



SAMHÄLLSANSVARSRAPPORT  
2005





## Innehåll

Samhällsansvarsrapport 2005 .....	3
Verkställande direktörens översikt: Ansvar genom hela kaffekedjan .....	4
Gustav Paulig i korthet .....	5
Principer som styr ansvaret .....	6
Världens kaffehandel i siffror.....	7
Från böna till kopp .....	8
Samhällsansvarets viktiga resultat och utvecklingsmål .....	9
Ekonomiskt ansvar .....	10
Miljöansvar .....	14
Socialt ansvar .....	22

### BILAGOR:

1. Jämförelse mellan Pauligs samhällsansvars-rapport 2004 och gri-rekommendationen
2. Deltagande i utvecklingen av näringslivet och branschen
3. Tillstånd och förbindelser kring kaffeproduktionen
4. Oy Gustav Paulig Ab:s personalansvar
5. Oy Gustav Paulig Ab:s kvalitetsansvar
6. Från böna till kopp
7. Oy Gustav Paulig Ab:s miljöansvar

Tilläggsinformation: Kommunikationschef Leena Miettinen, tel. (09) 319 8364 leena.miettinen@paulig.fi

Foton Jussi Hyttinen, om ej annat uppges.

Pämbild Lasse Keltto.

# Samhällsansvarsrapport 2005

Detta är Oy Gustav Paulig Ab:s tredje samhällsansvarsrapport. I texten används även namnet Paulig för företaget. Oy Gustav Paulig Ab ingår i Paulig-koncernen.

Syftet med rapporten är att ge intressentgrupperna en täckande och åskådlig bild av Pauligs verksamhet inom samhällsansvarets olika delområden. Rapporten ska förmedla väsentlig, riktig, jämförbar och verifierbar information om hur företaget bär sitt ansvar.

I rapporteringsarbetet har vi utnyttjat de internationella riktlinjerna Global Reporting Initiative (GRI). Uppläggningsen följer GRI:s modell med tre pelare där ansvaret granskas ur tre perspektiv: ekonomiskt och socialt ansvar samt miljöansvar. Vi har utnyttjat GRI-mätsystemet till tillämpliga delar genom att välja de mest väsentliga mätarna med tanke på Pauligs verksamhet. Sådan information som inte är tillgänglig eller med rimliga satsningar kan tas fram har inte rapporterats. Rapporteringen utvidgas med hjälp av GRI-principerna allt efter som inhämtandet av information samt organisationens kompetens och resurser utvecklas.

Informationen har inte till alla delar analyserats på det sätt som GRI förutsätter. Många mätare för socialt ansvar är till exempel inte motiverade i finländska förhållanden. Oy Gustav Paulig Ab:s ekonomiska nyckeltal rapporteras som en del av Paulig-koncernens bokslut. I bilaga ett finns en jämförelse med GRI:s huvudnyckeltal (core indicators).

Informationen i rapporten har inte verifierats objektivt. Tillförlitligheten kan emellertid anses vara god eftersom de ekonomiska nyckeltalen är tagna ur den lagstadgade bokföringen och den oberoende EFSIS-övervakningen täcker Oy Gustav Paulig Ab:s leveranskedja. Vidare omfattas många frågor i anknytning till miljöansvaret av myndighetskontroll och certifieringen enligt standard ISO 14001.

Rapporten täcker Oy Gustav Paulig Ab:s verksamhet i Finland. Den fokuserar på räkenskapsperioden som avslutades den 30 april 2005. Som jämförelseobjekt används siffrorna för de två föregående räkenskapsperioderna. För vissa nyckeltal som beskriver miljöansvaret används ett kalenderår. I vissa fall presenteras den nyaste informationen som fanns tillgänglig då rapporten utarbetades.

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

# Ansvar genom hela kaffekedjan

Samhällsansvaret är en väsentlig del av Pauligs företagskultur. Utvecklingsarbetet kring samhällsansvaret fokuseras på vår egen personal, på hanteringen av miljöfrågor, produktsäkerheten, vår verksamhet i ursprungsländerna samt närområdet kring vårt rostereri. Under den senaste

räkenskapsperioden nådde vi de mål vi hade ställt upp för vårt samhällsansvarsarbete.



Vi har ingått ett preliminärt avtal om tomten för det nya rosteriet som planeras på hamnområdet i Nordsjö. Avtalet är av stor betydelse för vår framtid och för det ekonomiska ansvaret. Det slutliga investeringsbeslutet fattas då stadsplanen har vunnit

lagkraft, det vill säga tidigast år 2006. Byggarbetet kan inledas under loppet av år 2008, även om projektet har ett samband med tidtabellen för hamnbygget.

Vid sidan om planeringen av den nya rosteritomen fortsätter vi också kontinuerligt att utveckla det nuvarande rosteriets verksamhet. Under föregående räkenskapsår fick vi det miljötillstånd den nya miljöskyddslagen kräver. Vi investerade i nya system och anläggningar samt utvecklade rostningsprocessen.

På det sociala ansvars område inledde vi ett intressant projekt där vi utredde möjligheterna att spåra råkaffet i ursprungsländerna. Vi ville veta hur väl våra råvaruleverantörer känner till ursprunget hos det råkaffe

de säljer. Spårbarheten är viktig för att eventuella problem med råvaran och produktionsmetoderna ska kunna lösas i ett tidigt skede, vilket gagnar alla.

Den av överproduktion orsakade kaffekrisen som under de senaste åren har gett upphov till mycket diskussion inom kaffebranschen har lösts, åtminstone vad priset beträffar. Produktionsvolymerna har stabiliserats i relation till konsumtionen och råkaffepriset har stigit betydligt. För odlarna innebär prishöjningen bättre lönsamhet och utkomst. Projekt för en hållbar utveckling behövs emellertid fortsättningsvis i ursprungsländerna. Att genomföra dessa projekt är för oss ett fortlöpande arbete som inte påverkas av förändringar i marknadspriserna. Syftet med projekten för en hållbar utveckling är bland annat att hjälpa odlarna att höja kaffets förädlingsvärde, att förbättra kvaliteten samt att göra odlingarna mångsidigare, varvid utkomsten inte är alltför beroende av åtgången för en enda råvara.

Jag hoppas att denna vår tredje samhällsansvarsrapport ger en täckande bild av de olika delområdena av vårt samhällsansvar. I fortsättningen är det vårt mål att rapporteringen utöver Finland även ska omfatta våra andra marknadsområden.

Helsingfors 30.9.2005

Pekka Pirinen  
verkställande direktör

# Gustav Paulig i korthet

Oy Gustav Paulig Ab ingår i Paulig-koncernen som verkar i Nordsjö i Helsingfors. Paulig grundades år 1876 och är ett familjeföretag. Företagets verksamhetsområden är kaffeproduktion samt försäljning av kaffe- och kakaoprodukter. Rosteriverksamhet har Paulig bedrivit sedan 1904. Oy Gustav Paulig Ab:s vision är att vara ett av de ledande kafferosterierna i Norden och i valda delar av den östeuropeiska marknaden.

Under föregående räkenskapsperiod arbetade 206 personer för företaget och omsättningen var 159,9 miljoner euro. Kaffets andel av omsättningen var 93 procent. Årsproduktionen av kaffe växte med 1,4 procent jämfört med perioden innan och var cirka 43 000 ton.

Till Oy Gustav Paulig Ab:s kändaste varumärken hör de traditionella kaffesorterna Jubileums Mocca, President och Brazil. Till produktfamiljen Paulig Speciality Coffee som lanserades på våren 2005 hör företagets espressoprodukter, Parisien-kaffe samt kaffesorter från ett specifikt ursprungsland, Ethiopia, Kenya, Guatemala och Colombia. Det sist nämnda är ekologiskt odlat. Andra varumärken är mjölkcaffedrycken Frezza och kakaokoncentratet Tazza som tillverkas av underleverantörer. Dessutom förmedlar Paulig Melitta-filterpapper till detaljhandeln.

Bolaget äger 30 procent av ett norskt rosteri, Kjeldsberg Kaffebrenneri AS ([www.kjeldsberg.no](http://www.kjeldsberg.no)). Paulig köper in råkaffe för rosteriet och samarbetar kring anskaffningen av förpackningsmaterial och i det tekniska utvecklingsarbetet.

## Viktigaste intressentgrupper och kunder

Oy Gustav Paulig Ab:s centrala intressentgrupper är den egna personalen, konsumenterna, kunderna, systerbolagen och intressebolagen, invånarna i närområdet, råkaffeleverantörerna samt övriga leverantörer av varor och

## Oy Gustav Paulig Ab:s värden

### Kvalitet

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

### Förtroende och respekt för individen

Personalen ges ansvar och uppmuntras att utnyttja sin egen förmåga.

### Respekt för kulturell mångfald

Paulig verkar inom flera olika marknader vars särdrag vi respekterar.

Om lokal lagstiftning saknas följer bolaget internationella avtal.

### Kreativitet

Pauligs framgång bygger på förnyelseförmåga.

### Öppenhet

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

tjänster. Övriga viktiga intressentgrupper är organisationer, media, myndigheter, ägare och finansiärer.

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



Reklamen för Jubileums Mocca har i årtionden byggts på respekt för skickligt hantverk. Genom åren har hela 46 olika hantverkare presenterats för finländarna.

# Principer som styr samhällsansvaret

Ansvar är en del av Pauligs affärsverksamhet. Det bygger på Pauligs värden, strategier, ledningssystem och verksamhetsmetoder. I praktiken innebär samhällsansvar att vi utvecklar och följer sådana verksamhetsmetoder som tryggar vår ekonomiska konkurrenskraft, som är berättigade med tanke på miljön och som är socialt ansvarsfulla.

Målet är att ansvar allt tydligare ska utsträckas över hela värdekedjan, från böna till kopp, och utgöra en del av alla Paulig-anställdas dagliga arbete. I praktiken ligger arbetets tyngdpunkt på att utveckla personalens välmående, på hanteringen av miljöfrågor och produktsäkerhet samt på en aktiv verksamhet i kaffets ursprungsländer och i närmiljön.

Verkställningen av samhällsansvar och det därtill hörande utvecklingsarbetet leds av en styrgrupp på sex personer. Dessutom finns det i varje affärsverksamhetsprocess en ansvarsperson för samhällsansvar. De praktiska åtgärderna, mätningen av dem och rapporteringen utvecklas fortsättningsvis. Uppföljningen av ansvar sker bland annat med hjälp av det årligen uppdaterade GRI-systemet, miljösystemet och lagstadgade miljömätningar samt kvalitetsuppföljning. Resultaten redovisas i denna rapport.

Vidare upprätthåller Paulig en aktiv dialog med intressentgrupper som vill utveckla samhällsansvar och lyssnar på olika aktörers synpunkter, för att trygga en allt mer hållbar handel med kaffe.

## Kvalitetstänkande i produkter och verksamhet

Den ledande tanken bakom Oy Gustav Paulig Ab:s kvalitetspolicy är att tillhandahålla kunderna märkesvaror och tjänster av hög kvalitet. Utöver den traditionella produktkvaliteten omfattar kvalitetspolicy också verksamhetens kvalitet, vars viktigaste mål är en balanserad och systematisk utveckling av affärsverksamhetens processer.

Pauligs verksamhet styrs bland annat av följande internationella standarder: produktsäkerhetsstrategin bygger på standarden BRC (British Retail Consortium), som är i allmänt bruk i livsmedelsbranschen, och på EFSIS-standarderna. Som redskap för miljöstyrningen används standarden ISO 14001. Hur arbetet med att utveckla affärsprocesserna fortskrider mäts med styrkortsmetoden (Balanced Scorecard). Utom för processerna har

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

Gustav Paulig 1905

## Oy Gustav Paulig Ab:s kvalitetspolicy

- Vi erbjuder våra kunder märkesprodukter och tjänster av hög kvalitet.
- Vi är den attraktivaste affärskompanjonen.
- Vi erbjuder intressanta och målinriktade utmaningar som personalen är villig att engagera sig i.
- Vi utgör ett lönsamt och långsiktigt placeringsobjekt för våra ägare.

## För oss innebär detta att vi

- kontinuerligt utvecklar våra produkter och vår verksamhet
- kombinerar vår långa erfarenhet med nyaste know-how och beaktar produktsäkerhets- och lagenlighetsaspekter
- sörjer för att vår personal är kompetent och motiverad
- söker efter etiska lösningar som beaktar en hållbar utveckling och vårt sociala ansvar.

utvecklingsmål och mätare även definierats för varje avdelning och uppgift.

Medlemskap i inhemska och internationella organisationer ger företaget möjlighet att aktivt delta i utvecklingen av den egna branschen och näringslivet som helhet.

*Bilaga 2 tar upp de inhemska och internationella organisationer i vars verksamhet Paulig deltar.*

# Världens kaffehandel i siffror

Råkaffe är en av de viktigaste handelsvarorna i världshandeln och vid sidan av oljan en av de råvaror som omsätts mest, mätt i värde. Råkaffets pris fastställs på børsen, på basis av tillgång och efterfrågan.

Enligt ICO\*) producerades år 2004 6 720 miljoner kilo råkaffe i världen, det vill säga cirka 112 miljoner säckar på 60 kilogram. Ökningen från året innan var 438 miljoner kilo, eller cirka 7 %. De största producentländerna år 2004 var Brasilien, Vietnam, Colombia, Indonesien, Indien, Mexiko, Etiopien, Guatemala, Peru och Honduras. De flesta kaffeproducerande länderna är medlemmar i internationella kaffeorganisationen ICO. Av de uppköpande länderna är 30 medlemmar i ICO.

Kaffehandeln har stor betydelse för ekonomin och den samhällsliga utvecklingen i flere producentländer. I en del kaffeproducerande länder står kaffet för mer än 50 procent av exportintäkterna. I de mer utvecklade producentländerna är kaffets andel av exportintäkterna mycket mindre, till exempel i Brasilien står kaffet för bara några procent av exporten. Produktionskostnaderna för kaffet varierar kraftigt från land till land. Största delen av det kaffe som produceras i världen konsumeras i andra länder än där det produceras.

Paulig köper årligen cirka 0,7 procent av världens kaffeproduktion. Mängden motsvarar hela årets produktion på mer än 15 000 medelstora kaffeplantager. I huvudsak köps råkaffet direkt av kaffeexportörerna i 10 - 15 länder. Största delen av kaffet köps i Brasilien. Andra länder där bolaget köper upp kaffe är Colombia, Nicaragua, Guatemala, Kenya och Etiopien.

\*ICO = International Coffee Organization

## FAKTA

- I världen produceras årligen 6–7 miljoner ton råkaffe
- De tre största producentländerna är Brasilien, Vietnam och Colombia
- Kaffe ger mer än 100 miljoner människor i cirka 60 länder deras utkomst
- Det finns cirka 20 miljoner kaffeodlare i världen
- 75 procent av det råkaffe som produceras är av kaffesorten arabica, 25 procent av sorten robusta

Mera information hittar du på: [www.kahvi.net](http://www.kahvi.net)

# Från böna till kopp



1. Kaffe odlas i cirka 60 länder runt om i världen. De fem största producentländerna är Brasilien, Vietnam, Colombia, Indonesien och Indien.

2. Kaffe klarar sig bäst i ett relati vt hett och jämnt tempererat klimat i medelhöga bergstrakter inom jordklotets varmaste områden. Kaffeplantans bär är något mindre än ett körsbär och grönt till färgen, men blir mörkrött då det mognar. Bären mognar på cirka nio månader.

3. Paulig köper sitt råkaffe direkt från producentländerna och inköpen styrs av etiska principer för varuanskaffningen. Pauligs inköpare håller kontakt med kaffeproducenterna, följer noga med skördeutsikterna och prisutvecklingen på råkaffe samt besöker ursprungsländerna och kaffeplantagerna. På bilden undersöker inköpsdirektör Jouko Pihkanen ett råkaffeparti i Brasilien tillsammans med vår lokala samarbetspartner Archimedes.



4. Råkaffets grundprisnivå fastställs på kaffebörsen i New York. Det slutliga priset avtalas direkt med exportföretaget och påverkas utom av börspriset också av det aktuella kaffepartiets kvalitet och ursprungsland. Innan köpbeslutet fattas bedöms alla råkaffepartier i Pauligs kaffelaboratorium, utgående från prover som säljarna har skickat. Paulig köper nästan uteslutande högklassiga arabica-kaffesorter. På bilden provsmakas kaffe av (från vänster) Katariina Aho, Marja Touri, Vuokko Puonti och Eija Peltokorpi.

5. Då råkaffepartiet har godkänts lastas det på fartyg och den fyra veckor långa resan till Finland kan börja. Nästan allt råkaffe transporteras idag i stora containersäckar i stället för i de 60 kilogramms kaffesäckar som tidigare användes. I en containersäck ryms cirka 21 000 kilo råkaffe. På bilden lossar Kaj Stenberg från SP Transit Finland Ltd Ab en storsäck.



6. Kaffet rostas inom ca en vecka efter att det anlänt till rosteriet. Innan kaffet når konsumentens kopp har kvaliteten kontrollerats ett tiotal gånger, i samband med inköp, lagring, rostning, malning, förpackning och lagring av slutprodukten. Några dagar efter rostningen står kaffet redan på butikshyllan. Finländaren dricker mer kaffe än någon annan i världen, cirka 4-5 koppar per dag.





# Samhällsansvarets viktiga resultat och utvecklingsmål

## Viktiga resultat under rapportperioden:

### Ekonomiskt ansvar

- Vår marknadsposition stärktes på hemmamarknaden och exportmarknaderna
- Föravtalet gällande tomten för det nya rosteriet
- Utvecklingsarbetet bakom produktfamiljen med internationella specialkaffesorter slutfördes

### Socialt ansvar

- Förhandsutredning om spårbarheten hos det råkaffe Paulig köper
- International Coffee Partners-projekten som inriktar sig på de kaffeproducerande länderna fortsätter
- Precisering av personalstrategin
- Gott resultat i konkurrenskraftsanalys
- Positiva resultat från interna utvecklingsprojekt (HELA, lektorsutbildning och arbetstidsmodeller)
- Tandvården inkluderades i den företagshälsovård arbetsgivaren erbjuder

### Miljöansvar

- Nytt miljötillstånd
- VTT:s undersökning om vilka effekter lukten av kaffe har på trivseln i närmiljön
- Bullerbekämpningsprogrammet har genomförts
- Lukten och dammet har minskats genom att rostningsprocessen har utvecklats och genom beslutet att investera i nya kaffe-transportpumpar
- Beslutet att investera i miljövänligare vidarebehandling av kaffeskalsavfallet
- Green Office-programmet har inletts

## Utvecklingsmål:

### Ekonomiskt ansvar

- Att bibehålla marknadspositionen i Finland, i en föränderlig verksamhetsmiljö
- Att stärka tillväxten i exportländerna
- Att planera det nya rosteriet och de investeringar som berör rosteriet, för att trygga de framtida verksamhetsförutsättningarna

### Socialt ansvar

- Att vidareutveckla råkaffets spårbarhet
- Att fortsätta personalledningens kvalitets- och lektorsprojekt
- Att fortsätta International Coffee Partners-projekten

### Miljöansvar

- Att fortsätta Green Office-arbetet: miljövänligt kontorsarbete och minskad pappersanvändning
- Att utnyttja kaffeskalsavfallet för energiproduktion



# Ekonomiskt ansvar

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

Under räkenskapsperioden som avslutades i april ökade Pauligs kaffeförsäljning och marknadsandel något trots att den totala försäljningen på den finska kaffemarknaden inte förändrades. Situationen skärptes emellertid såväl av den internationella konkurrensen som av att affärskedjornas egna varumärken växte till antalet.

Konsumentpriset på kaffe har stigit med 19 % sedan sommaren 2004. Samtidigt har råkaffets världsmarknadspris i dollar stigit med cirka 90 %. Råvarukostnaderna är den största enskilda faktorn som påverkar priset på ett paket kaffe.

## Omsättningen växte och exporten ökade

Under räkenskapsperioden som avslutades i april 2005 var Oy Gustav Paulig Ab:s omsättning 159,9 miljoner euro och affärsverksamhetens resultat var gott. Omsättningen växte med 7,6 % från året innan. Resultatet påverkades positivt av den ökade kaffeförsäljningen i Finland, Ryssland och Baltikum.

Anskaffningskostnaderna för råkaffe och material uppgick till cirka 82 miljoner euro. Personalens löner inklusive biekostnader omfattade nästan 11,0 miljoner euro vilket inkluderar beskattningsbara naturaförmåner såsom tjänstebilar och mobiltelefoner. Vid utgången av april 2005 hade bolaget 206 anställda. Oy Gustav Paulig Ab betalade cirka 7,7 miljoner euro i inkomstskatt. Verksamheten inom

## Vi har lyckats:

- Vår marknadsposition stärktes på hemmamarknaden och exportmarknaderna
- Föravtalet om tomten för det nya rosteriet
- Utvecklingsarbetet bakom produktfamiljen med specialkaffesorter färdigställdes
- Det nya miljötilståndet möjliggör treskiftsarbete vid behov

## Vi ska utveckla:

- Vi ska bibehålla marknadspositionen i Finland, i en föränderlig verksamhetsmiljö
- Vi ska stärka tillväxten i exportländerna
- Vi ska planera det nya rosteriet och de investeringar som berör rosteriet, för att trygga de framtida verksamhetsförutsättningarna

Nordic Coffee Bar såldes i december 2004 till Wayne's Coffee.

Produktionen av rostat kaffe ökade något från året innan och var totalt cirka 43 000 ton. Under året mottogs 48 639 ton råkaffe. I siffrorna ingår såväl Pauligs egna som kundernas produkter och råvaror. Tack vare det nya miljötilståndet har rosteriet sedan februari 2005 möjlighet att på vardagar arbeta i tre skift.

De ekonomiska nyckeltalen har kalkylerats ur det lagstadgade bokslutet som inkluderar bolagets alla affärsområden. Nyckeltalen för Oy Gustav Paulig Ab:s resultat rapporteras som en del av Paulig-koncernens resultat.

### Nyckeltal för ekonomiskt ansvar per räkenskapsperiod (1 000 euro)

Räkenskapsperiod	1.5.2000-30.4.2001	1.5.2001-30.4.2002	1.5.2002-30.4.2003	1.5.2003-30.4.2004	1.5.2004-30.4.2005
Omsättning	160 866	142 025	146 930	148 600	159 900
Utbetalda löner, biekostnader och naturaförmåner	10 174	10 015	10 627	11 067	11 000
Anskaffningsutgifter för råmaterial och material	84 848	72 561	75 894	74 168	82 000
Ränte- och övriga finansieringsintäkter	431	257	730	337	2 158
Ränte- och övriga finansieringskostnader	3 226	1 982	395	678	273

### Växande kaffemarknader i Ryssland och Baltikum

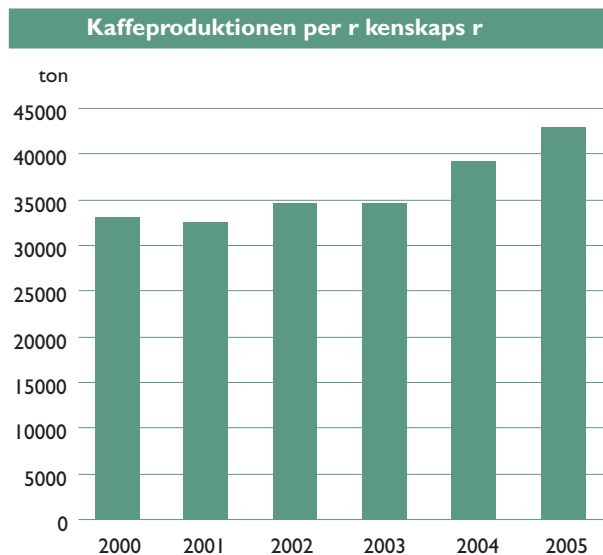
Mer än 10 procent av det kaffe Paulig rostar säljs i de baltiska länderna och i Ryssland. I Baltikum sköts försäljningen av systerbolaget AS Paulig Baltic och i Ryssland av dotterbolaget Paulig Export Ab

I Ryssland dricks mest snabbkaffe men marknaden för rostat kaffe växer snabbt. Mätt i värdet på försäljningen har Paulig nått andra plats på marknaden för rostat kaffe i de moderna affärskedjorna. Särskilt kraftigt växer espressomarknaden. Till exempel serverar McDonald's-kedjans alla restauranger i Ryssland nu Pauligs espressokaffe.

Tillväxten på kaffemarknaden i Baltikum har bromsat upp. I Estland är den årliga kaffekonsumtionen per person redan cirka 4,5 kilogram, vilket motsvarar medelnivån i många mellaneuropeiska länder. Exportutsikterna är goda eftersom ländernas ekonomiska tillväxt torde fortsätta stark, vilket ytterligare höjer kaffekonsumtionen.

### Föravtal beträffande rosteritomten i Nordsjö

Oy Gustav Paulig Ab och Helsingfors stad har ingått ett föravtal om ett tomtköp på företagsområdet som etableras intill Nordsjö hamn. Paulig planerar att bygga ett nytt



kafferoasteri på tomten. Tidtabellen för bygget beror på hur hamnbygget i Nordsjö fortskrider. Tomtköpet gör det möjligt för Paulig att hålla sin produktion kvar i Finland och i Nordsjö i Helsingfors.

Paulig har rostat sitt kaffe i Nordsjö sedan år 1967. Tomten som föravtalet gäller är cirka åtta hektar stor. Köpesumman är 4,8 miljoner euro.



Paula har sedan 1950 varit Pauligs ambassadör för gott kaffe. Emmi Salonen är Pauligs 15:nde Paula.

Bild: Lasse Keltto

## Förtroendeingivande kaffemärken

Den årliga försäljningen av rostat kaffe i Finland uppgår till nästan 51 000 ton. Av detta är cirka 98 procent traditionellt, ljusrostat kaffe. I detaljhandeln säljs årligen cirka 38 000 ton kaffe. Pauligs marknadsandel av det traditionella kaffet som säljs i detaljhandeln är cirka 59 procent och av specialkaffesorterna cirka 36 procent (AC Nielsen, fortlöpande 12 månaders ScanTrack-mätning, september 2005).

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

Jubileums Mocca, President och Paulig är de mest förtroendeingivande kaffemärkena i Finland (European Trusted Brands 2005/Reader's Digest). Enligt undersökningen IRO Branditor (februari 2005) känner 80 % av konsumenterna spontant igen Jubileums Mocca medan 75 % känner igen President.

Paulig klarade sig bra i olika konsumentundersökningar. De inköpsansvariga i storköken gav Paulig det allmänna betyget 9,07 på en skolvitsordsskala (Taloustutkimus, Storköksundersökning 2004). Enligt en undersökning som TNS Gallup utförde i början av 2005 vill storköken fortsätta samarbetet med Paulig och också rekommendera bolaget för andra. Enligt denna undersökning riktades belåtenheten som helhet främst mot produkterna och kontaktpersonernas arbete. (Horeca-kundbelåtenhetsundersökning 2005, Storkök)

Bland proffs inom detaljhandeln ansåg över 90 % att Gustav Pauligs varumärken är starka (97 %) och produkternas omsättningshastighet god (91 %) (Taloustutkimus, publikationen PT-kaupan palaute 2004).

## Specialkaffesorterna utvidgar kaffeutbudet

Paulig utvecklar kaffemarknaden i Finland och i exportländerna och ökar konsumenternas intresse bland annat genom att lansera nya produkter och koncept på marknaden.

Den nya produktfamiljen Paulig Speciality Coffee som riktar sig till den internationella marknaden blev klar efter mer än två års arbete. Den samlar Pauligs alla specialkaffesorter och kaffesorter från ett specifikt ursprungsland under ett och samma övergripande varumärke. Serien med 16 sorter lanserades i maj 2005 och kommer i framtiden att synas på företagets alla marknadsområden. I Frezza-produktfamiljen lanserades en förpackning med fyra flaskor.



*På våren 2005 lanserades produktfamiljen Paulig Speciality Coffee på den finska marknaden. Produktfamiljen samlar Pauligs alla specialkaffesorter under ett och samma övergripande varumärke.*

## Samarbetet mellan Paulig och Tuko gav resultat

Lasthanteringen och lagrets omloppstider klart snabbare



Paulig var i fjol den näst största varuleverantören till Tuko Logistics centrallager. Bolagen har därför idkat ett nära samarbete för att utveckla leveranskedjan så att varuflödena kan röra sig så kostnadseffektivt

som möjligt. Nu används två verksamhetsmodeller som bygger på den globala ECR\*-standard: elektroniska fraktsedlar och CMI\*-metoden som utnyttjas för att styra lagervolymer.

Övergången till elektroniska fraktsedlar har gjort hanteringen av varor klart snabbare och uppgifterna i dokumenten tillförlitligare. Den elektroniska fraktsedeln anger bland annat antalet lastpallar och SSCC\*-koden, produktionspartiet och produkternas bäst före-datum för varje pall.

Tack vare CMI-projektet har man lyckats förkorta lagringstiderna med upp till hälften vilket innebär märkbara besparingar i kostnaderna för bundet kapital. Tuko sänder dagligen Paulig uppgifter om sitt lagersaldo samt sin öppna orderstock för försäljningen. Utgående från dessa uppgifter och avtalade lagernivåer kan Paulig leverera de varor Tuko behöver, precis då de behövs. I samband med försäljningskampanjer avtalar man om större påfyllnadspartier.

*ECR= Efficient Consumer Response*

*CMI= Collaborative Managed Inventory*

*SSCC= Serial Shipping Container Code, en "personbeteckning" för t.ex. en enskild lastpall*



*Irina Mihailova, Lars Ahlroth och Ronny Reijonen från Paulig tillsammans med Kimmo Kahila från Tuko följer med hur en långtradare med kaffe lossas i Tukos centrallager i Kervo.*

# Miljöansvar

Pauligs rosteri ligger mitt i ett bostadsområde i Nordsjö i Helsingfors, vilket medför speciella utmaningar för verksamheten. Bolaget satsar på trivselen för invånarna i närområdet genom att fästa särskild uppmärksamhet vid buller- och luktolägenheter.

Under räkenskapsåret 2004 deltog invånarna i närområdet kring rosteriet i en luktpanelsundersökning som Paulig har startat och som utfördes av Statens Tekniska Forskningscentral. Syftet var att utvärdera hur mycket lukt produktionsanläggningen ger upphov till. Dessutom utvecklade Paulig rostningsprocessen och beslutade investera i en ombyggnad av kaffe-transportsystemet. Betydande satsningar gjordes också på bullerbekämpningen och därmed underskrider nu bullret, som rosteriets verksamhet ger upphov till, de nivåer som miljötillståndet förutsätter, både natt och dag.

## Nytt miljötillstånd och ISO 14001-miljöcertifikat

Pauligs rosteri i Nordsjö beviljades i december 2004 miljötillstånd enligt den nya miljöskyddslagen.

I juni 2004 fick Paulig ISO 14001-certifikatet för sina miljöstyrningssystem. Certifikatet förutsätter uppföljande auditeringar och den första genomfördes i december 2004. Auditeringen uppdagade inga avvikelser. Certifikatet har beviljats av certifieringsinstitutet Det Norske Veritas.

## Vi har lyckats:

- Nytt miljötillstånd
- Luktpanelen har genomförts
- Lukten och dammet har minskat: rostningsprocessen har utvecklats och beslut om att investera i kaffe-transportpumpar har fattats
- Bullerbekämpningsprogrammet har genomförts
- Ett beslut har tagits att inskaffa utrustning för fortsatt behandling av kaffeskalsavfallet så att det kan tas till vara

## Vi ska utveckla:

- Vi ska fortsätta Green Office-arbetet: bättre hantering av miljöfrågor i kontorsarbetet och minskad pappersanvändning
- Vi ska utnyttja kaffeskalsavfallet för energiproduktion
- Vi ska minska de luktolägenheter som rostningsprocessen ger upphov till

### Utsläpp från rosteriet i Nordsjö \*

Utsläpp (ton) **	2001	2002	2003	2004	2005
Dampartiklar	1,0	1,1	1,1	1,2	1,3
Kolväten	21	22	22	25	27
Kolmonoxid (CO)	103	109	109	123	134
Koldioxid (CO <sub>2</sub> )	5 323	5 650	5 640	6 386	6 949
Svaveldioxid (SO <sub>2</sub> )	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02

\* Räkenskapsår

\*\* Beräknat i förhållande till produktionen. Jämför 2002.

### Avfallsmängder\*

	Blandavfall	Energiavfall	Papper	Papp	Förpackningsavfall <sup>1)</sup> från handel och industri	Bioavfall <sup>2)</sup>	Metall	El- och elektronikavfall	Byggnadsavfall	Problemavfall
2002	497,3	41,0	9,3	60,8						
2003	346,8	149,0	35,0	36,2			34,1		50,4	1,36
2004	109,4	206,7	15,7	31,8	247,9	259,7	11,5	9,6	11,2	1,32
2005 **	0	94,0	7,8	15,1	140,6	87,1	5,9	2,7	8,5	0,41

\* ton per kalenderår

\*\* Uppgifterna t.o.m. 30.6

1) Uppsamlingen påbörjades i början av 2004

2) Uppföljningen av kvantiteterna (ton) påbörjades i maj 2004

## Utsläppsmängder

Under räkenskapsperioden som avslutades i april 2005 producerade Paulig cirka 43 000 ton kaffe i rosteriet i Nordsjö. Tack vare produktionsprocessens natur är rosteriets utsläppsmängder låga. Då man rostar kaffe används inga tillsatssämnen och inga kemikalier lagras eller hanteras på fabriken. Utsläppen i luften är kalkylmässiga i relation till produktionsvolymen. Som referensvärden för kalkylen används värdena för år 2002.

Koldioxidutsläppen motsvarar cirka 0,3 procent av koldioxidutsläppen från till exempel Nordsjö kraftverk. Cirka hälften av rosteriets koldioxidutsläpp uppstår vid förbränning av naturgas och hälften frigörs ur kaffet som rostar. Vattenånga släpps också ut i luften. Av det damm som uppstår i produktionen samlas största delen upp under processens gång med hjälp av mekaniska dammavskiljare och filter.

Mängderna kolväten, såsom aldehyder, furaner och ketoner, som uppstår under rostningen är också liten. Den lukt som uppstår i slutet av processen förorsakas av dessa föreningar. Svaveldioxidutsläppen är mycket låga eftersom rosteriet endast använder lågsvavlig, sibirisk naturgas som bränsle.

## Avfall och avfallssortering

Den totala avfallsmängden under senaste räkenskapsperiod var 757 ton. Vad beträffar vissa typer av avfall har vi emellertid lyckats minska mängden avfall som uppstår i förhållande till produktionen. Allt mer avfall tas också till vara och utnyttjas. Sedan mars år 2004 har inget

blandavfall skickats från rosteriet till avstjälningsplatsen. Blandavfallet hanteras som förpackningsavfall från industri och handel, av vilket en stor del kan återvinnas.

Mängderna papp-, pappers-, byggnads- och metallavfall minskade. Mängden byggnads- och metallavfall minskade betydligt jämfört med året innan eftersom arbetet med att riva byggnader avslutades.

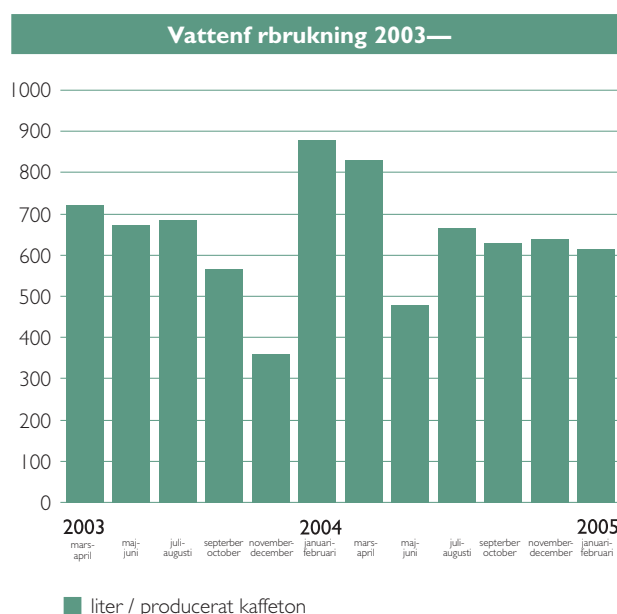
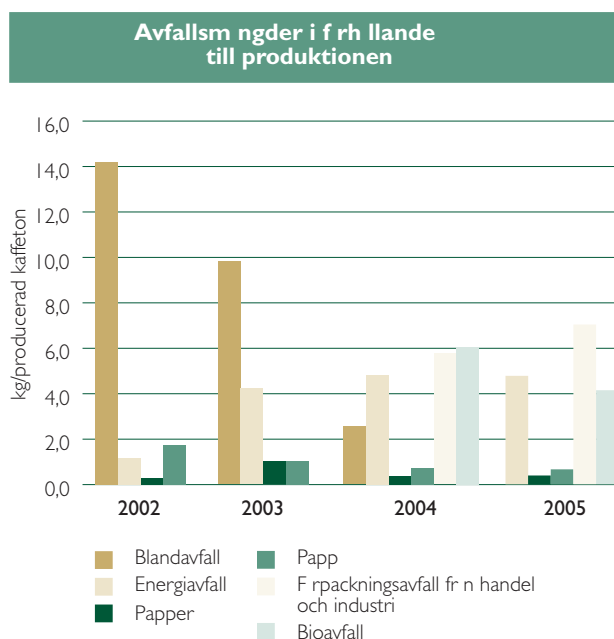
De fjärrstyrda avfallscontainrarna och -pressarna har gjort avfallslogistiken effektivare. En gsm-förbindelse kopplad till avfallscontainrarna meddelar avfallshanteringsföretaget när en container blir full. Antalet avhämtningar av avfallscontainrar har minskat med 28 % sedan år 2003.

I alla kontorsrum finns avfallsvagnar med sorteringsinstruktioner och i anslutning till kontorslokalerna finns också insamlingsstationer för papp samt för gamla disketter och stordior. För städningen av produktions- och kontorslokalerna svarar SOL Palvelut Oy, som har förbundit sig att följa sorteringsinstruktionerna.

## Vattenförbrukning och processvatten som uppstår i produktionen

Under räkenskapsåret 2004 var vattenförbrukningen i rosteriet i Nordsjö 26 264 m<sup>3</sup>, det vill säga ungefär lika stor som under perioden innan.

Processvatten uppstår endast då de lättantändliga kaffeskal som vid rostningen lossnar från kaffebönorna blötläggs i vatten. Slammet leds med Helsingfors stads tillstånd ut i avlopps nätet och vidare till avloppsreningsverket. Hösten 2005 beslöt man övergå till ett nytt system för hantering av

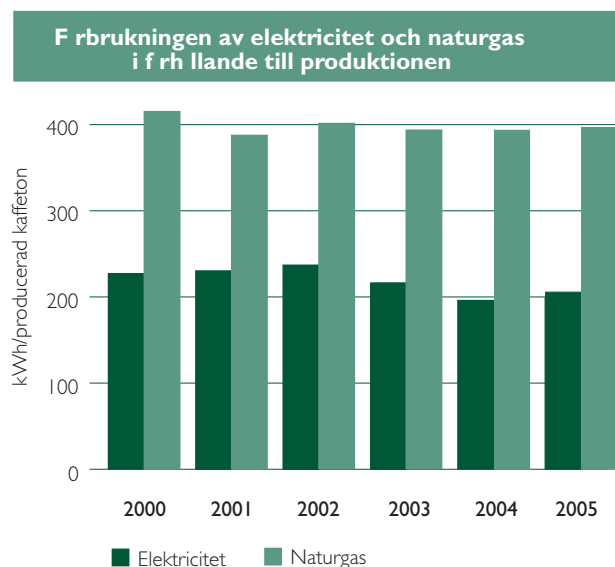
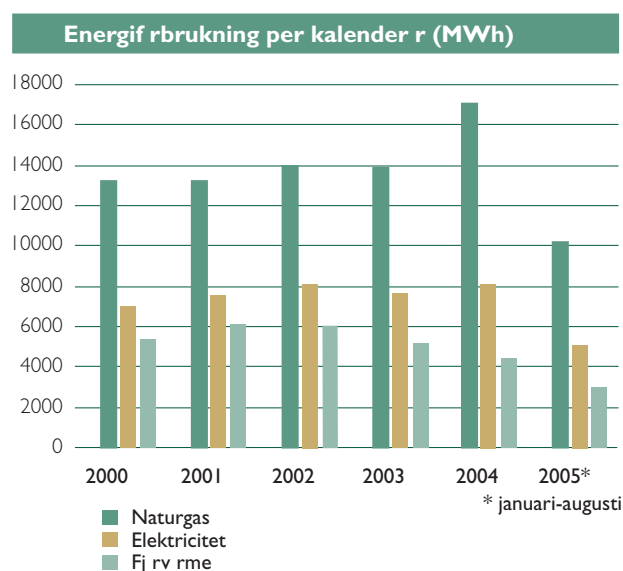


skalavfallet. I det nya systemet ska kaffeskalen pressas till briketter i stället för att blötas upp. Möjligheterna att utnyttja briketterna som bränsle undersöks som bäst. Det nya systemet minskar också dammutsläppen i omgivningen.

## Energiförbrukning

Oy Gustav Paulig Ab:s energiförbrukning växte på grund av den högre produktionsvolymen jämfört med året innan. År 2004\* användes 8 377 MWh elektricitet, 17 028 MWh naturgas och 4 435 MWh fjärrvärmeenergi. Den totala energiförbrukningen var 29 840 MWh då den året innan var 27 081 MWh. Energieffektiviteten steg däremot så att energiförbrukningen per producerat ton sjönk till 694 kWh. (År 2003 var energiförbrukningen 767 kWh per ton).

\* Rapporteringsperioden ett kalenderår



## Förpackningsmaterial

I enlighet med sin miljöpolicy förbinder sig Paulig att i förpackningen av sina produkter utnyttja lösningar som beaktar miljöaspekterna, som är av hög teknisk kvalitet och som samtidigt är så praktiska som möjligt för konsumenterna.

Paulig anskaffar merparten av sina förpackningsmaterial av två leverantörer med vilka bolaget har ingått bilaterala kvalitetsavtal. Båda har certifierade kvalitets- och miljöledningssystem enligt standarderna ISO 9000 och ISO 14001.

## Kaffeförpackningen garanterar kvaliteten

Förutom själva produkten ställer också transporterna, handeln, konsumenterna, lagstiftningen och miljön sina egna krav på livsmedelsförpackningar. En kaffeförpacknings viktigaste uppgift är att garantera produktsäkerheten och kvaliteten. Detta förutsätter egenskaper hos förpackningen, som bland annat ska garantera att kaffet hålls färskt och aromen felfri.

Kaffets kvalitet försämras främst av syret i luften. Man kan förhindra att kaffet utsätts för syre genom vakuumpförpackning där man med hjälp av undertryck avlägsnar luftens syre ur förpackningen. Bland annat kaffesorterna Jubileums Mocca och President förpackas på detta sätt. Man kan också använda en skyddsgas vid förpackningen. Detta alternativ används för de flesta förpackningarna med specialkaffesorter eller kaffe från ett specifikt ursprungsland.

Vid sidan av syre är också ljuset skadligt för kaffe. Aluminium går också mycket bra att vika, vilket möjliggör en effektiv transport och distribution av kaffeförpackningarna. Plastsiktet på förpackningens utsida ger hållfasthet mot mekanisk belastning. Plastsiktet mot kaffet på förpackningens insida gör förpackningen tätare och samtidigt enklare att öppna.



## Förpackningen i produktens och miljöns tjänst



Paulig är en av Finlands största köpare av laminat. Största delen av de laminatmaterial Paulig använder för sina kaffeförpackningar levereras av Amcor som är verksamt över hela världen. Amcors finländska produktionsanläggning ligger i Kauttua där man också tillverkar de förpackningsmaterial som Paulig använder.

Amcor och Paulig samarbetar kontinuerligt för att utveckla kaffeförpackningarna och tillverkningen av dem. Företagen använder enhetliga miljö- och produktsäkerhetsstandarder. Detta innebär till exempel att man i produktionen på Amcor använder skyddskläder och följer hygienregler som motsvarar de Paulig använder. Produktsäkerhetsfrågor utvärderas enligt samma principer och metoder i båda företagen. Produktsäkerhetskedjan utsträcker sig därmed obruten ända till tillverkningen av förpackningar.

Paulig och Amcor har som gemensamt mål att minska den miljöbelastning kaffeförpackningarna ger upphov till, under produktens hela livscykel. Då kaffet packas på rosteriet använder man möjligast stora laminatrullar i förpackningsmaskinerna, vilket innebär att svinnet som oundvikligen uppstår då rullarna byts blir så litet som möjligt.

Vakuumpförpackningar på ett halvt kilo är för tillfället de logistiskt sett effektivaste kaffeförpackningarna. Med tanke på miljön är det viktigt att pallarna som kaffepaketerna packas på och plasten som dras runt dem är återvinningsbara. Möjligheterna att samla upp avfall från kaffeförpackningar varierar från kommun till kommun. Rekommendationer för hantering av laminatförpackningsavfall finns på adress [www.paulig.fi](http://www.paulig.fi).



Bild: Lasse Keltto

*Laminatförpackningarna har utvecklats för att bli allt lättare, varvid behovet av råmaterial och energi kan minimeras.*

## Ny teknik minskar luktolägenheterna

Den lukt som upplevs som bränt kaffe uppstår då en liten mängd vatten i slutet av rostningsprocessen sprutas in i rostningsskålen. Det är fråga om samma fenomen som då man i köket håller vatten i en het stekpanna. Kaffedoften härstammar däremot från kaffetransportsystemets ventilation.

Vi har under året strävat efter att minska den brända lukten genom att utveckla rostningsprocessen. Den metod Paulig har utvecklat innebär en helt ny innovation, också internationellt sett. Lösningen har visat sig fungera och de preliminära resultaten är goda. Resultaten bygger på en mätning som VTT har genomfört.

Kaffedoften kan minskas med nya kaffetransportpumpar med sluten cirkulation som förhindrar att luft kommer ut ur systemet under processens gång. Det nya kaffetransportsystemet innebär en investering på mer än 300 000 euro.



## Buller

På rosteriet uppstår buller främst i intags- och utblåsningsöppningarna för rostningsmaskinernas kyl Luft, i ventilationsöppningarna för rostningsgaser, i förpackningshallens och produktionslokalernas frånluftsöppningar samt på grund av trafiken.

Under den gångna rapportperioden sjönk bullernivåerna kraftigt tack vare bullerdämpningsprojekten. På trettio ventilationskanalers frånluftsöppningar installerades enligt mått skräddarsydda ljuddämpare. De minsta av ljuddämparna är en halv meter breda och de största stora som små personbilar. Vidare isolerades alla rörsystem som ligger utomhus och en bullervägg installerades.

Installationerna blev klara i oktober 2004. Projektplaneringen och utförandet samt mätningen av bullernivåer gjordes i samarbete med ett utomstående expertföretag och flera olika leverantörer av utrustning. I bullerbekämpningsprojektet investerades totalt cirka 120 000 euro.

Ljudet från rosteriet ligger nu under 50 decibel i alla väderstreck från anläggningen. Det lagstadgade gränsvärdet är 55 decibel på dagen och 50 decibel på natten. Det genomsnittliga, urbana bakgrundsbullret i Nordsjö har konstaterats vara 45 decibel och en förbikörande bil ger till exempel upphov till en ljudnivå på cirka 70–80 decibel. Under år 2004 kontaktades Paulig två gånger av invånare i närområdet i ärenden som gällde bullret.

*På våren 2004 öppnade Helsingfors stad en ny anslutning från Norvägen till Gustav Pauligs gata. Tack vare den nya anslutningen styrs största delen av långtradartrafiken förbi bostadsområdena. Den flyttade långtradartrafiken minskar bullret och ökar trafiksäkerheten.*

VTT har utrett:

## Minskar lukten av kaffe trivseln i omgivningen?



Runt rosteriet svävar ibland en kaffedoft som uppstår vid rostningen. Eftersom grannarna som bor kring rosteriet har olika uppfattning om denna arom ville Paulig utreda hur de lukter rosteriet ger upphov till påverkar trivseln bland invånarna i grannskapet. Utredningsarbetet utfördes av Statens tekniska forskningscentral VTT som oberoende expert. VTT sammanställde en luktpanel bestående av invånare i grannskapet.

Panelens nästan 100 frivilliga medlemmar bokförde dagligen luktsituationen på blanketter som skickades in till VTT. Luktförekomsterna undersöktes från augusti 2004 till januari 2005 så att observationer kunde göras under olika årstider. Medlemmarna i panelen antecknade på blanketterna hur länge lukten förekom, av vilken typ och hur stark den var samt kommentarer om hur störande de uppfattade den.

Största delen av deltagarna upplevde inte lukten som störande. Några anmärkningar kom in om doft av bränt kaffe. De grannar som bodde allra närmast ansåg att störande lukt förekom under cirka en procent av tiden.

I Finland har inga normvärden givits för lukt och därför jämfördes resultaten med de rekommendationer som allmänt används för industrianläggningar i de europeiska länderna. Lukten från rosteriet överskred inte de rekommenderade värdena i referensländerna. Enligt resultaten ligger den helhetsmässiga trivselolägenhet som lukterna förorsakar på en icke-besvärande nivå inom hela undersökningsområdet. Störande lukt uppskattades, inom en halv kilometers radie från rosteriet, förekomma under en procent av den totala tiden, vilket motsvarar det rekommenderade värdet i det strängaste referenslandet, Danmark. Längre bort från rosteriet underskreds referensvärdena klart. Invånarna i närområdet tog under år 2004 två gånger kontakt med rosteriet angående lukten.



### Panelens resultat

Förekomsten av lukt i procent av den totala uppföljningstiden

- |   |         |
|---|---------|
| • Total luktbelastning i området              | 1 %     |
| • Förekomst av störande lukt                  | < 0,5 % |
| • Luktbelastning p.g.a. rosteriets verksamhet | 0,8 %   |

## Kaffetransporterna

Råkaffet kommer till Paulig som sjöfrakt från ursprungsländerna. Bolagets logistikpartner sköter leveranserna från ursprungsländerna till Finland och från Helsingfors hamn till Nordsjö. För avhämtningen av de färdiga produkterna svarar kunderna. Paulig har ingen egen transportmateriel.

Under 2004 auditerade Paulig nio olika logistikpartner. Ett delområde som auditerades var miljöfrågorna. Det visade sig att samarbetspartnerns kunskap om miljöfrågor hade förbättrats, men att rapporteringen kan utvecklas vidare. Genom auditeringen kunde Paulig samtidigt informera sina viktiga samarbetspartner om de miljöprinciper som styr bolagets verksamhet.

Vid råkaffetransporterna strävar Paulig efter att använda de mest effektiva metoder och redskap, som belastar miljön så lite som möjligt. År 2004 kom nästan hela 93 procent av råkaffet förpackat i storsäckar, vilka fyller en container till hundra procent. Detta minskar behovet av sjöfrakt.

År 2004 tog Paulig emot sammanlagt 2 294 containrar av vilka 2 136 var storsäckscontainrar. Året innan anlände 2 041 containrar. Fraktvolymen till och från Nordsjö har vuxit med ökningen i produktionen.

Antalet avgående kaffepartier är högre än antalet ankommande. Detta beror dels på att rostat kaffe har större volym än råkaffe, dels på olika förpackningar och varierande avhämtningsmetoder. I samarbete med centralpartiaffärerna strävar Paulig efter att styra den transportmateriel som används på det sättet att så stora partier som möjligt ska kunna avhämtas på en gång.

## Rosteriets och miljökonsekvenser

Bolaget strävar efter att minimera miljökonsekvenserna av produktionen genom att i nyinvesteringar och ersättande investeringar använda den bästa tillgängliga tekniken (Best Available Techniques) och genom att planera och styra verksamheten effektivt.

En person som arbetar för Paulig valdes i början av 2005 att representera den europeiska rosteriindustrin i arbetsgruppen Best Available Techniques, som utarbetar framtida riktlinjer för livsmedelsindustrin i Europa. Rekommendationerna blir klara på hösten 2005. Syftet med dem är att utgående från den bästa möjliga tekniken, som rosteriindustrin har tillgång till, skapa riktlinjer som är förenliga med en hållbar utveckling och som är ekonomiskt förnuftiga. Utgående från rekommendationerna bedöms bland annat ansökningar om miljötillstånd. Projektet bygger på miljöavtalen i Kyoto och Sevilla.



*Det totala antalet transporter till och från Nordsjö har ökat i och med att kaffeproduktionen har ökat. På bilden lagerarbetare Pentti Lepistö.*

## Ett miljövänligt kontor föds genom de små valen



Green Office-projektet inleddes på sommaren 2004. Dess mål är att ge Paulig verksamhetsmodeller som skonar miljön också när det gäller kontorsarbetet. Vår partner i projektet är Världsnaturstiftelsen WWF. Paulig

rapporterar om projektet till organisationen som i sin tur aktivt deltar i projektarbetet och står till tjänst med sin sakkunskap.

Paulig fastställde fyra tyngdpunktsområden för Green Office-projektet: pappersanvändningen, energiförbrukningen, arbetsresorna och anskaffningen av kontorsmaterial. Under årets gång har vi tagit många små steg, men utvecklingsarbetet kräver långsiktighet och en stegvis ändring av verksamhetsmetoder, ett miljövänligt val i taget.

Pappersanvändningen har vi kunnat minska bland annat genom att skriva ut färre rapporter, minska antalet telefonkataloger som skaffas in samt genom att i fakturering och rapportering delvis övergå till elektronisk form. Andelen inköpsfakturer som flyttas över nätet utgör till exempel numera 20 procent av alla fakturer. Kopieringsmaskinerna har ställts in så att det är enkelt att ta dubbelsidiga kopior.

I de flesta mötesrummen har datorer och dataprojektorer redan installerats för att minska användningen av stordior. För en stor del av arbetsstationerna (120) har högklassiga bildskärmar köpts in, vilket sparar elektricitet och gör det enklare att läsa dokument direkt på bildskärmen.



*Pauligs anställda uppmanas att cykla till och från arbetet. I våras, då cykelsäsongen inleddes, körde vi i gång en tävling för att uppmuntra personalen att så ofta som möjligt använda detta miljövänliga fortskaffningsmedel. På bilden Group Controller Sari Uitto-Virta.*

# Socialt ansvar

I kaffets värld sträcker sig kedjan av socialt ansvar från böna till kopp. Den omfattar människors välfärd och utkomst, från kaffeodlaren ända till konsumenten som avnjuter drycken. I rapporteringen över socialt ansvar granskas Pauligs verksamhet dels i kaffets ursprungsländer och i leverantörskedjan, dels ur personalens och kaffekonsumenternas perspektiv.

I Finland är Paulig marknadsledare i branschen, men globalt sett en liten aktör. Eftersom det är svårt att ensam åstadkomma vittgående resultat idkar Paulig ett nära samarbete med andra kaffebolag, för att kunna utsträcka målen för det sociala ansvaret ända till kaffets ursprungsländer.

## Vi har lyckats:

- Förhandsutredning om spårbarheten hos det råkaffe Paulig köper
- Goda resultat av International Coffee Partners-projekten
- Uppdatering av personalstrategin
- Kvalitetsprojektet för personalledningen, det vill säga HELA-projektet, och lektorsutbildningen har genomförts och gett goda resultat
- Nya arbetstidsmodeller har utvecklats och tagits i bruk
- Tandvården har inkluderats i företagshälsovården

## Vi ska utveckla:

- Vi ska fortsätta spårbarhetsprojektet för råkaffet
- Vi ska fortsätta HELA-projektet och lektorsutbildningen
- Vi ska svara på de utmaningar internationaliseringen ställer

## Anskaffningskedjan för råkaffe och verksamheten i ursprungsländerna

### Kaffepriset högre än på fem år

Världsmarknadspriset på råkaffe bestäms enligt tillgång och efterfrågan på råkaffebörserna i New York och London. Under de senaste åren har priset varit lågt på grund av överproduktion och situationen har kallats "kaffekrisen". Nu har produktionsvolymerna stabiliserats i förhållande till konsumtionen och kaffekrisen är över, åtminstone vad priset beträffar. Som lägst var världsmarknadspriset på kaffe i slutet av år 2001, i april 2005 hade priset nästan tredubblats jämfört med den lägsta nivån.



## Kvalitetskaffe ger odlarna de bästa inkomsterna

Med högre råkaffepris förbättras odlarnas inkomster vilket hjälper dem att utveckla sin verksamhet och kvaliteten på det kaffe de producerar. Även om produktionskostnaderna för kaffe varierar kraftigt mellan olika länder möjliggör dagens prisnivå en lönsam kaffeodling i de flesta länder.

Det höga marknadspriset på råkaffe kan emellertid på nytt leda till överproduktion. Därför är det viktigt att projekten för en hållbar utveckling i ursprungsländerna fortsätter. Syftet med projekten är att göra odlingarna mångsidigare, höja förädlingsvärdet och förbättra råkaffets kvalitet, eftersom kaffe av hög kvalitet ger odlarna de bästa inkomsterna.

Kaffeåret 2004–2005 var utmanande med tanke på kaffets kvalitet. Exceptionella väderförhållanden särskilt i världens största kaffeproducerande land Brasilien gjorde det svårt att komma över råkaffe av tillräckligt god kvalitet. Pauligs omfattande kvalitetskontroll samt systematisk respons från och dialog med samarbetspartnerna garanterade råkaffets kvalitet även i denna situation. Utvecklingen av samarbetet med bolagets olika partner är en kontinuerlig process.



Torkning av råkaffe i Zambia.

Bild: Jukka Rouhiainen

## Paulig köper råkaffet direkt från producentländerna

Paulig köper största delen av råkaffet av exportföretag, det vill säga exporthus, som verkar i ursprungsländerna, och ibland också av europeiska handelshus och importörer. Samarbetet med partnerna har intensifierats och bolaget har ingått allt långsiktigare leveransavtal med dem.

Paulig förutsätter att bolagets partners följer bolagets principer för varuansaffningen. Alla nya leverantörer uppmanas ge en utredning över verksamhetens kvalitet, och listan över godkända partners kontrolleras årligen. Samarbetet avslutas om en partner bevisligen bryter mot principerna.

Pauligs anvisningar för inköp av råkaffe omfattar utöver kvalitetsbeskrivningen för råkaffet även etiska inköpsanvisningar. Paulig ingår med varje partner ett separat avtal om att de etiska verksamhetsprinciperna ska efterföljas. Avtalet bygger på Internationella arbetsorganisationen, ILO:s, och FN:s anvisningar, som även beaktar de rådande förhållandena i länderna och den lokala lagstiftningen. De inkluderar krav på bland annat arbetsförhållanden, lönenivån och arbetsdagens längd. Grundläggande förutsättningar är produktions- och verksamhetsmetoder som belastar miljön så lite som möjligt samt trygga arbetsförhållanden som upprätthålls på ett ansvarstagande sätt. Paulig accepterar inte användning av barnarbete eller tvångsarbete.

Pauligs uppköpare besöker regelbundet de kaffeproducerande länderna och kaffeplantagerna för att träffa samarbetspartnerna och för att hålla sig à jour med kaffeproduktionen och de förhållanden den drivs i.

**Mera information:** [www.paulig.fi/opikahveista](http://www.paulig.fi/opikahveista) och [www.ilo.org/public/english/standards/ipecc/themes/domestic/index.htm](http://www.ilo.org/public/english/standards/ipecc/themes/domestic/index.htm)



## Råkaffets spårbarhet – en utmaning för hela kaffekedjan



Bättre spårbarhet för råkaffets del gynnar hela kaffekedjan på flera olika sätt. En säljare som för köparen exakt kan ange ursprunget på det kaffe han säljer är en eftertraktad affärspartner.

Kunskap om produktionskedjan gör det enklare att lösa problem med råvaror eller produktionsmetoder redan i ett tidigt skede, vilket gynnar alla. Då kunskapen om fördelarna med spårbarhet ökar i producentländerna ökar också viljan och trycket på att utveckla spårbarheten.

I maj 2004 inledde Pauligs inköpsavdelning ett spårbarhetsprojekt för råkaffet. Inom projektet utredde man hur exakt och hur långt Pauligs viktigaste råvaruleverantörer i ursprungsländerna dokumenterar och känner till ursprunget hos det kaffe de säljer.

Utredningen byggde på ett sampel på 18 exporthus i sju olika länder: Brasilien, Colombia, Guatemala, Nicaragua, Kenya, Zambia och Etiopien. De exporthus som valdes ut för undersökningen levererar tillsammans 75 procent av Pauligs årliga råkaffeinköp. Varje exporthus gavs i uppdrag att så långt som möjligt utreda ursprunget hos ett visst råkaffeparti som Paulig hade köpt av dem. Uppgiften byggde på en verklig inköpstransaktion för vilken man angav uppgifter om det köpta råkaffepartiet, såsom order- och containernummer. Enkäten besvarades av 17 exporthus.

Resultaten färdigställdes på våren 2005 och de beskriver bra hur olika de kaffeproducerande länderna är. En del av exporthusen kunde förhållandevis snabbt kontrollera råkaffepartiets ursprung ända fram till det andelslag eller den plantage som hade odlat kaffet. För en del räckte utredningsarbetet från flera dagar till hela veckor.

Allt råkaffe som Paulig köper kan spåras till exporthuset. Därifrån vidare varierar resultaten från land till land. Enkäten visar att i genomsnitt 78 procent kan spåras till andelslaget eller den förädlade anläggningen. 13 procent av råkaffet kan spåras ända till den plantage där det har odlats. Även om resultaten bygger på uppgifter som exporthuset själva har givit, ger de en helhetsbild av den rådande situationen.

I fortsättningen vill man att spårbarheten i ursprungsländerna utreds av en tredje part. Samtidigt kan man också utreda vilka utvecklingsbehoven är i de olika länderna, för att spårbarheten ska kunna förbättras. För att kunna genomföra detta krävande projekt behöver Paulig internationella partners.



Bild: Jukka Rouhinen

*Råkaffe plockas i Zambia, där kaffets ursprung kan spåras till hundra procent, ända till plantagen där det har odlats.*



## Med i projekt för en hållbar utveckling

### ICP-samarbetet

Den viktigaste kanalen genom vilken Paulig arbetar för att främja kaffeodlarnas välfärd och en hållbar utveckling är bolagets aktiva medverkan i International Coffee Partners GmbH (ICP) som grundades år 2001. ICP är ett företag som har bildats av fem europeiska kaffeföretag och som inte eftersträvar vinst utan driver projekt som bygger på principerna för en hållbar utveckling i producentländerna. I egenskap av medlem bidrar Paulig till finansieringen av projekten.

ICP planerar och startar treåriga projekt gemensamma för den privata och den offentliga sektorn. Syftet med projekten är att permanent förbättra odlarfamiljernas levnadsförhållanden samt att utveckla kaffeodlings- och hanteringstekniken. ICP inleder varje år några nya projekt. I januari 2004 föreläste ICP:s verkställande direktör Michael Opitz om projekten för en hållbar utveckling under FooDoo-seminariet som Paulig arrangerade i Helsingfors. Enligt Opitz har behovet och betydelsen av att ge kaffeodlarna kunskaper om affärsverksamhet och kaffemarknaden blivit allt uppenbarare.

Under den granskade perioden drev ICP projekt i sammanlagt sex länder: Honduras, Dominikanska republiken, Guatemala, Kamerun, Uganda och Peru. Projektet i Honduras avslutades på hösten 2004 och det i Guatemala avslutas, efter ett extra år, på hösten 2005. Nya projekt inleddes under 2004 i Peru och Uganda. I Peru är målet att producera kvalitetskaffe i enlighet med principerna för en hållbar utveckling och i Uganda att anamma odlingsteknik som representerar en hållbar utveckling och att göra odlingen mångsidigare.

Under den granskade perioden redovisade Paulig sammanlagt 98 382 euro för ICP-samarbetet.

### 4C-projektet

Paulig följer och stöder det så kallade 4C-projektet (Common Code for the Coffee Community) som drivs av takorganisationen för den europeiska kaffebranschen, European Coffee Federation. Syftet med projektet är att skapa gemensamma etiska verksamhetsmodeller och anvisningar för de parter i kaffehandeln som inte omfattas av olika märkessystem. Dessa aktörer representerar största delen av världens kaffeproduktion och redan små handlingar kan därmed få stor betydelse.

Målet med 4C-projektet är att utveckla de sociala och ekonomiska förhållandena samt miljöförhållandena i de kaffeproducerande länderna. Av deltagarna i projektet förutsätts bland annat transparenta och acceptabla verksamhetsmetoder samt att de accepterar utvärderingar utförda av tredje part. Projektet har haft motvind på grund av motstånd i ursprungsländerna.

**Mera information finns på:** [www.sustainable-coffee.net](http://www.sustainable-coffee.net)

### International Coffee Partners

- Paulig befrämjar kaffeodlarnas välfärd och en hållbar utveckling genom att samarbeta med International Coffee Partners GmbH som grundades 2001
- I producentländerna inleder ICP årligen två eller tre nya projekt som grundar sig på principer för en hållbar utveckling.
- Samarbetsprojekten med den offentliga och den privata sektorn pågår i 2-3 år.
- Mera information på: [www.coffee-partners.org](http://www.coffee-partners.org)

## Kvalitetskaffe ger odlaren nytta



Syftet med ICP-projektet som genomfördes i San Juan-regionen i Honduras var att skapa affärsverksamhet med kaffe i enlighet med en hållbar utveckling och att stöda utvecklingen av en organisation som 200 odlare och deras familjer har startat.

Levnadsförhållandena i området var lågt utvecklade, bland annat saknades elnät och för hälsovården svarade en ensam läkare. Kaffet som odlas i regionen har mycket hög kvalitetspotential som odlarna emellertid inte kan utnyttja på grund av bristande kvalitetskontroll och kunskaper om affärsverksamhet, och på grund av en ofördelaktig försäljningskedja.

Projektet som räckte tre år, och kostade 618 500 euro, genomfördes i samarbete med ICP, Neumann Kaffee Gruppe's (NKG) lokala medlemsföretag BECAMO och German Agency for Technical Cooperation (GTZ). För att främja förädlingsverksamheten beviljade Honduras regering offentlig finansiering för att utveckla regionen.

Odlarna erbjöds konsulttjänster och utbildning så att de skulle ha förutsättningar för odling i enlighet med Rainforest Alliances standarder och kunna producera vidareförädlad arabicakaffe av hög kvalitet. Vidare genomfördes projekt i syfte att förbättra boende, hälsa och utbildning. Inom dessa projekt fick grupperna i samfunden själva utvärdera sin situation, definiera de frågor som först borde skötas och aktivt delta i projekten med egna arbetsinsatser.

Under projektets gång grundade man bl.a. 12 nya, av kaffeodlarna ägda bolag, byggde fyra nya anläggningar för råkaffehanteringen, elektrifierade odlarnas hem och reparerade offentliga byggnader såsom hälsostationer. Odlarna skolades och instruerades i hållbar odlingsteknik. Verktyg som underlättar odlingsplaneringen, såsom åkerkartor per odlingsenhet, togs i bruk.



Bild: ICP

*Odlarna utbildas i att bedöma kaffets kvalitet.*



Bild: ICP

*En ny anläggning för råkaffehantering under konstruktion.*

## Personalansvar

Oy Gustav Paulig Ab:s personalpolitik bygger på Paulig-koncernens värden: kvalitet, förtroende och respekt för individen, respekt för kulturell mångfald, kreativitet och öppenhet. Målet är en kompetent och motiverad personal.

Typiskt för Paulig är långvariga anställningar och en låg personalomsättning. Antalet tjänstemän växer i förhållande till produktionspersonalen och allt fler avgår med pension då de stora åldersklasserna når pensionsåldern. Samtidigt ökar andelen unga arbetstagare, särskilt i marknadsföringen och försäljningen. Att utveckla så kallad åldersledning och kompetens för personalen är därför en utmaning för företaget.

Under den granskade perioden avslutades kvalitetsprojektet för personalledningen (HELA), som visade sig ge goda resultat. Bolaget beslutade också att fortsätta projektet på egen hand. I produktionen genomfördes, med god framgång, en lektorsutbildning för att främja mångkunnigheten samt olika typer av arbetstidsmodeller.

En viktig uppgift var att precisera personalstrategin för hela personalen. I personalstrategin definieras frågor som berör rekrytering, personalutveckling, uppmuntran, belöningar, arbetshälsa, medverkan, påverkningsmöjligheter, intern kommunikation samt anställningar.

### Personalen 15.2004-30.4.2005

Antal anställda: 206

- av vilka kvinnor 50 %, män 50 %
- av vilka arbetstagare 92, tjänstemän 114

Av arbetstagarna är:

- 87 heltidsanställda
- 5 deltidsanställda
- 84 fast anställda
- 8 visstidsanställda

Av tjänstemännen är:

- 111 heltidsanställda
- 3 deltidsanställda
- 109 fast anställda
- 5 visstidsanställda

Frånvaro:

- Sjukfrånvaro 5,5 dagar/person
- Frånvaro förorsakad av olycksfall 0,5 dagar/person

Personalens genomsnittsålder 42 år  
Anställningarnas genomsnittliga längd 14 år  
4 personer avgick med pension, 6 var deltidspensionerade

Utbildningstimmar per person:

- Tjänstemän 80 h
- Arbetstagare 40 h



Pauligs representationslag deltar årligen i den populära Damtän i Helsingfors.

Bild: Paulig

## Pauligs personal

Under den räkenskapsperiod som avslutades i april 2005 arbetade 206 personer för Paulig (203 året innan). Av dessa var 92 arbetstagare och 114 tjänstemän. Arbetsplatserna finns i Helsingfors med undantag för försäljningsrepresentanterna som arbetar på sin egen hemort.

Hälften av personalen är kvinnor och hälften män. Personalens medelålder är 42 år och anställningarna i genomsnitt 14 år långa. Under den granskade perioden var personalomsättningen cirka två procent. Fyra personer pensionerades och sex personer var deltidspensionerade.

## Att höra personalen och informera om bolagets affärer

Personalen får information om företaget och dess verksamhet av sina chefer, över intranätet och i de kompletterande veckobulletinerna. Nyheter om koncernen förmedlas i tidningarna Paulig Reporter och Paulig Group Journal. För information om samhällsansvarsfrågor finns egna avdelningar på intranätet och bolagets webbplats. Bolagets resultat publiceras årligen.

Verkställande direktören ger två gånger per år en översikt och minst en gång per år ordnas ett gemensamt möte för arbetsgivarens representanter och förtroendemännen. För experter och förmän arrangeras en gång per år ett "Management Forum" som behandlar aktuella frågor kring utvecklingen av företaget. Vid behov arrangeras aktuella översikter för hela personalen. Vidare kan alla på eget initiativ komma med utvecklingsidéer.

På koncernnivå utgör delegationen, som sammanträder minst tre gånger per år, ett diskussionsforum mellan ledningen och personalen och en påverkningsskanal för personalen. Tjänstemännen och arbetstagarna väljer vartannat år sina representanter i delegationen. Paulig Ab:s styrelse utser arbetsgivarens representanter.

Mer än 90 procent av arbetstagarna är organiserade i Finlands Livsmedelsarbetarförbund. Andelen tjänstemän som är organiserade är inte känd eftersom medlemsavgifter inte innehålls direkt ur deras lön.

## Jämställdhet

Enligt den nya jämställdhetslagen ska alla arbetsplatser med mer än 30 anställda senast 31.12.2005 ha en skriftlig jämställdhetsplan. Paulig har redan haft och

tillämpat en sådan plan i tio år. Planen inkluderar frågor som berör rekrytering, karriärutveckling, utbildning samt möjligheter att förena hem och arbete. Man bör beakta att jämställdheten inte uteslutande gäller jämställdhet mellan kvinnor och män utan också all annan behandling, såsom jämställdhet mellan yrkesbeteckningar och arbetsuppgifter. Av Pauligs personal på chefsnivå är 35 procent kvinnor.

Enligt den nya lagen ska planen även inkludera jämställdhet i fråga om avlöningen. Idag tillämpas ett resultatlönesystem på hela personalen. Vid sidan av de ekonomiska resultaten används team- och individspecifiserade mätare definierade för de olika processerna.

## Utveckling och utbildning

Kompetensutvecklingen bygger på företagets strategier och de kärnkompetensområden som har definierats utgående från dessa strategier. Viktiga områden idag är self management, att utveckla marknads- och konkurrenskunskaperna, språkfärdigheter och projektutbildning. Ett delområde är att utvidga kunskaperna om kulturen i de länder där Paulig verkar.

För utbildningens del var rapportperioden något aktivare än perioden innan om man beaktar den mångsidiga effekten av HELA-projektet. Företaget har satsat på kompetensutveckling på alla nivåer i organisationen. Under den räkenskapsperiod som avslutades i april 2005 fick tjänstemännen i snitt 80 timmar utbildning och arbetstagarna 40. Siffrorna omfattar inte inläring i arbetet.



Bild: Paulig

*I Management Forum penetrerades projektversamhetens utveckling. Medverkande bl.a. (från vänster) inköpsdirektör Jouko Pihkanen, personalchef Kristiina Saarinen, kvalitetschef Katriina Aho, marknadsföringschef Katri Ojalehto, Marketing Controller Manu Salonen, säljkoordinator Juuso Harjulehto.*

Vid sidan av de interna utbildningsprogrammen deltog personer ur personalen både i finländska och internationella läroanstalters utbildningsprogram. Internt arbetade vi bland annat med förhandlingsteknik och med kompetens kring detaljhandelsverksamhet samt med projektkompetens. Utöver detta deltar Paulig också i Corporate Competence Academys företagsspecifika Corporate MBA-program. Personer inom ledningen och expertisen deltog också i Partnership Programme-utbildningen som ordnades på koncernnivå. På hösten 2004 ordnades en kurs i kriskommunikation där 40 personer i personalen deltog.

Under året erbjöds också miljöguidesutbildning och problemlösning för underhålls-, el- och fastighetspersonalen. Café Santos-utbildningsprogrammet med kaffekunskap fortsattes. Målet var att omforma utbildningen så att den blir en del av inskolningsprogrammet för framtida pauligpersonal.

Utöver utbildning och olika träningsprogram omfattar utvecklingsverksamheten också bland annat kompetensutvärdering, karriärplanering, arbetsrotation och projektarbete. Grundprincipen är att var och en själv har ansvaret för sin egen utveckling, men cheferna ska skapa möjligheterna för den. Varje anställd på Paulig har tillsammans med sin chef gjort upp en egen utvecklingsplan och ett utvecklingsavtal.

## Lektorsutbildning - från gesäll till mästare



Utvecklingsprogrammet för produktionspersonalen, det s.k. lektorsprojektet, inleddes i oktober 2004 i samarbete med AEL (Institutet för ny teknik). Målet är att säkerställa en hög kompetensnivå även med tanke på

den framtida rosterverksamheten och att personalen på Paulig gör världens bästa kaffe.

Genom lektorsutbildningen för man systematiskt vidare den yrkesmässiga kompetensen och olika latenta kunskaper. Arbetet på ett rosteri kan man inte lära sig på någon läroanstalt och särskilt inom produktionen överförs kompetensen bara genom arbetet. Lektorsutbildningen är en modern version av den gamla studiemetoden med mästare och gesäller.

I den första fasen deltog 13 personer i skolningen, från produktionens hela leveranskedja inklusive arbetsledning och kvalitetsgranskning. Utbildningen omfattade fyra inalles sex dagar långa närstudieperioder och därutöver två perioder av inläring och utläring i arbetet. Varje studerande fick ett studieintyg. Utgående från de goda erfarenheterna har man beslutat fortsätta lektorsutbildningen och utöka antalet deltagare.



*I och med lektorsutbildningen har förpackningsmaskinskötare Carina Hietala fått mångsidigare arbetsuppgifter.*

## Företagshälsovård

Företagshälsovården vid Oy Gustav Paulig Ab har i uppgift att på ett övergripande sätt värna om personalens arbetshälsa och förmåga att orka i arbetet. Tyngdpunkten inom företagshälsovården ligger på förebyggande verksamhet. Med jämna intervall arrangeras en grundlig hälsokontroll för personalen. Kontrollen inkluderar en utvärdering av personen själv över hur han eller hon orkar i sitt nuvarande arbete, ända fram till pensionsålder.

Under rapporteringsperioden sjönk sjukfrånvaron ytterligare, och är nu klart lägre än i övriga motsvarande livsmedelsföretag. Frånvaron på grund av sjukdom var 5,5 arbetsdagar per person. Motsvarande siffra för föregående redovisningsperiod var 6,8 och genomsnittet ligger på 8,5.

Från och med början av 2005 omfattar företagshälsovården också ersättningar för personalens tandvård. Ersättningarna gäller förebyggande och korrigerande tandvård med vissa avtalade begränsningar.

Som en del av den förebyggande hälsovården har personalen möjlighet att delta bland annat i individuell tidig rehabilitering och i motionsklubbar. Under den aktuella perioden startades på prov en 20 personers konditionsträningsgrupp. I den försöker man effektivt främja deltagarnas fysiska kondition, deras förmåga att orka och deras hälsotillstånd.

## Övertiden under kontroll med nya arbetstidsmodeller



Redovisningsperioden var utmanande för rosteriet på grund av den kraftigt växande produktionen. Under perioden slogs ett nytt produktionsrekord vilket satte en hel del press på produktionen. Alla övertidstimmar

ledde till trötthet och innebar en allvarig utmaning för utvecklingen av arbetstidsarrangemangen. I början av 2005 fick rosteriet ett nytt miljötillstånd som gör det möjligt att på vardagar hålla produktionen i gång dygnet runt. En eventuell övergång till kontinuerligt treskiftsarbete har oroat personalen

På hösten 2004 och våren 2005 testades tre arbetstidsmodeller i perioder om 6–8 veckor. Testerna byggde på frivilligt deltagande och arbetstagarna var med ända från början i planeringen av arbetsskiften. Produktionsledningen och förtroendemännen kom överens om ramarna, d.v.s. produktionsmålen och eventuella extra ersättningar. I arrangemangen beaktades också de anställdas olika familjesituationer.

Resultaten och responsen på testerna var mycket positiva: genom arrangemangen lyckades vi garantera den behövliga produktionsvolymen samtidigt som övertidsarbetet minskade, personalens möjligheter att påverka ökade och både förmågan att orka i arbetet och atmosfären på arbetsplatsen blev bättre. Möjligheten till treskiftsarbete, som miljötillståndet erbjuder, används till exempel för att jämna ut produktionstoppar, och utvecklingsarbetet fortsätter.



Förpackningsmaskinskötare Marja Leena Launonen.



Bild: Paulig

*Gourmetklubben sätter sig in i hemligheterna bakom god mat börjande med råvaran. På bilden klubbmedlemmar i svampskogen.*

## Främja hälsan

De reformer av det dagliga arbetet som har utvecklats inom kvalitetsprojektet för personalledningen har förbättrat växelverkan mellan olika personalgrupper. Projektet har bl.a. åstadkommit konsekventa och konkreta anvisningar om spelregler för gott ledarskap.

Paulig stöder personalens möjligheter att förena arbete och familjeliv. Hela personalen har möjlighet att få hem en vårdare för ett sjukt barn på arbetsgivarens bekostnad och möjligheterna till distansarbete utvecklas vidare.

Den mentala och fysiska hälsan främjas också genom att företaget stöder hobby- och rekreationsverksamhet. Det finns ett tjugotal hobbyklubbar som fungerar med arbetsgivarens stöd. Personalen har tillgång till fritidsbostäder och varje år ordnas en barnfest för hela familjen och dessutom ett sommar- och ett vinterevenemang.

## Arbets säkerhet

Arbets hälsan och arbets säkerheten ligger på en bra nivå. Arbets skydds verksamheten koncentreras kring mentalt arbets skydd och stöd för arbets tagarnas förmåga att orka i arbetet. Också svaga signaler om utmattning i arbetet observeras och vid eventuella fall av arbets plats mobbing eller trakasserier vidtas åtgärder omedelbart

Den omfattande automatiseringen har minskat mängden riskfyllt, repetitivt arbete och de arbetsrelaterade belastningssjukdomarna och yrkessjukdomarna har

försvunnit nästan helt. Under den gångna perioden förorsakade arbetsolyckor 0,5 frånvarodagar per person. Under perioden innan var motsvarande siffra 0,4.

Arbets skydds- och arbets säkerhetsfrågorna på Paulig koordineras av en arbets skyddskommission som sammanträder minst fyra gånger per år och som lägger upp åtgärdsprogram och -planer för arbets skyddet. Avdelningarna har skyddsombud utsedda av såväl arbets tagarna som tjänstemännen och varje år utförs arbets skyddsinspektioner på varje avdelning.

Nya maskiner och anordningar säkerhetsgranskas i enlighet med lagstiftningen. Alltid innan en ny maskin eller anordning tas i bruk utförs en ibruktagningskontroll. Personalen är utbildad för att kunna förebygga risksituationer och har också fått anvisningar för sådana situationer. Hela personalen har vidare fått en säkerhetsguide som uppdaterades i april.



Bild: Paulig

*Till picknickdagen kommer pauligianerna med sina familjer. I evenemanget deltar årligen ca 400 pauligianer.*

# Produktsäkerhet och kvalitetsledning

## Kvalitet från böna till kopp

En viktig del av Oy Gustav Paulig Ab:s ansvarsområde är att hålla efter kaffets säkerhet och höga kvalitet. Pauligs produktsäkerhetsstrategi bygger på den internationella standarden BRC\* som tillämpas allmänt inom livsmedelsbranschen. BRC-standardens förutsätter bland annat ett dokumenterat kvalitetsledningssystem vid företaget, användning av HACCP-systemet och styrning av produkt-, process- och personalledningen i fabriksmiljön. Pauligs EFSIS/BRC-certifikat\*\* på högre nivå gäller fortfarande. Pauligs verksamhet är också certifierad för export till Ryssland enligt GOST R-standard.

Varje år kontrollerar och utvärderar Paulig sin plan för egenkontroll och vid behov görs uppdateringar. För interna kvalitets- och miljöutvärderingar har Paulig en egen regelbundet verksam och utbildad utvärderingsgrupp. Kraven för standarderna EFSIS/BRC och ISO 14001 har kunnat sammanföras i en enda fungerande helhet. Vid en auditering som ett utomstående auditeringsbolag utförde på våren 2005 framkom inga kritiska eller allvarliga avvikelser i företagets processer. Under granskningsperioden har Paulig själv också auditerat sina samarbetspartners inom logistiken.

Varje år utförs övningar i att spåra och dra tillbaka produkter. Under granskningsperioden utreddes råvarornas spårbarhet i ursprungsländerna. Ett slutarbete skrevs om den interna spårbarheten på fabriken. De utvecklingsåtgärder som föreslås i det aktuella slutarbetet har nu inletts.

## Hög kvalitet kräver god kontroll över recepten

Omsorgen om kaffets produktsäkerhet gäller alla som deltar i produktionskedjan. Under granskningsperioden betonades vikten av personligt kvalitetsansvar både i utbildningen och i arbetet. Personalens samarbete kring



*Produktsäkerheten och -kvaliteten säkerställs genom sensoriska och fysikaliska, vid behov också kemiska och mikrobiologiska, analyser. På bilden chefsprovsmakare Marja Touri.*

produktsäkerheten har utökats ytterligare och tyngdpunkten inom egenkontrollen har flyttats från kaffelaboratoriet direkt till produktionen

Varje produkt har en egen produktspecifikation som anger produktionsdata och övrig lagstadgad information om produkten. För att kvaliteten hos produkterna säkert ska vara jämn förutsätts en god kontroll över recepten, eftersom råvaran i egenskap av naturprodukt varierar från årstid till årstid.

En sammanfattande rapport om kvalitets- och miljöfrågor, Quality Review, ger månatligen ledningen information om både den interna verksamheten och eventuella åtgärder som kunde främja produktkvaliteten och trygga produktsäkerheten.

\* BRC = British Retail Consortium

\*\*EFSIS-standardens är en tillämpning av den tekniska BRC-standardens för företag som levererar livsmedel till detaljhandeln. Paulig har innehaft EFSIS/BRC-certifikatet sedan 1999. EFSIS är ett certifieringsföretag med fullmakt att utföra utvärderingar enligt BRC-standardens.



## Konsumentservice en del av varumärket

Pauligs konsumentrådgivning utgör en viktig länk mellan företaget och konsumenten. Konsumentrådgivningen kontaktas årligen över 6 000 gånger i olika frågor som berör kaffe.

Paulig arbetar mångsidigt för gott kaffe. Bolaget arrangerar årligen ett flertal olika kurser, seminarier och evenemang kring kaffe, för både proffs i storköksbranschen och mediarepresentanter samt för konsumenterna.

Även konsumentservicen utgör en viktig del av kvalitetskontrollen. Alla klagomål som tas emot spåras till processerna och skickas omedelbart till kaffelaboratoriet och/eller produktionen för fortsatta åtgärder. Under senaste period kom det in 16 produktklagomål per en miljon kilo kaffe och året innan noterades 19 konsumentklagomål på en miljon kilo kaffe. Alla konsumentklagomål besvaras personligen.

## Kvalitetskontroll i hela kedjan

- Innan kaffet når konsumentens kopp har kvaliteten kontrollerats i genomsnitt tio gånger.
- Kvaliteten utvärderas då råvaran köps in, lagras, då kaffet rostas, mals, förpackas och lagras.
- Säkerheten och kvaliteten hos kaffet kontrolleras genom sensoriska och fysikaliska analyser, vid behov också genom kemiska och mikrobiologiska analyser.

## Kaffets hälsoeffekter undersöks noga



På senare år har vetenskapliga undersökningar givit intressanta resultat som visar att kaffet har gynnsamma effekter på hälsan. Då kaffet är en produkt ur växtriket kan man utgå från att det innehåller sjukdomsförebyggande komponenter. Ett måttligt kaffeintag, omkring 4–5 koppar per dag, har i undersökningarna inte visat sig ha några skadliga effekter på en frisk människa.

Paulig stöder och följer aktivt den kaffeforskning som bedrivs av den internationella PEC-arbetsgruppen (Physiological Effects of Coffee). Paulig är också representerat i planeringsgruppen för Rosteriföreningens kampanj "Kaffe och hälsa". Genom kampanjen förmedlas information om kaffets gynnsamma hälsoeffekter till proffs inom hälsovården. Den finansieras av ICO (International Coffee Organization) och av företag i kaffebranschen.



Bild: Lasse Kaitto

Kampanjen Kaffe och hälsa sprider information om de senaste forskningsrönen kring kaffets hälsoeffekter bland proffs inom hälsovården. På bilden (från vänster) Pauligs Karla Koullias och Leena Miettinen samt Rosteriföreningens Hillevi Latvalahti på evenemanget Medicin 2005 i Helsingfors.

### FAKTA

- Kaffe kan minska risken för att insjukna i Parkinsons sjukdom
- Kaffe kan minska risken för att insjukna i vuxendiabetes
- På kommande: ny och specifikare information om hälsoeffekterna av kaffets olika beståndsdelar

**Tilläggsuppgifter:** [www.kahvi.net](http://www.kahvi.net) [www.positivelycoffee.org](http://www.positivelycoffee.org)

# Ansvar för närområdet

## Nytt rosteri

Paulig planerar att bygga ett nytt rosteri på det fabriksområde som byggs upp kring Nordsjö hamn. Helsingfors stadsfullmäktige godkände 1.9.2004 föravtalet om tomtaffären mellan Oy Gustav Paulig Ab och Helsingfors stad. Det slutgiltiga beslutet om byggarbetet kan tas först då stadsplanen för tomten har vunnit laga kraft och hamnbygget har fortskridit enligt tidtabell, d.v.s. tidigast år 2006.

Byggnadsarbetena kan inledas efter att det första skedet av hamnbygget blivit klart i början av 2008. Målet är att rosta de första kaffebönorna i det nya rosteriet år 2009. Som en del av stadens hamnprojekt inleddes schaktningen av den så kallade Miljonbacken på rosteritomten redan på hösten 2004.

## Paulig – en del av grannskapet

Paulig, som verkar i Nordsjö, är den största arbetsgivaren i området och en betydande del av personalen bor i Östra Helsingfors. Paulig har på flera olika sätt deltagit i utvecklingen av Nordsjö och gjort investeringar i området. Företaget har redan länge samarbetat med invånarna och invånarföreningarna i frågor som gäller stadsplanering och utveckling.

På vintern 2005 ordnades ett stadsplanemöte på rosteriet. Till mötet inbjöds kommunala aktörer och representanter för invånarföreningarna och för församlingen. Under Helsingfors stads och Nordsjö invånarkommittés stadsplaneringsmöte lade chefen för Pauligs rosteriprojekt fram företagets planer. Utöver detta bjöd Paulig i juni 2004 in representanter för fastighetsbolagen i området till ett möte för information och diskussion.

Information om rosteriets verksamhet och miljökonsekvenser distribueras per post till de närmaste grannarna och via lokaltidningarna. Kontakterna från grannarna utgör ett viktigt sätt att följa upp miljökonsekvenserna. Mer information om luktpanelsundersökningen som genomfördes tillsammans med VTT ges i avsnittet om miljöansvar.

Nordsjöskolan Kallahden koulu har varit Pauligs fadderskola i flera år. Varje år kommer några klasser på besök till företaget och får stifta bekantskap med arbetslivet och företagets verksamhet. Från företagets sida besöker personer ur personalen skolan och håller lektioner där. Det finns ett färdigt planerat program för varje årskurs. Under rapporteringsperioden kom också lärare från Kallahden koulu på studiebesök till rosteriet.



Kuva: Lasse Keltto

*Pauligs rosteri är omgivet av bosättning. Den nya tomten ligger bredvid hamnområdet som syns i bakgrunden på bilden.*

## Dialog med intressentgrupper

Pauligs viktigaste kanaler för dialog med konsumenterna är konsumentrådgivningen, internet och olika marknadsundersökningar.

Konsumentrådgivningen kontaktas årligen omkring 6 000 gånger. Sakkunniga rådgivare svarar personligen på konsumenternas frågor, antingen per telefon, per post eller per e-post. Konsumentrådgivningen betjänar vidare olika organisationer och massmedierna. Den ordnar informationsmöten och presskonferenser och publicerar därutöver webbsidor, böcker, broschyrer och anvisningar. En viktig länk i kontakten till konsumenterna och andra intressentgrupper är Pauligs Paula som har funnits med i bilden sedan 1950. Hon sprider inte bara information om produkterna utan arbetar också som ett slags ambassadör för hela kaffekulturen.

Det finns också en hel del tillgänglig information om Pauligs produktförpackningar, exempelvis uppbevaringsanvisningar, uppgifter om hur olika förpackningar kan förstöras och kontaktuppgifter till Pauligs konsumentrådgivning. Företagets webbplats, på adress [www.paulig.fi](http://www.paulig.fi), betjänar såväl konsumenterna som proffs och företag i branschen.

Paulig Institutet är ett kurscentrum för proffs i storköksbranschen. Varje år deltar omkring 3 000 personer i olika kurser på institutet. Vart annat år arrangerar Paulig seminariet FooDoo för proffs i livsmedelsbranschen.

Pauligs kundrelationer är långsiktiga och företaget upprätthåller regelbunden och personlig kontakt till sina kunder. I mån av möjlighet deltar företaget i olika mässor, informationsmöten och andra evenemang som kunderna ordnar. Kundbelåtenheten följs regelbundet upp.

Kontakten till medierna och myndigheterna upprätthålls regelbundet. Paulig ordnar exempelvis varje år pressseminariet Raakakahvin maailma (Råkaffets värld). På seminariet behandlas olika aktuella ämnen inom kaffebranschen. Möten med myndigheterna ordnas ofta i samband med den lagstadgade övervakningen, eller då nya regler och förordningar ska göras upp. I det senare fallet sköts kontakterna oftast genom Rosteriföreningen.



# Stöd till allmännyttig verksamhet

Oy Gustav Paulig Ab ger ekonomiskt stöd till olika projekt som följer företagets värden och anknyter till dess verksamhet.



Under granskningsperioden har Paulig varit med och stött arbetet inom den globala organisationen Operation Smile. Operation Smile fungerar i 29 olika länder och

dess mål är att med hjälp av olika partnerskap, både inom den offentliga och den privata sektorn, bygga upp hållbara system för hälsovård för barn och deras familjer. I organisationens arbete deltar frivilliga kirurger, anestesiläkare, sjukskötare och utbildare som gratis utför korrigerande operationer och vårdar barn som lider av skador i ansiktet eller av missbildningar, som harmynthet. Sedan år 1982 har Operation Smile vårdat tiotusentals barn över hela världen.

Paulig donerade 25 000 euro till Operation Smile i Nicaragua. Donationen gick till barnsjukhuset La Mascota och där användes den för att skaffa in utrustning som förbättrar operationspatienternas säkerhet. Förslaget om samarbete kom från Pauligs nicaraguanska råvaruleverantör CISA som också själv bistår Operation Smile.

**Tilläggsuppgifter:** [www.operationsmile.org](http://www.operationsmile.org)

Paulig tillverkar Santa Claus-kaffe för julgubbens officiella produktfamilj och stöder på det här sättet verksamheten som stiftelsen Joulupukisäätiö bedriver. Varje år donerar stiftelsen en betydande summa pengar – julgubbens gåva – till nödlidande barn i världen. År 2004 donerade stiftelsen 10 000 euro till föreningen Aseman lapset ry. Julgubbens gåva finansieras med de royaltyintäkter som stiftelsen får av företagen. Storleken på gåvan fastställs från år till år av stiftelsens styrelse. År 2004 utgjorde den omkring 10 % av de erhållna intäkterna. Paulig redovisade 5 000,80 euro i royalties år 2004.

**Tilläggsuppgifter:** [www.santaclausplaza.com](http://www.santaclausplaza.com)



Sedan 2001 har Paulig stött missionskaféet Domcafé i Åbo domkyrkoförsamling. Intäkterna från kaféet, som främst håller öppet under sommaren, går till Etiopien, till

en hälsovårdsläroanstalt och dess studentinkvartering som fungerar i anslutning till ett sjukhus i staden Aira. Paulig donerar så mycket Ethiopia-kaffe till kaféet som behövs. År 2004 kunde Domcafé redovisa 7 616,94 euro som sändes till Etiopien. I maj 2005 firade Domcafé sitt 10-årsjubileum. Gästerna serverades kaffe av Pauligs Paula, Emmi Salonen, också själv hemma i Åbo.

**Tilläggsuppgifter:** [www.turunrsk.fi](http://www.turunrsk.fi)

Till ungdomskafékedjan Walkers donerades 2004 omkring 650 kilo kaffe och dessutom ca 40 000 takeaway-muggar. De som arbetar på Walkers kaféer deltog också i olika kaffekurser som Paulig ordnade. Ungdomskaféerna som fungerar på 24 olika ställen i landet och bygger på frivilligarbete gör ett värdefullt ungdomsarbete.

**Tilläggsuppgifter:** [www.asemanlapset.fi](http://www.asemanlapset.fi)

Paulig stöder också stiftelsen Ronald McDonald Lastentalosäätiö genom att årligen delta i en golftävling vars deltagaravgifter och banavgift oavkortade går till verksamheten vid Ronald McDonald Talo. Paulig stöder också arrangemangen kring tävlingen genom produkt donationer. Ronald McDonald Talo ger allvarligt sjuka barn och deras familjer möjligheter att bo i en hemlik miljö då barnen kommer till Helsingfors för sjukhusvård.

**Tilläggsuppgifter:** [www.rml.fi](http://www.rml.fi)

Paulig har redan i flera år stött Finlands Krigsveteranförbundet rf och levererat kaffe till avlidne socialrådet Veikko Hurstis jul för de hemlösa.