



FRÅN BÖNA TILL KOPP

Samhällsansvarsrapport 2007

Paulig

Innehåll

Inledning	2
Samhällsansvaret täcker hela kaffekedjan	3
Pauligs femte samhällsansvarsrapport	4
Finlands ledande kaffehus	5
Samhällsansvarets centrala resultat och mål	6
Kaffets resa från ursprungsländerna till Finland	8
Priset på kaffe fastställs på börsen	10
Kvaliteten styr inköpsverksamheten	11
Spårbarhet och certifiering gynnar hela kaffekedjan	12
Case: International Coffee Partners	14
Kaffet kommer sjövägen till Nordsjö	15
Kaffemakarna och produktionen	16
Case: Kompetensutveckling	20
Pauligs kaffe rostar i Nordsjö	21
Miljön beaktas i kafferostningen	22
Case: Nytt rosteri	25
Produktsäkerhet och kvalitet från böna till kopp	27
Kaffekonsumtionen	28
Ekonomisk framgång är en förutsättning för ansvarsfullhet	30
En del av samhället	33
Stöd för allmännyttig verksamhet	34
Oy Gustav Paulig Ab:s vision och värden	35

Kontaktpersoner för frågor om rapporten är verkställande direktör Pekka Pirinen och kommunikationschef Leena Miittinen.
Oy Gustav Paulig Ab, PB 15, 00991 Helsingfors,
telefon: (09) 31981, e-post: fornamn.efternamn@paulig.fi



Samhällsansvaret täcker hela kaffekedjan

Mindre och större miljögärningar

Under den gångna perioden har vi fäst uppmärksamhet vid att förbättra effektiviteten i transporterna och logistiken. På vårt kontor har vi fortsatt att tillämpa WWF:s Green Office-program. Miljön har också beaktats i planeringen och upphandlingskedet inför det nya rosteriet.

En av utmaningarna under den närmaste framtiden är den globala klimatförändringen och dess effekter på kaffekedjan. Kaffeodlingsregionerna kan förändras radikalt under de kommande årtiondena. Därför följer vi noga upp klimatförändringens verkningar.

Spårbarheten är en del av en hållbar utveckling

På det sociala ansvarsområde har vi fortsatt det redan mångåriga projektet för att utveckla spårbarheten hos allt kaffe vi köper. Spårbarheten hjälper oss att garantera kaffets höga kvalitet och för samtidigt med sig social välfärd. Vid sidan av det utvecklingsarbete som gäller allt vårt kaffe har vi utvidgat vårt sortiment av ansvars-certifierat kaffe.

Personalens välmående och kompetens har definierats som ett av kärnområdena inom vårt samhällsansvar. Vi har fortsatt den förberedande ut-

bildningen inför flytten till det nya rosteriet och personalen har på flera olika sätt deltagit i planeringen av rosteriet.

2007 var framgångsrikt

Ur ekonomisk synvinkel var 2007 ett resultatrikt år. Vi var framgångsrika på alla våra marknadsområden och vår marknadsandel växte i enlighet med målsättningarna. Paulig sålde år 2007 mer kaffe än någonsin: nästan 44 000 ton. De största investeringarna gällde upphandlingen för det nya rosteriet i Nordsjö. Vidare utvidgade vi vår verksamhet på de växande marknaderna för specialkaffe och arbetsplatskaffe: vårt dotterbolag Paulig Pro Ab köpte aktiestocken i Coffee Please Suomi Oy.

Vi fortsätter våra satsningar i Ryssland och i de baltiska länderna. I början av 2008 grundade vi ett eget bolag i Ryssland och vi har också öppnat en egen representation i Ukraina.

Samhällsansvaret utgör en väsentlig del av Pauligs företagskultur. I samma takt som verksamheten utvidgas kommer vi att fortsätta utveckla den ansvarsfulla företagsverksamheten, inte bara i Finland utan även på våra övriga marknadsområden.

*Pekka Pirinen
verkställande direktör*

Samhällsansvaret innebär för Paulig målinriktat och konkret arbete. Ansvaret sträcker sig från böna till kopp, från ursprungsländerna till konsumenternas kaffebord. Konsumenterna är allt mer intresserade av produkternas ursprung och av att de produceras på ett etiskt sätt. Vi på Paulig vill aktivt bidra till att garantera en hållbar utveckling i kaffeproduktionen. Detta är vårt samhällsansvar, vars tyngdpunkter ligger på produktsäkerheten, vår egen personal, kaffeanskaffningskedjan och samarbetet i närområdet.

De viktigaste händelserna år 2007 hade att göra med det nya kafferosteriet i Nordsjö. Planerings- och byggnadsarbetet har kommit igång väl. Vi undersöker också möjligheterna att ytterligare utveckla spårbarheten i kaffekedjan.

Pauligs femte samhällsansvarsrapport

Denna rapport beskriver Oy Gustav Paulig Ab:s samhällsansvar år 2007. Målet är att ge intressentgrupperna en täckande och överskådlig bild av företagets verksamhet inom samhällsansvarets olika områden. I texten benämns företaget även Paulig.

Syftet med rapporten är att förmedla väsentlig, riktig, jämförbar och verifierbar information om hur företaget burit sitt ansvar under rapporteringsperioden samt redogöra för de viktigaste målen som ställts upp för det kommande året.

Som grund för rapporteringsarbetet har vi använt de nyaste, inter-

nationella Global Reporting Initiative (GRI)-riktlinjerna*. Samhällsansvaret granskas utifrån GRI:s modell med tre pelare, vars delområden är ekonomiskt och socialt ansvar samt miljöansvar. Till sin struktur rör sig rapporten från kaffets ursprungsländer via kaffeframställningen till kaffekonsumenterna, och de tre delområdena av ansvaret enligt GRI-modellen löper parallellt genom hela rapporten. På Pauligs webbplats finns omfattande GRI-tabeller där varje delområde av samhällsansvaret behandlas som en egen helhet.

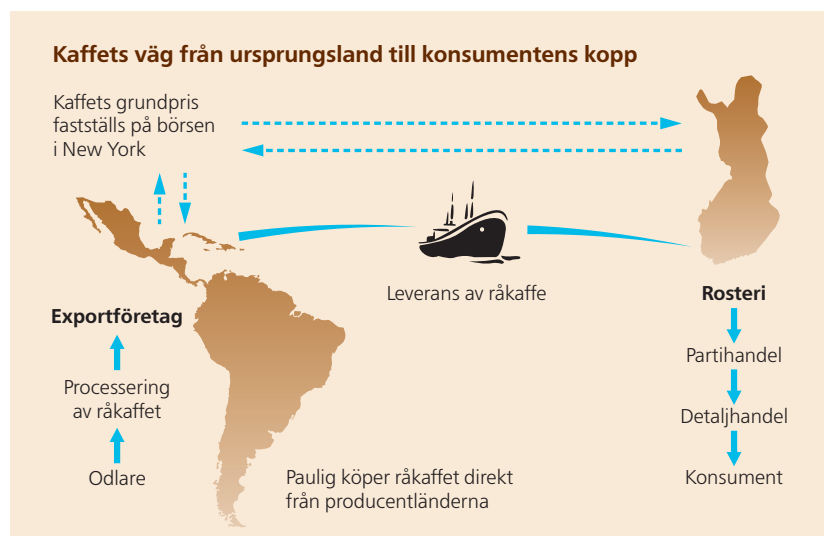
Vi har utnyttjat det nyaste GRI-mätssystemet till tillämpliga delar genom att välja de mest väsentliga mätarna med tanke på Pauligs verksamhet. Sådan information som inte är tillgänglig eller med rimliga satsningar

kan tas fram har inte rapporterats. Informationen har inte till alla delar analyserats på det sätt som GRI förutsätter. I finländska förhållanden är det exempelvis inte motiverat att rapportera flera av mätarna för socialt ansvar och mätare som berör mänskliga rättigheter. Oy Gustav Paulig Ab:s ekonomiska nyckeltal rapporteras som en del av Paulig-koncernens bokslut.

Informationen i rapporten har inte verifierats objektivt. Tillförlitligheten kan emellertid anses vara god eftersom de ekonomiska nyckeltalen är tagna ur den lagstadgade bokföringen. I Finland omfattas Gustav Pauligs egen leveranskedja av certifierade kvalitets- och miljösystem (BRC, ISO 14001) och övervakas också av myndigheterna.

Rapporten omfattar Pauligs verksamhet i Finland samt presenterar i korthet företagets verksamhet på alla dess marknadsområden. Målet är att i framtiden i större utsträckning inkludera alla länder där Paulig bedriver verksamhet. För tillfället utvecklar vi gemensamma mätare för Pauligs samhällsansvar i Baltikum och Ryssland.

Denna rapport omfattar Pauligs räkenskapsår 1.1.2007–31.12.2007. I vissa fall presenteras den nyaste informationen som fanns tillgänglig då rapporten utarbetades. Pauligs samhällsansvarsrapport publiceras årligen. Den senaste rapporten utkom på våren 2007.



Rapporten omfattar samhällsansvarets olika delområden längs kaffebönans väg från ursprungsländerna via kaffeframställningen till konsumenternas kaffebord.

* Mera information om GRI:
www.globalreporting.org

Finlands ledande kaffehus

Oy Gustav Paulig Ab ingår i Paulig-koncernen som verkar i Nordsjö i Helsingfors. Paulig grundades år 1876 och är ett familjeföretag. Pauligs verksamhetsområden är kaffe-produktion samt försäljning av kaffe- och kakaoprodukter. Rosteriverksamhet har Paulig bedrivit sedan 1904.



En av de viktigaste händelserna år 2007 var då grundstenen för Pauligs nya rosteri murades. Produktionsdirektör Jubani Nurminens står i tur att hålla mursleven.

Under den gångna räkenskapsperioden arbetade 186 personer för företaget och omsättningen var drygt 210 miljoner euro. Kaffets andel av omsättningen är 98 procent. Årsproduktionen av kaffe ökade med cirka två procent jämfört med perioden innan och var 44 000 ton.

Till Pauligs kändaste varumärken i Finland hör de traditionella kaffesorterna Jubileums Mocca, President och Brazil. Produktfamiljen Paulig Speciality Coffee omfattar företagets specialkaffesorter samt kaffesorter från ett specifikt ursprungsland – Ethiopia, Kenya, Guatemala och det ekologiskt odlade Colombia. UTZ-ansvarscertifierade kaffesorter är Paulig Mundo och Paulig Espresso Originale. Kaffe- märken på marknaden i Ryssland och Baltikum är bland andra Paulig Classic och Paulig President. Övriga varumärken är Frezza- mjölkcaffedryckerna och kakaokoncentratet Tazza, som båda tillverkas av underleverantörer.

Pauligs andel av detaljhandels-

Pauligs mål är att vara det ledande företaget i kaffebranschen på valda marknader.

marknaden i Finland är drygt 60 %. Bolagets verksamhet inom närmarknaderna expanderar också kraftigt. Exporten till Baltikum och Ryssland står för cirka en sjättedel av bolagets produktion. Mätt i försäljningsvolym ligger Paulig på andra plats på marknaden för rostat kaffe i Baltikum och Ryssland. I Ryssland mäts marknadsandelen enligt försäljningen i så kallade moderna butikskedjor. Pauligs andel av Finlands kaffeexport var 82 % år 2007.

Viktigaste intressentgrupper och kunder

Pauligs viktigaste intressentgrupper är den egna personalen, konsumenterna, kunderna, syster-, intresse- och dotterbolagen, invånarna i närområ-

det, råkaffeleverantörerna samt övriga leverantörer av varor och tjänster. Övriga viktiga intressentgrupper är organisationer, media, myndigheter, aktörer med anknytning till byggandet av det nya rosteriet i Nordsjö, ägare och finansärer.

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

Sambällsansvarets centrala resultat och mål

De mål som ställts upp för år 2007 uppnåddes väl. I tabellerna på uppslaget framgår också de mål som ställts upp för år 2008.

Mål för 2007	Fullföljande år 2007		
EKONOMISKT ANSVAR			
Rosteriprojektet i Finland inleds	Byggarbetet inleddes sommaren 2007 och fortskrider enligt tidtabellen.	**	s. 3, 15, 21, 25
Rosteriprojektet i Ryssland inleds och genomförs	Planeringen fortskred enligt tidtabellen, men genomförandet sköts upp då tomtköpet drog ut på tiden.	*	s. 3, 30
Kaffedistributionen utvidgas och marknadspositionen stärks i Baltikum och Ryssland	Kaffedistributionen utvidgades och marknadspositionen stärktes i Baltikum och Ryssland, mätt i såväl försäljningsvolym som värde.	**	s. 29–30
SOCIALT ANSVAR			
Spårbarheten hos kaffets ursprung förbättras	Spårbarheten till andelslagen och processeringsanläggningarna har förbättrats men det är fortfarande en utmaning att spåra kaffet till plantagerna.	*	s. 3, 12
Ansvarscertifierade kaffesorter lanseras på konsumentmarknaden	Paulig Mundo lanserades i detaljhandeln i maj och på sommaren började man också använda UTZ-certifierade råvaror i Paulig Espresso Originale.	**	s. 5, 13, 29
Informationsutbytet och samarbetet mellan kaffegruppens funktioner och enheter utvecklas	Inom personalutbildningen har man satsat på utvecklingen av informationsutbytet och samarbetet. Personalens goda möjligheter till växelverkan har också beaktats i planeringen av det nya rosteriet.	**	s. 17–18, 20
MILJÖANSVAR			
Miljöaspekter beaktas i planeringen och konstruktionen av de nya rosterierna	Miljöaspekterna har utgjort en tydlig del av planerings- och upphandlingsprocessen för de nya rosterierna.	**	s. 25–26
Bullernivån i det nuvarande rosteriet i Nordsjö sänks till och under den nivå miljötillståndet förutsätter	Bullernivåerna utanför rosteriet har sänkts till den nivå miljötillståndet kräver, d.v.s. under 55 dBA på dagen och under 50 dBA på natten.	*	s. 24
Miljövänligheten i kontorsarbetet utvecklas	Personalens miljömedvetenhet stärks genom kampanjer med miljötema och genom att effektivisera hanteringen av miljöfrågor. Paulig deltar i WWF Finlands Green Office-program.	**	s. 3, 23, 26

o målet uppnåddes inte * en liten förbättring uppnådd ** målet uppnåddes helt

Mål för 2008	
EKONOMISKT ANSVAR	
Marknadsposition	Kaffemarknaden i Finland utvecklas och bolagets starka marknadsposition tryggas. Marknadspositionen i Ryssland och Baltikum stärks och satsningarna på logistiken fortsätter. Verksamheten utvidgas till företags- och horeca-sektorn.
Rosteriprojekten	Det pågående rosteriprojektet i Finland fortsätter. Byggarbetet på rosteriet i Ryssland inleds.
SOCIALT ANSVAR	
Personalen	Målet är en genomgripande utveckling av personalledningen, ett så kallat People-projekt. Kaffegruppens personalpolitik genomförs också i Baltikum och Ryssland.
Spårbarhet och certifieringar	Verifieringen av spårbarheten ända till kaffeplantagerna utvecklas. Produkturvalet av UTZ-certifierade kaffesorter utvidgas. Paulig Mundo lanseras i Baltikum och Ryssland.
Närsamarbete	Dialogen med grannarna om hur rosteriverksamheten påverkar omgivningen och hur området kan utvecklas fortsätter.
MILJÖANSVAR	
Logistiska lösningar och distribution	Effektiva förpackningslösningar utvecklas för att underlätta lastningen. Distributionen effektiviseras: Paulig tar över distributionen i Ryssland.
Avfallsmängden och förpackningarna	Förpackningslaminatet för 500 g vakuumpförpackningar görs tunnare vilket minskar mängden blandavfall som avstjälpningsplatserna tar emot från hushållen.
Energiförbrukningen	Energieffektiviteten beaktas i planeringen av det nya rosteriet. En temavecka kring energisparande arrangeras för personalen. Bilpolicy förnyas i syfte att minska koldioxidutsläppen.
Övrigt	Lämpligheten hos ISO 22000-ledningssystemet för livsmedelssäkerheten utreds. Den nattliga, lågfrekventa bullernivån sänks till under 30 dBA. Green Office-programmet som gör kontorsarbetet miljövänligare fortsätter. Programmet utnyttjas också på kontoren utanför Finland.

Kaffets resa från ursprungsländerna till Finland

De för Paulig viktigaste kaffe-
producerande ursprungsländerna
är Brasilien, Colombia, Nicaragua,
Guatemala, Kenya och Etiopien.
Paulig väljer sina samarbetspartner
med omsorg och köper största delen
av kaffet direkt från ursprungs-
länderna, av tillförlitliga partner.
Hög kvalitet och etisk hållbarhet
styr all inköpsverksamhet. Särskild
uppmärksamhet fästs vid kaffets
spårbarhet.

*Kaffebusken växer i allmänhet på 600–1600 meters höjd över
havet. Kaffebären är gröna som råa. De mognar på cirka nio
månader och blir då mörkröda.*

Kaffe odlas i över 60 länder runt om i världen. Totalt olika arter odlas, men de kommersiellt viktigaste är arabica (*Coffea arabica*) och robusta (*Coffea canephora*). Arabica har en mer nyansrik smak än robusta som lämpar sig för mörkrostade kaffeblandningar som espresso.

Arabica står för en andel på 65 procent av hela världens kaffeproduktion och robusta för cirka 35 procent. Enligt den internationella kaffeorganisationen International Coffee Organizations (ICO) Coffee Market Report (januari 2007) är de största producentländerna Brasilien, Vietnam och Colombia, som tillsammans producerar över 70 procent av världens råkaffe. Övriga stora kaffeproducenter är Indonesien, Indien, Mexiko, Etiopien, Guatemala, Peru och Honduras.

Råkaffe odlas inom jordklotets tropiska zon, det vill säga den varma och fuktiga regionen mellan kräftans och stenbockens vändkretsar. Produktionsområdena indelas i allmänhet i fyra geografiska regioner: Sydamerika, Centralamerika, Afrika och Asien.

Kaffe som växer på slättland skördas mekaniskt exempelvis i Brasilien. Handplockning är vanligt bland annat i Colombia, Centralamerika och Afrika där kaffebuskarna växer på branta bergssluttningar.

Länderna som producerar och säljer råkaffe är medlemmar i ICO (mera information om ICO finns på adress www.ico.org).

Enligt ICO:s siffror producerades 7 022 miljoner kilo råkaffe år 2007, medan produktionsmängden år 2006 var 7 579 miljoner kilo.

Pauligs inköpsdirektör Jouko Pibkanen (till vänster) och Paulig Ab:s styrelseordförande Bertel Paulig (till höger) besökte i början av året Costa Rica, Nicaragua och Guatemala i Centralamerika. På de regelbundna resorna till ursprungsländerna inspekterar man kaffeodlarna och -exportörerna samt förhållandena i länderna. Carlos Ferreys och Leana Machado de Ferreys kaffeplantage i Nicaragua är UTZ-certifierad.

Odlarna hämtar sitt kaffe till mottagningscentralerna. På bilden mäts mängden kaffe.



Klimatförändringen känns också i kaffeodlingen

Orkaner och regnmängder påverkar kaffeskördarna kraftigt. Det är därför mycket möjligt att kaffeodlingsregionerna kommer att förändras radikalt under de kommande årtiondena, på grund av klimatförändringen.

De kaffearter som håller den högsta kvaliteten trivs bäst i bergstrakter där klimatet varierar mel-

lan subtropiskt och tempererat och temperaturen ligger mellan 15 och 25 grader Celsius. Enligt prognoserna kommer klimatförändringen att höja den mest gynnsamma odlingszonens höjd över havet med cirka 38 cm årligen.

I framtiden kan kaffeodlingen också hotas av den ökande odlingen av energigrödor. Paulig följer noga med klimatförändringen och dess effekter på kaffeodlingen.



Priset på kaffe fastställs på börsen



Assistent Anri Sandberg, inköpsdirektör Jouko Pibkanen och inköpschef Nicolas Rulf följer dagligen kaffets världsmarknadspris på kaffebörsen.

Kvalitetskaffe är mer värdefullt

Av det kaffe Paulig köper är 98 % arabica-kaffe som noteras på kaffebörsen i New York, medan 2 % är robusta-kaffe vars pris fastställs på kaffebörsen i London. Kaffeprisets utveckling påverkas bland annat av uppgifter om skördeutsikterna och av tillgången på olika kaffekvaliteter.

Handeln på råvarubörserna idkas med derivat som gör det möjligt att sprida prISRISKEN på flera aktörer. Den egentliga handeln sker direkt mellan köparen och säljaren med börspriset som referenspris.

Paulig köper på olika håll i världen råkaffe av hög kvalitet, för vilket kaffeproducenterna får ett bättre pris än genomsnittet.

Råkaffe är mätt i värde den näst mest omsatta handelsvaran i den globala handeln, näst efter oljan. I världen produceras årligen 6–8 miljoner ton råkaffe, det vill säga cirka 105–130 miljoner säckar på 60 kg.

Kaffehandeln är särskilt i många utvecklingsländer av stor ekonomisk och samhällslig betydelse. I världen finns mer än 60 kaffeproducerande länder där mer än 20 miljoner kaffeodlare får sin utkomst av kaffet.

Råkaffepriset stiger

Råkaffets pris liksom priset på andra råvaror fastställs enligt lagarna om tillgång och efterfrågan. Överutbudet som

rådde för några år sedan har utjämnats och i dagens läge råder balans mellan utbud och efterfrågan på kaffemarknaden. I framtiden väntas emellertid efterfrågan på kaffe stiga på många marknader som är stadda i utveckling, på olika håll i världen. Det är därför sannolikt att världsmarknadspriset på råkaffe stiger under de närmaste åren.

Råkaffet som Paulig köper är av bättre kvalitet än genomsnittet, vilket syns i ett högre inköpspris. Detta innebär bättre inkomster också för odlarna, vilket i sin tur sporrar dem att tillämpa höga kvalitetskriterier på sina kaffeodlingar.

ICP-kaffeplantager prioriteras för en hållbar utveckling

Från och med december 2007 ger Paulig i sina kaffeuppköp förtur till kaffeplantager som deltar i International Coffee Partners (ICP) projekt och odlar kaffe i enlighet med principerna för hållbar utveckling, förutsatt att kvaliteten på det kaffe

de producerar uppfyller Pauligs kvalitetskrav. ICP-plantagernas produktionskapacitet motsvarar emellertid mindre än en promille av Pauligs årliga råkaffeuppköp. (Läs mera om ICP på sidorna 13–14.)

Kvaliteten styr inköpsverksamheten

Paulig köpte under år 2007 totalt 54 miljoner kilogram rå- kaffe, vilket motsvarar cirka 0,8 procent av världens årliga rå- kaffeproduktion. Kaffeanskaffningen styrs av etiska principer för inköpsverksamheten, som Pauligs alla handelspartner också har förbundit sig att följa.

Riktlinjerna som Pauligs inköpsverksamhet följer bygger dels på den europeiska paraplyorganisationen för kaffebranschen, European Coffee Federations, etiska riktlinjer för parterna inom kaffehandeln, dels på Internationella arbetsorganisationen ILO:s och FN:s riktlinjer. Paulig god-

känner exempelvis inte användningen av barnarbete och förutsätter av sina samarbetspartner att de beaktar miljöaspekterna.

Inköp direkt från ursprungsländerna

Paulig köper huvuddelen av sitt råkaffe direkt av exportföretag i ursprungsländerna. En del kaffe köps också av europeiska handelshus och importörer. År 2007 köpte bolaget råkaffe från mer än tio olika länder. Mest kaffe kom det från Brasilien, Colombia och Guatemala.

Paulig väljer pålitliga och välkända exportföretag som sina råkaffeleverantörer, med vilka bolaget samarbetar på lång sikt. I varje inköpsland finns 3–6 samarbetspartner av vilka Paulig har köpt kaffe i tiotal år.

Målet är alltid hög kvalitet

Det viktigaste kriteriet som styr Pauligs inköpsverksamhet är kvaliteten, och den kontrolleras noggrant i flera stegen med hjälp av kaffepröver. Prövas av varje kaffeparti innan köpbeslut fattas, då lasten skeppas och då transporten har nått Finland.

Alla råkaffepröver undersöks noggrant i Pauligs eget laboratorium. I proverna analyseras bland annat fukthalten och bönornas storleksfördelning. Varje prov rostas också, så att Pauligs erfarna professionella provsmakare kan kontrollera kvaliteten sensoriskt.



Människan är oersättlig då det gäller att kontrollera kaffets kvalitet. I Pauligs laboratorium bedömer Jouko Pibkanen (till vänster), Marja Touri, Virpi Laaksonen, Katja Hepoaho och Timo Allén kaffepröverna med hjälp av syn, känsel, lukt och smaksinnet. Paulig ger leverantörerna kvalitetsfeedback på alla kaffepartier.

Spårbarhet och certifiering gynnar hela kaffekedjan



Kaffe torkas på en patio i Costa Rica. Bönorna som är inneslutna i en binna – pergaminon – används så att de ska torka jämnt.

Paulig arbetar för spårbarhet genom hela kaffekedjan. Kunskap om produktionskedjan hjälper oss att redan i ett tidigt skede lösa eventuella problem med råvaran eller produktionsmetoderna, och ger oss möjlighet att påverka förhållandena på kaffeplantagerna.

Hela kaffekedjan gynnas av att råkaffets spårbarhet förbättras. Spårbarheten är en del av riskhanteringen och kvalitetsstyrningen. Ju bättre kaffets ursprung kan spåras desto enklare är det att kontrollera och övervaka leverans- och produktionskedjan.

Full spårbarhet i kaffekedjan kräver ännu en hel del arbete. Ursprungsländerna är sinsemellan mycket olika och metoderna för att genomföra spårbarheten har ännu inte etablerats. Situationen håller dock på att förändras. Paulig bidrar till att föra frågan framåt genom att för kaffeleverantörerna betona spårbarhetens betydelse samt genom att utföra regelbundna spårbarhetsundersökningar. Paulig tar emot kaffe från 15 000–20 000 plantager.

Spårbarheten utreds regelbundet

Spårbarhetsundersökningarna bygger på uppgifterna i köpavtalen, det vill säga på de verkliga inköpen. I undersökningen år 2007 kunde allt råkaffe

Paulig köpte spåras ända till exportföretagen. Jämfört med 2006 förbättrades spårbarheten på andelslagens och processeringsanläggningarnas nivå med tre procentenheter. Däremot är det fortfarande utmanande att spåra kaffet ända till plantagerna – år 2007 sjönk spårbarheten med 14 procentenheter jämfört med året innan.

Att spårbarhetsprocenten sjönk beror huvudsakligen på att enhetliga metoder för att utreda spårbarheten saknas i odlingsregionerna. Utredningen av spårbarheten hänger ofta på aktiviteten hos de enskilda exportörerna. Resultaten påverkas också av slumpmässiga faktorer, exempelvis av vilka kaffesorter som har ingått i de granskade partierna.

Ansvarcertifieringen skapar välstånd

Ett sätt att försäkra sig om kaffets ursprung och stöda en hållbar utveckling är att använda ansvarcertifierat kaffe. Det finns flera program för hållbar utveckling i kaffebranschen. De kändaste är UTZ CERTIFIED, Rättvis handel (FairTrade), Rainforest Alliance och 4C. De fokuserar alla på kaffeodlingens ekonomiska och sociala aspekter samt miljöaspekter, men med olika betoningar. De certifierade kaffesorternas andel av världens totala kaffeproduktion är cirka 1,5 procent.

Paulig använder UTZ-certifierat råkaffe i sina ansvarcertifierade produkter. Utom på små farmer odlas det också på stora kaffeplantager och i alla odlingsregioner där Paulig köper råkaffe. På detta sätt når vi tillräckligt stora råkaffevolymer och kan garantera att kaffeblandningarna håller hög kvalitet och lämpar sig för finländsk smak.

UTZ CERTIFIED är ett världsomfattande, oberoende och opartiskt över-

vakat certifieringsprogram som säkerställer och verifierar en ansvarsfull kaffeproduktion. Programmet fokuserar balanserat på kaffeodlingens alla aspekter. UTZ CERTIFIED växer snabbt och är redan i användning i flera europeiska länder och i Förenta Staterna.

Ursprunget för UTZ-certifierat kaffe kan spåras till den individuella kaffeplantagen. Mera om dessa frågor finns att läsa på www.paulig.fi och www.utzcertified.org.

ICP stöder små kaffeodlare

Paulig främjar också kaffeodlarnas välfärd och en hållbar utveckling genom International Coffee Partners GmbH. International Coffee Partners är ett samföretag som ägs av fem europeiska familjeföretag i kaffebranschen. Företaget eftersträvar inte vinst utan genomför 3–4-åriga, långsiktiga utvecklingsprojekt i de kaffeproducerande länderna.

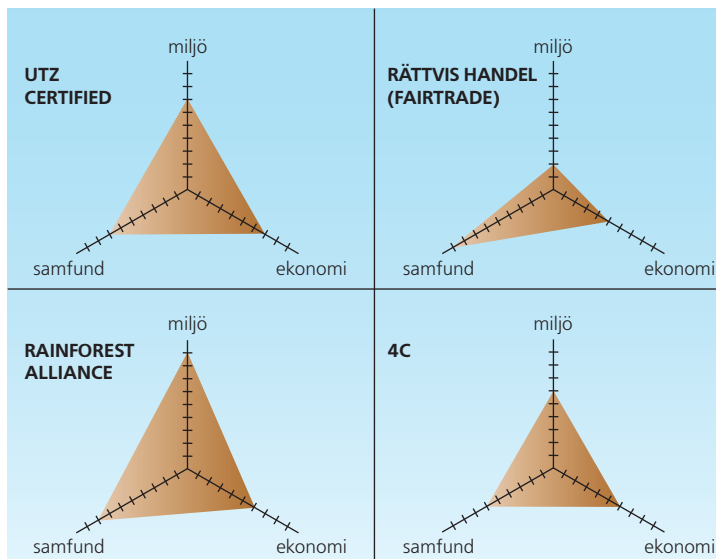
Syftet med projekten är att förbättra odlarfamiljernas levnadsför-

hållanden, att skydda miljön och naturresurserna samt att utveckla kaffeodlingen som näringsgren. Målen med projekten är att göra odlingarna mångsidigare, höja förädlingsvärdet samt förbättra kaffets kvalitet och därmed odlarnas inkomstnivå.

År 2007 pågick projekt i åtta olika länder: Kamerun, Peru, Uganda, Colombia, Tanzania, Honduras, Vietnam och El Salvador. Tre projekt avslutades och två nya projekt inleddes i Vietnam och El Salvador.

I genomförandet och finansieringen av projekten har de internationella utvecklingsorganisationerna och olika lokala samarbetspartner också en viktig roll. Delägarna står för 35–40 procent av ICP:s finansiering, resten kommer från utvecklingsorganisationerna och andra samarbetspartner. Under rapportperioden var Pauligs andel av finansieringen av ICP-projekten cirka 100 000 euro.

Certifieringssystemens prioriteringar



Källa: Volcafe Switzerland Ltd., 2007.

Pauligs första ansvarcertifierade kaffe, Paulig Mundo, lanserades på konsumentmarknaden på våren 2007.



UTZ CERTIFIED betonar ansvarets alla delområden jämnt, det vill säga det sociala och ekonomiska ansvaret samt miljöansvaret. Olika certifieringssystem har olika betoningar.

Case: International Coffee Partners

Nya sammanslutningar gav resultat i Tanzania



Ett ICP-projekt som fokuserar på hållbar kaffeproduktion och på att stöda odlarnas näring inleddes i Tanzania år 2006. Syftet med det treåriga projektet är att effektivisera produktionen, lära odlarna metoder för en hållbar kaffeproduktion och öppna effektivare marknadsförings- och distributionskanaler för kaffet, från odlarna till rosteriet.

På två år har projektet i Tanzania redan nått betydande resultat. Nästan 1 300 kaffeodlare har organiserat sig i sammanslutningar på 20–30 odlare. Genom sammanslutningarna kan småodlare koncentrera sina utrustningsanskaffningar och effektivisera kaffeförsäljningen genom att slå samman skördarna.

Odlingsmetoderna i regionen utvecklas också aktivt. I Mbeya- och Mbozi-regionen har man etablerat

fyra fältskolor och tiotals handledningskontor där odlarna får råd i hur de kan ta i bruk effektivare och miljövänligare odlingsmetoder. Som bäst kan skörden från en kaffebuske stiga från 100 gram till 1200 gram tack vare korrekta odlingsmetoder.

En viktig del av utvecklingen av odlingsmetoderna i Tanzania är också utvecklingen av kaffets kvalitet, eftersom kaffe av högre kvalitet ger odlarna ett bättre pris. För att utveckla verksamheten och kaffets kvalitet i regionen har man tagit i bruk ett system med vars hjälp man kan följa upp de registrerade producenternas verksamhet. Informationen kan utnyttjas exempelvis om en odlare vill ansluta sig till ett certifieringsprogram.

www.coffee-partners.org

Kaffe är en av Tanzanias viktigaste exportvaror. På bilden dottern till en kaffeodlare i Mbozi.



Kaffet kommer sjövägen till Nordsjö

Efter att köpbeslutet har fattats skeppas råkaffet från ursprungslandet till sin destination i stora sjöcontainrar på 20 fot. En container rymmer cirka 17–21 ton råkaffe.

Nästan 90 % av det kaffe som anländer till Paulig transporteras i bulkcontainrar. I dem är kaffet förpackat i en enda stor nylonsäck som rymmer cirka 21 ton kaffe. Resten, det vill säga drygt 10 % av kaffet, kommer till Nordsjö i jutesäckar på 60–70 kilo. Med sådana säckar rymmer en container 17–19 ton.

Från produktionslandets hamnar skeppas kaffet på stora containerfartyg till Europa, huvudsakligen till Hamburg eller Antwerpen. Containerfartygens storlek har vuxit kontinuerligt och numera rymmer de största fartygen över 10 000 containrar. Det innebär effektivare transporter och bland annat mindre utsläpp och lägre energiförbrukning per fraktad enhet. På grund av den stora massan är sjöfrakt det effektivaste sättet att frakta kaffe.

Kaffets resa från ursprungslandet till Helsingfors räcker cirka en månad. Från Brasilien når en kaffelast Helsingfors

på tre veckor, från Kenya räcker resan kring sex veckor. Till Nordsjö kommer containrarna på långtradare och Pauligs rosteri tar varje vardag emot 8–10 kaffecontainrar. (Se också sida 25.)

Transportvolymerna steg

Transportvolymerna steg år 2007 jämfört med året innan, på grund av att Pauligs kaffeförsäljning ökade. Under rapportperioden köptes mer kaffe än året innan i jutesäckar. Detta beror bland annat på att Paulig köpte mer kaffe än tidigare i länder där man inte använder bulkcontainrar. Även det certifierade kaffet transporteras än så länge i jutesäckar, på grund av de låga produktionsvolymerna.

Då det nya rosteriet år 2009 står klart intill Helsingfors nya hamn minskar transporterna i Finland i och med att råkaffet flyttas direkt från hamnen till fabriken.

Råkaffet som Paulig tar emot	2005	2006	2007
Säckcontainrar	8,5 %	8,9 %	14,3 %
Bulkcontainrar	91,5 %	91,1 %	85,7 %





Kaffemakarna och produktionen

Pauligs kända varumärken kommer till i Nordsjö, i händerna på kunniga kaffe proffs. Satsningar görs på kompetensutveckling och trivseln i arbetet. Rosteriets läge mitt i ett bostadsområde skapar särskilda utmaningar för verksamheten. Miljövänligheten har därför beaktats både i det nuvarande rosteriet och i planeringen och upphandlingen för det nya rosteriet.

Maskinskötarna Joonas Heikkinen och Timo Rissanen (i bakgrunden) ansvarar för förpackningslinjen.

Pauligs personalpolitik bygger på bolagets värden: respekt för individen och för kulturell mångfald, kreativitet, kvalitet och förtroende. Målet är en kompetent och motiverad personal. Den fortlöpande kompetensutvecklingen är en av grundstenarna för bolagets framgång.

År 2007 arrangerades flera kurser och projekt i syfte att kontinuerligt förbättra kompetensen och tillfredsställelsen i arbetet. På kurserna gick man bland annat in på de utmaningar som det nya rosteriet och den expanderande affärsverksamheten medför.

Stabila anställningar

Pauligianerna trivs i sitt arbete. År 2007 var anställningarnas genomsnittslängd 15 år.

Personalmängden steg något under rapportperioden. Andelen tjänstemän i förhållande till arbetstagarna i produktionen växer. Vid årets utgång var 113 av de anställda tjänstemän och 73 arbetstagare. Totalt arbetar 186 personer för Paulig, av dem 177 i fast anställning.

Männen är något fler än kvinnorna. En person pensionerades år 2007. Personalens genomsnittsalder är 44 år.

Utöver pauligianerna arbetar också arbetstagare för utomstående serviceproducenter på anläggningen i Nordsjö. Cirka 20 proffs svarar bland annat för personalrestaurangen, bevakningen och lagerfunktionerna.

Aktiv kompetensutveckling

Flera olika satsningar görs för att utveckla personalens kompetens. I samband med utvecklingssamtalen kommer de anställda överens om utvecklingsåtgärderna med sin chef. Under året arrangerades bland annat Lektors- och rosteriutbildning samt utbildning i kvalitets- och miljöfrågor.

Personalkostnader 2007 [2006]

Finland

- Antal anställda 186 [184]
- Kvinnor 89, män 97 [85, 99]
- Arbetstagare 73, tjänstemän 113 [73, 108]
- Fast anställda 177, visstidsanställda 9 [175, 9]

Frånvaro

- Sjukfrånvaro 5,2 arbetsdagar/person/år [6,5]
- Frånvaro förorsakad av arbetsolycksfall 0,1 arbetsdagar/person/år [0,4]

Utbildningstimmar

- Tjänstemän 80 [80]
- Arbetstagare 40 [40]

Organisationsgrad

- Mer än 90 % av arbetstagarna omfattas av kollektivavtalen

Ryssland

Antal anställda 60 [64]

Baltikum

Antal anställda 15 [15]

Förpackningsmaskinist Anita Smolander kontrollerar kvaliteten på Paulig Classic-kaffe. Classic har utvecklats särskilt för marknaden i Ryssland och Baltikum, i samråd med de lokala konsumenterna.





Rostarna Tomi Puittinen (till vänster), Tero Merkkiniemi och Daniel Åberg vet att samarbete är det enda sättet att garantera den smakrikaste kaffenjutningen. Till rostarens arbete hör både att följa processen på dator och att ta rostningsprover och bedöma dem.

Uppskattningen av det egna arbetet är mycket hög och specialkompetensen inom kaffebranschen upplevs som motiverande.

Utöver de egna kurserna stöder Paulig också de anställda som vill delta i extern utbildning. Många pauligianer avlägger vid sidan om sitt arbete examina på läroanstalter av olika nivå.

Det största personalutvecklingsprojektet år 2007 var Pro-projektet. I det deltog Gustav Pauligs personal som arbetar i Finland. I en del av projektet deltog dessutom 15 personer från enheterna i Ryssland och Baltikum. Genom projektet kartlades kompetens- och utvecklingsbehoven bland personalen samt definierades

områden av kärnkompetens som gör det möjligt för bolaget att skilja sig från konkurrenterna.

Förutom i Pro-projektet deltog cheferna under året i en 360-graders undersökning där man utvärderade deras ledarskaps- och samarbetsförmåga.

År 2007 fortsatte också Lektorsutbildningen som riktar sig till produktionspersonalen. Den arrangerades för första gången år 2005 för att svara på de utmaningar som det nya rosteriet för med sig i form av mångsidigare arbetsuppgifter. Syftet med ut-

bildningen är att systematiskt överföra yrkeskunskap och latent kompetens från arbetstagare till arbetstagare.

En del av produktionspersonalen deltog på hösten 2007 också i en rostningsutbildning där de fördjupade sina kunskaper om rostningsprocessens olika skeden.

Kunskap stärker välbefinnandet

Paulig har en företagshälsostation som verkar i företagets egna lokaler. På stationen arbetar en företagshälsosvårdare och en läkare på deltid. Till grundpelarna i Pauligs arbetshälsoverksamhet hör utom sjukvård på specialistläkarnivå också att identifiera de risker och belastningsfaktorer som arbetet och arbetsmiljön är förknippade med. Genom att sprida hälsokunskap, med handledning och rådgivning, sporras de anställda att identifiera de egna hälsoriskerna och följa sunda levnadsvanor.

År 2007 arrangerades en rökavvänjningskurs. Största delen av deltagarna lyckades minska sitt rökande och en tredjedel slutade helt röka.

Under rapportåret fokuserade man också på arbetshälsan bland dem som har en lång arbetskarriär bakom sig. Bland de 53–58 år gamla Pauliganställda genomfördes en enkät för att kartlägga deras egna erfarenheter av trivseln och förmågan att orka i arbetet, men också de faktorer som hotar orken och trivseln i arbetet. Svaren visar att uppskattningen för det egna arbetet är mycket hög oavsett arbetsuppgifter och att specialkompetensen inom kaffebranschen upplevs som en motiverande faktor som stärker välbefinnandet i arbetet. Känslan av att lång arbetserfarenhet respekteras ger mod att ta emot nya utmaningar. Trots detta

vore det motiverat att dryfta åldersledningen eftersom bland annat flytten till det nya rosteriet och favoriseringen av unga oroaden en del av dem som svarat. Öppna diskussioner med den egna chefen om frågor som gäller utvecklingen av det egna arbetet och yrkeskunskapen var ett önskemål som framfördes.

Arbets säkerheten i centrum

Pauligs arbetarskyddskommission utarbetar verksamhetsprogram och -planer för arbetarskyddet. Teman år 2007 var bland annat arbetarskyddet i det nya rosteriet, maskin- och utrustningssäkerheten, rörelsesäkerheten, avfallshanteringen och räddningsfunktionerna.

Det långsiktiga arbetet för att utveckla arbets säkerheten har gett betydande resultat. Enligt Finlands Näringslivs statistik är mängden av frånvaron på grund av sjukdom och arbetsolycksfall klart lägre än i medeltal inom livsmedelsbranschen. Automatiseringen har minskat mängden riskfyllt, repetitivt arbete och de arbetsrelaterade belastningssjukdomarna och yrkessjukdomarna har försvunnit nästan helt. Arbetet fortsätter för att minska mängden allergent råkaffedamm i



Azaliya Sungatullina och Tiina Lahtinen njuter av karusellens fart på Paulig-personalens årliga sommarevenemang.

luften i rosteriet. Dammbekämpningen har också beaktats i planeringen av det nya rosteriet.

År 2006 togs ett arbets säkerhetskort i bruk i produktionen. Utbildningen med hjälp av kortet fortsatte år 2007. Målet är att alla arbetstagare i produktionen ska avlägga arbets säkerhetskortet.

Mjuka värden ger ork

På Paulig bedrivs en mångsidig klubbverksamhet som företaget stöder. I huset finns ett tjugotal klubbar med mycket varierande inriktning, från

motionsgrupper till gourmetmat.

Paulig arrangerar också regelbundet evenemang för hela familjen. Varje år samlas pauligianerna och deras familjer till vinter- och sommarevenemang som bolaget ordnar.

Möjligheterna att förena arbete och familjeliv stöds också på andra sätt. Om ett barn insjuknar kan den anställda få hem en vårdare på Pauligs bekostnad. Genom att anlita en vårdare kan man förhindra att arbetet hopar sig i situationer där det är svårt eller omöjligt att delegera det vidare.



Sari Sutela är chef för kundmarknadsföringen.

En eftertraktad arbetsplats

En bra arbetsgivarimage är viktig för företag, också för Paulig. År 2007 har satsningarna på personalens välbefinnande syns bland annat i en undersökning som konsultföretaget Universum genomförde i augusti-september. I enkäten som utfördes för femte gången utredde man unga yrkesutbildade personers och studerandes framtida mål inför arbetslivet. Paulig steg

från plats 31 till 26 på listan över de mest eftertraktade arbetsplatserna.

Finländska företag vars produkter eller tjänster lockar unga har traditionellt haft framgång på listan. Röstningsbesluten har de senaste åren vid sidan av hur intressanta produkterna är också påverkats av företagets status, anseende och ansvarsfulla verksamhetsprinciper.

Case: Kompetensutveckling

Pro-projektet sporrar till att utveckla yrkeskunskapen

Med Pro-projektet som genomfördes i fjol ville bolaget skapa en mer systematisk verksamhetsmodell för personalutvecklingen. Bakom projektets tillkomst ligger de snabba förändringarna i affärsmiljön då företaget internationaliseras och serviceutbudet utvidgas.

Starka sidor och utvecklingsobjekt lyfts fram

Inom Pro-projektet utarbetade man för kaffegruppen en kompetenskarta med vars hjälp man klarare kan gestalta gruppens viktigaste kompetensområden.

På kartan drog man upp olika helheter, Pro-cirklar. Sådana är bland annat gemensam kompetens, processspecifik kompetens, kompetens som möjliggör affärsverksamheten och ledarskapskompetens.

Vidare drog man på kartan upp områden av kärnkompetens som gör det möjligt för Paulig att skilja sig från konkurrenterna. Som sådana områden definierades varumärket, kvalitet, smidighet och uppfinningsrikedom, ledningskompetens för kundrelationerna samt kostnadseffektivitet.

Egen kompetensprofil för var och en

Genom Pro-projektet kartlades de starka sidorna och utvecklingsobjekten också enligt de anställdas



Anu Kokko är chef för affärsverksamheten i storköksbranschen och Mika Erholz kundrelationschef för samma sektor. De vill dela med sig av sina goda erfarenheter av Pro-projektet. "Nu har vi en klart formulerad ambition för vilken kompetens vi bör ha för att vårt företag ska kunna nå framgång", berättar Anu.

uppgift i företaget. Var och en gjorde tillsammans med sin chef upp en kompetensprofil som motsvarar kraven i de egna arbetsuppgifterna. Alla utvärderade också sin nuvarande kompetensnivå och satte upp en målnivå för framtiden. Utifrån denna utvärdering gjorde man en sammanfattning över

de egna starka sidorna och utvecklingsmålen, samt planerade utvecklingsåtgärder. Som avslutning på samtalen undertecknade chefen och den anställda ett utvecklingsavtal. I fortsättningen ska kompetensutvärderingen göras i samband med utvecklingssamtalen.

Pauligs kaffe rostas i Nordsjö

Pauligs kaffe rostas i Nordsjö i Helsingfors. Läget mitt i ett bostadsområde ställer upp särskilda utmaningar för verksamheten. Exempelvis måste man fästa särskild uppmärksamhet vid buller- och luftolägenheterna. Situationen förändras år 2009 då rosteriet flyttas till företagsområdet i Nordsjö hamn.

Paulig är ett traditionellt Helsingforsföretag vars rötter går tillbaka till Skatudden. Kaffet har rostats i Nordsjö i mer än 40 år, sedan 1967.

Beslutet att investera i ett nytt rosteri fattades i juni 2006. Rosteriprojektet tog fart ordentligt under rapportperioden och byggnadsarbetet inleddes i juli.

Redan i den inledande projekteringen har man strävat efter att beakta miljöaspekterna och konstruktionslösningarna är noggrant genomtänkta.

Planeringen skapar grunden för hållbara lösningar

De fastighetstekniska planerna och arkitektens grundläggande planer blev klara i början av året då ett huvudentreprenadavtal också ingicks med Lemcon. I slutet av våren undertecknades ett avtal om råkaffesilona och om transportörsystemen. Rosteriets grundsten lades i september.

I slutet av året ingick Paulig avtal om anskaffningen av rosteriets



I och med kafferosteriprojektet byggs både produktions- och kontorslokaler i Nordsjö hamn. Verksamheten flyttas till de nya lokalerna under 2009. Rosteriet byggs i rask takt och när taklagshöjden i början av sommaren 2008. Då rosteriet står klart producerar det årligen över 100 miljoner paket kaffe för marknaden i Finland och i exportländerna. Byggnaden har en yta på cirka 32 000 m².



processanordningar. De ekonomiska förbindelserna har varit omfattande: anskaffningar har gjorts för tiotal miljoner euro. Flyttningen av personal och utrustning till det nya rosteriet förbereddes redan år 2007.

Uppmärksamheten har även fästs vid inredningsarkitekturen i byggnaden som har ritats av Tommila Arkitekter Ab. Den planeras av Studio Bergroth som år 2007 vann uppdraget i en tävling för proffs i inredningsbranschen. Målet är att i byggnaden skapa en intressant och inspirerande stämning samt en enhetlig visuell profil som avspeglar Pauligs verksamhet.

Miljön beaktas i kafferostningen

Miljöledningen vid Pauligs rosteri har sedan 2004 byggt på den internationella miljöstandarden ISO 14001. Enligt bolagets miljöpolicy sköts miljöfrågorna enligt principen för fortlöpande förbättringar.

Alla kaffepröver som kommer till Paulig rostar i kaffelaboratoriet varefter kvaliteten på dem bedöms.



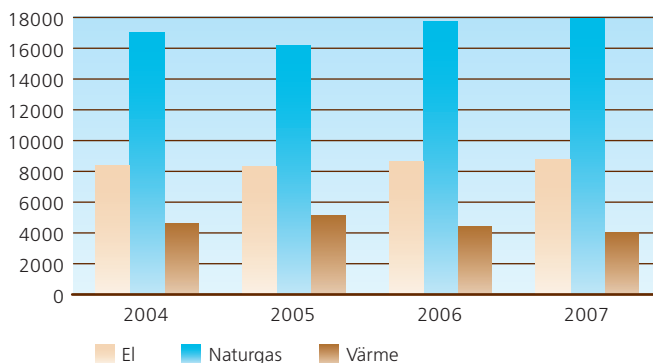
Paulig producerade år 2007 drygt 44 000 ton kaffe i rosteriet i Nordsjö. Som energikälla för rostringen använder rosteriet naturgas och utsläppen är små tack vare den rena energikällan (figur 3). Den största utsläppspos-ten i luften är koldioxid som uppstår både då naturgasen bränns och i det rostade kaffet. De övriga utsläppen i luft är små. Koldioxidutsläppen ökar då produktionsvolymerna stiger. De specifika utsläppen* kan påverkas genom effektivare produktionsstyrning och välfungerande underhåll på utrustningen.

Energikonsumtion

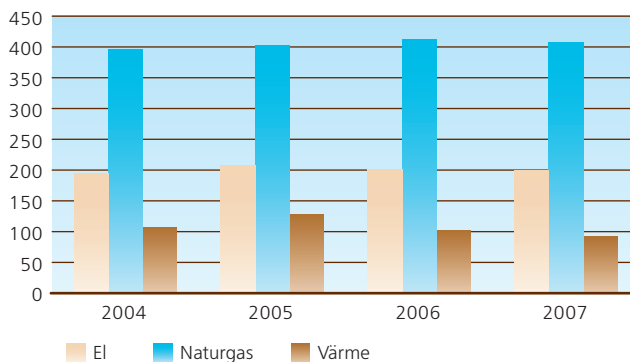
Energikonsumtionen 2007 hölls på nästan samma nivå som år 2006 (figur 1 och 2). Energimängden som användes för uppvärmning minskade emellertid från året innan. Energin som behövs för uppvärmning beror bland annat på temperaturen under vintern och på uppvärmningsbehovet. El- och naturgasförbrukningen ökar då produktionsvolymerna stiger.

* Specifika utsläpp: utsläpp per producerat ton

Figur 1: Energiförbrukning per kalenderår (MWh)



Figur 2: Energiförbrukning per kalenderår per producerat ton (kWh/t)



Avfallsmängder

Under den förra rapportperioden var den totala mängden avfall cirka 760 ton (figur 5 och 6). År 2007 registrerades som blandavfall 6,6 ton förpackat kaffeavfall som av tekniska orsaker inte kunde sorteras i de övriga avfallsfraktionerna.

Mängden bioavfall minskade från drygt 514 ton till 178 ton. Detta beror på att skalavfallet från rostningen

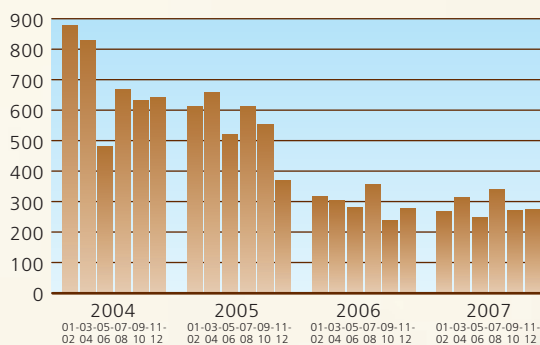
återanvänds som briketter. Samtidigt sjönk också vattenkonsumtionen (figur 4) eftersom skalavfallet tidigare blöttes upp och släpptes ut i avloppet.

Mängden papp- och pappersavfall har däremot ökat. På grund av planeringsarbetet för det nya rosteriet förbrukas exceptionellt mycket papper, eftersom största delen av planerarna arbetar i Pauligs lokaler.

Figur 3: Utsläpp (ton)

	Damm	Kol-väten	Kol-monoxid	Kol-dioxid	Svavel-dioxid
2004	1,3	27	134	6924	0,02
2005	1,3	25	125	6493	0,02
2006	1,4	28	140	7278	0,03
2007	1,4	29	144	7444	0,03

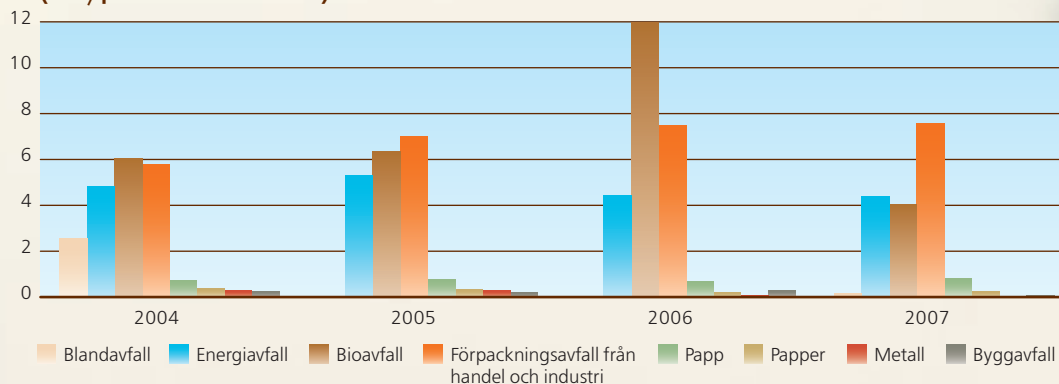
Figur 4: Vattenkonsumtionen per kalenderår, per producerat ton (liter/producerat ton kaffe)



Figur 5: Avfallsmängder per kalenderår (ton)

	Blandavfall	Energiavfall	Bioavfall	Förpackningsavfall från handel och industri	Papp	Papper	Metall	El- och elektronikskrot	Byggavfall	Problemavfall
2004	109,40	206,70	259,70	247,90	31,80	15,70	11,50	9,60	11,20	0,03
2005	0,70	213,20	255,06	281,20	31,04	13,40	11,00	0,61	8,50	3,55
2006	0,00	190,80	514,80	322,70	29,50	9,60	3,50	0,85	12,60	4,44
2007	6,60	193,30	178,40	333,20	35,20	11,10	0		2,10	

Figur 6: Avfallsmängder per kalenderår, per producerat ton (kilo/producerat ton kaffe)





Paulig har som princip att producera så lite avfall som möjligt som inte kan återvinnas. Kaffelådorna på bilden fraktas till storköken och därifrån vidare till pappåtervinningen då de använts färdigt.

Bullerbekämpningen är viktig mitt i bostadsområdet

Paulig har fäst uppmärksamhet vid bullerbekämpningen eftersom rosteriet ligger mitt i ett bostadsområde. Buller uppstår i intagen och utblåsningsöppningarna för rostarnas kyl-luft, i ventilationsöppningarna för rostningsgaserna, i förpackningshal-lens och produktionslokalernas från-luftsöppningar, i briketteringsutrust-ningen för kaffeavfallet, i fastighets-tekniken och på grund av trafiken.

År 2007 fick bolaget inte ett enda klagomål på bullret. Året innan kon-taktades bolaget tre gånger angående buller.

År 2007 hölls bullernivåerna utanför rosteriet på den nivå miljötill-ståndet förutsätter, det vill säga under 55 dBA på dagen och under 50 dBA på natten. I fjol ställde myndigheter-na ett tilläggskrav: det lågfrekventa bullret nattetid måste underskrida 30 dBA. Att nå denna nivå har antecknats som ett av målen för nästa rapport-period.

Effektiva system förebygger lukt

Rostningen av kaffet och transpor-terna av malet kaffe kan ge upphov till luktolägenheter. Kaffe-transportsys-temet som har varit i bruk i några år har emellertid hållit luktolägenheterna under kontroll. Kaffet transporteras i systemet med hjälp av tryckluft. Förut släpptes luften ut ur rören i slutet av processen. Nu är systemet slutet och luften cirkulerar.

År 2007 tog Paulig emot ett kla-gomål på kaffelukt. År 2006 gjordes två klagomål.

I slutet av rostningsprocessen sprutar man in en liten mängd vatten i rostnings-skålen vilket förorsakar en

bränd lukt. Sedan 2005 har Paulig minskat lukten av bränt kaffe med en unik metod, genom att innan den släpps ut bränna utsläppsluften i rostens brännare.

Effektivare logistik

I logistiken strävar Paulig efter att använda metoder och materiel som belastar miljön så lite som möjligt. Detta sker genom att effektivisera transportererna, förpackningarna och verksamhetsmetoderna. Bolaget väljer också sina samarbetspartner med omsorg och deras verksamhet utvärderas kontinuerligt.

Pauligs samarbetspartner är företag i transportbranschen som i sin egen verksamhet satsar på kvalitet och på att minska miljöbelastningen. År 2007 kontrollerade Paulig genom auditeringar att bolagets nya samarbetspartner bedriver sin verksamhet med ansvar för miljön. Alla viktiga samarbetspartner gav skriftliga svar på utvärderingsfrågorna, och gav bland annat uppgifter om sina kvalitets- och miljösystem.

Bolaget träffade största delen av sina viktigaste samarbetspartner år 2007. Regelbundna uppföljnings- och utvecklingsmöten hölls med motpartens kontaktpersoner. Verksamheten utvecklas fortlöpande genom olika samarbetsprojekt.

Det är utmanande att utreda transporterernas miljökonsekvenser eftersom det exempelvis inte finns några exakta siffror om de miljöutsläpp transportererna ger upphov till.

Ett mål för transportererna och logistiken år 2008 är att höja butikspallarnas logistiska effektivitet. För detta ändamål har samarbetsprojekt redan inletts med kunderna och med övriga aktörer inom kaffegruppen.



Planeringen av det nya rosteriet sker i nära samarbete mellan många olika proffs. Till planeringsgruppen hör bland andra processplanerare Kai Peltonen (till vänster) och chefkonstruktör Krister Holmström från Pöyry Engineering, samt projektdirektör Minna Forsström och tekniska chefen Jukka Tuominen från Paulig.

Case: Nytt rosteri

Hållbara miljölösningar genom god planering

Planeringen av det nya rosteriet tog ett stort steg framåt år 2007 och viktiga upphandlingsbeslut fattades. En grundlig planering garanterar goda framtida verksamhetsförutsättningar för rosteriet och ett miljövänligt perspektiv i planeringen skapar grunden för en effektivare energianvändning.

Energieffektiviteten är en av nyckelidéerna för det nya rosteriet. För tillfället står naturgasen för hälften av den energimängd Paulig använder, 30 gigawattimmar. I och med det nya rosteriet sjunker förbrukningen med cirka 20 % från dagens nivå. Även koldioxidutsläppen minskar i motsvarande grad.

Effektivitet sparar energi

Som kaffetransportsystem i det nya rosteriet har Paulig valt mekaniska transportörer som flyttar varan energieffektivt. Innan köpbeslutet fattades jämfördes olika leverantörers motorer och grundläggande teknik noggrant. Ett system som trans-

porterar kaffebönorna med hjälp av luft skulle exempelvis förbruka mycket energi. Den lösning Paulig har valt är energieffektiv, det vill säga förbrukar mindre elektricitet. Samtidigt minskar bönsvinnet och dammbildningen väsentligt. Utom i materialeffektivitet och renhet vinner man också i fråga om säkerheten, eftersom bland annat risken för dammexplosioner minskar.

Inför valet av rostningsmaskiner utförde Paulig produkttester och provkörningar i rosterier bland annat i Sverige, Tyskland och Italien. Maskinernas miljövänlighet och energiförbrukningen per ton producerat kaffe var viktiga kriterier för valet.

”Vårt nya rosteri uppfyller mer än väl de nyckeltal som EU och ICP-direktivet har fastställt för bästa tillgängliga teknik (BAT). Det kommer att vara cirka 15 % energieffektivare än kraven och cirka 50 % sparsammare i vattenkonsumtionen”, berättar projektdirektör Minna Forsström.



Pauligs kaffe förpackas i laminatförpackningar där de välsmakande aromerna bibehålls länge. Förpackningarna klassificeras som blandavfall och förstörs med annat normalt blandavfall. I bakgrunden maskinskötare Seppo Tolsa.

Då konsumenterna åldras måste förpackningarnas och produkternas användarvänlighet förbättras ytterligare samtidigt som man svarar på de utmaningar en hållbar utveckling ställer. Paulig fortsätter ett projekt som inletts i samarbete med Tekniska högskolans Future Lab och Reumaförbundet, där studerande i olika branscher försöker skapa prototypen för en "framtidens förpackning". Man kan läsa mera om projektet på adress www.projectpapu.com.

Förpackningen skyddar

Paulig har redan länge undersökt produktförpackningarnas miljökonsekvenser och de utreds som bäst inom flera projekt. Det är emellertid svårt att hitta tillförlitlig information som täcker hela produktkedjan. Det viktigaste syftet med förpackningar för livsmedel, såsom exempelvis kaffe, är att skydda produkten från att förfaras och därmed garantera att den når konsumenten och konsumeras, i stället för att sluta som avfall. Förpackningens andel av miljöbelastningen för produkter av denna typ är låg, cirka 5 %, då man inte beaktar hur förpackningarna förstörs. Däremot belastar förpackningar av dålig kvalitet hela kaffekedjan.

Paulig genomför regelbundet skriftliga enkäter bland leverantörerna av förpackningsmaterial samt kontrollerar att de viktigaste underleverantö-

ernas miljösystem är certifierade. År 2008 inleder Paulig ett nytt kompanjonskapsprogram som bland annat medför auditering av underleverantörerna.



Green Office hjälper miljön

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

På Paulig var miljötemat starkt framme år 2007. Under den internationella energisparveckan arrangerades en intern energisparvecka och miljötemat togs regelbundet upp i

de interna medierna. Personalen fick bland annat handledning i hur man minskar användningen av pappersutskrifter. Även i anskaffningen av material för marknadsföring började bolaget kräva att miljöaspekterna beaktas noggrannare än tidigare.

Arbetet för att sporra till miljö-gärningar utsträcktes också till personalrestaurangen och kaféerna där avfallssorteringen effektiviserades och förbättrades bland annat med hjälp av klarare anvisningar. I kaféerna övergick man från engångsmuggar till porslinsmuggar.

En intern auditering av kvalitets- och miljösystemen i början av 2008 visade att personalens inställning till miljöfrågorna hade blivit klart positivare, som en följd av de effektivare kampanjerna. Många av de intervjuade nämnde också att de bär med sig sina nya lärdomar då de går hem från arbetet.

Bakom den höga kvaliteten och säkerheten hos Pauligs produkter ligger ett heltäckande kvalitets-system. Det bygger på de krav på egenkontroll som EU och de nationella myndigheterna ställer.

Genom interna och externa auditeringar säkerställs att Pauligs kvalitetssystem är effektiva och välfungerande. Verksamheten auditeras årligen av utomstående i enlighet med BRC*- och ISO 14001-standarderna.

Att kaffet håller klanderfri och säker kvalitet säkerställs också genom en effektiv egenkontroll som omfattar alla skeden av kaffehantering, från råkaffe till den färdiga slutprodukten. Kaffets fukthalt och renhet samt närvaron av eventuella främmande föremål övervakas noggrant. En viktig del av egenkontrollen är också den sensoriska bedömningen som används för att flera gånger under resan från bönor till kopp utvärdera kaffets utseende och doft, och särskilt dess smak.

Av projektet Bästa bönor som inleddes 2005 genomfördes under rapportperioden den andra fasen. Målet var att engagera alla som arbetar i processen, inte bara kvalitetssäkrarna, i att ge akt på kaffets kvalitet i det egna arbetet. Projektet fortsätter fortfarande.

Klagomålen minskar

Pauligs konsumenttjänst följer noga upp antalet kvalitetsfel och klagomål samt svarar på konsumenternas frågor. År 2007 sjönk antalet klagomål som gällde tekniska frågor, såsom läckande vakuumpförpackningar eller främmande föremål i kaffet, samt antalet klagomål på kaffets smak från 16 till 14 per en miljon producerat ton.

Produktsäkerhet och kvalitet från bönor till kopp

Kvalitetschef Jani Reilimo övervakar produktsäkerheten och kvaliteten på Paulig. "Som bäst undersöker vi det nya ledningssystemet för livsmedelsindustrin ISO 22000 och reder ut huruvida det lämpar sig för företagets behov."

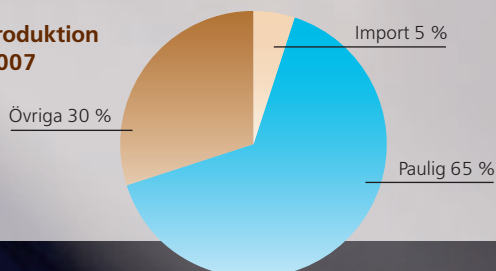


* BRC = British Retail Consortium

Kaffekonsumtionen

Finländarna är flitiga kaffedrickare – vi dricker 4–5 koppar kaffe per dag. Pauligs produkter är Finlands kändaste kaffemärken. Bolaget utvidgar också aktivt sin verksamhet till andra marknadsområden samt till marknaden för kaffetjänster. I ljuset av de ekonomiska nyckeltalen var år 2007 framgångsrikt. Omsättningen steg, resultatet förbättrades och betydande rosteriinvesteringar gjordes.

**Finlands kaffeproduktion
och import år 2007**



I detaljhandeln i Finland säljs årligen cirka 37 000 ton kaffe (källa: A.C. Nielsen, december 2007), av vilket 98 % är filterkaffe. Specialkaffets andel av försäljningen ökar med cirka 30 % per år, 2007 var andelen 1,7 % av den totala marknaden. Mätt i värde stod de färdiga kaffedryckerna för en andel på cirka en procent (1,1 %).

Paulig är det största kaffehuset i Finland och verksamheten utsträcks också till Baltikum och Ryssland samt till de övriga nordiska länderna. Vid utgången av 2007 var Pauligs marknadsandel i Finland 63 %, i Baltikum 23 % och i Ryssland 16 % av försäljningen av rostat kaffe.

I Finland är Paulig marknadsledande och i Baltikum tvåa. Mätt i värde på försäljningen är Paulig etta på marknaden för rostat kaffe i Ryssland och mätt i försäljningsvolym tvåa i de moderna detaljhandelskedjorna.

I europeisk skala är Paulig den tionde största kaffeproducenten (källa: Volcafe Holding Ltd., 2006).

Till Finland importerades under rapportperioden 2 509 ton rostade kaffeprodukter. På export gick 7 676 ton kaffe, av vilket Pauligs andel var cirka 82 %.

Pauligs produkter är välkända

Starka och framgångsrika varumärken skapar grunden för ekonomisk framgång. Pauligs kaffemärken är välkända och uppskattade varumärken i Finland. Detta framgår av konsumentundersökningarna där Paulig åter en gång klarade sig bra. Enligt undersökningarna är Jubileums Mocca och President de bäst kända kaffemärkena i Finland (Brandflow, IRO Research, 4/2007 och 10/2007). Samma märken placerar sig också bland de 20 mest uppskattade varumärkena

totalt: Jubileums Mocca på plats 13, och President på plats 20 (M&M-lehti/Taloustutkimus 2007).

På exportmarknaderna tävlar bolaget med de stora internationella kaffehusen. Exempelvis i Baltikum och Ryssland har Paulig som mål att stärka marknadspositionen genom att göra varumärkena kändare och satsa på distributionen. I Finland är målet att bibehålla marknadspositionen och utveckla kaffemarknaden. På längre sikt har Paulig som mål att vara marknadsledande på alla marknadsområden där bolaget är verksamt.

För att svara på ett ökande intresse bland konsumenterna lanserade Paulig år 2007 de UTZ-certifierade kaffemärkena Paulig Mundo och Paulig Espresso Originale på marknaden. Även storköskunderna tog väl emot de högklassiga produkterna. Bland annat McDonald's-restaurangerna i Finland, Ryssland och Baltikum övergick till Pauligs ansvarscertifierade

Pauligs Jubileums Mocca och President är kaffemärken som finländarna uppskattar.

kaffe. Målet är att utvidga sortimentet av ansvarscertifierade produkter och också erbjuda dem på exportmarknaderna.

Ny visuell profil för inspirerande kaffe

År 2007 inleddes ett projekt för att förnya Pauligs visuella profil. Målet är att skapa en enhetlig profil för hela kaffegruppen, på Pauligs alla marknadsområden. Den nya inspirerande kaffeprofilen kommer att bli bekant för konsumenterna under år 2008. Denna rapport har utarbetats i enlighet med den nya profilen.



Ekonomisk framgång är en förutsättning för ansvarsfullhet



Den ekonomiska framgången gör det möjligt för Paulig att långsiktigt utveckla verksamheten och bland annat investera i nya rosterier. Företagets framgång skapar också välfärd för samhället i form av inkomstskatt. År 2007 betalade Paulig cirka 7 miljoner euro i inkomstskatt.

Pauligs omsättning ökade något från året innan och var 210,1 miljoner euro. Den goda resultatutvecklingen skapar en stabil grund för de två stora rosteriinvesteringarna som inleddes år 2007. I rosteriet i Finland investerar Paulig nästan 120 miljoner euro och i rosteriet i Ryssland cirka 12 miljoner euro.

Rosteriprojektet i Ryssland fortskrider

Paulig undertecknade i januari 2008 ett föravtal om köpet av en rosteritomt i Ryssland. Rosteriet som byggs i Borovlevo i Tver ska stå färdigt år 2009.

Det lokala rosteriet stärker Pauligs konkurrenskraft i Ryssland jämfört med dagens läge då Paulig idag tvingas betala höga importtullar på det kaffe som levereras från Finland till Ryssland. Rosteriet gör också leveranserna smidigare och förkortar produkternas omloppstider. Det nya rosteriet sysselsätter till en början cirka 60 personer.

Sysselsättande effekt i flera länder

Pauligs största utgifter uppstår i anskaffningen av råkaffe och i annan materialanskaffning. Största delen av inköpsverksamheten riktar sig mot de kaffeproducerande länderna. Pauligs inköpsverksamhet har en stor, indirekt sysselsättande effekt i ett flertal länder.

I slutet av 2007 arbetade 186 personer för Paulig och deras löner inklusive bikostnader var under året

Nyckeltal inom det ekonomiska ansvaret (1000 euro) **

Räkenskapsperiod	1.5.2003–30.4.2004	1.5.2004–30.4.2005	1.5.2005–31.12.2005*	1.1.2006–31.12.2006	1.1.2007–31.12.2007
Omsättning	148 600	159 900	115 307	200 403	210 110
Utbetalda löner, bikostnader och naturaförmåner	11 067	11 000	7 396	11 831	12 339
Anskaffningsutgifter för råvaror och material	74 168	82 000	71 249	117 539	119 650
Ränte- och övriga finansieringsintäkter	337	2 158	124	278	511
Ränte- och övriga finansieringskostnader	678	273	945	753	1 704

* Redovisningsperioden 2005 (1.5–31.12) var bara åtta månader lång och är därför inte jämförbar. Den kalkylmässiga omsättningen för 2005 var cirka 172 miljoner euro.

** Resultatet rapporteras som en del av Paulig-koncernens bokslut.

nästan 12,3 miljoner euro. Summan inkluderar beskattningsbara naturaförmåner såsom tjänstebilar och mobiltelefoner.

Starkt grepp om out of home-marknaden

Utom i traditionella kaféer och restauranger erbjuds det allt mera kaffe också på arbetsplatserna. Kaffemarknaden utanför hemmen växer på Pauligs alla marknadsområden. Efterfrågan på kaffebranschens helhetstjänster och ett allt bredare kaffesortiment är stor och kunderna förväntar sig full service.

Under rapportperioden utvecklade Paulig kraftigt sina servicehelheter riktade till marknaden utanför hemmen och i slutet av året grundades ett nytt bolag, Paulig Pro Ab. Paulig Pro stärkte snabbt sitt kunnande inom kaffetjänsterna genom att köpa aktiestocken i Coffee Please Suomi Oy. Under redovisningsperioden som avslutades i september 2007 hade Coffee Please en omsättning på 6 miljoner euro och sysselsatte 45 personer.

Coffee Please affärsområde är att till företagskunder sälja kaffe och andra livsmedel med anknytning till kaféverksamhet samt att sälja och hyra ut kaffetillredningsapparater, utrustning och tillbehör. Bolaget tillhandahåller också planerings- och utbildningstjänster för kafé- och restaurangbranschen.

Paulig kan nu erbjuda sina kunder kaffeservering som helhetsservice, från högklassiga råvaror till service och underhåll för utrustningen.



Arbetstagarna vill också på arbetsplatserna njuta av en mångsidig och högklassig kaffeservering.





Anni Tarbonen som valdes till Pauligs Paula på sommaren 2007 sprider kaffekunskap bland konsumenterna på olika håll i Finland. Utbildningsexpert Emmi Hämmäläinen på Paulig-institutet utbildar däremot proffs inom HORECA-branchen.

En del av samhället

Pauligs rosteri är ett bekant landmärke för många nordsjöbor. Paulig är stadsdelens största arbetsgivare och en stor del av företagets anställda bor i Östra Helsingfors.

Paulig har på många sätt deltagit i utvecklingen av Nordsjö och aktivt samarbetat såväl med Helsingfors stad som med områdets invånarföreningar. Samarbetet har fortsatt i samband med projektet med att ändra stadsplanen för det nuvarande rosteriet, så att tomten som nu är planerad för industri- och affärsanvändning ska kunna tas i bruk för bostäder. På området som ligger nära havet och metrolinjen

har man planerat trivsamma och högklassiga bostadskvarter.

Paulig har i många år fungerat som fadder för skolan Kallahden koulu i Nordsjö. Som en del av faddersrollen har bolagets personal besökt skolan för att berätta om arbetslivet. I våras arrangerade Paulig och skolan ett gemensamt evenemang.

Kunderna hörs

Kundresponser, internet och marknadsundersökningar är Pauligs viktigaste kanaler för interaktion med konsumenterna. Pauligs konsumenttjänst kontaktas årligen cirka 6000 gånger i frågor som berör kaffe och alla frågor besvaras personligen. Konsumenttjänstens experter svarar också

på förfrågningar från organisationer och media.

En viktig kontakt till intressentgrupperna står också Pauligs Paula för. Bolagets första Paula valdes redan år 1950, vilket gör Paula till Finlands "äldsta" PR-person.

I Nordsjö utbildas kaffeoproffs

Paulig-institutet som verkar i samband med rosteriet är ett utbildningscentrum för proffs i storköksbranschen. Utbildningen fokuserar på tillredningen av kvalitetskaffe och man studerar bland annat kaffekedjans verksamhet från bönor till kopp. På institutet arrangeras årligen tiotals baristakurser. Kurser kan också avläggas över webben.

Aktiv information

Paulig informerar regelbundet invånarna i närområdet om bolagets verksamhet och om rosteriets miljökonsekvenser, per brev och i områdets lokaltidningar. Med hjälp av dialogen följer Paulig bland annat upp miljökonsekvenserna i närområdet, av vilka den viktigaste är kaffedoftens som svävar ut från rosteriet.

Paulig redogör för sin verksamhet och för kaffebranschen till medierna, bland annat på det årliga Kaffeseminarier. Övriga evenemang under 2007 var bland annat då grundstenen för det nya rosteriet murades och då inredningstävlingen körde igång.



På Pauligs nuvarande tomt reser sig i framtiden ett trivsamt och urbant bostadsområde.

Stöd för allmännyttig verksamhet



Paulig erbjuder ekonomiskt stöd till projekt som motsvarar bolagets värden och anknäyer till verksamheten.

Paulig har sedan 2001 stött Åbo domkyrkoförsamlings **missions-café Domcafé**. Intäkterna från kafféet som är öppet sommartid går till ett sjukhus som kyrkan upprätthåller i staden Aira i Etiopien. Sjukhuset fungerar också som sjukvårdsläroanstalt och elevhem. Mera information: www.turunsk.fi.

Till **Walkers-ungdomskaféerna** doneras årligen cirka 650 kilo kaffe. Ungdomskaféerna som utför värdefullt ungdomsarbete är drygt 20 till antalet och verkar runtom i landet. De anställda på Walkers kaféer deltar också i Pauligs kaffekurser. Mera information: www.aseманlapset.fi.

Paulig har i många år stött **Finlands Krigsveteranförbund rf** och levererat kaffe till framlidne socialrådet **Veikko Hurstis** julfester för hemlösa.

Paulig tillverkar Santa Claus-kaffet som ingår i jultomtens officiella pro-

duktfamilj och stöder därigenom **Jultomtestiftelsens** verksamhet. År 2007 användes Jultomtens Gåva till rekreationsverksamhet för patienterna på HUCS barnpsykiatriska avdelningar. Mera information: www.santaclausplaza.com.

I lokalerna i Nordsjö upprätthålls **Epok-utställningen och ett arkiv** med material i anknytning till Pauligs historia och verksamhet. Utställningen är i första hand öppen för Pauligs kunder och samarbetspartner.

Vår vision och värden

Vision

Oy Gustav Paulig Ab:s mål är att vara det ledande kafferosteriet på valda marknader. Vi vill erbjuda de bästa smakerna för njutbara stunder.

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.

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

Gustav Paulig 1905

Respekt för kulturell mångfald

Paulig verkar på 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.



Paulig

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