




FRÅN BÖNA TILL KOPP

Företagsansvarsrapport 2010

Paulig



INNEHÅLL

Ett internationellt kvalitetskaffehus	3	Kvalitet och produktsäkerhet i nyckelrollen	18
Tillväxt och internationalisering – på ett ansvarsfullt sätt ...	4	Det moderna rosteriet skonar miljön	20
Kaffets resa från böna till kopp	6	Kunniga människor nyckeln till framgång	24
Ansvarsfulla inköp	8	Ett år av lönsam tillväxt	28
Toppnotering för råkaffepriset	10	Starka varumärken bakom framgången	30
Effektiva transporter skonsamma för miljön	12	Paulig lyssnar på konsumenterna och kunderna	32
Nytt rosteri för Paulig i Tver i Ryssland	16		

Ett internationellt kvalitetskaffehus

Oy Gustav Paulig Ab är det största kaffehuset i Finland. Paulig blir mer och mer internationellt och har de senaste åren utvidgat affärsverksamheten särskilt inom sektorn för kaffe som dricks utanför hemmen. Bolaget hör till Paulig-koncernen som är ett livsmedelsföretag känt för sina högklassiga märkesvaror, och som är verksamt i flera länder i Europa.

Gustav Paulig grundades år 1876 och var först i Finland med att rosta kaffe industriellt år 1904. Gustav Paulig hör till Paulig-koncernen, en av de ledande producenterna av internationell mat och kryddor i Europa.

Utom i Finland är Gustav Paulig verksam i Baltikum, Ryssland och Rysslands grannländer bland annat i Ukraina och Vitryssland.

Gustav Paulig erbjuder också kaffeutrustning och tjänster för sina kunder inom detaljhandeln och horeca-sektorn samt för kontorskunder. Genom sitt dotterbolag Vendor Group är företaget marknadsledare på kaffetjänster i Finland och Estland. Gustav Paulig erbjuder dessutom kaffetjänster i Sverige, Lettland och Litauen.

Pauligs kaffesortiment inkluderar ljus- och mörkrostat filterkaffe, kaffebönor och espressokaffe. Kaffet rostar i rosteriet i Nordsjö som invigdes år 2009 och i det nya rosteriet i Tver som tas i drift under 2011. I fortsättningen rostar det kaffe som är avsett för marknaden i Ryssland och dess närområden i Tver medan det kaffe som säljs i Finland och Baltikum rostar i Nordsjö.

Till de kändaste varumärkena hör de traditionsrika Jubileums Mocca,

President och Brazil. I Ryssland och Baltikum är de populäraste kaffesorterna Paulig President och Paulig Classic samt Pauligs espressoprodukter.

En föregångare inom ansvarsrapporteringen

Gustav Paulig hör till föregångarna inom rapporteringen av företagsansvar i den finländska livsmedelsindustrin. I bolagets åttonde företagsansvarsrapport som omfattar år 2010 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 förklaringarna till dem finns i sin helhet att läsa på Pauligs webbplats på adressen www.paulig.fi.

I rapporten används namnet Paulig för Gustav Paulig. Informationen i rapporten har inte verifierats objektivt. Tillförlitligheten är trots detta god eftersom de ekonomiska nyckeltalen är tagna ur den lagstadgade bokföringen. I Finland omfattas Pauligs egen leveranskedja av certifierade livsmedels säkerhets- och miljösystem och övervakas också av myndigheterna.

Tillväxt och internationalisering – på ett ansvarsfullt sätt

Företagsansvar innebär för Paulig långsiktig verksamhet och vardagliga handlingar som utgör en del av vårt dagliga ledarskap och våra värden. I fjol utvärderade vi vårt ansvarsarbete på nytt för att ännu bättre kunna beakta våra intressenters förväntningar.

Anskaffningskedjan för kaffe, miljöhänsyn i produktionen och vår egen personal har redan i flera år utgjort hörnstenarna i vårt ansvarsarbete. Det arbete vi hittills gjort fungerar bra som en grund att bygga vidare på. Konsumenterna och kunderna vill ha allt fler produkter och tjänster som hjälper dem att själva göra ansvarsfulla val.

Vi vill uppmuntra människor att njuta av äkta kaffe och hjälpa dem att göra val i linje med sina värden. Det är vårt mål att Paulig-kaffe även i fortsättningen ska innebära kvalitet och en ansvarsfullhet som gör det möjligt för såväl människor, naturen och företaget att må väl.

Ett bra år trots utmaningar

Ekonomiskt och verksamhetsmässigt var 2010 ett utmanande år. Priset på råkaffe steg till sin högsta nivå på 14 år och har sedan dess hållits högt. Det är exceptionellt att priset hålls så högt så länge och vi följer hur situationen utvecklas. Att trimma verksamheten i rosteriet i Nordsjö till full fart och sköta förberedelserna för att ta rosteriet i Tver i drift har krävt mycket. Vårens strejker försvårade också verksamheten och belastade resultatet.

Trots utmaningarna var vi framgångsrika. Vi bibehöll vår starka marknadsställning och resultatet motsvarade förväntningarna. Paulig är fortfarande det ledande kaffeföretaget i Finland. I Baltikum steg vi upp som marknadsledare mätt i volym. I Ryssland växte vi i enlighet med målen, nästan i takt med marknadens tillväxt.

Även på marknaden för kaffetjänster utanför hemmen gjorde vi framsteg. I början av 2010 köpte Paulig majoriteten i Vendor Group som erbjuder kaffeautomater och -utrustning. I och med affären blev Paulig marknadsledare på kaffetjänster i Finland och Baltikum.

En nöjd personal skapar resultat

Gott ledarskap för med sig motiverade arbetstagare och goda resultat. Paulig har de senaste åren satsat på att utveckla ledarskapsfärdigheterna, bland annat genom det koncernomfattande ledarskapsutvecklingsprogrammet Bridge.

Under 2010 togs den nya 3D-modellen för målsättnings- och utvecklingssamtal i bruk som redskap för att sätta upp individuella mål. Personalens tillfredsställelse i arbetet mättes med en TellUs-undersökning och utifrån resultaten vid-

Viktiga mål för 2011

SOCIALT ANSVAR

- Råcaffets spårbarhet utvecklas och spårbarhetsgraden mäts
- Användningen av ansvarscertifierat råkaffe ökar och sortimentet utvidgas
- Samarbetspartner i Nicaragua, Guatemala och Mexiko informeras om de etiska inköpsprinciperna
- International Coffee Partners-projektet fortsätter (ICP)
- Ledarskapsfärdigheterna utvecklas
- Den nya webbtjänsten öppnas för kunder och konsumenter

MILJÖANSVAR

- Rapporteringen av energiförbrukningen utvecklas
- Förpackningsmaterialen görs tunnare
- Ett climate change-projekt inleds med ICP-samarbetspartnerna
- Bolaget deltar i projektet för att effektivisera koncernens logistik

EKONOMISKT ANSVAR

- Verksamheten vid rosteriet i Tver i Ryssland inleds
- Marknadspositionen i Ryssland och Baltikum samt inom Out of home-sektorn stärks.
- Satsningar på utveckling av nya produkter och tjänster

togs flera åtgärder för att göra personalen nöjdare med sitt arbete.

Som en del av reformen av vår verksamhetsmodell inledde vi en uppdatering av ansvarsområden och arbetsbeskrivningar i organisationen. Denna process ska avslutas under första halvan av detta år. Utvecklingen av den interna informationen fortsatte med att det nya intranätet togs i bruk. För att öka öppenheten i informationen började vi hålla månatliga träffar kring en kopp morgonkaffe, med ett visst tema för varje träff.

Tillväxt och internationalisering

I Ryssland och dess närområden ökar konsumtionen av rostat kaffe och vi tänker vara med i den tillväxten. Vid sidan av detaljhandeln utvecklas också affärsverksamheten för kaffetjänster utanför hemmen kraftigt. Vårt nya rostereri som reser sig i Tver tas i drift under 2011. Det skapar goda förutsättningar för att svara på den ökande efterfrågan på denna marknad.

Internationaliseringen och verksamheten i många länder kräver mycket av oss. I fjol uppdaterade vi vårt företags processer och verksamhetsmodell för att göra vår verksamhet så lineär och beslutsfattandet så klart som möjligt då den nya produktionsanläggningen tas i drift.

Att bära ansvar nära och fjärran

Vi har på ett långsiktigt sätt satsat på verksamheten i ursprungsländerna och i kaffeanskaffningskedjan, för att förbättra de lokala förhållandena. De etiska inköpsprinciperna, användningen av UTZ



CERTIFIED och ekologiskt odlad råkaffe samt utvecklingen av kaffets spårbarhet är goda exempel på detta arbete. Vi fortsätter våra satsningar för att förbättra spårbarheten och utökar andelen certifierat kaffe i vårt sortiment.

International Coffee Partners-projektet som har pågått i mer än 10 år har visat sig vara ett lyckat sätt att öka välbefindandet i de lokala samhällena. I år inleder vi också tillsammans med våra samarbetspartner ett Climate Change-projekt i syfte att förebygga klimatförändringarna.

Hållbara värden styr också verksamheten i rosteriet i Nordsjö. Under sitt första

år i drift har det nya rosteriet visat sig vara mycket energieffektivt.

Jag vill tacka Pauligs personal och samarbetspartner. Jag tror att våra proffs kommer att vara ivriga och intresserade av att delta i utvecklingen av affärsverksamheten och av att ta del i Pauligs framgång också i framtiden.

Elisa Markula
verkställande direktör



Cirka 2,5 kilo kaffebär ger ungefär 0,5 kilo råkaffeböner. Från en kaffebuske får man ungefär 0,5–2 kilo böner.

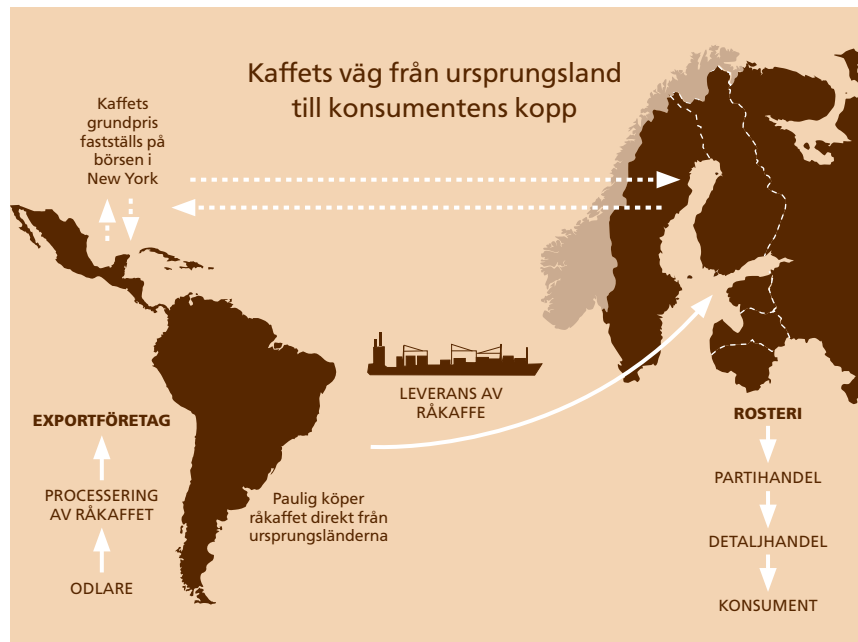
Kaffets resa från böna till kopp

Kaffebuskarna växer på medelhöga bergssluttningar nära ekvatorn, ofta på små familjeägda plantager. Paulig tar emot kaffe från alla odlingsområden i världen. Råkaffet köps oftast direkt från ursprungsländerna, därifrån det fraktas sjövägen till rosteriet.

Kaffe odlas i cirka 60 länder på olika håll i världen. De största kaffeproducenterna är Brasilien, Vietnam, Indonesien och Colombia. En stor del av kaffet produceras på små plantager och mer än 20 miljoner kaffeodlare får sin utkomst av kaffet. Skördetiden varierar regionalt och i praktiken skördas det kaffe någonstans i världen hela tiden. För att kaffeskörden ska bli god krävs det en jämn temperatur och riklig nederbörd.

Enligt ICO var råkaffeproduktionen i världen under skördeperioden 2010/2011 cirka 135 miljoner säckar (å 60 kg) råkaffe. Paulig köper upp cirka 0,7 procent av den totala produktionen.

Enligt ICO:s statistik är USA, Tyskland, Italien, Japan och Frankrike de största konsumentländerna i världen.



Räknat i konsumtion per person ligger Finland i topp: år 2010 konsumerade varje finländare i genomsnitt 10 kilo rostat kaffe. Näst efter finländarna dricker norrmännen och svenskarna mest kaffe.

Kaffebönorna växer nära ekvatorn

En kaffebuske ger en skörd på cirka 2,5–10 kilo kaffebär, ur vilka man får 0,5–2 kilo råkaffebönor. Kaffet plockas antingen

maskinellt eller för hand. Maskinell plockning är vanligast i Brasilien där en stor del av kaffeplantagerna ligger på slättland.

De kommersiellt viktigaste kaffeslagen är arabica och robusta. Finländarna föredrar framförallt ljusrostat kaffe som innehåller

högklassiga arabicabönor. Robustabönorna som används särskilt för espresso och annat mörkrostat kaffe klarar sig i strängare förhållanden, och därför odlas robusta på områden där arabica vanligen inte växer. Av den totala kaffeproduktionen i världen står arabica för cirka 65 % och robusta för 35 %.

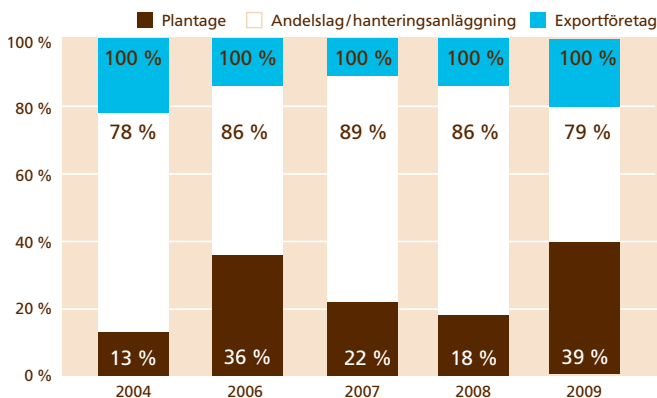
Kaffet köps direkt från ursprungsländerna

Paulig köpte år 2010 nästan 53 miljoner kilo råkaffe, vilket innebär nästan 900 000 säckar. Merparten av Pauligs kaffe kommer från Brasilien, Colombia och länderna i Centralamerika samt från Afrika, bland annat från Kenya och Etiopien.

Paulig köper största delen av sitt råkaffe direkt från ursprungsländerna och ett kaffeparti består av flera tiotal odlares skördar. Nästan allt kaffe Paulig producerar tillverkas genom att man blandar kaffe från flera olika ursprungsländer enligt ett omsorgsfullt utarbetat recept. Genom att köpa kaffe i olika länder och vid olika tidpunkter kan Paulig garantera en jämn tillgång på råvaror och hög kvalitet hos slutprodukterna.

Spårbarheten hos det kaffe Paulig har köpt 2004–2009

Resultaten är riktgivande. Utredningen har gjorts utifrån sampel av de största inköpen.



Ansvarsfulla inköp

Allt fler konsumenter förväntar sig inte bara att kaffet ska hålla högsta kvalitet och smak, utan också att det ska produceras under ansvarsfulla förhållanden. Vid sidan av tillgången på råkaffe är detta ett av de viktigaste kriterierna även i Pauligs kaffeanskaffning. Paulig arbetar för att främja ansvaret i kaffekedjan bland annat genom att utveckla produkternas spårbarhet, genom att utöka användningen av certifierat kaffe, genom att kräva sina samarbetspartner att förbinda sig vid bolagets etiska verksamhetsanvisningar och genom att regelbundet besöka samarbetspartnerna i ursprungsländerna.



Hos Paulig har kaffeinköpen redan i flera år styrts av fastslagna principer för inköpsverksamheten (Paulig Code of Conduct), som även bolagets handelspartner har förbundit sig att följa. Principerna omfattar bland annat kvalitetskriterier för råkaffet och metoder för att säkra kvaliteten. Till principerna hör också rekommendationer om att använda odlingsmetoder som belastar miljön så lite som möjligt, och om att se till att arbetsmiljön är trygg och arbetsrätten respekteras på kaffeplantagerna.

De mogna kaffebären är oftast röda, men vissa arter är gula. Det gäller exempelvis Bourbon.

Riktlinjerna bygger dels på de etiska regler som paraplyorganisationen för kaffebranschen i Europa, European Coffee Federation, har utarbetat, dels på Internationella arbetsorganisationen ILO:s och FN:s regelverk.

Information om principerna för inköpsverksamheten i ursprungsländerna

Paulig har de senaste åren informerat sina samarbetspartner om principerna för bolagets anskaffningar i olika länder. Principerna går igenom under gemensamma diskussioner. År 2010 har Paulig gått igenom de etiska inköpsprinciperna med bolagets samarbets-

partner i Colombia, Etiopien och Kenya. Under 2011 går man igenom principerna i Nicaragua, Guatemala och Mexiko. Efter det har information om principerna givits i alla de viktigaste producentländerna.

Odlarna i ursprungsländerna har nytta av de gemensamma målen och principerna eftersom deras engagemang i ett långsiktigt samarbete skapar konkreta resultat och förbättrar småodlarnas och deras familjers liv och framtidsutsikter. I fortsättningen sätts målen för spårbarhet specifikt för varje land. För att målen skall vara realistiska, beaktas ländernas olika utvecklingsfaser.

Spårbarhet och certifiering ger transparens

Det är Pauligs mål att så utförligt som möjligt utreda spårbarheten hos allt kaffe bolaget köper. Spårbarheten utgör en del av riskhanteringen och kvalitetsledningen. Ju bättre man känner till kaffets ursprung desto bättre möjligheter har man att påverka leverans- och produktionskedjan.

Enligt den senaste undersökningen kan Paulig spåra 100 procent av det råkaffe bolaget köper in till kaffeexportföretagen, 79 procent till kooperativen och 39 procent ända till plantagerna. Spårbarhetsundersökningarna fortsätter år 2011. Undersökningarna genomförs med stickprov, men de täcker en betydande del av våra råkaffeinköp (se figur s. 7).

Många certifikat

Ett annat sätt att främja ansvarsfullhet i kaffekedjan är att använda ansvarscertifiering exempelvis enligt programmen UTZ CERTIFIED, Rättvis Handel, Rainforest Alliance eller Luomu (ekologiskt odlat). Det som gör användningen av certifierat råkaffe utmanande är att tillgången är ojämn,

eftersom uppskattningsvis bara 3–5 procent av världens totala kaffeproduktion utgörs av certifierat kaffe. Råvarornas kvalitet har stor betydelse för de färdiga kaffeprodukternas smak och arom, och därmed för konsumenternas köpbeslut.

Sedan 2006 har Paulig i sina ansvarscertifierade produkter använt UTZ CERTIFIED-råkaffe. Det ansvarscertifierade kaffet står för cirka 4 procent av Pauligs försäljning. Till Pauligs sortiment av ansvarscertifierat kaffe hör Paulig Mundo, Brazil, Paulig Espresso Originale och Paulig Kenya.

UTZ CERTIFIED-kaffe kan alltid spåras ända till den enskilda kaffeplantagen. De odlare som deltar i programmet kan visa att de producerar sitt kaffe på ett professionellt sätt, med omsorg om de människor som deltar i verksamheten och om miljön. Mera information: www.utzcertified.org.

Under 2010 har Paulig också utrett möjligheterna att använda andra ansvarscertifikat. Särskilt på horeca-marknaden finns det en efterfrågan på Luomu- och Rättvis Handel-märkta produkter, och flera nya sådana kommer att lanseras i Pauligs sortiment under hösten 2011.



Kaffeodlaren Sr. Jesus Lourenço da Silva deltar i ICP-projektet i Sao Francisco de Paula i Brasilien.

International Coffee Partners: för kaffeodlarnas bästa i 10 år

International Coffee Partners som Paulig och fyra andra europeiska kaffebolag grundade år 2001 har genom sina praktiskt inriktade projekt skapat nya möjligheter i många småodlares arbete och liv. Förbättrade odlingsfärdigheter, större skördar och bättre kvalitet, organisation, nya hanteringsanläggningar för kaffebären, alternativa grödor och bostadsreparationer har förbättrat utkomstmöjligheterna för tusentals odlarfamiljer.

I de första projekten i Guatemala och Honduras deltog 500 odlarfamiljer. Mer än 16 000 odlare i elva olika länder i Syd- och Centralamerika, Afrika och Asien har hittills deltagit i projekten. Räknar man med odlarnas familjemedlemmar har projekten berört mer än 100 000 människor. Projektet räcker 3–4 år och tillsvidare har sju projekt genomförts, sex pågår och två förbereds.

ICP-projekten genomförs i samarbete med bland annat den offentliga sektorn i EU-området, icke-statliga organisationer och lokala utvecklingsorganisationer. ICP finansierar cirka hälften av kostnaderna för projekten och investeringarna hittills uppgår till nästan 6 miljoner euro, av vilket Paulig står för cirka en femtedel.

Den brasilianska kaffeodlaren Sr. Jesus Lourenço da Silva har planterat 3 000 kaffeplantor på sin plantage. Med hjälp av ICP har Jesus kunnat förbättra avkastningen och kvaliteten ytterligare. Förr var den årliga skörden 27 säckar men i år skördar han 52 säckar.

Tilläggsinformation: www.coffee-partners.org



Toppnotering för råkaffepriset

Världsmarknadspriset på råkaffe steg kraftigt år 2010 och nådde i mars 2011 sin högsta nivå på 14 år. Utom av tillgången och skördeutsikterna påverkades priset allt mer av den internationella placeringsverksamheten. Att dollarn stärkts i relation till euron har också bidragit till att öka pristrycket på kaffe.

Kaffepriset fastställs på kaffebörserna i New York och London. För Paulig är New York-börsen viktigare eftersom cirka 98 procent av det kaffe Paulig köper in är arabicakaffe som noteras där.

Priset på ett enkelt kaffeparti påverkas av världsmarknadspriset som noteras på börsen och av kvaliteten på det aktuella

kaffepartiet. För god kvalitet betalar man ett tilläggspris utöver marknadspriset. Pristillägget för kvalitetskaffe har stigit särskilt mycket, då efterfrågan på kvalitetskaffe har varit större än tillgången. Eftersom Paulig köper stora mängder kaffe av högsta kvalitet har prisstegringen på råkaffe påverkat Pauligs verksamhet

kraftigt. Dyliga situationer kräver en omsorgsfull riskhantering och skydd mot både prISRISKER och valutariskER.

Kaffepriset steg kraftigt år 2010

Världsmarknadspriset på råkaffe steg kraftigt under 2010. I mitten av juni steg priset på kaffebörsen i New York från

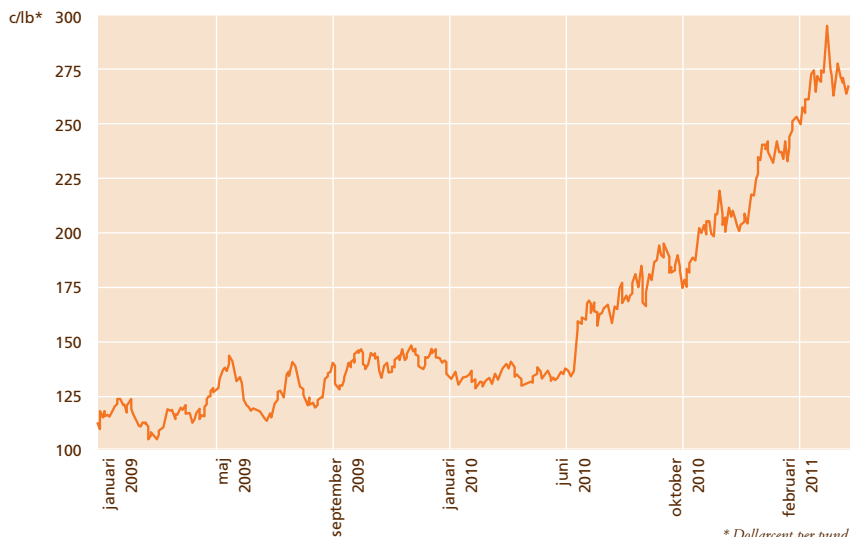
130–135 dollarcent till cirka 170 dollarcent per pund kaffe (ett pund är 454 gram). Under hösten steg priset igen kraftigt och stannade i slutet av året på nästan 242 dollarcent per pund. Med beaktande av valutaeffekterna har priset stigit med 70 procent under det gångna året. Priset är den högsta noteringen sedan frosten år 1997 som ledde till att kaffepriset temporärt steg till en hög nivå. Det högre råvarupriset syntes under hösten också i konsumentpriserna.

Förr kunde man förutsäga priset på råkaffe utifrån kaffeskördens storlek och kvalitet; under goda skördeår sjönk kaffepriset. Kaffeskörden kring årsskiftet 2010–2011 var mycket god, men ändå har kaffepriset hållits på en hög nivå.

Under den globala recessionen har alla råvarupriser stigit i och med att placerare har flyttat kapital från börsaktier till råvarufonder. Fluktuationer i valutakurserna, särskilt det att dollarn har stärkts i förhållande till euron, har också ökat pristrycket.

Råkaffepriset på kaffebörsen 01/2009–03/2011

Uppgifterna bygger på dagliga stängningspriser under andra månaden ("2nd Month") på kaffebörsen i New York.



* Dollarcent per pund

Större osäkerhet på kaffemarknaden

Väderleksförhållandena och klimatförändringarna har gjort skördarna osäkrare. De överraskande väderförändringarna har särskilt drabbat de råvaruslag av högsta kvalitet som Paulig köper. När det gäller dem är balansen mellan tillgång och efterfrågan känslig redan som det är.

Den ökande kaffekonsumtionen i de ekonomiska utvecklingsområdena har också bidragit till det högre kaffepriset. Det är väntat att efterfrågan på råkaffe ökar snabbare än produktionen. I och med klimatförändringarna kan kaffeodlingen upphöra helt och hållet i vissa regioner.

För Paulig är det viktigt att tillgången på olika kaffesorter är tillräcklig för att garantera ett njutbart kaffe av jämn kvalitet. Endast de råvaruslag som håller högsta kvalitet uppfyller Pauligs stränga krav. De ljusrostade kaffesorterna som traditionellt föredragits i Finland tillverkas av högklassiga arabicabönor.



NUCOFFEE – den nya inköspartnern satsar på genomskinlighet och kvalitet

År 2010 inledde Paulig samarbete med kaffeexportföretaget NUCOFFEE i Brasilien. NUCOFFEE fäster särskild uppmärksamhet vid att kaffet ska vara spårbart och produktionen hållbar. I företagets register finns mer än 800 kaffeplantager där Paulig kan följa verksamheten och spåra det producerade kaffet i realtid över internet.

NUCOFFEE arbetar i nära samarbete med lokala odlare. Syftet med samarbetet är att öka produktionen av kvalitetskaffe, att utveckla odlingsmetoderna och att skapa nära relationer mellan kaffeplantagerna och kafferosterierna.

”Våra kunder vill ha spårbart kaffe av hög kvalitet. För att kunna erbjuda det stöder vi aktivt odlarna i vårt nätverk för att utveckla kaffeodlingen och skapa långsiktiga relationer. Tack vare vår verksamhet utvecklas också hanteringen av miljöfrågor och arbetsförhållandena blir allt bättre”, berättar **Daniel Friedlander**, samarbets- och marknadsföringschef på NUCOFFEE.

NUCOFFEE sysselsätter 60 agronomer. Under odlingsperioden 2009–2010 hjälpte de mer än 1 500 odlare med råd och handledning ute på kaffeplantagerna. Efter odlings-säsongen har mer än 8 000 odlare deltagit i den utbildning som företaget arrangerar.

Tilläggsinformation: www.nucoffee.com



Hamnen i Santos i Brasilien är den största hamnen i Latinamerika och en stor del av världens kaffe-frakter skeppas därifrån. Santos har varit en viktig avgångshamn för globala kaffetransporter sedan början av 1900-talet.

Effektiva transporter skonsamma för miljön

Paulig hämtar det råkaffe bolaget behöver sjövägen från ursprungsländerna. Logistikkedjans miljövänlighet och effektivitet förbättras av att rosteriet ligger alldeles intill Nordsjö hamn. Kunderna ansvarar oftast för avhämtningen av de färdiga kaffeprodukterna.

Pauligs kaffe fraktas i 20 fots containrar på oceangående fartyg från ursprungsländerna till de stora hamnarna i Mellaneuropa, huvudsakligen till Hamburg. Där lastas containrarna om på mindre feeder-fartyg som fraktar kaffet vidare till Helsingfors. Sjöfrakten från ursprungsländerna till Finland räcker i allmänhet cirka fyra veckor. I genomsnitt anländer tre råkaffelaster till Nordsjö hamn varje vecka.

Av det kaffe Paulig tar emot fraktas drygt 90 procent i bulkcontainrar på 21 ton där råkaffet är packat i en enda stor nylonsäck. Resten lastas för hand i jutesäckar som beroende på kaffesort rymmer 60–70 kilo råkaffe. En container med jutesäckar rymmer cirka 17–19 ton

råkaffe. Varje container innehåller bara en sorts råkaffe, så att kaffesorterna inte ska blandas. År 2010 tog Nordsjö emot drygt 2 500 containrar råkaffe.

I Nordsjö flyttas kaffecontainrarna på långtradare från hamnområdet direkt till rosteriet där kaffet efter kvalitetskontroll lagras i råkaffesilon i väntan på rostning. Sedan rostas kaffet, mals och förpackas varefter det läggs i lagret för färdiga produkter, därifrån det levereras vidare till centralaffärernas distributionscentraler eller för export.

Transporten av kaffeprodukter till affärskedjornas lager i Finland sköts i regel av kundernas transportpartner. För transporten packas produkterna på EUR- eller ½-EUR-pallar som har dimensionerats för



att optimalt utnyttja långtradarnas volym. Pauligs leveranstjänst optimerar omsorgsfullt lasterna och planerar rutterna för att minimera antalet transporter.

Effektivare logistik i Baltikum

På sommaren 2010 började Paulig transportera sina produkter direkt från lagret i

Nordsjö till Baltikum. Samtidigt stängdes lagret i Tallinn som tidigare fungerade som mellanlager för kaffe som exporterades till Baltikum, Vitryssland och Ukraina. I fortsättningen kan kaffeprodukter lagras också i Tver, därifrån de sedan kan föras vidare till marknaden i Ryssland och dess grannländer som Ukraina och Vit-

ryssland. Genom att stänga lagret i Tallinn har Paulig kunnat förbättra optimeringen av produktionen, minska svinn, spara kostnader och samtidigt gjort det möjligt att sänka lagernivån också i Nordsjö.

Pauligs transportpartner sköter transporter till Baltikum. I transporterna strävar man efter att utnyttja den tillgängliga transportvolymen maximalt, bland annat genom att kombinera olika kunders laster. En kostnadseffektiv distributionsmodell minskar antalet onödiga transportfaser och skonar miljön.

Samarbetspartnerna utvärderas

I mån av möjlighet utvärderar Paulig sina samarbetspartner

Största delen av råkaffebönorna fraktas till Nordsjö packade i stora nylonsäckar i containrar som väger 21 ton. Då säckarna lossas tas prover på bönorna, som sedan undersöks i Pauligs laboratorium. Lossningen övervakas av Antero Tirronen.



”Paulig förutsätter att råkaffecontainrarna kan spåras fullständigt, från ursprungsländerna till Helsingfors.”

med avseende på kvalitet, miljöfrågor och ansvar. Av rederierna förutsätter Paulig exempelvis att råkaffecontainrarna ska kunna spåras fullständigt, från ursprungsländerna till Helsingfors. År 2010 inleddes ett utvecklingsprojekt som omfattar hela Paulig-koncernen och vars syfte är att förenhetliga förfarandena för utvärdering och godkännande av varuleverantörer i alla företag inom koncernen. Inom projektet fäster man särskild vikt vid ansvarsfulla inköpsprinciper.

Utvärderingen av rederier har inletts och fortsätter under år 2011.

Råkaffe direkt till Tver

Hittills har Paulig rostat det kaffe som är avsett för den ryska marknaden i Nordsjö, men då det nya rosteriet i Ryssland öppnar flyttas huvuddelen av produktionen till Tver. Förändringen påverkar också logistikarrangemangen. Utsläppen från transporterarna minskar med upp till hälften då en stor del av transporterarna av färdiga kaffeprodukter från Finland till Ryssland upphör. Inköpen av råkaffe till Tver sköts från Finland, men råkaffeleveranserna går direkt till Ryssland. Där använder man hamnen i S:t Petersburg därifrån kaffecontainrarna transporteras till Tver på långtradare. Cirka 10 procent av Pauligs kaffe kommer att rostras i Ryssland.



Största delen av det kaffe som dricks i Finland förpackas i logistiskt effektiva vakuumpförpackningar på ett halvt kilo.



Nytt rosteri för Paulig i Tver i Ryssland

Pauligs nya rosteri i Tver inleder sin verksamhet under 2011. Det moderna rosteriet betjänar i huvudsak den växande marknaden i Ryssland och dess närområden.

Paulig växer och internationaliseras i enlighet med sin strategi. Efterfrågan på rostat kaffe av hög kvalitet ökar i Ryssland och därför finns det tillväxtpöjligheter på marknaden i Ryssland och i de omgivande regionerna. Med tanke på den logistiska effektiviteten och snabbheten samt de höga tullavgifterna i Ryssland

var det ändamålsenligt att bygga ett eget rosteri.

Tver ligger cirka 160 kilometer nordväst om Moskva, med goda järnvägs- och landsvägsförbindelser. Andan i staden är företagsvänlig. Paulig började bygga sitt nya rosteri på hösten 2009 och målet är att rosteriet ska inleda sin verksamhet under 2011.

Ett modernt och effektivt rosteri

Det nya rosteriet är modernt och effektivt. Som bas för planeringen användes Pauligs rosteri i Nordsjö, som är det modernaste i världen i fråga om process-teknik och systemlösningar. Byggprojektet har också styrts av hållbara värden. Viktiga aspekter är effektiviteten,

Rosteriet i Tver i siffror Personal: inledningsvis 40 • Produktionskapacitet: 6 000 ton
• Huvudentreprenör: ryska ZAO Haka Moscow • Planering: finska KVA Arkkitehdit Oy



Pauligs nya rosteri har byggts i Tver i Ryssland. Det ligger vid goda järnvägs- och landsvägsförbindelser cirka 160 kilometer nordväst om Moskva. Rosteriet inleder sin verksamhet under 2011.

expansionsmöjligheterna, säkerheten och trivsln.

Till sina grundfunktioner är rosteriet i Tver likadant som i Nordsjö, och också finländarna har deltagit i projektet ända från början. I rosteriet arbetar inledningsvis 40 personer. Redan innan rosteriet tas i bruk görs stora satsningar på utbildning för personalen. Fabriksledningen och de personer som ansvarar för kvalitetskontrollen har utbildats på rosteriet i Nordsjö där de fick hjälp av personliga finländska stödpersoner, vilket möjliggjorde en effektiv inläring i arbetet.

Då rosteriet tas i bruk kan man dra nytta av erfarenheterna från 2009 då rosteriet i Nordsjö inledde sin verksamhet. Produktionsfaserna för varje enskild produkt går igenom steg för steg, så att alla detaljer beaktas och man inte prutar på den höga kvaliteten.

Kaffekonsumtionen ökar i Ryssland

Ryssland är traditionellt ett land av te-drickare och största delen av det kaffe som konsumeras är snabbkaffe. Att dricka äkta, rostat kaffe är inte någon särskilt väletablerad sed, och det är inte alls i alla kök det finns en kaffebryggare. Konsumenterna är inte lika märkestrogna som exempelvis i Finland, utan provar gärna på olika varumärken. Kaffekonsumtionen ökar däremot snabbt, särskilt i de stora städerna.

I rosteriet i Tver fokuserar Paulig särskilt på kaffe av hög kvalitet. Det nya rosteriet gör det möjligt att producera kaffe av hög kvalitet till medelpris, och att erbjuda kunderna private label-produkter. Pauligs aktiva produktutveckling syns år 2011 i nya produkter för marknaden i Ryssland och dess närområden.



Säkerhetsingenjör Alexei Berezhnov (till vänster) och produktionschef Anatoli Panchev på rosteriet i Tver granskar säkerheten på byggplatsen kring det nya rosteriet.

Kvalitet och produktsäkerhet i nyckelrollen

Paulig är känt som ett kvalitetshus vars produkter väcker förtroende. Paulig arbetar på många olika sätt för att trygga produkternas och verksamhetens kvalitet, och för att utveckla dem ytterligare. I kvalitetsledningen utnyttjas internationella standarder och utomstående granskningar. Det erfarna provsmakningsteamet ser till att kaffet smakar gott.

Egenkontrollen som hör till det dagliga arbetet utgör en väsentlig del av kvalitetssäkringen. Den omfattar alla faser av kaffehanteringen, från anskaffningen av råkaffe och kaffeproduktionsprocesserna till den färdiga slutprodukten.

Paulig undersöker prover ur alla råkaffepartier innan köpbesluten fattas, då kaffet lastas på fartyg och då transporterarna når fram till rosteriet. Proverna undersöks i Pauligs eget kaffelaboratorium i Nordsjö där man bland annat analyserar fukthalten och bönornas storleksfördelning.

Kaffets verkliga natur kommer fram först då det har rostats och tillretts till en kaffedryck. Därför rostas alla kaffepröver och ett team av professionella provsmakare bedömer utseende, doft och smak. Innan produkterna når konsumenten har kvaliteten hos varje kaffeparti kontrollerats sensoriskt ett flertal gånger.

Certifikat också för arbets säkerheten

Paulig är en ansvarskännande arbetsgivare och då det nya rosteriet i Nordsjö togs i bruk fäste bolaget mycket uppmärksamhet vid arbetshälsan och arbetarskyddet, samt vid att arbetsmiljön ska vara trivsam. I början av 2011 beviljades rosteriet för första gången arbets säkerhetscertifikatet OHSAS 18001.

Paulig använder sedan tidigare ett ISO 14001-miljöledningssystem och ett ISO 22000-livsmedelssäkerhetssystem. Båda certifikaten förnyades planenligt år 2010. Företaget har också marknads- och produkt-specifika certifikat, bland annat i anknytning till kaffets spårbarhet och arbetet för att förbättra odlarnas levnadsförhållanden.

Produktsäkerheten och den jämna kvaliteten följs upp

I rosteriet styrs kaffeproduktionen av ett verksamhetssystem som bygger på flera olika standarder. Målet är att garantera att

produkterna är säkra och håller jämn kvalitet, samt att miljön och arbets säkerheten beaktas i produktionen.

Systemets funktionsduglighet och effektivitet utvärderas regelbundet genom externa och interna auditeringar. Det garanterar att det dagliga arbetet sköts på bästa möjliga sätt.

En del kunder genomför också granskningar som deras egna regler och anvisningar förutsätter. Exempelvis McDonald's ställer detaljerade kvalitets- och produktsäkerhetskrav på alla sina leverantörer.

Pauligs konsumenttjänst följer upp antalet kvalitetsfel och klagomål samt svarar på konsumenternas frågor. Antalet klagomål som gällde tekniska frågor, såsom mjuka vakuumpförpackningar, eller kaffets smak sjönk år 2010 något, från 18 till 17 per en miljon producerade kilogram.

År 2010 godkände Pauligs ledningsgrupp en verksamhetspolicy som ersätter den tidigare miljöpolicy samt kvalitets- och produktsäkerhetspolicy.



Professionella provsmakare bedömer varje kaffepartis utseende, doft och smak innan produkterna når konsumenterna. Utvecklingschef Karla Koullias (till vänster) och kvalitetstekniker Kirsi Raukamo hör till Pauligs provsmakarteam.



Produktionschef Erkki Enström och direktören för operativa funktioner Minna Forsström är nöjda med effektiviteten i det nya rosteriet.

Det moderna rosteriet skonar miljön

Det nya rosteriet i Nordsjö visade sig under det första året i drift vara mycket energieffektivt. Den nya produktionsteknologin sänkte klart förbrukningen av naturgas. Paulig fäster också uppmärksamhet vid kaffeproduktionens miljöeffekter genom återvinning och genom att sträva efter att minska avfallsvolymerna.

År 2010 producerade Paulig 46 000 ton kaffe i rosteriet i Nordsjö. Kaffeproduktionen ökade med cirka en miljon kilo jämfört med året innan. Räknat i kaffepaket på ett halvt kilo motsvarar produktionen år 2010 mer än 90 miljoner paket. Alla tiders produktionsrekord för en dag nåddes i november 2010 då rosteriet i tre skift under ett dygn producerade totalt 276 596,2 kilo kaffe.

2010 var det första hela året av verksamhet i Pauligs nya rosteri. Effekten av att det nya rosteriet togs i bruk syns på energiförbrukningen, utsläppen och avfallsmängderna då man jämför siffrorna för 2010 och 2008. Siffrorna för 2009 avviker från det normala eftersom Paulig under en del av året hade två rosterier i drift.

Ansvar för miljön – energi-användning och vatten

Pauligs kafferosteri använder naturgas som energikälla för rostningen.

Trots att produktionen har ökat har förbrukningen av naturgas sjunkit med cirka en fjärdedel jämfört med år 2008, totalt sett med 22,3 procent och per producerat ton med 24 procent. Den energieffektivare produktionsprocessen är den viktigaste orsaken till att förbrukningen har sjunkit. Tack vare den nya rostningsteknologin kan spillvärmen som uppstår då kaffet rostar tas tillvara och utnyttjas för förvärmning av nästa parti som ska rostar.

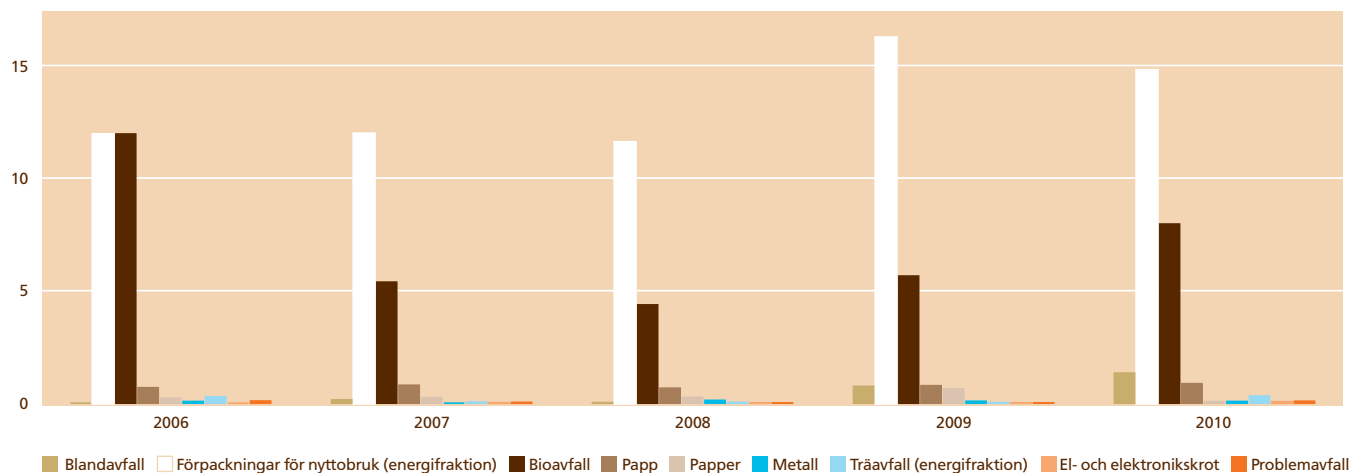
Den totala energiförbrukningen per producerat ton kaffe sjönk något jämfört med år 2008. Den totala energiförbruk-

ningen per kilogram producerat kaffe år 2010 var 5,5 procent lägre än i det gamla rosteriet.

Förbrukningen av energi för uppvärmning och av elektricitet steg något år 2010 jämfört med år 2008. Den högre elförbrukningen berodde främst på att det nya rosteriet är större till byggnadsvolymen än det gamla. Elförbrukningen har också drivits upp genom att bolaget använder anordningar och underhållssystem som motsvarar dagens standarder, bland annat för att reglera luftkonditioneringen i fabrikshallen samt luftfuktigheten och temperaturen i lagret för förpackningsmaterial.

I produktionsprocesserna används små mängder vatten för att stoppa rostningen av kaffebönorna. Vattenförbruknings-

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



siffrorna under år 2010 kan inte jämföras med siffrorna under de föregående åren eftersom vattenförbrukningen i hela fastigheten ingår i dem. I det nya rosteriet kan vattenvolymer som används i produktionen mätas separat.

Effektiv avfallshantering

Paulig har som mål att minimera mängden avfall som uppstår i produktionen och inte kan återvinnas. År 2010 ökade den totala mängden avfall, vilket berodde på arbetet med att riva det gamla rosteriet, ta det nya rosteriet i drift och flytta över personalen. Detta syns särskilt i att mängden blandavfall ökade.

Största delen av produktionsanordningarna i det gamla rosteriet togs i bruk i det nya rosteriet i Nordsjö eller i rosteriet som byggts i Tver i Ryssland. En del av byggnadsmaterialet – bland annat fasadelement och delar av silorna – såldes för återanvändning i nybyggnation. Rivningsavfallet sorterades omsorgsfullt och levererades till de rätta hanteringsanläggningarna.

Luktölagheter minskar i Nordsjö

Luktpanelen som grundades år 2009 fortsatte sina månatliga uppföljningsbesök i omgivningen kring rosteriet i Nordsjö. Luktpanelens utvärderingsarbete bygger på miljömyndigheternas

definitioner. Det finns sex kontrollplatser och varje månad besöker panelen minst tre av dem för att med luktsinnet bedöma kafferosteriets lukter i närheten av rosteriet. Genom denna granskning får Paulig information om hur lukter sprids i den närmaste omgivningen, vilket gör det enklare att ingripa i eventuella problemsituationer. Hur lukterna sprids beror i hög grad på de rådande vind- och väderförhållandena. Paulig rapporterar regelbundet till miljömyndigheterna om luktpanelens resultat.

Mindre förpackningsmaterial

Det är Pauligs mål att använda välfungerande förpackningsalternativ av hög kvalitet, som skyddar kaffeprodukterna men belastar miljön så lite som möjligt. Förpackningsmaterialets viktigaste uppgift är att garantera kaffets hållbarhet, det vill säga att skydda det mot ljus, syre och fukt. Samtidigt ska förpackningen vara enkel att använda för kunden.

Största delen av Pauligs kaffeprodukter, cirka 75 procent, förpackas i vakuumpförpackningar. De mest sålda kaffesorterna, Jubileums Mocca och President, förpackas till största delen i laminatförpackningar på ett halvt kilo. Paulig utvecklar förpackningsmaterialen tillsammans med tillverkarna. Under 2010 blev förpackningslaminatet för

Jubileums Mocca tunnare med 5 procent av den totala vikten. Som bäst utreder man om förpackningsmaterialen kunde göras ännu tunnare. Samtidigt som materialen görs tunnare utvecklas de tekniskt så att förpackningarnas hållbarhet bibehålls.

Möjligheterna att ersätta aluminium som syreskydd i förpackningarna utreds. Det finns flera alternativa material, exempelvis en EVOH-plastfilm. Paulig har som mål att sluta använda aluminium i förpackningarna för storkökskunder före ingången av 2012.

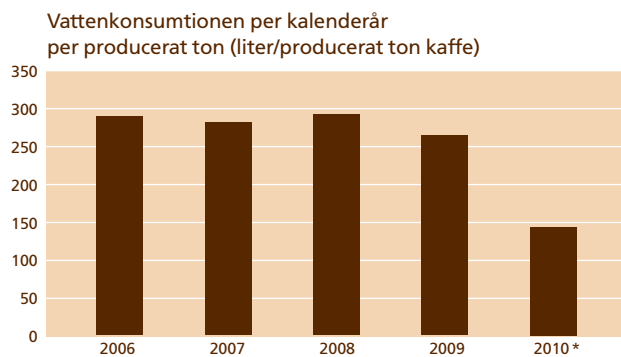
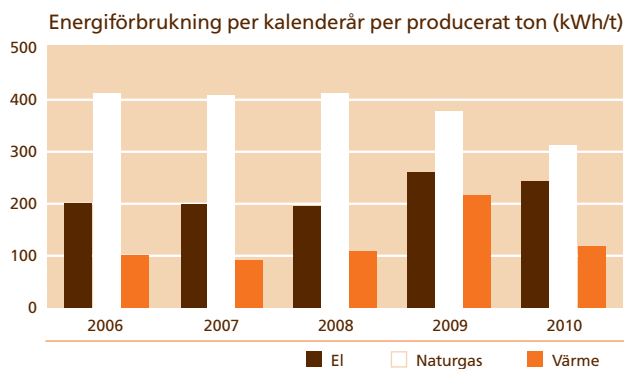
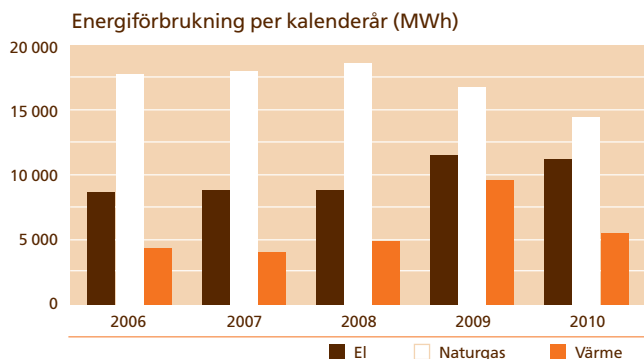
Detaljhandeln och storkökskunderna återvinner de förpackningsmaterial som används för transport av kaffeförpackningarna, såsom papp och plast. Förpackningsplast kan bland annat utnyttjas för att framställa plastkassar för detaljhandels affärer.

Miljöarbete också på kontoret

Paulig fick positiv respons i Green Office-utvärderingen år 2010. Särskilt beröm fick avfallshanteringen och anvisningarna för den, i normala fall uppstår det inget blandavfall alls på kontoret. I fortsättningen fokuserar Paulig särskilt på att differentiera kontorets miljökonsekvenser från produktionens, på att minska mängden arbetsresor genom att utnyttja videokonferenser samt att justera anvisningarna för användningen av tjänstebilar.

Avfallsmängder per kalenderår (ton)

	Blandavfall	Förpackningar för nyttobruk (energifraktion)	Träavfall (energifraktion)	Bioavfall	Papp	Papper	Metall	El- och elektronikskrot	Problemavfall	Plast	Glas
2006	0,00	513,50	12,60	514,80	29,50	9,60	3,50	0,00	4,44	0,00	0,00
2007	6,60	526,50	2,10	236,80	35,20	11,10	0,00	0,77	1,55	0,00	0,00
2008	1,20	521,40	2,00	196,90	30,30	11,80	5,74	0,44	0,61	18,40	1,10
2009	33,10	719,90	1,20	250,70	34,60	28,60	3,80	0,33	0,39	10,00	2,00
2010	61,72	679,90	14,54	366,38	40,14	3,30	3,90	3,10	4,20	0,00	5,76



*Vatten som använts bara i produktionen

Utsläpp per kalenderår (ton)

	Damm	Kol- väten	Kol- monoxid	Kol- dioxid	Svavel- dioxid	Kväve- oxider
2006	1,4	28	140	7278	0,03	5,2
2007	1,4	29	144	7444	0,03	5,3
2008	1,5	30	147	7619	0,03	5,5
2009	1,5	29	146	7564	0,03	5,4
2010	1,5	30	150	6850	0,03	4,9



På McDonald's restauranger i Finland serveras ansvarscertifierat Paulig Mundo-kaffe.

Biologiskt nedbrytbara förpackningsmaterial samlar beröm

Paulig har redan länge undersökt möjligheten att använda biologiskt nedbrytbara material i kaffepaketerna. Om kaffet kunde förpackas i biologiskt nedbrytbara förpackningar skulle det inte bli över något blandavfall alls av kaffeprodukterna.

Tillsammans med sin långvariga kund McDonald's har Paulig under 2010 testat ett biologiskt nedbrytbart förpackningsmaterial i 31 av McDonald's restauranger på olika håll i Finland. McDonald's serverar Pauligs ansvarscertifierade Mundo-kaffe i sina restauranger. Vanliga kaffeförpackningar sorteras som blandavfall, men det nedbrytbara laminatet som nu testades kan man lugnt sortera som bioavfall. Syftet med testerna var att undersöka hur en förpackning som huvudsakligen består av papper och stärkelsebaserat fogmaterial fungerar i restaurangbruk, och hur väl förpackningen skyddar produkten mot ljus, fukt och syre.

I pilottesten fick den unika förpackningen fulla poäng för alla sina egenskaper. Kaffets arom och kvalitet bibehölls felfria och de nedbrytbara förpackningarna var enkla att öppna. De anställda på restaurangerna lärde sig också snabbt att slänga förpackningarna bland bioavfallet.

”En biologiskt nedbrytbar kaffeförpackning är ett bra alternativ för McDonald's restauranger, eftersom den ger upphov till mindre avfall och därför är ett klart miljövänligare val för restaurangbruk. Den respons vi har samlat in bland vår personal har varit nästan uteslutande positiv”, berättar **Juha-Pekka Vieno** som ansvarar för kvalitets- och miljöfrågor på Finlands McDonald's.



Gott ledarskap spelar en avgörande roll för personalens trivsel och då det gäller att skapa goda resultat. Att utveckla ledarskapsfärdigheterna är ett av de viktigaste målen för Bridge-programmet som pågår inom Paulig-koncernen. Lars Ahlroth (till vänster), Risto Kalsta, Tanya Salmela, Trina Törnqvist, András Koroknay-Pál och Päivi Suomalainen jobbar med ett grupparbete under en av Bridge-kurserna.

Kunniga människor nyckeln till framgång

Paulig respekterar personalens yrkeskunskap och satsar starkt på arbetstagarnas utbildning och trivsel i arbetet. Huvudtemat för personalutvecklingen år 2010 var att förankra den nya enhetliga ledarskapsmodellen i det dagliga arbetet i hela Paulig-koncernen. 3D-modellen för målsättnings- och utvecklingssamtalen spelar också en viktig roll för att bygga upp en ny ledningskultur.

På Paulig tror vi att gott ledarskap spelar en nyckelroll för personalens trivsel och då det gäller att skapa goda resultat. Målet är att skapa en enhetlig ledningsmodell för hela koncernen. Bridge, ett utvecklingsprogram för ledarskaps- och chefsfärdigheter som inleddes år 2009 är ett av de redskap som används för att utveckla ledningskulturen. År 2010 deltog 140 chefer från 11 olika länder i programmet.

Syftet med Bridge-programmet är att utveckla personalledningen. I programmet går man tillsammans med cheferna igenom hur de ska agera med sina egna medarbetare: hur ska de bäst lyfta fram individuella starka sidor och hur ska de sporra olika sorters människor. I den nya ledningsmodellen beskrivs en gemensam uppfattning om gott ledarskap samt hur man kan mäta gott ledarskap. Programmet erbjuder också konkreta redskap för det dagliga chefsarbetet. Personalutvecklingen fortsätter år 2011 och tyngdpunkten kommer då att ligga på att utveckla försäljningskunskapen och inköpsverksamheten.

I båda kompetensutvecklingsprogrammen satsar man på att förbättra verksamhetsmetoderna och redskapen över hela koncernen.

Kompetensutveckling genom utvecklingssamtal
Kärnan i chefsarbetet på Paulig är utvecklings- och målsättningssamtalen som

PERSONALEN I SIFFROR 31.12.2010

På Gustav Paulig i Finland:

- Antalet anställda var 210
 - 126 tjänstemän och 84 arbetstagare i produktionen
 - 100 kvinnor och 110 män
- Antalet fasta anställningar var 186.
- Anställningarnas genomsnittliga längd var 16,5 år.
- Personalens genomsnittsalder var 43 år.
- 3 anställda avgick med pension.
- Personalens anslutning till facket i rosteriet var cirka 90 procent.

Paulig hade 55 anställda i Ryssland och Ukraina samt 15 i Baltikum.

Antalet anställda i dotterbolaget Vendor i Finland, Baltikum och Sverige var 166.

I Nordsjö arbetade också utomstående serviceproducenters anställda, cirka 30 personer, bland annat i personalrestaurangen, som väktare och i lagerfunktionerna.

används för att utveckla sakkunskapen, mäta kompetensen och identifiera de egna möjligheterna. År 2010 fördes utvecklingssamtalen enligt den nya 3D-modellen. Då modellen togs i bruk fick cheferna lära sig hur man i modellen definierar mätbara mål för arbetstagarna och hur man ställer upp målen.

Personalens trivsel i arbetet mäts

Det är Pauligs mål att vara den bästa arbetsplatsen för proffs i livsmedelsbranschen. Hur väl Paulig lyckas nå detta mål mäts med en TellUs-enkät som genomförs

vart annat år. År 2010 genomfördes personalenkäten för första gången över hela koncernen. TellUs erbjuder ett enhetligt sätt att mäta personalens tillfredsställelse, motivationsnivå och engagemang. I kaffegruppen besvarade 88,7 procent av personalen enkäten. Positiv respons gavs bland annat om personalens engagemang och arbetsgivarens starka profil. Som utvecklingsobjekt framhövdes i kaffegruppen särskilt den interna informationen samt klarare personliga arbetsbeskrivningar och ansvarsområden.

Rosterbygget i Ryssland sysselsätter

2010 var det första hela produktionsåret i Pauligs nya rosteri. Det krävdes en hel del arbete av hela personalen för att ta det

nya rosteriet i drift och trimma det till full funktion, men processen lyckades väl. I produktionen nåddes alla tiders endagsrekord i november 2010.

Samtidigt kom rosteriprojektet i Ryssland igång för fullt och under årets gång sysselsatte projektet stora mängder personal från olika delar av kaffegruppen, både i Finland och i Ryssland.

För dem som deltog i rosteriprojektet i Ryssland arrangerades såväl språkutbildning som orientering i ryska seder och bruk, samt i de färdigheter som behövs i det ryska affärlivet.

Då den internationella verksamheten utvidgas uppmuntrar Paulig arbetstagarna att vara rörliga, och möjligheterna till arbetsrotation inom koncernen har förbättrats. Bolaget utvecklar personalens kompetens över divisions- och landsgränser och för koncernens olika funktioner närmare varandra.

Omsorg om välbefinnandet

Rosteriet i Nordsjö har en egen företagshälsostation där en företagshälsövårdare och en läkare på deltid håller mottagning. I de övriga länderna där Paulig verkar ordnas företagshälsövården exempelvis genom att bolaget köper utomstående tjänster. Målet med hälsotjänsterna är att så tidigt som möjligt identifiera sjukdomar och arbetsrelaterade risker och att upprätthålla arbetshälsan.



PAULIGS VÄRDEN

Resultat genom samarbete

Passion för kvalitet

Konsumentinriktade innovationer

Ansvarsfull verksamhet



Malarna Carina Hietala (till vänster) och Ari Vuoriainen jobbar i rosteriets kontrollrum. Den nya arbetsmiljön har fört med sig många nya arbetsmetoder och uppgifter.

Paulig stöder personalens välbefinnande i arbetet genom att också stöda fritidsverksamhet i Finland och Estland. På de årliga sommar- och vinterevenemangen deltar Pauligs personal och också deras familjemedlemmar.

Arbets säkerhet certifierades

Arbets säkerheten på Paulig främjades på många sätt under 2010. Som ett resultat av det arbete som inleddes år 2009 beviljades rosteriet i Nordsjö för första gången ett OHSAS 18001-certifikat. Inför certifieringen granskades bland annat verksamhetsprogrammet för arbetarskyddet, arbets hälso- och arbets säkerhetssystemet, rapporteringen av situationer där en olycka varit nära och arbets säkerheten i produktionslokalerna.

I rosteriet som byggs i Tver i Ryssland har bolaget fäst särskild upp märk-

samhet vid effektiviteten, utvidgningsmöjligheterna, arbets säkerheten och trivseln. I samband med att rosteriet togs i drift arrangerades mångsidig utbildning för personalen, med arbets säkerheten som ett väsentligt inslag.

År 2010 inträffade sju arbetsolyckor som ledde till totalt 175 förlorade arbetsdagar på grund av sjukfrånvaro. Arbetsolyckorna berodde bland annat på halkning och snubbling. Mängden sjukfrånvaro bland personalen år 2010 uppgick till 2,3 procent.

Stödd sysselsättning

I september 2010 inledde Paulig ett samarbete med Helsingfors stads socialverks service för stödd sysselsättning genom att anställa två arbetstagare. Den enas anställning fortsatte efter prövotiden som en fast anställning. Samarbetet med servicen för stödd sysselsättning fortsätter år 2011.

”Det är Pauligs mål att vara den bästa arbetsplatsen för proffs i livsmedelsbranschen. Hur väl Paulig lyckas mäts med en TellUs-enkät som genomförs vart annat år.”



Underhållstekniker Kim Kuusi sköter underhållet på en av Vendors kaffeautomater. År 2010 köpte Paulig majoriteten i Vendor Group som tillhandahåller kaffeutrustning och -tjänster. Tillväxtutsikterna i branschen är goda och Vendor stärker utvecklingen av Pauligs kontorskaffetjänster. Genom Vendor får kunden tillgång till alla tjänster kring kaffeserveringen, inklusive utrustning, underhåll och själva kaffeprodukterna.

Ett år av lönsam tillväxt

Ett gott ekonomiskt resultat skapar möjligheter för att långsiktigt utveckla verksamheten. En lönsam tillväxt gynnar personalen, samhället och Pauligs övriga intressenter på flera olika sätt.

Nyckeltal för det ekonomiska ansvaret (1000 euro) *

Räkenskapsperiod	1.1-31.12.2006	1.1-31.12.2007	1.1-31.12.2008	1.1-31.12.2009**	1.1-31.12.2010
Omsättning	200 403	210 110	232 139	232 504	261 540
Utbetalda löner, biekostnader och naturaförmåner	11 831	12 339	12 983	16 505	13 304
Anskaffningsutgifter för råvaror och material	117 539	119 650	141 063	132 520	187 304
Ränte- och övriga finansieringsintäkter	278	511	400	809	110
Ränte- och övriga finansieringskostnader	753	1 704	1 814	2 005	2 794
Investeringar	2 971	8 369	20 138	24 513	6 407

* Resultatet rapporteras ur moderbolaget Paulig Ab:s bokslut.

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

Trots utmaningarna hade Paulig god framgång år 2010 och det ekonomiska resultatet låg på den väntade nivån. Om-sättningen växte med 14 procent jämfört med året innan och var 282 miljoner euro. Det första hela året av verksamhet i Pauligs nya rosteri i Nordsjö förlöpte ypperligt trots att processerna ännu finslipades, och fabriken nådde ett nytt produktionsrekord med hela 46 000 ton producerat kaffe.

År 2010 präglades av att priset på råkaffe steg kraftigt, vilket också var huvudorsaken till att Pauligs omsättning växte. Prisstegringen syntes också i konsumentpriserna.

Ny organisation som stöd för tillväxten

Pauligs affärsverksamhet omorganiserades under 2010. Affärsverksamheten delades upp i tre områden: East, West och Services. Den nya organisationen möjliggör en ännu starkare fokusering på de specifika utmaningarna inom varje område.

Pauligs marknadsställning bibehölls fortsatt stark på alla affärsområden. I Finland är Paulig fortfarande klar marknadsledare. Även om året var utmanande särskilt för detaljhandels del löpte försäljningen väl. Paulig lanserade nya produkter på marknaden och de gamla, bekanta varumärkena nådde väntade framgångar.

I Ryssland utvecklades marknadsandelarna och konsumtionen av rostat kaffe som väntat. Även i de baltiska länderna bibehöll Paulig sin starka marknadsposition, trots det utmanande ekonomiska läget. I Ukraina och Vitryssland stärkte Paulig sin position under 2010.

Inom affärsområdet Services ingick Paulig flera viktiga avtal som kommer att skapa klart större volymer år 2011.

Investeringar i framtiden

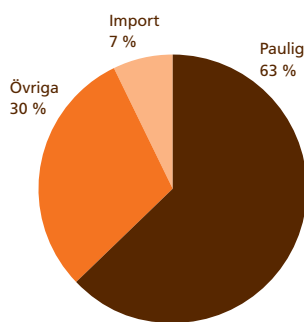
Pauligs verksamhet bidrar väsentligt till att utveckla välstånd och stärka sysselsättningen både i Finland och utomlands. Pauligs största kostnadspost är anskaffningen av råkaffe. Största delen av inköpen görs i producentländerna, och där spelar Paulig en viktig roll genom att indirekt sysselsätta många människor.

De senaste åren har Paulig gjort stora investeringar i sina nya produktionsanläggningar. År 2010 uppgick investeringarna till totalt 9,4 miljoner euro, av vilket största delen gällde det nya rosteriet i Tver i Ryssland.

I början av 2010 ingick Paulig ett avtal om att köpa majoriteten av aktierna i Vendor Group. Som en del av företagsarrangemangen överfördes Pauligs kaffeserveringstjänster och kaffeservice till Vendor Group. Under det gångna året fokuserade bolaget på att bygga upp den nya organisationen i alla verksamhetsländer.

Paulig deltar i utvecklingen av samhället bland annat genom att betala skatter och andra offentliga avgifter. I slutet av 2010 arbetade 210 personer för Paulig i Finland. Deras löner inklusive bikostnader uppgick till nästan 13 304 000 euro.

Den inhemska kaffeproduktionen och -importen 2010



Källa: Livsmedelsindustriförbundet, Paulig och Finska Tullen



Brand Manager Tommi Harju på Coffee House (till höger) och nyckelkundschef Pasi Raito på Paulig njuter av ansvarsfullt producerat kaffe i Coffee House nya café i Gamlas.

Coffee House serverar ansvarscertifierat kaffe

Cafékedjan Coffee House som är känd för sin ungdomliga framtoning och sitt goda kaffe förnyade sitt kaffesortiment i början av 2011 genom att byta kaffeleverantör till Paulig. Vid sidan av kvaliteten är också ansvarsfullheten en viktig egenskap hos kaffet eftersom kaffevännerna är allt mer intresserade av kaffets ursprung och av att det produceras på ett ansvarsfullt sätt.

”Vi vill agera ansvarsfullt genom att beakta både miljön och de människor som verkar inom kaffeproduktionen. Därför är de kaffesorter vi serverar UTZ-certifierade. Kaffet kommer från plantager där man värnar om det ekologiska och om arbetstagarnas och familjernas välmående”, berättar Brand Manager **Tommi Harju** på Coffee House.

Av Pauligs ansvarscertifierade kaffesorter har Coffee House Brazil och Espresso Momento i sitt sortiment. Espresso Momento är ett kaffe som Paulig skapat särskilt för Coffee House.

”Högklassigt kaffe tillrett med yrkesskicklighet är vår stolthet och vårt visitkort. Utom att de får kaffe av hög kvalitet har våra kunder nu också möjlighet att få exakta uppgifter om varifrån kaffet de dricker kommer och att få information om ursprunget. De behöver bara mata in kaffets förpackningsdatum på vår webbplats så kan kaffets ursprung spåras. Cafépersonalen kan berätta när kaffet har förpackats”, berättar Tommi Harju.

Starka varumärken bakom framgången

Pauligs kaffemärken hör till de mest uppskattade och populära varumärkena i Finland. Det långsiktiga arbetet för att värna om kvaliteten och för att förstå kundernas och konsumenternas förväntningar och behov har burit frukt. Nu ligger tyngdpunkten på tillväxt i Ryssland och på att bygga upp förtroende på nya marknader. Nya produkter och tjänster gör att kaffe fortsätter vara intressant och eftertraktat.

Pauligs varumärke är som ett garantiintyg – ett löfte om att kaffeprodukten alltid motsvarar det konsumenten förväntar sig. Jubileums Mocca och President hör till de mest uppskattade och bäst kända kaffemärkena i Finland, som konsumenter och kunder har litat på i decennier (Taloustutkimus 2010; Reader's Digest: Finlands tillförlitligaste kaffemärke 2010).

President har erbjudit finländarna kaffenjutningar sedan år 1929, och är fortfarande ett av de mest uppskattade kaffemärkena i Finland. För att bygga upp starka varumärken måste man känna konsumtionsvanorna och kunderna, och kunna förutse förändringar. Till produktfamiljen President hör fyra kaffesorter, alla med sina egna recept och rostningsgrader. Den nyaste medlemmen i familjen är superpremiumprodukten President Gold Label Black som har utvecklats särskilt för vänner av mörkrostat kaffe.

Pauligs varumärken blir också allt mer välkända på andra marknader. I Estland känner cirka 70 procent av konsumenterna spontant igen Pauligs varumärken, och i Lettland och Litauen gör nästan hälften av konsumenterna det. I S:t Petersburgsregionen känner ungefär var femte konsument igen Pauligs varumärken, och i Moskva-regionen ungefär var tionde.

För att bygga upp och upprätthålla starka varumärken måste man ha en ingående kunskap om konsumtionsvanor och kundernas behov. Paulig

genomför årligen ett flertal konsumentundersökningar för att samla information som är nödvändig för marknadsföringen och produktutvecklingen. Genom undersökningarna följer bolaget upp hur konsumtionsvanorna förändras och kaffetrenderna utvecklas, samtidigt som vi utreder hur intressanta olika nya produktidéer är.

Enkelhet, snabbhet och etiska aspekter intresserar

Snabbt och enkelt är rådande trender i livsmedelskonsumtionen, och det syns särskilt i att konsumtionen av kaffe som dricks



utanför hemmen ökar. Paulig har svarat på denna utveckling dels genom att stärka sin out-of-home-affärsverksamhet genom företagsköp, dels genom att utveckla produkt- och servicekoncept för bolagets kaffetjänster, exempelvis för take away-kaffe. Andra svar på trenden är dryckerna Frezza och Tazza som säljs drickfärdiga i flaska.

Övriga trender som påverkar konsumenternas köpbeslut är etiska och miljörelaterade frågor. Konsumenterna är mer intresserade än förr av produkternas ursprung och av hur de har producerats. Paulig tillverkar sina produkter i ett energieffektivt rosteri, har lanserat flera ansvars-certifierade produkter på marknaden och testar nu användningen av biologiskt nedbrytbara förpackningsmaterial.

En annan trend som blir allt starkare är intresset för hälsa. Kaffe är ett av de livsmedel som det forskats kring allra mest i världen, och forskningen ger ständigt ny kunskap om kaffets olika hälsoeffekter. Paulig följer aktivt forskningen och dess resultat. I Finland är kaffe bland annat den största källan till antioxidanter i kosten.

Skillnader i kaffekulturen

Konsumenternas kaffevanor är starkt kulturbundna vilket Paulig beaktar då bolaget utvecklar sitt produktsortiment. I Finland dricker man framförallt ljusrostat filterkaffe, men konsumtionsvanorna blir stadigt allt mångsidigare.

I de stora städerna i Ryssland provar konsumenterna gärna på olika nya produk-

ter och varumärken. Oftast dricker man snabbkaffe, men konsumtionen av rostat kaffe växer snabbt. Kaffet tillreds antingen direkt i koppen eller på turkiskt vis.

I Estland, liksom i Finland, är filterbryggt kaffe populärast, men esterna föredrar en något mörkare rostning. I Lettland dricker man mycket snabbkaffe. Speciellt i Litauen och Ukraina tillreds rostat kaffe direkt i koppen genom att man häller hett vatten över kaffepulver.

Aktivt utvecklingsarbete

De populäraste kaffesorterna på exportmarknaderna i Ryssland och Baltikum är Paulig President samt Paulig Classic och Paulig-essensprodukterna som särskilt utvecklats för dessa marknader. För den ryska marknaden har Paulig utvecklat ett nytt kaffe i en förmånligare prisklass, Paulig Mokka, som kommer att introduceras år 2011. På dessa marknader är Paulig en stark utmanare som konkurrerar med både internationella kaffeföretag och lokala varumärken.

I Finland har President vuxit till en hel produktfamilj. I fjol lanserades Mörk Rost pannmalet samtidigt som Paulig utvecklade en ny produkt i super premium-segmentet, President Gold Label Black som lanserades på våren 2011. I serien finns också populära President Mörk Rost (bryggmalet) och President Gold Label. Nytt i serien av kaffe från specifika ursprungsländer är Paulig Papua New Guinea.



Försäljningschef Robin Hallberg för ut Tazza i världen.

Tazza ger sig ut i världen

På skidorterna i Finland säljs det mera av mjölkchokladdrycken Tazza än öl. Lappland är erövrat, i Sverige har Tazza redan ett starkt fotfäste och nu står skidorterna i Centraleuropa i tur. Framgången kommer inte av en slump.

I slutet av 1980-talet skapade Pauligs produktutveckling en fylligt chokladig kakaodryck som finländarna blev förtjusta i. Tazza har blivit den bäst kända och mest sålda varma automatchokladdrycken i Finland. Den är särskilt populär vid skidcenter. Utom i Finland säljs Tazza också på många skidcenter i Sverige.

Framgångarna i Sverige gav tro på att också den ett nummer större marknaden i Centraleuropa kan erövras. "Vår testförsäljning i Schweiz och Österrike har lyckats bra och förväntningarna inför vintersäsongen 2011–2012 är höga. De stora internationella aktörerna har berömt vårt koncept och det finns efterfrågan på många håll", berättar försäljningschef **Robin Hallberg**.

Utom vid skidcentren har Tazza tagits väl emot bland annat i Nederländerna där den säljs på caféer och på vintermarknader, samt i Kuwait där den säljs på biografer i samband med köpcenter. Det finns en stor marknad för alkoholfria drycker i arabländerna, och choklad är mycket populärt.



Paulig lyssnar på konsumenterna och kunderna

Pauligs konsumenttjänst svarar årligen på tusentals förfrågningar och meddelanden. Den aktiva dialogen med konsumenterna och kunderna spelar en central roll i kvalitetskontrollen och produktutvecklingen bakom kaffeprodukterna. Den hjälper Paulig att utveckla kaffebranschen och att betjäna kunderna på bästa möjliga sätt. Konsumenttjänsten är nu också tillgänglig i en ny form på internet.

Pauligs konsumenttjänst har omarbetats under 2010 och i början av 2011 öppnade konsumenttjänsten en ny kontaktkanal på sin webbplats. Den nya webbtjänsten betjänar inte bara konsumenterna utan också proffs som arbetar med kaffe. Den gör det enklare att ta kontakt och förbättrar uppföljningen och hanteringen av respons.

Webbtjänsten testas under 2011 och utvecklas enligt de erfarenheter som samlas in. Enligt planerna ska motsvarande tjänster öppnas i Ryssland och Baltikum.

Responser en del av kvalitetsledningen

År 2010 besvarade Pauligs konsumenttjänst totalt nästan 4 000 förfrågningar och meddelanden, av vilka mer än 40 procent kom in genom nätets förmedling, cirka en fjärdedel per brev och en tredjedel per telefon. Antalet kunder som kontaktar kundtjänsten över nätet har ökat i flera år. Cirka 60 procent av kundresponserna gäller rådgivning och andra förfrågningar, knappt 40 procent produktreklamationer. Oftast gäller reklamationerna felaktiga förpackningar eller misstänkta smakfel. Den information de ger är värdefull för kvalitetsstyrningen och produktionen.

Alla prover på misstänkta produktfel undersöks omsorgsfullt på Pauligs laboratorium och orsakerna till eventuella fel utreds alltid så noga som möjligt. Antalet produktreklamationer sjönk något år 2010 och var 17 per en miljon producerat kilogram (18 år 2009). I relation till produktionsvolymerna har det årliga antalet reklamationer hållits på en låg nivå.

Kafferrådgivning och kaffeutbildning

De förfrågningar konsumenttjänsten tar emot visar att konsumenterna är allt mer intresserade av kaffets ursprung och spårbarhet, av ansvarscertifierat kaffe och av återvinning av kaffeförpackningarna. Kunderna vill också ha information och råd om hur man tillreder och serverar olika sorters specialkaffe och om vad som passar att servera till olika kaffedrycker. Aktiva kaffedrickare kommer ofta med produktutvecklingsidéer och önskemål om nya produkter. Konsumenttjänsten förmedlar dem vidare till Pauligs produktutveckling för utvärdering.

Paulig erbjuder årligen tusentals proffs kaffeutbildning på Paulig-institutet som har varit verksamt i mer än 40 år. Institutet är känt för att främja kaffekulturen och arrangerade år 2010 kurser för cirka 2 500 kunder, kedjekunder och viktiga intressentgrupper. På kurserna tog man upp bland annat olika metoder att tillreda kaffe och frågor om hur man utvecklar caféverksamhet. Det finns också kurser som är öppna för alla kaffeintresserade som vill komplettera sina kunskaper om kaffetillredning. Mera information finns på adressen www.pauliginstituutti.fi.

Paula fyllde 60

2010 var Paulas jubileumsår – vår ambassadör för gott kaffe fyllde jämna 60 år. Pauligs Paula är en av de äldsta PR-personerna i Finland och hon hör till de kändaste figurerna inom finländsk varumärkesreklam. Dagens Paula är



Outi Ruuskanen (till vänster), Ulla Ristkari, Harri Hytönen, Kaisa Junikka, Marika Holstein och Ulla-Maija Pesso deltog i ett välgörenhetsjippo och samlade in pengar för Mannerheims Barnskyddsförbunds stödtelefon för barn och unga.

Pauligianer i välgörande arbetet

I december 2010 samlade en grupp pauligianer in medel för Mannerheims Barnskyddsförbunds stödtelefon för barn och unga. På evenemanget i Kampens köpcentrum kunde förbipasserande få en kopp hett Mundo-kaffe eller Tazza-mjölkchokladdryck, och samtidigt julstämning genom att delta i insamlingen.

Idén till kampanjen uppstod bland personalen. "Inför jul ville vi göra något mer konkret än att bara skicka julkort. Det var där det började", berättar initiativtagaren bakom projektet, **Harri Hytönen**.

Trettio pauligianer från olika delar av företaget lovade ställa upp. I åtta timmar en lördag i december serverade de kaffe och samlade in pengar vid Pauligs kaffestånd i Kampen. Utöver arbetskraften stod Paulig också för kaffet och muggarna för välgörenhetsevenemanget.

Intäkterna donerades till Mannerheims Barnskyddsförbunds stödtelefon för barn och unga. Den är öppen varje dag i veckan. "Det har varit trevligt att få arbeta tillsammans för en god sak", sammanfattade pauligianerna sina erfarenheter.

redan den 17:e i ordningen och hon rör sig aktivt ute bland konsumenterna, skriver en egen blogg och finns också på Facebook.

Fyra dagar i veckan turnerar Paula runt om i Finland och träffar intressenter på caféer, i restauranger och affärer, på mässor, i läroanstalter, på kurser och många olika slags evenemang. Paula sprider inte bara kaffekunskap bland konsumenterna,

hon förmedlar också konsumenternas hälsningar till Paulig.

Paulig stöder på många sätt

Paulig stöder allmännyttig verksamhet i Finland och på andra håll i världen. År 2010 anställde företaget genom Työkeskus Visu handikappade i Vanda som underleverantörer i marknadsföringskampanjerna. www.vantaaninvalidit.fi

Samarbetet med Walkers-ungdoms-caféerna som fungerar med frivilligarbete har pågått sedan 1999. Under rapportåret donerade Paulig 580 kilo kaffe till caféerna. De som arbetar på Walkers-caféerna deltar också i Pauligs kaffekurser.

www.asemanlapset.fi

Paulig har sedan 2001 stött Åbo domkyrkoförsamlings missionscafé Domcafé med kaffedonationer. Sedan sommaren 2010 har Domcafé stött Barnens Bank vars medel används för projekt som stöder utbildning för barn och unga i olika länder.

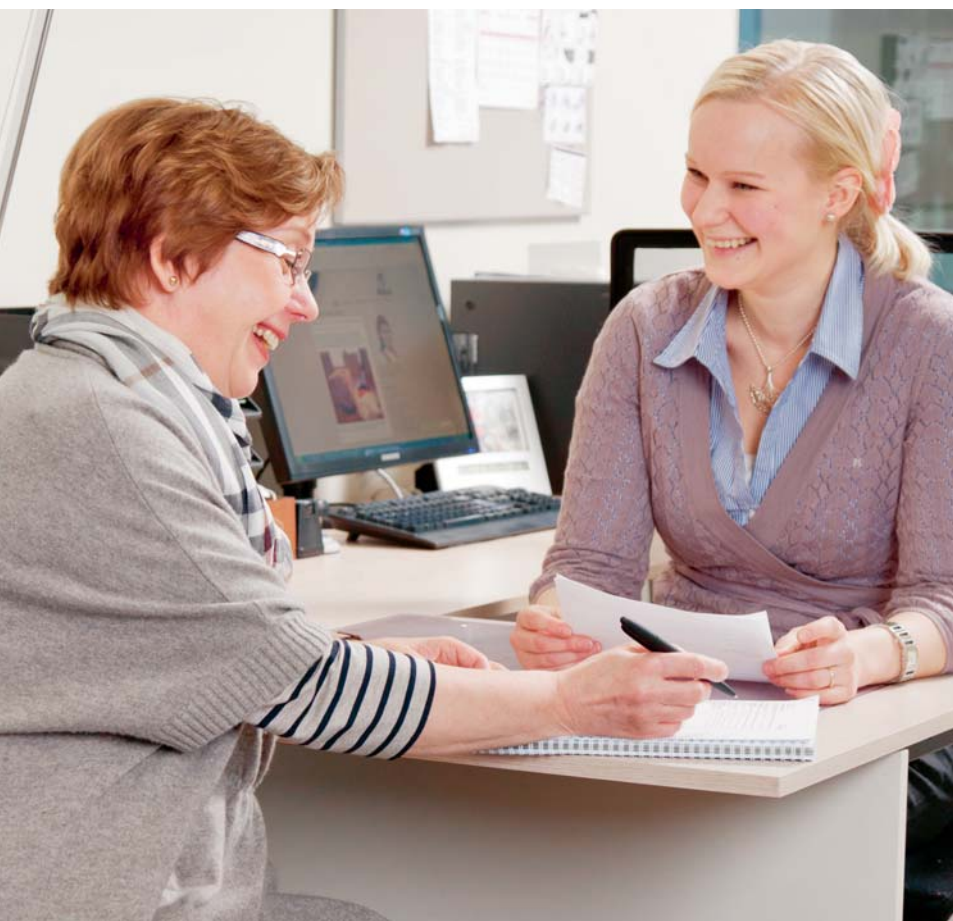
www.turunrsk.fi

Till julen 2010 donerade Paulig 15 000 euro för att stöda UNICEF:s verksamhet.

www.unicef.fi

Tillsammans med fyra andra europeiska kaffebolag är Paulig 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. Pauligs andel av ICP:s kostnader år 2010 var cirka 170 000 euro.

www.coffee-partners.org



Kaisa Junikka (till vänster) och Aino Länninki i Pauligs konsumenttjänst svarar årligen på hundratals frågor och meddelanden från kunderna.



441 017
Trycksak

Text: Viestintätoimisto Manifesto
Layout: Formbara Design
Tryck: Lönnberg Painot Oy
Helsingfors, 2011

Oy Gustav Paulig Ab
Hamnbågen 20
FI-00980 Helsingfors, Finland
Tel. +358 9 31981
www.paulig.fi



Paulig

