

*Paulig* 



FRÅN BÖNA TILL KOPP

UTDRAG UR PAULIGS SAMHÄLLSANSVAR

# INNEHÅLL

Verkställande direktör Pekka Pirinen: Vi känner vårt ansvar från böna till kopp	2
Oy Gustav Paulig Ab i ett nötskal	4
Kaffets väg från ursprungsland till butikshyllan	5
Pauligs samhällsansvar	6
<b>Ekonomiskt ansvar</b>	6
Kundinriktningen har förstärkt varumärkena	7
<b>Miljöansvar</b>	8
Innovativ avfallshantering	9
Från jutesäckar till containersäckar	10
<b>Socialt ansvar</b>	11
Paulig-kvalitet – certifierad produktsäkerhet	12
Ansvarsfullhet från böna till kopp	13
Konkreta resultat i Guatemala	14
Unga flinka händer	15

Detta sammandrag bygger på en rapport om samhällsansvar som Oy Gustav Paulig Ab publicerade i oktober 2003.

#### Mera information ger

Kommunikationschef Leena Miettinen  
tel. 09-319 81, leena.miettinen@paulig.fi  
[www.paulig.fi](http://www.paulig.fi)



De kraftiga dörrarna till Pauligs kontor på Skatudden i början av förra seklet. I dag finns dörrarna i Pauligs museum i Nordsjö.

## VI KÄNNER VÅRT ANSVAR FRÅN BÖNA TILL KOPP

Samhällsansvaret är viktigt med tanke på kaffeindustrins konkurrenskraft. Våra intressegrupper är allt mer intresserade av bland annat levnadsförhållandena i de kaffeproducerande länderna, och av vilka verkningar vårt dagliga njutningsmedel har på hälsa och miljö. Som marknadsledare inom kaffebranschen i Finland vill vi upprätthålla vår ställning som ett förtroendeingivande och uppskattat företag. Vi vill fortsätta vara en attraktiv affärspartner, arbetsgivare och granne. Mot denna bakgrund framhävs samhällsansvarets betydelse ytterligare under de kommande åren.

Företagets värden, policyn och verksamhetsmodeller skapar grunden för en ansvarsfull verksamhet och vår högsta ledning har förbundit sig till dem. Under de senaste åren har vi på många sätt engagerat oss i att utveckla ansvarsfullheten. Exempel på detta finns också i denna broschyr.

Samhällsansvarets tre pelare – ekonomiskt ansvar, socialt ansvar och miljöansvar – kompletterar varandra och de kan inte rangordnas. Utgående från de kartläggningar vi gjort har vi som tyngdpunktsområden valt miljöansvaret och inom det sociala ansvarets område personal-, ursprungslands- och närområdesansvaret.

Personalens arbetshälsa och förmåga att orka är viktiga faktorer såväl med tanke på affärsverksamhetens framgång som i den hårdnande konkurrensen om kunniga arbetstagare.

Ursprungsländerna är ett utmanande tyngdpunktsområde men är viktiga i egenskap av våra dagliga samarbetspartners. För att förbättra arbetsförhållandena och levnadsstandarden i ursprungsländerna har vi som viktigaste påverkningssätt valt att delta i konkreta utvecklingsprojekt. Vår råvaruanvändning styrs av ett etiskt regelverk.

Närområdesansvaret är viktigt för oss eftersom vårt rosteri ligger i Nordsjö, ett allt tätare befolkat område. Vårt primära mål är därför att minska de omedelbara miljööverbelastningarna i omgivningen.

Som tillverkare av märkesprodukter av hög kvalitet arbetar vi också kontinuerligt för att garantera produktsäkerheten. Vårt företag använder det internationellt respekterade EFSIS-certifikatet.

Även om Paulig i egenskap av familjeföretag i hög grad har principerna för samhällsansvar inbyggda i verksamheten finns det fortfarande sådant vi ytterligare kan förbättra och lära oss. Samhällsansvaret ges en allt större tyngd inom Paulig. Vårt mål är att inkludera ansvarstänkandet i all vår verksamhet och att garantera att det också genomförs i praktiken. En öppnare och intensivare dialog med våra intressegrupper är också en del av arbetet för att utveckla ansvarsfullheten.

Helsingfors 2.10.2003



Verkställande direktör Pekka Pirinen

## OY GUSTAV PAULIG AB I ETT NÖTSKAL

Oy Gustav Paulig Ab är ett dotterbolag till Paulig Ab, med huvudkontor i Nordsjö i Helsingfors. Paulig som grundades år 1876 är fortfarande ett familjeföretag. Bolagets affärsområden är rosteriverksamhet samt försäljning och marknadsföring av kaffe- och kakao-drycksprodukter.

År 2003 har Oy Gustav Paulig Ab 221 fast anställda och en omsättning på nästan 147 miljoner euro. Årsproduktionen av kaffe är nästan 35 000 ton och kaffets andel av omsättningen är 97 procent.

Företagets kändaste varumärken är kaffeblandningarna Jubileums Mocca, President och Brazil. Specialkaffesorter är utöver Espresso också Parisien samt ursprungslandskaffena Ethiopia, Kenya, Guatemala och Colombia. Andra kända varumärken är mjölkcaffedrycken Frezza och kakaokoncentratet Tazza. Dessutom säljer och marknadsför Paulig Melitta-filterpapper.

**Traditionsrika varumärken förpliktar. "Den dag då vi börjar pruta på kvaliteten kan fabriakens portar stängas." Gustav Paulig, 1905.**



# Kaffets väg från ursprungsland till butikshylla



**5.** Ofta rostar kaffet redan samma dag det anländer. Inom några dagar har det nått butikshyllan. Förutom själva transporterarna löper all information och alla transaktioner mellan Paulig och kunderna, bland annat Kesko, Inex och Tuko Logistics, på elektronisk väg.



**4.** Inte förrän kaffet har godkänts lastas det ombord och den fyra veckor långa resan till Finland kan börja. Därigenom säkras att rosteriet endast får önskade råkaffekvaliteter.

Innan kaffet når konsumentens kopp har dess kvalitet kontrollerats ett tiotal gånger, inte bara i samband med inköpet utan också under råvarulagringen, rostningen, malningen, förpackningen och lagringen av slutprodukten.



**1.** Paulig köper största delen av råkaffet direkt i ursprungslanderna, till exempel Brasilien, Colombia och Kenya. I handeln med internationella handelshus prioriteras fasta, långsiktiga avtal. Pauligs kaffeanskaffning regleras av ett etiskt regelverk.



**Utvecklingschef Timo Allén i telefon, i bakgrunden inköpschef Jukka Rouhiainen.**

**2.** För råkaffehandeln svarar Pauligs kaffeinköpare: han håller kontakt med kaffeproducenterna och följer noggrant upp skördeutsikterna och vilken effekt de har på priserna på kaffebörsen i New York.

**Marja Touri är råkaffe-koordinator.**



**3.** Innan köpslutet fattas bedöms alla råkaffepartier i Pauligs kaffelaboratorium, utgående från prover som säljarna har skickat. Paulig köper nästan uteslutande högklassiga arabica-kaffesorter.



Vid sidan av den moderna tekniken lever rostningens hantverkstradition starkt kvar. Pirjo Ilvonen, som sköter en förpackningsmaskin, testar genom ett doftstickprov att kaffepaketet är tätt.

## PAULIGS SAMHÄLLSANSVAR

Samhällsansvar innebär för Paulig att företaget utvecklar och använder socialt ansvarsfulla verksamhetsmodeller och ledningssystem som tryggar bolagets ekonomiska konkurrenskraft och miljöns välmående.

### Vi har lyckats

- Ett bra resultat tryggar kontinuiteten i affärsverksamheten och bidrar till det ekonomiska välbefindandet bland företagets intressegrupper.

### Ekonomiskt ansvar

Det ekonomiska ansvaret utgör grunden för samhällsansvaret. Genom att bedriva sin verksamhet på ett resultatgivande sätt kan Oy Gustav Paulig Ab bära sitt ansvar för miljön och sina intressegrupper samt skapa arbete och utkomst.

### Vi måste utveckla

- Samhällsansvaret skall integreras i all verksamhet – från böna till kopp. Systematisk uppföljning av och rapportering om hur ansvarsfullheten genomförs.

## Kundinriktningen har förstärkt varumärkena

Kunskap om konsumenternas behov, goda kundrelationer samt ett långsiktigt arbete för att bygga upp varumärken har vid sidan av en kontinuerlig utveckling av verksamhetsmodeller och processer skapat en god grund för ekonomisk framgång.

Pauligs kaffemärken Jubileums Mocca och President hör till de bäst kända varumärkena i Finland. Båda fyller 75 år 2004. Enligt konsumentundersökningar har de redan länge hört till de kaffemärken finländarna ser som attraktivast (Taloustutkimus Oy, kaffeuppföljning).

Nästan 80 procent av konsumenterna känner spontant igen Pauligs huvudvarumärken (IRO Brandflow, maj 2003).

I undersökningen European Trusted Brands var Jubileums Mocca det mest förtroendeingivande kaffemärket i Finland. På andra plats kom President och tredje mest förtroende ingav Paulig (Readers Digest, 2003)

Ett färskt exempel på en nyhet som intresserar konsumenterna är mjölkcaffedrycken Frezza som avnjuts kall. Den valdes av marknadsundersökningsföretaget ACNielsen till årets dagligvarulansering år 2002. Lanseringen belönades också med seger i serien för produktnyheter i marknadsföringstävlingen AdProfit 2003.

### Nyckeltal för det ekonomiska ansvaret enligt redovisningsperiod (1000 euro)

Redovisningsperiod	1.5.2000-30.4.2001	1.5.2001-30.4.2002	1.5.2002-30.4.2003
Omsättning	160 866	142 025	146 930
Utbetalda löner, bikostnader och naturaförmåner	10 174	10 015	10 627
Anskaffningskostnader för råvaror och material	84 848	72 561	75 894
Ränteintäkter och andra finansiella intäkter	431	257	730
Räntekostnader och övriga finansiella kostnader	3 226	1 982	395



Staden växer runt Paulig. I rosteriets omedelbara närhet bor idag tusentals helsingforsare. Detta gör närområdesansvaret till en särskilt viktig del av Pauligs samhällsansvar.

## Miljöansvar

Oy Gustav Paulig Ab:s miljöpolicy preciseras som bäst. De fastställda målen är att beakta nivån på miljöskyddet i värdekedjans alla faser och att minska miljö-

konsekvenserna av produktionen. Bolaget har också beslutat att bygga upp ett miljöstyrningssystem under år 2004.

### Vi har lyckats

- Engångspallarna i cellplast ersattes i början av 2003 med återanvändbara CHEP-pallar som förpackningsunderlag för kaffet.
- Avfallssorteringen utvecklades och sorteringsutbildning arrangerades för hela personalen under 2003.
- Lukten som uppstår under rostningsprocessen har minskats genom filtrering med zeolit och genom att vi har övergått till slutna transportsystem i rosteriet.
- Avfallsmängden som uppstår ur transportförpackningarna för råvaran har minskat.

### Vi måste utveckla

- Ett miljöstyrningssystem enligt standarden ISO 14001 skall tas i bruk.
- Dialogen med närområdets invånare skall fortsätta och utvecklas.
- Centralaffärernas varuhämtningar skall rationaliseras.
- Miljöaspekterna skall beaktas bättre i kontorslokalerna. Läget kartläggs under år 2004.



## Innovativ avfallshantering

År 2002 inleddes en systematisk utveckling av avfallssorteringen på Paulig. Samtidigt fick personalen utbildning i sortering. Sorteringskunskanden hos personalen och de utomstående serviceleverantörerna kommer också att upprätthållas i fortsättningen.

Uppsamlingsbehållarna har blivit flera och nya tillkommer på basis av feedback från personalen. I varje kontorsrum finns en papperskorg för sortering.

Paulig Institutet utbildar årligen cirka tretusen proffs i storköksbranschen. Våren 2003 inleddes sorteringen av bio-, glas- och energiavfall på de kaffe- och kryddkurser som institutet arrangerar. Samtidigt övergick man från engångsskyddsrockar till att använda tvättbara tygförkläden.

På våren 2003 tog Paulig i bruk avfallscontainrar som över en gsm-förbindelse meddelar avfallshanteringsföretaget när de blir fulla. Eftersom containrarna inte blir hämtade förrän de är helt fulla, minskar antalet avfallstransporter markant.

I maj 2003 togs nya pressar för blandavfall och papp i bruk, liksom också två nya energiavfallspressar. De nya pressarna gör avfallslogistiken effektivare.

Återvinningen av laminatavfall från förpackningar utvecklas. Stora laminatpartier återvinns redan nu för nyttobruk, men mindre partier slutar som blandavfall. Laminatet är brännbart och lämpar sig för industriellt energibruk, så man har beslutat sig för att utveckla återvinningen av också små partier.

### Avfallsmängder (ton per redovisningsperiod, källa Sita Ab):

Redovisningsperiod	1.5.2000-30.4.2001	1.5.2001-30.4.2002	1.5.2002-30.4.2003
Blandavfall	386,13	513,04	431,2
Papp	22,34	74,52	25,7
Energiavfall	112,58	33,17	59,7
Bioavfall (antal avhämtningar)	uppgifter saknas	400	216
Papper	4,36	18,72	3,6
Byggnadsavfall	0	1,78	8,43
Problemavfall	registreringsättet har ändrats	3	1,4
Metall	14,34	9,24	26,34

## Från jutesäckar till containersäckar

En stor del av det avfall som uppstår i rosteriet består av transportförpackningar för råkaffe. Avfallsmängderna har minskat kraftigt sedan man år 1996 övergick från de traditionella 60 kg jutesäckarna till stora plastsäckar som fyller en hel container. Idag fraktas cirka 90 procent av råkaffet i storsäckar.

Samtidigt har antalet sjö- och landsvägstransporter minskat med ungefär tvåhundra containrar per år, eftersom en container med storsäck rymmer 15 procent mera råkaffe. Förändringen har också minskat mängden tungt och riskfyllt manuellt arbete.



Övergången till containersäckar har kraftigt minskat avfallsmängderna från rosteriet. Kai Denberg, från Etu Express Oy, öppnar en containersäck.

### Utsläpp från rosteriet i Nordsjö år 2001

Damppartiklar	1 ton
Kolväte	20 ton
Kolmonoxider	100 ton
Koldioxider	5 200 ton
Svaveloxider	20 kilo

### Kaffeproduktionen enligt redovisningsperiod

Redovisningsperiod	1.5.2000 - 30.4.2001	1.5.2001 - 30.4.2002	1.5.2002 - 30.4.2003
Produktion * (kg)	32 600 000	34 600 000	34 540 000

\*inkluderar export- och kontrakttillverkning

### Energiförbrukning enligt kalenderår (MWh).

Inom parentes förändringen från året innan i avrundade procenttal:

Kalenderår	2000	2001		2002	
Elektricitet (MWh)	7 209	7 824	(+ 8,5 %)	8 298	(+ 6,1 %)
Fjärrvärme (MWh)	5 891	6 794	(+ 15,3 %)	6 454	(- 5,0 %)
Naturgas (MWh)	13 219	13 213	(0 %)	13 988	(+ 5,9 %)



Kaffets väg till konsumenterna löper inte bara genom rosteriets hallar. Mer än hälften av de anställda på Paulig arbetar inom försäljning, marknadsföring, logistik och administration. På bilden från vänster: Assistant Brand Manager Robin Hallberg, försäljningsassistent Suvi Rönnberg, Brand Manager Iiro Jussila, nyckelkundchef Lars Ahlroth, Customer Marketing Manager Mari Paaso.

## Socialt ansvar

De viktigaste delområdena i Oy Gustav Paulig Ab:s sociala ansvar är personalansvar och ansvar inom anskaffningskedjan. I anskaffningskedjan framhävs ansvaret i ursprungsländerna.

Det sociala ansvaret omfattar också andra områden som är viktiga för Paulig, bland annat produktsäkerheten, närområdesansvaret, dialogen med intressegrupper samt stöd för allmännyttig verksamhet.

### Vi har lyckats

- Mångsidig kompetensutvecklande utbildning för hela personalen.
- Hela personalen har förberetts för utvecklingssamtal och samtalen har också inletts med arbetstagarna under år 2003.
- De arbetsrelaterade sjukdomarna har minskat kraftigt i och med automatiseringen.
- Distansarbete har blivit möjligt och har uppmuntrats i mån av möjlighet.
- Säkerhetsplanen har uppdaterats och utbildning och katastrofövningar har genomförts år 2002.
- International Coffee Partners-samarbete i ursprungsländerna från år 2001.
- Principer för en etisk råvaruan-skaffning har utarbetats och skickats ut till våra samarbetspartners bland importörer och exportföretag i januari 2003.
- Vi har av tidskriften Fakta tilldelats ett Fakta Finlandia 2002 -diplom för god personalledning.

### Vi måste utveckla

- Utveckla arbetshälsan vidare.
- Tillämpa egenkontroll i processerna.
- Inkludera principerna för etisk varuanskaffning i inköpsvillkoren för råkaffe.
- Skapa ett regelverk för anskaffningen av profilprodukter för att garantera produktsäkerheten och etiska tillverkningsförhållanden för produkterna.

### Paulig-kvalitet - certifierad produktsäkerhet

Oy Gustav Paulig Ab har sedan 1999 innehaft ett EFSIS-certifikat som beto-nar produktsäkerheten. Det nuvarande certifikatet som ligger på den högsta nivån är i kraft till slutet av februari 2004. De internationellt respekterade EFSIS-kvalitetskraven är mycket omfattande och avsedda för företag som levererar livsmedel.

## Utvecklingsprojekt i ursprungsländerna

Att trygga förutsättningarna och framgången för kaffeodlingen är ett livsvillkor för Paulig. Därför grundade Paulig hösten 2001 tillsammans med fyra andra europeiska kaffebolag företaget International Coffee Partners, ICP, som verkar i ursprungsländerna.

ICP eftersträvar ingen vinst och dess verksamhetsidé är att i de kaffeproducerande länderna genomföra projekt som bygger på en hållbar utveckling. Genom projekten vill man permanent förbättra odlarfamiljernas levnadsstandard samt utveckla miljövänliga kaffe-

odlings- och -behandlingstekniker. För det praktiska genomförandet svarar kaffeproducentfamiljerna i projektområdena. Projekten genomförs och finansieras som ett samarbete mellan den offentliga och den privata sektorn. I regel är projekten två till tre år långa, och ICP inleder två eller tre nya projekt per år.

De projekt som ICP hösten 2001 inledde i Honduras och Guatemala fortsätter till hösten 2004. De senaste projekten inleddes i början av 2003 i Dominikanska republiken och Kamerun.

I världens största kaffeproducerande land Brasilien är det tack vare den flacka terrängen och bärens jämna mogningstakt möjligt att skörda effektivt med skörde-tröskor. Inköpsdirektör Jouko Pihkanen (till höger) besöker regelbundet kaffeplantagerna för att hålla sig à jour med kaffeproduktionen och dess förutsättningar.





En stor del av världens kaffeskörd mognar på små plantager och vidareförädlas i små enheter. ICP:s projekt är konkreta och berör odlarfamiljerna direkt.

### Konkreta resultat i Guatemala

I Guatemala har man investerat i att grunda ett kaffelaboratorium och tio mindre kaffeförädlingsanläggningar. Man har också lyckats förbättra kaffets kvalitet bland annat med hjälp av en ny kaffetorkningsmetod.

I de miljövänliga kaffeförädlingsanläggningarna renas processvattnet i separata bassänger och leds inte som sådant tillbaka i floderna.

Kaffetorkningstunneln är ett exempel på en innovativ kaffebehandlingsteknik som bygger på en hållbar utveckling. Tack vare ett plasttak stiger temperaturen till cirka 60 grader i torktunneln som har konstruerats på ett betongfunda-

ment. Solvärmen påskyndar torkprocessen och taket håller kaffet torrt.

Ett av projektets primära mål är att förbättra kaffets kvalitet. Enligt kaffeodlarna har ICP:s anläggningsinvesteringar och utbildning utgjort de hörnstenar som kvalitetsförbättringen har kunnat bygga på.

De totala kostnaderna för projektet i Guatemala är 1 362 480 euro, av vilket ICP står för 787 500 euro (58 %). Pauligs och dess intressebolags Kjeldsbergs andel av detta är cirka 157 500 euro. De övriga finansörerna är ALA Project (424 500 euro) och Actasa (150 480 euro).

## Unga flinka händer

Paulig arrangerar med några års mellanrum tävlingen Tahto & Taito. Syftet med tävlingen är att främja hantverket i Finland, särskilt bland unga, och att sporra unga och kunniga människor att visa upp nya idéer och nya slags skapande hantverksfärdigheter.

I tävlingen som ordnades på våren 2003 var Pauligs samarbetspartners Mestariikiltaneuvosto, Helsingfors Hantverks- och Industriförening samt Helsingin Sanomats bilaga Nyt.

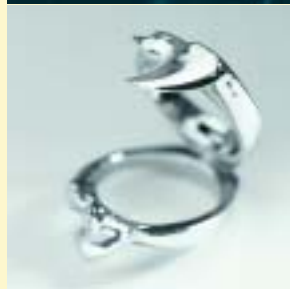
Jury som bedömde tävlingsbidragen i den högklassiga tävlingen år 2003 fäste uppmärksamhet utom vid föremålens formgivning också vid det originella och funktionella i idéerna. Jyrki Raulo från Helsingfors vann klassen för 15-20-åringar med sin bilinredning i läder. Marko Vasara från Lahtis vann klassen för 21-29-åringar med sitt bidrag, ringöppnaren "Jaws". Båda dessa skickliga ungdomar belönades med stipendier på 5 000 euro.



Precision till sista stygn.



Alltid öppnare med sig.





*Paulig* 

**Oy Gustav Paulig Ab**  
Lekhomsvägen 32, PB 15, 00981 Helsingfors  
Telefon 09 31981 [www.paulig.fi](http://www.paulig.fi)