



Årsberättelse 2019


PAULIG
For a life full of flavour.

For a life full of flavour.



Innehåll

Paulig-koncernen i korthet	4
Koncernchefens översikt	6
Fokus på våra affärsområden	9
Bolagsstyrning	14
Styrelsens verksamhetsberättelse	17
Finansiell information	19
Koncernens totalresultat	20
Koncernens balansräkning	21
Koncernens kassaflödesanalys	22
Styrelse	24
Ledningsgrupp	25
Kontaktuppgifter	27

Paulig-koncernen i korthet



Ett familjeägt bolag
grundat av Gustav Paulig

1876

Värderingar

Stay
Curious

Strive for
Excellence

Grow
Together

Varumärken



GOLD&GREEN®
OF HELSINKI

Löfte

For a life full of flavour.

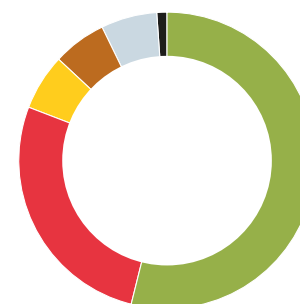
Omsättning

921,4 MEUR

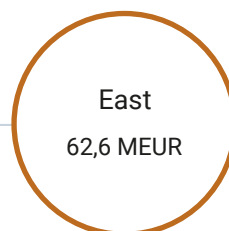
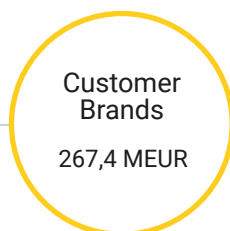
Rörelsevinst

75,4 MEUR

Omsättning per marknadsområde



Omsättning per affärsområde



Personal

2115

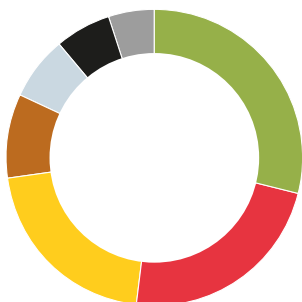
Kvinnor
44 %



Män
56 %

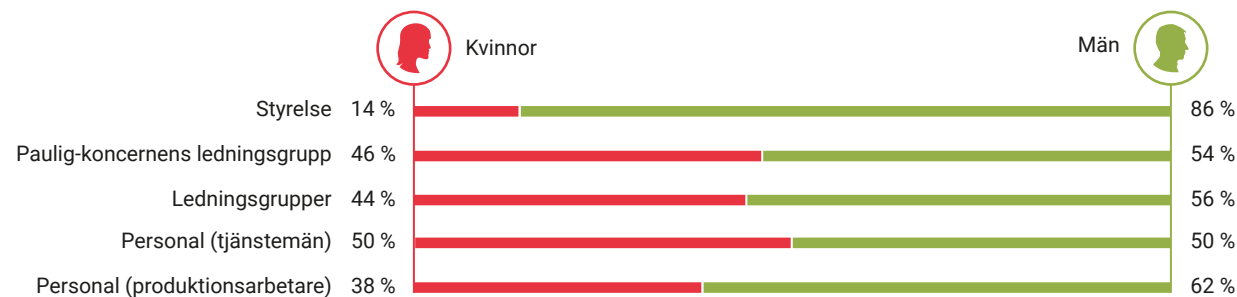


Antal anställda per land



29 % Belgien
23 % Sverige
21 % Finland
9 % Ryssland
7 % Estland
6 % Storbritannien
5 % Övriga

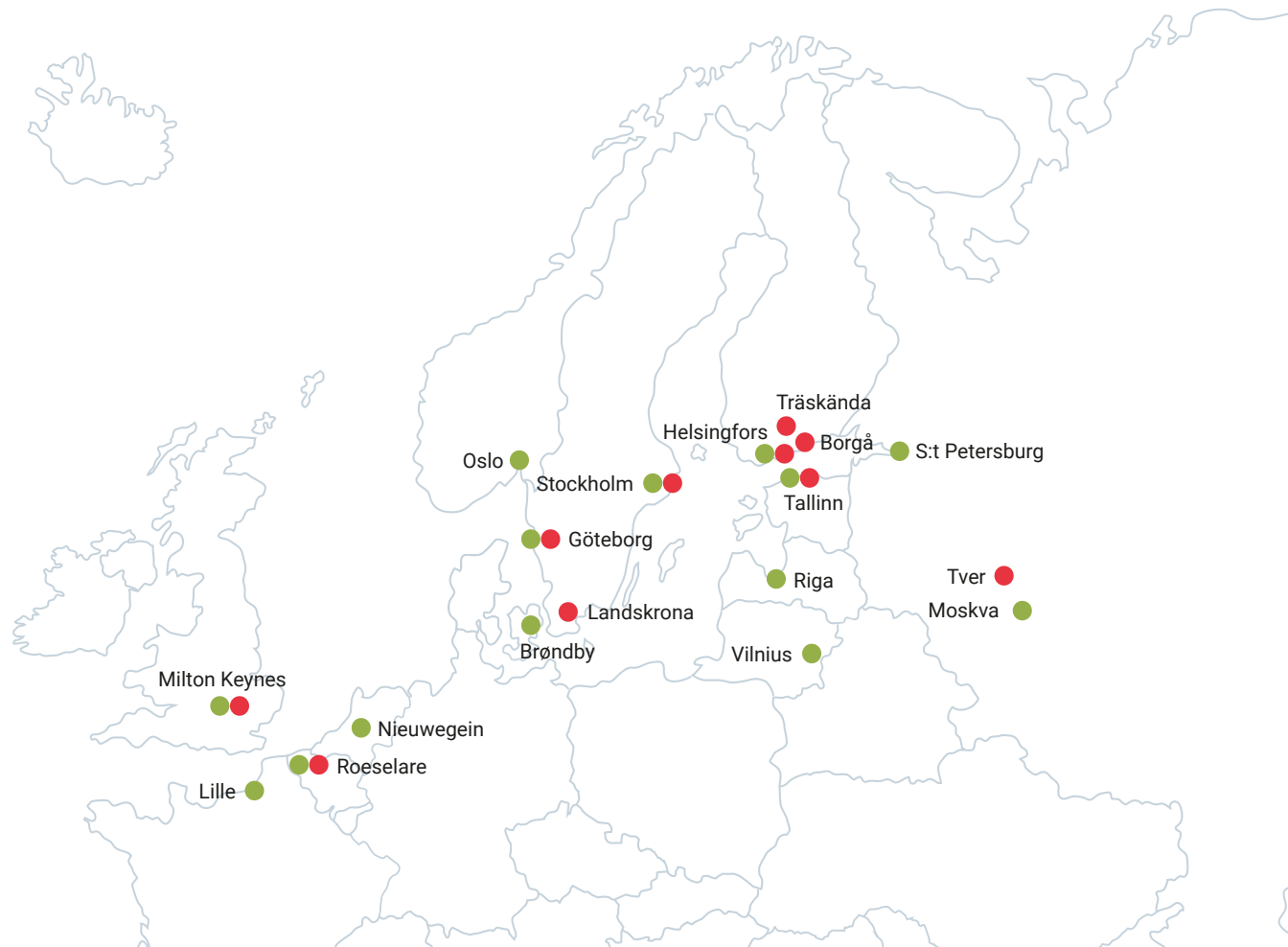
Könsfördelning i Paulig-koncernen 2019



Verksamhet i

13
länder

● försäljning
● produktion



Koncernchefens översikt

Vi på Paulig har en ambition om att bli en hållbar föregångare i vår bransch och ett av de mest snabbväxande livsmedelsföretagen i Europa. 2019 förnyade vi vår verksamhetsmodell, vår organisation och våra arbetssätt för att bättre betjäna våra kunder med ett bredare Paulig-erbjudande på alla våra marknader. Den nya verksamhetsmodellen ger oss också möjlighet att bygga ny kompetens på koncernnivå och öka effektiviteten och synergieffekterna. År 2019 ökade Paulig-koncernens nettoomsättning med 1,4 procent till 921,4 MEUR. Rörelsevinsten uppgick till 75,4 MEUR, vilket var 8,2 procent av nettoomsättningen.

Den nya verksamhetsmodellen lanserades i början av juni 2019 och koncernen organiserades i geografiska affärsområden och affärsfunktioner.

De geografiska affärsområdena är: Finland och Baltikum, Skandinavien och Centraleuropa samt Ryssland med omgivande länder. Det fjärde affärsområdet är specialiserat på att betjäna Handelns egna varumärken (Customer Brands). Våra nya affärsfunktioner är Strategi, marknadsföring och innovation, Leveranskedja och inköp, Ekonomi och IT, Juridik, HR samt Kommunikation och hållbarhet. Med nya centrala organisationer för Strategi, marknadsföring och innovation samt Leveranskedja och inköp är vårt mål att ytterligare internationalisera Pauligs varumärkesportfölj, att bredda samarbetet med våra kunder, att förbättra produktiviteten och att utveckla kompetenserna i hela koncernen.

Paulig har verksamhet i 13 länder i Norden, Baltikum, Ryssland inklusive närliggande områden, Centraleuropa och Storbritannien. Våra produkter säljs i över 70 länder. Vår varumärkesportfölj innehåller välkända varumärken: Paulig, Santa Maria, Poco Loco, Risenta och Gold&Green.

År 2019 uppgick nettoomsättningen till 921,4 MEUR vilket var en ökning med 1,4 procent jämfört med föregående år. Nettoomsättningen påverkades negativt av ett sjunkande marknadspris på kaffe under 2019. Den främsta tillväxtkategorin i vår portfölj är

Tex Mex där Paulig är ett ledande företag i Europa, både vad gäller våra varumärken och handelns egna varumärken. Tex Mex-kategorin växte med i genomsnitt 6 procent senaste året. En annan stor kategori för oss är kaffe, där vi kunde bibehålla vår marknadsposition trots en skärpt konkurrens och öka försäljningen av premiumkaffe med 10 procent. Dessutom var det glädjande att se Gold&Green Pulled Oats® – ett växtbaserat protein – ta plats på nya internationella marknader med stor tillväxtpotential.

Pauligs rörelsevinst för 2019 uppgick till 75,4 MEUR jämfört med 73,9 under föregående år.

En hållbar föregångare i branschen

Förändringen i samhället och klimatet går snabbare än någonsin förr. Länder, organisationer, företag och individer förväntas integrera ett hållbarhetsperspektiv i aktiviteter och planer. Livsmedelsbranschen spelar en avgörande roll i övergången till hållbara metoder, och den har också möjlighet att lansera hållbara alternativ åt konsumenterna som i allt högre grad fattar beslut utifrån sina värderingar.

Vi har en fastställd ambition att bli en hållbar föregångare i livsmedelsbranschen och har utvecklat en långsiktig hållbarhetsstrategi för Paulig. Pauligs hållbarhetsstrategi för 2030 bygger på FN:s globala mål för hållbar utveckling och har tre fokusområden

Med den nya verksamhetsmodellen, ambitiösa hållbarhetsmål, ett inspirerande löfte och en portfölj som på ett bra sätt tillgodoser långsiktiga behov och trender i livsmedelsbranschen är vi trygga i vår förmåga att också fortsatt kunna bygga långsiktiga framgångar för Paulig.



Du finner Paulig-koncernens
Hållbarhetsrapport 2019
 på vår hemsida
www.pauligroup.com

med långsiktiga ambitioner: hälsa och välbefinnande, cirkulär ekonomi och kampen mot klimatförändringar samt rättvisa och inkluderande arbetssätt. Under de kommande åren kommer den att implementeras i alla delar av vår verksamhet. Vi kommer att berätta mer om våra planer och vårt hållbarhetsarbete under 2020 och i vår kommande hållbarhetsrapport.

Vårt löfte ger stöd i resan framåt

För att stöda vår resa framåt har vi under året också definierat Pauligs löfte. Vi har grävt djupt i företagets DNA, utvärderat dagens och morgondagens drivkrafter för tillväxt och formulerat ett nytt löfte. Kort sagt ska Paulig stå för *For a life full of flavour*. För mig innebär detta att vara närvarande med våra varumärken i vardagens små och stora ögonblick, att tillföra värde och att bidra till att förvandla det vanliga till något speciellt i våra konsumenters liv. På så vis vill vi etsa fast varaktiga minnen som bidrar till att skapa kärlek till varumärket.

Under 2019 lanserades många spännande nyheter. Här nämner jag några av dem: under Paulig-varumärket lanserades exempelvis drycker i sortimentet Paulig Cold Brew Sparkling, kylida drycker i produktfamiljen Paulig City Coffee samt Paulig Café Moscow. Vårt största kaffevarumärke Paulig Jubileums Mocca

firade 90 år med en stark kampanj i Finland.

Santa Maria-varumärket fokuserade på tillväxt i Tex Mex-kategorin med stora framgångar. Kategorin växte starkt på de flesta av våra marknader. Tillväxten drevs av en ny och mer hållbar tortillaförpackning som ger en 35 procent mindre klimatpåverkan jämfört med den tidigare förpackningslösningen. Dessutom förnyades kokosmjölsförpackningarna under Santa Maria-varumärket. Aluminium ersattes av kartong, vilket minskar förpackningens utsläpp av växthusgaser.

Också bland handelns egna varumärken fortsatte Tex Mex-kategorin att växa. Dessutom lanserade affärsområdet flera nya framgångsrika produkter. Chiawraps lanserades i detaljhandeln till grillsäsongen, och två nya Street Food-smaker för måltidspaket – Smoky Chipotle och Chili & Lime – presenterades.

Även om Gold&Green Pulled Oats® fortfarande är ett litet varumärke i vår portfölj har det enorm tillväxtpotential. Under året lanserades produkten framgångsrikt i Nederländerna och vi kommer att fortsätta bygga ut den växtbaserade kategorin också i framtiden.

Under 2019 uppdaterades vårt Risenta-varumärke och denna förnyelse kommer att synas bland konsumenterna under 2020. Varumärket förväntas också ge framtida tillväxt med ett hälsosamt och miljövänligt växtbaserat erbjudande.

Väl rustade för framtiden

Med den nya verksamhetsmodellen, ambitiösa hållbarhetsmål, ett inspirerande löfte och en portfölj som på ett bra sätt tillgodoser långsiktiga behov och trender i livsmedelsbranschen är vi trygga i vår förmåga att också fortsatt kunna bygga långsiktiga framgångar för Paulig.

Jag vill tacka alla våra medarbetare för ett fantastiskt engagemang under ett år fullt av förändring. Vi har behållit fokus på konsumenterna och har kunnat utveckla företaget och dess erbjudande ytterligare. Ett stort tack!

Jag vill också tacka alla partner för ett gott samarbete under 2019.

Helsingfors, mars 2020

Rolf Ladau
 koncernchef
 Paulig-koncernen



100 % av kaffet
som köps in kommer från
verifierat hållbara källor.
>> [Läs mer om vårt hållbarhetsarbete.](#)



Fokus på våra affärsområden

Pauligs ambition är att bli ett av de mest snabbväxande livsmedelsföretagen i Europa. För att kunna vara nära våra kunder och konsumenter har vi organiserat vår verksamhet i tre geografiska affärsområden: Finland och Baltikum, Skandinavien och Centraleuropa samt Ryssland med omgivande länder. Det fjärde affärsområdet är specialiserat på att betjäna handelns egna varumärken.

Affärsområde Finland och Baltikum

Affärsområdets nettoomsättning under 2019 uppgick till 301,7 miljoner euro (310,6). Kaffets totalförsäljning låg en aning lägre än plan. Premiumkaffesegmentet växte ändå med 7 procent och Tex Mex kategorin med 14 procent.

År 2019 firade Paulig det ikoniska Jubileums Mocca-varumärkets 90-årsdag. Dessutom lanserades nya kalla kaffeprodukter i Finland. De mest innovativa lanseringarna var de uppfriskande kaffe- och tedryckerna Paulig Cold Brew Sparkling samt nytillskotten i det framgångsrika Paulig City Coffee-sortimentet i form av kalla produkter.

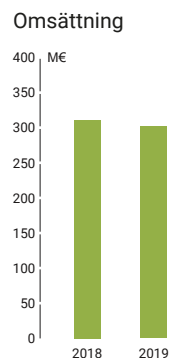
Fakta om affärsområden

Affärsområdeschef:
Lenita Ingelin

Omsättning 2019:
EUR 301,7 miljoner euro

Varumärken:
Paulig, Santa Maria,
Gold&Green och Risenta

Produktion:
Helsingfors, Borgå och
Träskända (Finland)
Saue (Estland)



Allt Paulig-kaffe är verifierat hållbart. Paulig fortsatte hållbarhetsarbetet i kaffesektorn och initierade flera nya projekt inom återvinning och cirkulär ekonomi. Paulig lanserade ett pilotprojekt för spillvärmeåtervinning på rosteriet i Nordsjö och uppmärksammades för hållbarhetsinitiativen i Lettland och Estland. Pauligs unika hantverksrosteri Robert Paulig Roastery – som utnyttjar biogas och egenproducerad solenergi i rostningsprocessen – röstades fram till Finlands bästa rosteri.

I matkategorierna fokuserade Paulig på nya förpackningar och arbete för sundare valmöjligheter för människor och miljö. Paulig är det ledande kaffemärket i Finland, Estland och Litauen och bland de fyra främsta i Lettland. Santa Maria är också ett av de ledande varumärkena i Tex Mex-segmentet och i kryddkategorierna i Finland och Baltikum.

I Foodservice- och Office-sektorerna sjönk försäljningen en aning jämfört med föregående år på grund av lägre kaffemaskinförsäljning i Finland, medan andra kategorier ökade. Det nya Santa Maria Tacotarian Goes Buffet-konceptet bidrog till ökad försäljning i Tex Mex-kategorin. Paulig- och Santa Maria-varumärkena var synliga partner under stora konsumentevenemang under sommaren i Finland och i Baltikum.

Paulig-koncernen förnyade verksamhetsmodellen i juni 2019. Lenita Ingelin började som affärsområdeschef för Finland och Baltikum och fortsatte som medlem i Paulig-koncernens ledningsgrupp.



Affärsområde Skandinavien och Centraleuropa

Affärsområdets nettoomsättning under 2019 uppgick till 276,6 miljoner euro (283,3). Bland anledningarna till den lilla minskningen i nettoomsättning kan nämnas den försvagade svenska kronan, att Paulig Coffee lämnat de svenska och norska Foodservice-marknaderna och en minskning av Risenta-försäljningen. I Benelux-länderna och Norge växte detaljhandelsförsäljningen kraftigt. Försäljningen i Sverige, Danmark och exportländerna var stabil. I Foodservice-kanalerna växte alla marknader jämfört med föregående år.

Santa Maria-varumärket behöll eller ökade marknadsandelarna på alla viktiga marknader och i alla viktiga segment. I Norge

nådde Santa Maria-varumärket för första gången positionen som det mest populära varumärket i Tex Mex-kategorin.

Under året lanserade Santa Maria-varumärket nya innovativa och hållbara tortillaförpackningar som årligen bidrar till att spara in 150 ton plast. Dessutom lanserades en ny kartongförpackning till Santa Maria kokosmjölk som minskar koldioxidutsläppen med 85 procent jämfört med den gamla förpackningen. Båda dessa lanseringar stöddes av marknadsföringskampanjer som lyfte fram produkternas hållbarhetsaspekter.

Trots en minskad övergripande försäljning inom Risenta-varumärket var utfallet i segmentet 'Fröer och kärnor' positivt.

Risenta-fabrikens flytt från Rotebro till kryddfabriken i Mölndal kommunicerades i oktober 2019 och kommer att slutföras i juni 2020.

Under året lanserades varumärket Gold&Green – som är ett växtbaserat protein – i detaljhandelskanaler i Nederländerna samt Foodservice-kanaler i flera länder med lovande resultat.

Paulig-koncernen förnyade verksamhetsmodellen i juni 2019. Henrik Samuelson började som affärsområdeschef för Skandinavien och Centraleuropa och fortsatte som medlem i Paulig-koncernens ledningsgrupp.

Fakta om affärsområden

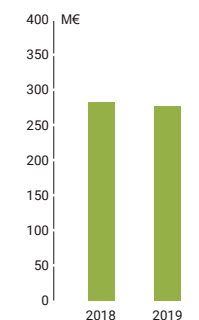
Affärsområdeschef:
Henrik Samuelson

Omsättning 2019:
276,6 miljoner euro

Varumärken:
Santa Maria, Risenta
och Gold&Green

Produktion:
Mölndal, Landskrona
och Rotebro (Sverige)

Omsättning



Affärsområde Handels egna varumärken (Customer Brands)

Affärsområdets nettoomsättning under 2019 uppgick till 267,4 miljoner euro (251,3) tack vare stark försäljning inom detaljhandeln, Foodservice och B2B i alla kategorier. Affärsområdet säljer tortillas, chips, såser och måltidspaket med handels egna varumärken till fler än 700 kunder i 70 länder. De viktigaste marknaderna är Frankrike, Tyskland, Storbritannien och Norden. Produkterna tillverkas på tre produktionsanläggningar, två i Belgien och en i Storbritannien.

Den övergripande konsumtionen av Tex Mex-kategorin på våra kärnmarknadsområden ökade med 6 procent under 2019. Den ökande efterfrågan hämmades emellertid av en begränsad pro-

duktionskapacitet. Därför fattades två viktiga investeringsbeslut under året. En ny produktionslinje för tortillas kommer att läggas till i Storbritannien i år 2020. Ytterligare en produktionslinje för chips kommer att läggas till på fabriken i Belgien vid slutet av 2020. Dessutom installerades en ny helautomatisk förpackningslinje under 2019 för att infria våra kunders förväntningar i fråga om flexibilitet.

Affärsområdet lanserade flera nya framgångsrika produkter under 2019. Chiawraps lanserades i detaljhandeln som en tillfällig produkt under BBQ-säsongen. Dessutom lanserades två nya Street Food-smaker för måltidspaket: Smoky Chipotle och Chili & Lime.

Paulig-koncernen förnyade verksamhetsmodellen i juni 2019. Peter Denolf började som affärsområdeschef för Handels egna varumärken och fortsatte som medlem i Paulig-koncernens ledningsgrupp.

Fakta om affärsområden

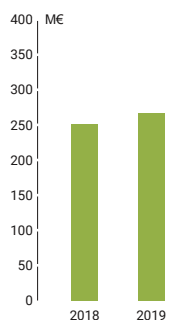
Affärsområdeschef:
Peter Denolf

Omsättning 2019:
267,4 miljoner euro

Varumärken:
Poco Loco samt
tillverkar handels
egna varumärken (EMV)

Produktion:
Roeselare (Belgien)
Milton Keynes
(Storbritannien)

Omsättning



Affärsområde Ryssland med omgivande länder

Affärsområdets nettoomsättning under 2019 uppgick till 62,6 miljoner euro (53,1). Jämfört med föregående år växte säljvolymerna inom kaffe med 9 procent och inom mat med 28 procent.

Under året lanserade Paulig två nya framgångsrika produkter på den ryska marknaden: Paulig Café Moscow och Paulig Mundo. Paulig Café Moscow är ett tillägg till Pauligs City Coffee-sortiment och finns endast tillgängligt i Ryssland. Lanseringen av produkten inbegrep en storskalig kampanj och digitalt stöd i en helt ny skala. Paulig Mundo Organic beans 250 g blev det första ekologiska kaffet i Ryssland att marknadsföras med Fairtrade- och ekologisk certifiering. Rosteriet i Tver blev den första kaffeanlägg-

ningen i Ryssland att få EU-ekologisk certifiering.

Paulig är det näst största kaffemärket i Ryssland inom segmentet för rostat kaffe med en volymandel på 16,2 procent (Nielsen, Scantrack).

År 2019 fick Paulig en plats i Guinness rekordbok: fler än 2000 personer i Moskva smakade på Paulig-kaffe samtidigt, vilket resulterade i världens största provsmakning någonsin. Paulig fick också ett flertal utmärkelser från kunder inom marknadsföring, kategoridesign och kampanjer.

Under året slutfördes installationen av den andra stora rostmaskinen på rosteriet i Tver, vilket ger en produktionskapacitet på

över 15 miljoner kilo om året. Servicenivån för Santa Maria-produkter till kunder förbättrades från 67 procent till 96 procent vid slutet av 2019. Servicegraden för kaffe förblev hög på 99 procent.

Paulig-koncernen förnyade verksamhetsmodellen i juni 2019. Roman Ivashko började som affärsområdeschef för Ryssland med omgivande länder och medlem i Paulig-koncernens ledningsgrupp.

Fakta om affärsområden

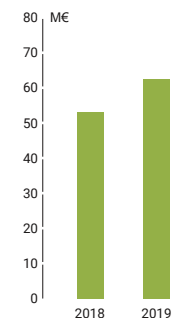
Affärsområdeschef:
Roman Ivashko

Omsättning 2019:
62,6 miljoner euro

Varumärken:
Paulig och Santa Maria

Produktion:
Tver (Ryssland)

Omsättning





År 2019 lanserade Santa Maria-
varumärket nya innovativa och
hållbara tortillaförpackningar
som årligen bidrar till att spara in 150 ton plast.
>> [Läs mer om vårt hållbarhetsarbete.](#)



Bolagsstyrning

Paulig Ab, koncernens moderbolag, är ett finländskt, familjeägt aktiebolag som lyder under finsk lagstiftning. Bolagsstyrningen bygger på bolagsordningen, aktiebolagslagen, tillämpliga regler och normer, etiska principer samt andra instruktioner och policyn. Därtill följer Paulig-koncernen också i tillämpliga delar de rekommendationer som fastställts för börsbolag och familjebolag.

Bolagsstämman

Paulig-koncernens högsta beslutsfattande organ är bolagsstämman för moderbolaget. Bolagsstämman behandlar ärenden enligt gällande lag och bolagsordning så som fastställande av bokslut, utdelning av dividend, val av styrelse och revisor samt deras arvoden.

Styrelsen

Styrelsens sammansättning och uppgifter

Enligt Paulig Ab:s bolagsordning väljs minst fyra och högst åtta styrelsemedlemmar årligen vid ordinarie bolagsstämman. I enlighet med aktiebolagslagen ansvarar styrelsen för bolagets förvaltning och en ändamålsenlig organisering av verksamheten. Styrelsen ansvarar också för att tillsynen över bokföringen och medelsförvaltningen organiseras på ett ändamålsenligt sätt. Till uppgifterna hör även att godkänna koncernens strategi och den årliga verksamhetsplanen samt att besluta om förvärv och strategiska investeringar. Styrelsen har tillsyn över koncernens resultatutveckling och finansiella ställning.

Styrelsen väljer därtill verkställande direktör och koncernchef samt godkänner val av medlemmar i koncernledningen. Styrelsen beslutar om koncernledningens löner och kompensationer. Styrel-

sen utvärderar regelbundet sin egen verksamhet samt samarbetet med ledningen.

Mötesordning

Styrelsen sammanträdde under år 2019 åtta gånger. Bokslutet behandlas av styrelsen under mars, koncernens strategi fastställs i juni och följande års verksamhetsplan samt ekonomiska planer fastställs i december.

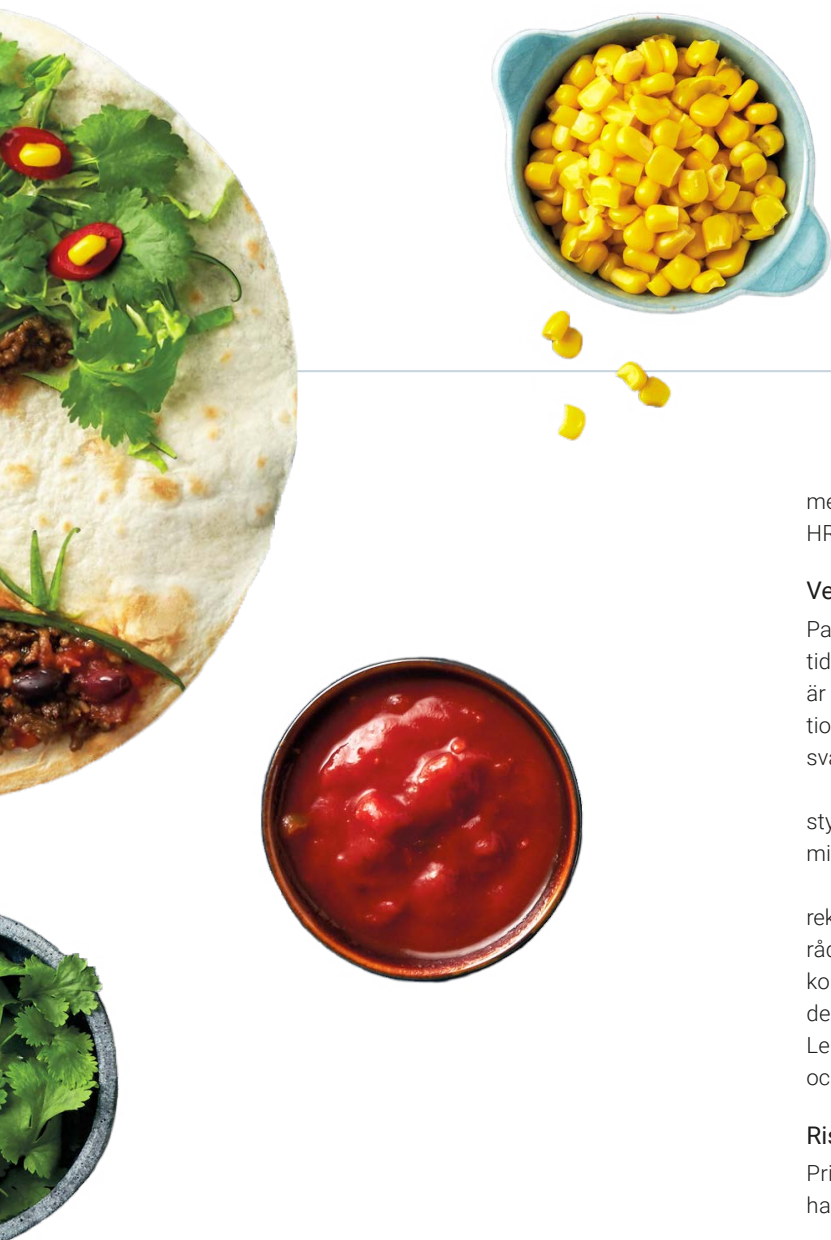
Styrelsens ordförande

Styrelsens ordförande väljs av bolagsstämman. Ordförandens uppgift är att leda det aktiva styrelsearbetet, sammankalla styrelsen samt förbereda styrelsemötena tillsammans med verkställande direktören. Styrelsens ordförande är verkställande direktörens diskussionspartner och håller sig aktivt underrättad om händelserna i bolaget och i verksamhetsomgivningen. Ordföranden ansvarar tillsammans med verkställande direktören för att styrelsens möteskallelse, föredragningslista samt nödvändigt material når styrelsens medlemmar enligt överenskommelse före själva mötet.

Styrelsens utskott

Styrelsens medlemmar bestämmer om tillsättande av utskott samt deras medlemmar. Utskotten förbereder frågor som kom-





mer till styrelsen för beslut. Paulig Ab:s styrelse har tillsatt en HR-kommitté och en revisionskommitté.

Verkställande direktören och koncernens ledningsgrupp

Paulig Ab:s styrelse utnämner verkställande direktören som samtidigt verkar som koncernchef. Verkställande direktörens uppgift är att sköta bolagets löpande förvaltning enligt styrelsens instruktioner samt ansvara för att bolagets bokföring sköts på ett ansvarsfullt och lagenligt sätt.

Verkställande direktören rapporterar till styrelsen och håller styrelsen informerad om bolagets verksamhetsmiljö samt ekonomiska situation och utveckling.

I koncernens ledningsgrupp ingår koncernens verkställande direktör, som fungerar som ledningsgruppens ordförande, affärsområdescheferna samt affärsfunktionscheferna. Tillsammans med koncernens ledningsgrupp förbereder och genomför verkställande direktören strategin samt leder den operativa verksamheten. Ledningsgruppen koordinerar även koncernens olika funktioner och säkerställer en effektiv verksamhet på koncernnivå.

Riskhantering

Principerna för Paulig-koncernens övergripande riskhantering har fastställts i en riskhanteringspolicy godkänd av Paulig Ab:s

styrelse. Enligt principerna i policyn skall risker identifieras, utvärderas och hanteras på ett systematiskt sätt. Syftet är att uppnå de strategiska och operativa målen och att trygga kontinuiteten i verksamheten.

Revision

Bolagsstämman väljer revisor. Revisorns uppgift är att granska koncernens bokföring och bokslut samt administration. Uppgifterna är definierade i lagstiftningen samt i bestämmelserna om god revisionssed.

Koncernens etiska principer

Paulig-koncernens etiska principer har som målsättning att främja ett ansvarsfullt företagarskap, hållbar utveckling samt att fungera som stöd i de beslut som fattas. De etiska principerna grundar sig på starka, gemensamma värderingar och stöder beslutsfattandet samt samarbetet med olika intressentgrupper.



I Belgien har vi traditionen att delta i ett välgörenhetsevenemang som kallas "The warmest week".

År 2019 donerade vi 26 000 påsar chips till lokala organisationer eller till personer som sålde dem och samlade in totalt 52 000 euro. Summan donerades till 70 olika välgörenhetssyften.

>> Läs mer om vårt hållbarhetsarbete.



Styrelsens rapport för 1 januari–31 december 2019

Under 2019 uppgick Paulig-koncernens omsättning till 921,4 MEUR (908,2 år 2018) vilket motsvarar en ökning på 1,4 procent mot föregående år. Koncernens rörelsevinst uppgick till 75,4 MEUR (73,9), vilket var 8,2 procent (8,1) av nettoomsättningen. Paulig-koncernen har under året haft i genomsnitt 2 115 anställda (2 140).

Förändringar i koncernens struktur under räkenskapsåret

Följande förändringar i koncernens struktur genomfördes under 2019:

- Risenta Norway AS fusionerades med Santa Maria Norge AS.
- Bruce Foods Europe B.V. likviderades.
- Färska Örter på Neogatan AB likviderades.
- OOO Kulma grundades.
- Mode Cold Brew AB såldes.

Koncernens verksamhetsmodell förändrades under året, istället för divisioner är koncernen nu organiserad i affärsområden och affärsfunktioner.

OMSÄTTNING (MEUR)

	2019	2018	FÖRÄNDRING
Finland och Baltikum	301,7	310,6	-2,9 %
Skandinavien och Centraleuropa	276,6	283,3	-2,3 %
Handels egna varumärken	267,4	251,3	6,4 %
Ryssland med omgivande länder	62,6	53,1	18,0 %
Övriga	13,0	10,0	30,2 %
Totalt	921,4	908,2	1,4 %

Nettoomsättning

Under 2019 uppgick Paulig-koncernens omsättning till 921,4 MEUR (908,2) vilket motsvarar en ökning på 1,4 procent mot föregående år.

Av Paulig-koncernens totala omsättning på 921,4 MEUR kommer 54 procent från Norden och 46 procent från andra länder.

Affärsområdet Finland och Baltikum stod för 33 procent av den externa nettoomsättningen, Skandinavien och Centraleuropa för 30 procent, Handels egna varumärken för 29 procent, Ryssland med omgivande länder för 7 procent och övriga 1 procent.

NYCKELINDIKATORER FÖR PAULIG-KONCERNENS FINANSIELLA STATUS OCH RESULTAT

	2019	2018
Omsättning, MEUR	921,4	908,2
Övriga rörelseintäkter, MEUR	16,1	1,4
Andel av resultat i intressebolag, MEUR	-1,7	1,3
Rörelsevinst, MEUR	75,4	73,9
Rörelsevinst, % av omsättning	8,2	8,1
Rörelsevinst före avskrivningar och nedskrivningar MEUR	137,2	117,4
Nettovinst för räkenskapsåret, MEUR	51,6	54,3
Eget kapital, MEUR	649,2	620,7
Avkastning på eget kapital, procent	8,1	8,9
Soliditet, procent	64,0	64,4
Likvida medel, MEUR	80,6	61,3
Räntebärande skulder, MEUR	118,3	125,5
Investeringar, MEUR	31,3	29,3

Jämförelseinformation för 2017 i enlighet med FAS utesluts från nyckelindikatorerna för Paulig-koncernens finansiella status och resultat på grund av IFRS jämförbarhet.

Räkenskapsårets resultat

Koncernens rörelsevinst uppgick till 75,4 MEUR (73,9), och relationen till nettoomsättningen var 8,2 procent (8,1).

Det konsoliderade resultatet för räkenskapsåret, 51,6 MEUR (54,3), inkluderar 15,1 MEUR i vinst från fastighetsförsäljning kopplad till försäljning av mark i Nordsjö. Avskrivningar och nedskrivningar uppgick till 61,8 MEUR (43,5), varvid goodwillnedskrivningar uppgick till 5,6 MEUR av det totala beloppet och nedskrivningar av anläggningstillgångar uppgick till 11,2 MEUR. Utöver nedskrivningarna påverkades det konsoliderade resultatet negativt av engångsposter kopplade till förändringar i koncernens

verksamhetsmodell.

Intressebolagets (Fuchs Group) bidrag till det konsoliderade resultatet var -1,7 MEUR (1,3). Intresseföretagets resultat påverkades av engångsnedskrivningar.

Finansiell position

Tack vare koncernens starka kassaflöde under räkenskapsåret bibehölls en stark finansiell position under hela räkenskapsåret. Kassaflödet var positivt under räkenskapsåret med ett nettokassaflöde från verksamheten på 103,6 MEUR (97,8). Koncernens soliditet låg på en bra nivå under hela året.

Investeringar

Investeringarna under räkenskapsåret uppgick totalt till 31,3 MEUR (29,3). Utöver investeringar kopplade till markaffärer i Finland var de viktigaste investeringarna kopplade till produktionsutrustning i Belgien och Storbritannien.

Risker

I sin riskhantering följer Paulig-koncernen riskhanteringspolicyen antagen av styrelsen för Paulig Ab. Risker identifieras och utvärderas systematiskt utifrån denna policy.

Vid hanteringen av ansvarsrisker följer koncernen de försäkringsriktlinjer som antagits av styrelsen. Försäkringen mot skador kopplade till egendom och affärer, såsom produktansvar och operativa störningar, är omfattande i enlighet med dessa försäkringsriktlinjer.

Koncernens huvudsakliga strategiska och operativa risker förblev desamma under räkenskapsåret som under tidigare år. De huvudsakliga strategiska riskerna var förändringar i konkurrensen och konsumenternas beteende på olika marknadsområden. De huvudsakliga operativa riskerna inbegrep råvaror, vars tillgänglighet och kvalitet kan variera avsevärt. Dessutom kan spekulationshandel av råvaror orsaka oväntade prisförändringar. Vid hanteringen av risker kopplade till inköp av kafferåvaror följer koncernen de policyer som antagits av styrelsen.

Vid hanteringen av finansiella risker följer koncernen den finanspolicy som antagits av styrelsen. Tillgängligheten av till-

räcklig finansiering för den framtida verksamheten har garanterats genom kreditfaciliteter också i den aktuella soliditetssituationen. Finanspolicyn inbegriper också säkring av valuta- och ränterisker. Den viktigaste av dessa risker är valutarisken kopplad till den amerikanska dollarn, eftersom en avsevärd andel av råvarorna betalas i amerikanska dollar.

Personal

Paulig-koncernens genomsnittliga personalstyrka minskade med 25 personer från föregående år.

Huvuddelen av koncernens 2 115 medarbetare arbetade i Belgien (29 procent), Sverige (23 procent) och Finland (21 procent).

	2019	2018
Genomsnittligt antal anställda	2 115	2 140
Kostnader för löneförmåner, MEUR	132,4	128,5

Innovation och produktutveckling

Pauligs funktion för Strategi, marknadsföring och innovation ansvarar för koncernens innovations- och produktutvecklingsaktiviteter. Innovation och produktutveckling spelar en viktig roll för produktportföljens utveckling och säkerställer en framtida tillväxt. Under året lanserade Paulig flera nya produkter på marknaden under gruppens olika varumärken, inklusive drycker i sortimentet Paulig Cold Brew Sparkling, de kalla kaffedryckerna i produktfamiljen Paulig City Coffee samt Paulig Café Moscow.

Gold&Green utvecklade sitt produktsortiment ytterligare, till exempel Deli Oats som introducerades i Finland i början av 2020. Arbetet för att etablera den växtbaserade produktkategorin internationellt fortlöper.

Under 2019 uppdaterades Risenta-varumärket och dess produkter, och denna förnyelse kommer att synas mot konsumenterna under 2020.

Under Poco Loco-varumärket lanserades chiawraps som en säsongprodukt under grillsäsongen, och två nya Street Food-smaker för måltidspaket utvecklades och lanserades på marknaden: Smoky Chipotle och Chili & Lime.

Produktutvecklingen fokuserades också på uppdatering av befintliga produkter och förbättrade recept. Utöver smaker, innehåll och koncept fokuserar produktutvecklingen också på för-

packningar som måste utvecklas och ha en stark profil för att värdesättas av kunderna.

Under Santa Maria-varumärket lanserades en hållbar tortillaförpackning som ger 35 procent mindre klimatpåverkan jämfört med den tidigare förpackningslösningen. Dessutom förnyades kokosmjölkförpackningarna under Santa Maria-varumärket. Aluminium ersattes av kartong, vilket minskar förpackningens utsläpp av växthusgaser.

Hållbarhet

Pauligs hållbarhetsarbete har en stark koppling till FN:s globala mål för hållbar utveckling och bygger på koncernens värderingar och etiska principer. Pauligs arbete i dessa frågor vägleds av de viktigaste miljöeffekterna i koncernens verksamhet, samt av intressenternas förväntningar.

Eftersom Paulig är ett livsmedelsföretag är de viktigaste hållbarhetsriskerna kopplade till produkternas säkerhet och kvalitet. Att kunna övervaka mänskliga rättigheter och arbetsmiljöfrågor i hela leveranskedjan hör också till de viktigaste utmaningarna, och koncernen lägger särskild vikt vid ledningen och utvecklingen av dessa områden. Klimatförändringar och minskad biologisk mångfald är de största långsiktiga riskerna, särskilt med avseende på odling av klimatkänsliga grödor som kaffe. I vår verksamhet fokuserar vi på att främja hållbara inköp, en resurseffektiv verksamhet och stöd till konsumenterna för miljövänliga val.

År 2019 fastställde Paulig en strategisk ambition att bli en hållbar föregångare i livsmedelsbranschen, och för att klara av detta skapade vi en ny långsiktig hållbarhetsstrategi som ska implementeras som del av vår strategi och verksamhet i alla Pauligs delar och länder. Strategin godkändes av styrelsen för Paulig Ab i februari 2020.

Pauligs hållbarhetsstrategi för 2030 bygger på tre prioriterade FN-mål för hållbar utveckling: Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt, Hållbar produktion och konsumtion samt Kamp mot klimatförändringarna.

Vår hållbarhetsstrategi har tre fokusområden med långsiktiga ambitioner: hälsa och välbefinnande, cirkulär ekonomi och kampen mot klimatförändringar samt rättvisa och inkluderande arbetssätt.

Paulig-koncernens hållbarhetsarbete presenteras mer detaljerat i den separata hållbarhetsrapporten på www.pauliggroup.com/sustainability.

Ledning och revisorer

Vid räkenskapsårets slut hade styrelsen för Paulig Ab sju ledamöter: Sanna Suvanto-Harsaae (ordförande), Robin Hallberg, Christian Köhler, Jukka Moisio, Eduard Paulig, Harri Pulli och Jon Sundén.

Under räkenskapsåret har Jessica Jungell-Michelsson varit observatör i styrelsen.

Koncernens VD är Rolf Ladau.

Koncernens revisionsbolag har varit Ernst & Young Oy med auktoriserad revisor Bengt Nyholm som huvudsaklig revisor.

Aktier

Företagets aktier är uppdelade i A-aktier (487 765 aktier) och B-aktier (15 000 aktier), vilka totalt uppgår till 502 765 aktier. Inga ändringar har ägt rum under räkenskapsåret i detta avseende.

Bolagsordningen innehåller aktieseriespecifika restriktioner som rör rätten till utdelning och företags tillgångar samt en serie-specifik inlösningsklausul.

Styrelsens förslag till vinstfördelning

Den konsoliderade vinsten för räkenskapsåret var 51 616 097,84 MEUR. Moderbolagets utdelningsbara egna kapital uppgick till 183 936 407,25 EUR enligt bokslutet från den 31 december 2019. Styrelsen föreslår att en utdelning på 25,57 EUR per aktie ska betalas ut, vilket totalt uppgår till 12 855 701,05 EUR. Moderbolagets utdelningsbara egna kapital skulle då uppgå till 171 080 706,2 EUR.

Inga grundläggande förändringar i företagets finansiella position har ägt rum sedan räkenskapsårets slut. Likviditeten ligger på en bra nivå, och den föreslagna vinstfördelningen kommer enligt styrelsen inte äventyra företagets soliditet.

Utsikter för innevarande räkenskapsår

Intäkter och nettoresultat förväntas öka under år 2020 från föregående år. Bolaget följer noggrant utvecklingen av Coronaviruset och vidtar nödvändiga åtgärder för de eventuella konsekvenser det kan medföra för verksamheten.

Händelser efter räkenskapsårets slut

Inga betydande händelser har ägt rum efter räkenskapsårets slut.

Finansiell information

Koncernbokslutet för året 2019, är det första som Paulig-koncernen har upprättat i enlighet med internationella IFRS-standarder. För perioder fram till och med året som slutade 2018 upprättade koncernen sitt bokslut i enlighet med finländska redovisningsstandarder (FAS). IFRS fastställer gemensamma regler så att finansiella rapporter kan vara konsekventa, transparenta och jämförbara över hela världen. Det är också en bra grund för enhetliga redovisningsprinciper för en internationell koncern som Paulig. Paulig-koncernens officiella bokslut, inklusive mer detaljerad information om övergången till IFRS och Pauligs redovisningsprinciper, finns tillgängligt på Pauligs webbplats.



Du finner Paulig-koncernens
bokslut 2019
på vår hemsida
www.pauliggroup.com

Koncernens totalresultat

1 000 EURO	2019	2018
Omsättning	921 392	908 246
Övriga rörelseintäkter	16 060	1 424
Material och tjänster	-501 733	-486 949
Personalkostnader	-132 389	-128 456
Avskrivningar och nedskrivningar	-61 846	-43 458
Övriga rörelsekostnader	-164 469	-178 144
Andel av resultat i intresseföretag	-1 657	1 278
Rörelsevinst	75 358	73 941
Finansiella intäkter	8 426	6 810
Finansiella kostnader	-11 939	-9 071
Finansiella kostnader, netto	-3 513	-2 262
Resultat före skatt	71 845	71 679
Inkomstskatter	-20 229	-17 361
Räkenskapsperiodens resultat	51 616	54 319

1 000 EURO	2019	2018
Övrigt totalresultat (OCI)		
Poster som kan komma att omklassificeras till räkenskapsperioden resultat		
Omräkningsdifferenser för utländsk valuta	-1 019	-10 112
Förändring i verkligt värde på säkringsinstrument	2 262	83
Poster som inte kommer att omklassificeras till räkenskapsperioden resultat		
Omvärderingar av förmånsbestämda pensionsplaner	-4 885	-806
Förändring i verkligt värde på egetkapitalinstrument genom övrigt totalresultat	1 012	2 318
Skatteeffekt avseende dessa poster	881	-273
Övrigt totalresultat, efter skatt	-1 749	-8 789
Årets totalresultat	49 867	45 529
Räkenskapsperiodens resultat hänförligt till		
Ägare till moderbolaget	55 381	58 202
Innehav utan bestämmande inflytan	-3 765	-3 884
	51 616	54 319
Årets totalresultat hänförligt till		
Ägare till moderbolaget	53 632	49 413
Innehav utan bestämmande inflytan	-3 765	-3 884
	49 867	45 529

Koncernens balansräkning

1 000 EURO	31 DECEMBER 2019	31 DECEMBER 2018	1 JANUARI 2018
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Goodwill	62 143	68 973	71 085
Immateriella tillgångar	15 113	18 314	19 404
Materiella anläggningstillgångar	306 736	328 411	346 467
Andelar i intressebolag	72 130	75 212	75 461
Övriga fordringar	1 124	2 142	2 944
Långfristiga finansiella tillgångar	56 595	8 791	11 832
Latenta skattetillgångar	5 425	4 185	4 056
Anläggningstillgångar totalt	519 265	506 028	531 250
Omsättningstillgångar			
Varulager	129 972	95 468	102 523
Kundfordringar och övriga fordringar	137 221	142 113	151 331
Övriga rörliga finansiella tillgångar	142 507	149 996	113 746
Skattefordringar	4 681	5 403	3 693
Likvida medel	80 554	61 284	51 361
Omsättningstillgångar totalt	494 934	454 264	422 655
Tillgångar som innehas för försäljning	3 783	4 237	0
Tillgångar totalt	1 017 982	964 529	953 904

1 000 EURO	31 DECEMBER 2019	31 DECEMBER 2018	1 JANUARI 2018
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital			
Aktiekapital	8 204	8 204	8 204
Annat eget kapital	648 386	616 034	585 809
Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare	656 590	624 237	594 012
Innehav utan bestämmande inflytan	-7 439	-3 509	391
Eget kapital totalt	649 150	620 727	594 403
Långfristiga skulder			
Räntebärande skulder	105 496	113 236	124 277
Övriga långfristiga finansiella skulder	129	66	14
Avsättningar	2 478	2 431	2 439
Avsatt för pensioner	25 791	19 539	17 871
Latenta skatteskulder	12 004	12 350	12 204
Långfristiga skulder totalt	145 898	147 623	156 805
Kortfristiga skulder			
Räntebärande skulder	12 851	12 272	11 688
Leverantörsskulder och andra skulder	201 516	182 773	189 747
Skatteskulder	4 317	1 133	1 261
Kortfristiga skulder totalt	218 684	196 178	202 696
Skulder direkt kopplade till tillgångar som innehas för försäljning	4 250	0	0
Skulder totalt	368 832	343 800	359 501
Eget kapital och skulder totalt	1 017 982	964 529	953 904

Koncernens kassaflödesanalys

1 000 EURO	2019	2018
Rörelseverksamhetens kassaflöde		
Resultat före skatt	71 845	71 679
Justeringar 1)	55 988	41 675
Förändring i rörelsekapital:		
Förändring i kundfordringar och övriga fordringar	5 404	4 852
Förändring i lager	-34 525	3 687
Förändring i leverantörsskulder och övriga skulder	23 528	-5 014
Erhållna dividender	1 426	1 526
Ränteintäkter	5 737	4 298
Ränteutgifter	-7 894	-8 324
Övriga finansiella intäkter och kostnader netto	-1 003	2 311
Betald skatt	-16 901	-18 888
Rörelseverksamhetens kassaflöde (A)	103 603	97 801
Kassaflöden från investeringar		
Investeringar i materiella och immateriella tillgångar	-31 324	-29 259
Intäkter från avyttring av materiella tillgångar	21 160	172
Avyttring av andra aktier och andelar	0	275
Erhållna dividender	165	151
Nettokassaflöde från kortfristiga investeringar	-40 549	-31 954
Kassaflöden från investeringar (B)	-50 548	-60 615
Kassaflöden från finansiering 2)		
Ökning (+), minskning (-) i långfristiga fordringar	707	801
Betalda dividender	-21 116	-16 088
Återbetalning av leasingskulder	-13 376	-11 976
Kassaflöden från finansiering C)	-33 785	-27 263
Förändring i kassaflöden (A+B+C)	19 270	9 923
Likvida medel den 1 januari	61 284	51 361
Likvida medel den 31 december	80 554	61 284
Förändring	19 270	9 923

1 000 EURO	2019	2018
1) Justeringar		
Avskrivningar och nedskrivningar	61 846	43 458
Andel av resultat i intresseföretag	1 657	-1 278
Eliminerade kursdifferenser	211	-1 308
Finansiella intäkter och kostnader	3 513	2 262
Övriga justeringar	-11 240	-1 459
Totalt	55 988	41 675

2) Förändringar i skulder till följd av finansieringsverksamhet

Kassaflödet från finansieringsverksamheter består av utbetalda dividender, mottagna betalningar om finansiell leasing och återbetalningar av leasingskulder.



Koldioxidutsläppen från Risentas alla produkter, från gården till butikshyllorna, kompenseras med koldioxidkrediter

som är köpta från två olika projekt, det ena i Peru och det andra i Mexiko.

>> Läs mer om vårt hållbarhetsarbete.



Styrelse



Sanna Suvanto-Harsaae
f. 1966
Ekon.mag.
Styrelseordförande
sedan 2019
Styrelsemedlem
sedan 2008



Robin Hallberg
f. 1974
Tradenom
Styrelsemedlem
sedan 2017



Jessica Jungell-Michelsson
f. 1986
Ekon.mag.
Styrelsens observatör
sedan 2018



Christian Köhler
f. 1958
Dipl.ing.
Ekon.mag.
Styrelsemedlem
sedan 2009



Jukka Moisio
f. 1961
Ekon.mag.
MBA
Styrelsemedlem
sedan 2019



Eduard Paulig
f. 1962
Pol.mag.
Styrelsemedlem
sedan 2016



Harri Pulli
f. 1960
Civilekonom
Styrelsemedlem
sedan 2015



Jon Sundén
f. 1971
AFM
Styrelsemedlem
sedan 2014



Sarah Tähkälä
f. 1969
Jur.kand., VH
Styrelsens sekreterare
sedan 2019

Ledningsgrupp



Rolf Ladau
f. 1967
CEO
Anställd i koncernen
sedan 2018



Tina Andersson*
f. 1969
Direktör, Strategi, marknadsföring
och innovation
Anställd i koncernen
sedan 2016



Peter Denolf
f. 1970
Affärsområdeschef
Handelns egna varumärken
Anställd i koncernen
sedan 2011



Lenita Ingelin
f. 1967
Affärsområdeschef
Finland och Baltikum
Anställd i koncernen
sedan 2013



Roman Ivashko
f. 1969
Affärsområdeschef
Ryssland med omgivande
länder
Anställd i koncernen
sedan 2012



Kaisa Lipponen
f. 1980
Direktör, Kommunikation
och hållbarhet
Anställd i koncernen
sedan 2019



Thomas Panteli
f. 1970
Direktör, Leveranskedja
och inköp
Anställd i koncernen
sedan 2019



Anu Pires
f. 1970
Direktör, HR
Anställd i koncernen
sedan 2018



Henrik Samuelson
f. 1971
Affärsområdeschef
Skandinavien och
Centraleuropa
Anställd i koncernen
sedan 2014

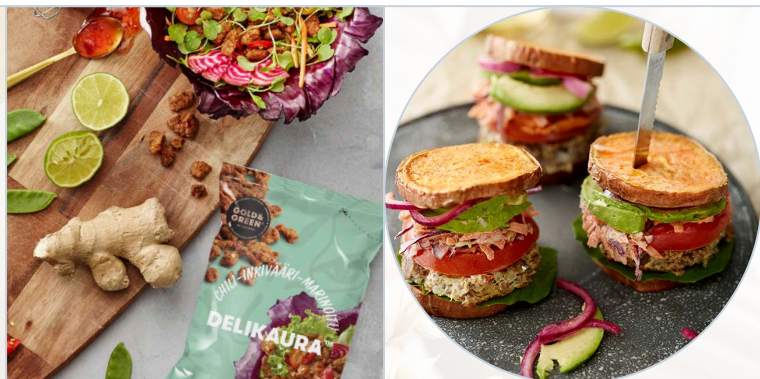


Sarah Tähkälä
f. 1969
Direktör, Juridik
Anställd i koncernen
sedan 2010



Juha Väre
f. 1970
Direktör, Ekonomi och IT
Anställd i koncernen
sedan 2019

* Tina Andersson lämnade Paulig i mars 2020. Paula Backman har utsetts till Chief Marketing Officer (CMO) i mars 2020 och hon börjar i sin nya roll i juni 2020.



Pauligs hela produktportfölj är idag till nästan hundra procent växtbaserad. Med Pulled Oats® växtprotein vill vi uppmuntra konsumenterna till att övergå till en mer vegetabilisk diet som är **bra för både människorna och planeten** utan att pruta på smak eller bekvämlighet.

>> [Läs mer om vårt hållbarhetsarbete.](#)

GOLD&GREEN®
OF HELSINKI






PAULIG
For a life full of flavour.

Paulig Ab
Kommunikation
telefon +358 9 319 81
communications@paulig.com
www.pauligroup.com