen ställer man för varje arbetstagare upp omfattande mål som är kopplade till företagets strategi, och prestationerna diskuteras regelbundet.

Internationella värden en del av vardagen

I och med internationaliseringen har också Gustav Pauligs värden uppdaterats. De har utarbetats i samarbete med personalen, och alla pauligianer har haft möjlighet att delta i arbetet.

De nya värdena är förankrade i Pauligs långa historia men avspeglar starkt det nuvarande företagets internationella och kundinriktade prägel. I värdena framhävs pluralism och samarbete, konsument- och kundinriktad innovativitet,

en passion för kvalitet och ansvarsfull företagsverksamhet.

Omsorg om välbefinnandet

Paulig stöder de anställdas välbefinnande bland annat genom omfattande klubbverksamhet i Finland och i Estland. Motions- och kulturhobbyer gör det möjligt att lära känna arbetskamraterna också under friare former. Pauligianernas familjer kan årligen delta i gemensamma sommar- och vinterevenemang.

Rosteriet i Nordsjö har en egen företagshälsostation där en företagshälsosvårdare och en läkare på deltid håller mottagning. I de övriga länderna där Paulig verkar har företagshälsosvården arrangerats enligt landets sed, exempelvis genom att bolaget köper utomstående tjänster. Målet för hälsotjänsterna är att identifiera sjukdomar och arbetsrelaterade risker så tidigt som möjligt.

Flytten till en ny arbetsmiljö sysselsatte också företagshälsosvården. Den högre graden av automation i produktionen och ändringarna i arbetsmiljön har lyft fram nya utmaningar bland annat i

fråga om arbetsställningarna. I kontorslokalerna granskades ergonomin på de enskilda arbetsplatserna. Målet för 2010 är att fortsätta finslipa ergonomin samt att göra en bullerkartläggning av produktionen och uppdatera bullerbekämpningsprogrammet.

Målet att göra det nya rosteriet rökrött har lyckats utmärkt. Beslutet att förbjuda rökning på hela fabriksområdet fattades redan ett par år före flyttningen, och företagshälsovården och arbetsgivaren har aktivt stött de anställda som har önskat sluta röka.

Ändringarna i arbetsmiljön och -metoderna har krävt flexibilitet av personalen, trots att särskild uppmärksamhet har fästs vid anpassningen till förändringarna. Såväl arbetstagarna i produktionen som cheferna deltog år 2009 i ett praktiskt inriktat träningsprogram, Kaikki mukaan (Alla deltar), som stödde pauligianerna i förändringsprocesserna, bland annat genom informa-

tion, genom att lyssna på varandra och med simulationsövningar.

Arbets säkerhet

Pauligs arbetarskyddskommission har spelat en viktig roll också i planeringen av det nya rosteriet och då produktionen kördes igång. År 2009 inleddes en kartläggning för att utreda riskfaktorer i arbetsmiljön på de enskilda arbetsplatserna, exempelvis bullernivån, ventilationen och eventuella orsaker till olyckor.

Riskutvärderingarna fortsätter aktivt under 2010. Målet är att för rosteriet certifiera ett OHSAS 18001 TTT-system som definierar arbetshälsa- och arbets säkerhetskraven i rosteriet.

År 2009 inträffade tre arbetsolyckor, av vilka två var benbrott förorsakade av halkning och den tredje en mindre krosskada. Mängden sjukfrånvaro bland personalen uppgick till 2,3 procent.



Pauligs anställda engagerar sig i sitt arbete och trivs i huset. I genomsnitt arbetar de för bolaget i tio år.

Gustav Pauligs anställda 2009

- Anställningarnas genomsnittliga längd var 10 år.
- Antalet anställda i Finland var 239, av vilka 160 tjänstemän och 79 arbetstagare i produktionen.
- Paulig hade 48 anställda i Ryssland, 34 i Estland, 11 i Litauen och 7 i Lettland.
- Antalet fasta anställningar var 221.
- 138 av de anställda var män och 101 kvinnor.
- 4 anställda avgick med pension.
- Personalens genomsnittsalder var 43 år.
- I Nordsjö arbetade också utomstående serviceproducenters anställda, cirka 35 personer, bland annat i personalrestaurangen, som väktare och i lagerfunktionerna
- Organisationsgraden bland arbetstagarna i rosteriet är cirka 90 procent.



Det går att nå framgång också under recessionen. Utom på studentrestauranger och fast food-kedjor finns det också en efterfrågan på tjänster från innovativa företag som erbjuder internationella, ansvarsfulla och högklassiga smakupplevelser. En annan växande sektor är take away.

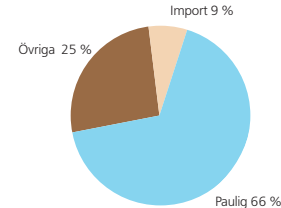
Många drar nytta av den stabila ekonomin

Pauligs konkurrenskraft och goda ekonomiska resultat skapar möjligheter för satsningar på personalens och det omgivande samhällets välmående, bland annat i form av skatteintäkter och investeringar. Ekonomisk framgång möjliggör också investeringar som gagnar miljön.

Pauligs ekonomiska resultat för 2009 var bättre än väntat, trots lågkonjunkturen. Efterfrågan på kaffe var livlig särskilt på hösten. Företagets omsättning steg något och var 233 miljoner euro.

I Finland bibehöll Paulig sin ställning som marknadsledare och även i de övriga länderna lyckades bolaget stärka sin ställning. I Baltikum nådde Paulig under vissa perioder första plats på marknaden, trots hård priskonkurrens i detaljhandeln. Även i Ryssland fortsatte affärsverksamheten utvecklas i en positiv riktning. I Ryssland är Paulig den största leverantören av rostat kaffe mätt i värde, och näst störst mätt i volym.

Den inhemska kaffeproduktionen och -importen är 2009*



* Siffrorna: Livsmedelsindustriförbundet/Rosteriförening

Pauligs mål är att vara det ledande kaffehuset på alla de marknader där bolaget verkar.

Marknadsetta också på utrustningssidan

Undersökningar visar att 62 procent av finländarna dricker kaffe på sin arbetsplats. Allt oftare förväntar man sig också alternativ och smaknjutningar av kaffestunderna på arbetsplatsen. Samtidigt har affärsidéerna inom café- och restaurangbranschen blivit allt mångsidigare och butiker lockar också med att erbjuda sina kunder kaffe under shoppingen.

Det är uppenbart att utomlands väntar sig breda servicehelheter, från råvaror av hög kvalitet till underhålls- och planeringstjänster för kaffetrustning.

Bolaget nådde en marknadsledande position inom utrustningssektorn i Finland och Estland genom att från och med 2010 intensifiera samarbetet med Vendor Group. Förvärvet av en majoritetsandel av Vendor Group möjliggör större satsningar än tidigare också i resten av Baltikum och i Norden. Som en del av företagsarrangemangen överfördes Pauligs kontorskaffetjänster

och affärsverksamhet med kaffetrustning till Vendor Group vid årsskiftet 2009–2010.

År 2009 bromsade den ekonomiska lågkonjunkturen klart försäljningen av kaffetjänster utanför hemmen i Finland och särskilt i Baltikum. Paulig tror ändå att den svagare efterfrågan är temporär.

Med om att bygga välstånd

Pauligs verksamhet bidrar till att utveckla välstånd och stärka sysselsättningen både i Finland och utomlands. Exempelvis inkomer av råkaffe har en betydande, indirekt effekt i ursprungsländerna. I slutet av 2009 arbetade 239 personer för Paulig och deras löner inklusive biktostnader var nästan 17 miljoner euro. Summan inkluderar beskattningsbara naturaförmåner.

Paulig deltar i utvecklingen av samhället bland annat genom att betala skatter och andra offentliga avgifter. Investeringarna skapar också välstånd för olika intressentgrupper. Under rapportåret steg Pauligs investeringar till 27 miljoner euro. Rosteriet i Nordsjö och byggprojektet på fabriken i Tver i Ryssland stod för merparten av investeringarna.

Nyckeltal för det ekonomiska ansvaret (1000 euro) **

Räkenskapsperiod	1.5.2005–31.12.2005***	1.1.2006–31.12.2006	1.1.2007–31.12.2007	1.1.2008–31.12.2008****	1.1.2009–31.12.2009
Omsättning	115 307	200 403	210 110	232 139	232 504
Utbetalda löner, biktostnader och naturaförmåner	7 396	11 831	12 339	12 983	16 505
Anskaffningsutgifter för råvaror och material	71 249	117 539	119 650	141 063	132 520
Ränte- och övriga finansieringsintäkter	124	278	511	400	809
Ränte- och övriga finansieringskostnader	945	753	1 704	1 814	2 005
Investeringar	1 247	2 971	8 369	20 138	24 513

** 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 31.10.2008.



Starka varumärken bakom framgången

Konsumenterna litat på Pauligs kaffe. Paulig ser noga till att produkterna håller hög kvalitet genom att kontinuerligt utveckla dem samt trygga produktsäkerheten och erbjuda smaker som konsumenterna uppskattar. Paulig marknadsför också sina produkter på ett etiskt sätt.

Ett nytt rosteri reser sig i Tver

Paulig utvidgar fortsättningsvis kraftigt sin verksamhet i Ryssland. Det största projektet är att bygga ett nytt rosteri i området Borovlevo i Tver. Byggprojektet inleddes år 2009. Tver valdes som placeringssort för det nya rosteriet tack vare de goda logistikförbindelserna och det företagsvänliga mottagandet.

Investeringen är värd cirka 20 miljoner euro och då rosteriet är klart betjänar det förutom Ryssland också marknaden i Ukraina, Vitryssland och Kazakstan.

Rosteriet som ska stå klart år 2011 får en produktionskapacitet på 6000 ton årligen och kommer att sysselsätta minst 60 personer.

Ansvarsfulla verksamhetsprinciper styr Pauligs marknadsföring, från själva produkten via distributionskanalerna till marknads kommunikationen. Paulig samarbetar endast med välrenommerade samarbetspartner som följer etiska verksamhetsprinciper. Bolaget strävar i all kommunikation efter sanningsenlighet och öppenhet. Pauligs företagsprofil byggs upp långsiktigt och med respekt för traditionerna.

Paulig utvecklar kaffebranschen

Paulig undersöker kontinuerligt kaffebranschen för att bättre kunna betjäna bolagets kunder och utveckla hela branschen. Utöver regelbundna konsument- och produktundersökningar undersöker bolaget vart annat år hur tillfredsställda kunderna i detaljhandeln är. Den senaste undersökningen genomfördes år 2008.

I en enkät som TNS-Gallup genomförde i maj-juni 2009 kartlades kundtillfredsställelsen bland finländska horecakedjör och -grossister, bespisningschefer i den offentliga sektorn samt enskilda verksamhetsställen och kök. Pauligs kundservice och produkternas stabilt

hög kvalitet fick särskilt mycket beröm.

Konsumenterna uppskattar snabbhet och enkelhet

För att kunna bygga upp populära varumärken måste man förstå konsumtionsvanorna och vara lyhörd för förändringar. Den senaste tidens trender i kaffeverlden har varit snabbhet och enkelhet. Den internationella utvecklingen syns också i Finland, i och med att out-of-home-konsumtionens och särskilt take-away-kaffets betydelse växer.

Finländarna dricker emellertid fortfarande mest kaffe i sina hem. Hemma brygger man ljusrostat kaffe, och största delen av det kaffe som säljs i Finland, hela 97 procent, är ljusrostat. Specialkaffe dricker finländarna oftast på café eller restaurang.

Jubileums Mocca och President är de kändaste varumärkena

Paulig följer också regelbundet upp hur kända bolagets varumärken är. Finlands populäraste och mest förtroendeingivande kaffemärke är Pauligs Jubileums Mocca som firade sitt 80-årsjubileum år



2009 (bl.a. Telebus 50/2009; Readers Digest, Finlands tillförlitligaste varumärke 02/2009). Ett av de mest uppskattade kaffemärkena i Finland är President, som likaså har funnits i 80 år. Jubileums Mocca och President placerade sig på platserna 15 och 18 i Taloustutkimus Oy:s undersökning Brändien arvostus 2009, över de mest uppskattade varumärkena i Finland.

De viktigaste nyheterna som introducerades på marknaden i Finland år 2009 var premiumkaffet President Gold Label Original och den drickfärdiga mjölkchokladdrycken Tazza. Andra Paulig-varumärken i Finland är bland annat Brazil och Paulig Mundo, som är UTZ-ansvarscertifierade kaffemärken (läs mera om UTZ-certifikatet på sida 9).

I Ryssland och Baltikum är Pauligs populäraste kaffesorter Paulig President och Paulig Classic samt Pauligs espresso-produkter. I Ryssland är rostat kaffe fortfarande en specialprodukt eftersom fyra femtedelar av det kaffe som konsumeras är snabbkaffe.

Visste du att en finländare konsumerar cirka 10 kg rostat kaffe, balterna 3–5 kilo beroende på land, och ryssarna 0,5 kg per person och år?



År 2010 firar Pauligs Paula sitt 60-årsjubileum som PR-figur och ambassadör för gott kaffe. På bilden från 2007 presenterar det årets Paula, Anni Tarhonen, kaffeprodukter på Pauligs museum. Där kan man göra en tidsresa genom företagets mer än 130-åriga historia.

Nära konsumenterna och kunderna

Paulig vill vara en aktiv part i det samhälle där bolaget verkar och betjäna sina kunder på bästa möjliga sätt. En stor del av Pauligs intressentgrupper är kaffekonsumenter – privatkunder, centralaffärer, aktörer inom detaljhandeln, storköks- och horeca-kunder samt kunder i den offentliga sektorn.

Andra intressentgrupper är exempelvis den egna personalen, intresse- och dotterbolagen, råkaffeleverantörerna, andra varu- och tjänsteleverantörer samt det närmast omgivande samhället.

Paulig fortsätter vara ett Nordsjöföretag, också i det nya rosteriet. Stora delen av Pauligs anställda bor i Östra Helsingfors och Paulig är den största arbetsgivaren i området. Företaget deltar också aktivt i utvecklingen av området. Paulig spelade en betydande roll då stadsplanen för den gamla rosteritomen ändrades, och industritomen planerades om som ett trivsamt bostadsområde.

Kaffe intresserar konsumenterna

Konsumenttjänsten utgör en viktig del av kvalitetskontrollen och produktutvecklingen, eftersom kaffedrickarna aktivt håller kontakt med Paulig. Konsumenttjänsten besvarade år 2009 nästan 6000 förfrågningar och meddelanden, av vilka största delen kom in i elektronisk form. Internet spelar en allt större roll i konsumenttjänsten. Detta framkom också i en kundserviceundersökning som genomfördes som lärdomsprov år 2009*. I undersökningen föreslås en utvidgning av internettjänsterna, vilket också är ett av målen för 2010.

Kundresponserna fördelar sig rätt jämnt mellan rådgivning och reklamationer. Reklamationerna gäller oftast defekta förpackningar och misstänkta smakfel. I samband med flytningen av rosteriet

följdes särskilt reklamationerna om smakvikelser upp. Kvalitetens- och leveranssäkerheten hölls på en hög nivå genom hela flytten.

Alla produktreklamationer behandlas av kvalitetskontrollen och analyseras noga.

Nyheter och användningen av produkterna intresserar

Kaffevännerna är särskilt intresserade av olika kaffeprodukter och en mångsidig användning av dem, samt av frågor som kaffe och hälsan. Kundtjänsten tar också emot frågor om ansvarscertifikaten och om återvinning. Det kommer också in frågor om energieffektiviteten i det nya rosteriet.

Paulig erbjuder kaffeutbildning

För att nå framgång med café- och restaurangverksamhet är det viktigt att känna kaffekulturen och kunna identifiera trender i tiden. Paulig-institutet arrangerar kaffeutbildning för bolagets intressentgrupper. Under rapportåret arrangerades kurser där cirka 2000 horeca-proffs fick stifta bekantskap med bland annat olika metoder för att tillreda kaffe och med leveranskedjan för kaffe.

I kursutbudet finns också kurser öppna för allmänheten, där kaffeintresserade kan fördjupa sina kunskaper exempelvis på en webbaserad baristakurs.

Läs mera på adressen www.paulig-instituutti.fi.

Paulig-institutet erbjuder också designtjänster för planeringen av cafélokaler och utrustningsanskaffningar.

Kaffekunskap i sociala medier

Pauligs Paula är en av Finlands kändaste PR-figurer och en bekant syn runtom i Finland. Fyra dagar i veckan träffar Paula bolagets intressentgrupper på caféer, i butiker, på läroanstalter och på olika evenemang. Hon är en viktig länk mellan Paulig och kaffevännerna. År 2009 närmade sig Paula också de konsumenterna som rör sig på webben, då hon startade en egen blogg på Pauligs webbplats och gick med i Facebook.

Genom dessa sociala medier kan vem som helst diskutera kaffe med Paula, och snabbt få svar på frågor som de funderar på. Paula blir ofta tillfrågad om tips för hur man tillred kaffe. Paulas jobb och roll som förmedlare av kaffekultur har också intresserat många.

* Yrkehögskolan Laurea, Läninkki Aino 2009



Ungdomscaféet Walkers nya lokaler i Kampen i Helsingfors har planerats av Paulig. Utom med gratis sakkunnighjälp stöder Paulig föreningen med kaffedonationer. Walkers-verksamheten har utvecklats av Stationens barn rf och bygger på frivilligt ungdomsarbete.

Många sätt att stöda

Paulig stöder allmännyttigt verksamhet i Finland och på andra håll i världen. År 2009 sysselsatte bolaget genom Työkkeskus Visu vandainvalider som underleverantörer i sina marknadsföringskampanjer.
www.kolumbus.fi/vantaainvalidit/

Samarbetet med Walkers-ungdomscaféerna som fungerar med frivilligarbete har fortsatt sedan 1999. Under rapportåret donerade Paulig 686 kilo kaffe till caféerna. De som arbetar på Walkers-caféerna deltar också i Pauligs kaffekurser.
www.asemanlapset.fi

Paulig har sedan 2001 stött Åbo domkyrkoföringsmissionscafé Domcafé med kaffedonationer. Intäkterna från caféet 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 2009 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 levnadsörhållandena för småodlare och deras familjer i olika ursprungsländer. I fjol var Pauligs andel av kostnaderna cirka 170 000 euro (läs mera på sidan 11).
www.coffee-partners.org

Text och grafisk design: TBWA\North*
Photo: Antti Luukkonen
Tryckning: Lönnberg Painot Oy,
Helsingfors, 2010



Rosteriet i Nordsjö har belönats med priset Årets Stålkonstruktion 2009. Priset är en ansedd utmärkelse i byggbranschen. Särskilt berömdes det fördomsfria valet av fasadmateriäl, COR-TEN-stål. Byggnaden har också valts ut för en utställning som ska presentera den finländska arkitekturen på en turné runt om i världen.

Oy Gustav Paulig Ab • Hamnbågen 20, FI-00980 Helsingfors, Finland • Tel. +358 9 319 81 • www.paulig.fi



Paulig