

145



Årsberättelse 2021


PAULIG
For a life full of flavour.



For a life full of flavour.



Årsberättelse

Paulig-koncernen i korthet	4
Koncernchefens översikt	6
Fokus på affärsområden	8
Finansiell information	13
Bolagsstyrning	14
Styrelsens verksamhetsberättelse	15
Koncernens totalresultat	18
Koncernens balansräkning	19
Koncernens kassaflödesanalys	20
Styrelse	21
Ledningsgrupp	22
Kontaktuppgifter	23

Paulig-koncernen i korthet



Ett familjeägt bolag
grundat av Gustav Paulig

1876

Löfte

For a life full of flavour.

Omsättning

966,3

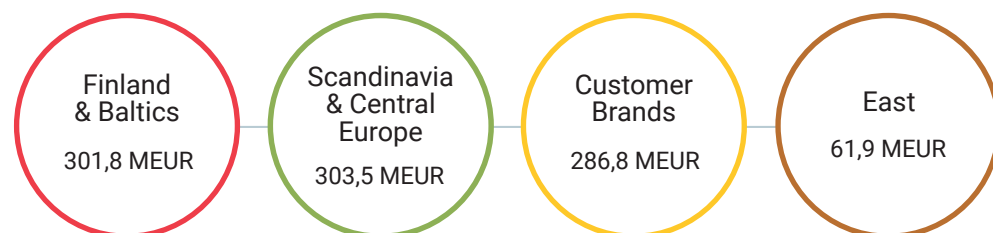
MEUR

Rörelsevinst

95,3

MEUR

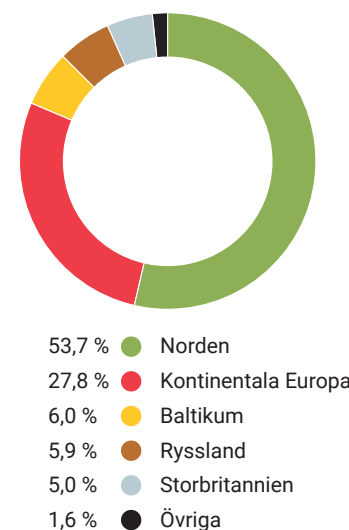
Omsättning per affärsområde



Värderingar



Omsättning per marknadsområde



Varumärken



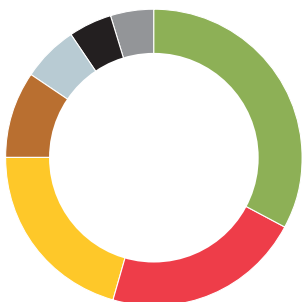
GOLD&GREEN®
OF HELSINKI

Personal

2190

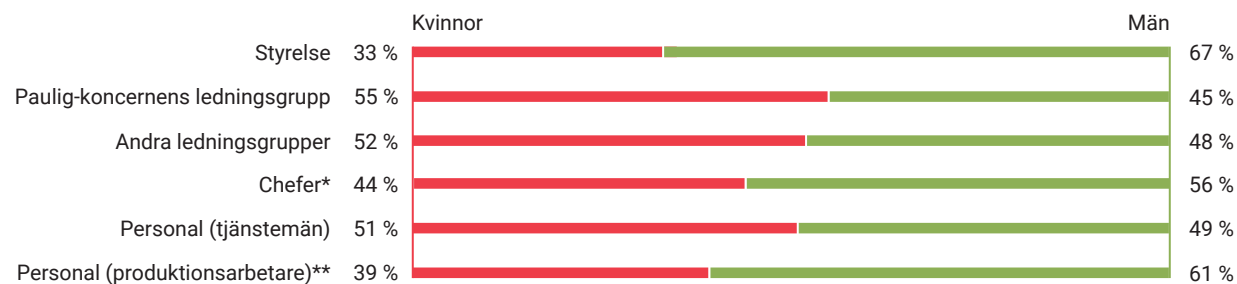
Kvinnor
46 %Män
54 %

Antal anställda per land



32 % ● Belgien
 21 % ● Sverige
 20 % ● Finland
 9 % ● Ryssland
 6 % ● Estland
 5 % ● Storbritannien
 5 % ● Övriga

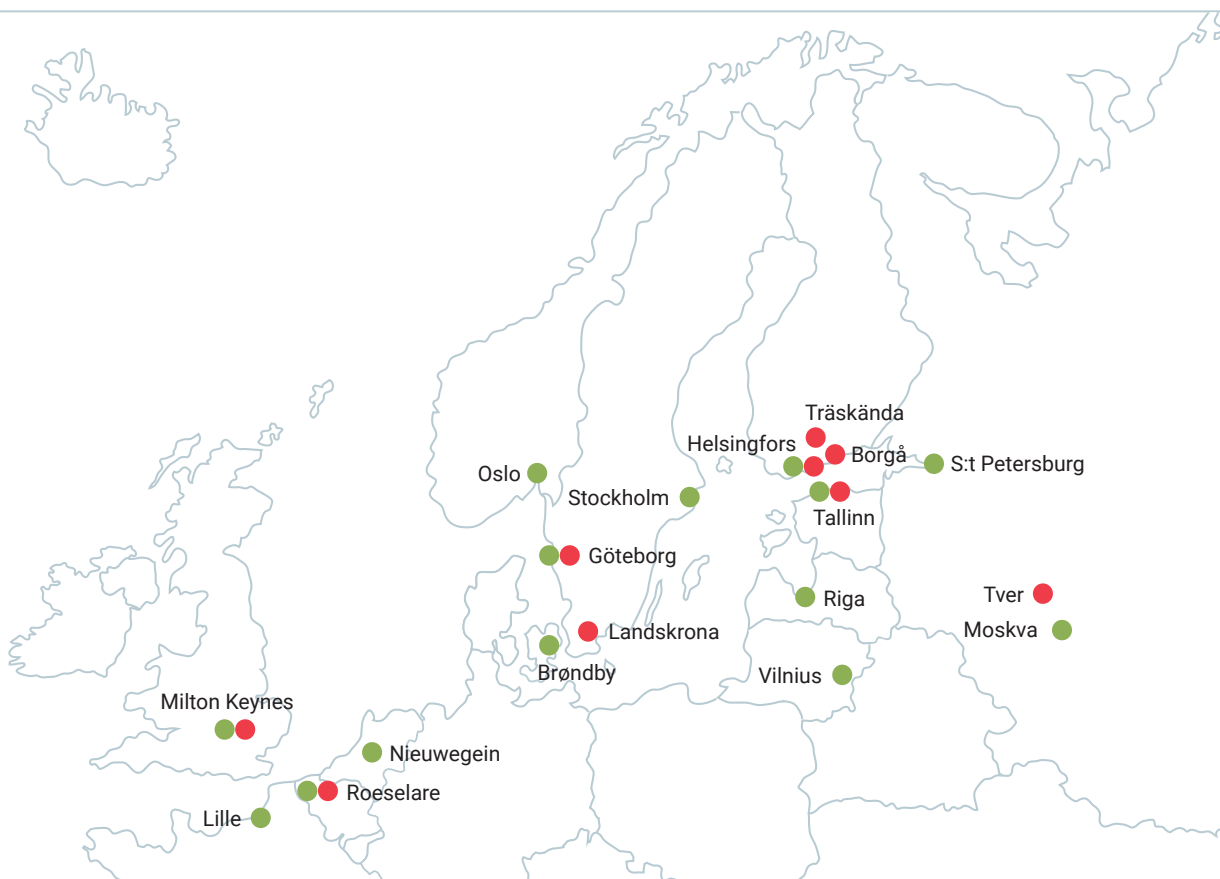
Könsfördelning i Paulig-koncernen 2021



* Chefer som leder ett team ** Produktion-, lager- och restaurangarbetare

Verksamhet i 13 länder

● försäljning
 ● produktion





Koncernchefens översikt

” **Resultatet för 2021 blev det bästa i företagets historia:** bolagets rörelseresultat fortsatte att växa och omsättningen ökade med 5,1 procent. Tillväxt genererades i alla tre huvudkategorier: kaffe, Tex Mex och kryddor. Paulig gjorde också framsteg i sitt ambitiösa hållbarhetsprogram och ytterligare fyra fabriker blev koldioxidneutrala.

Pauligs mål är att bli ett av de snabbast växande livsmedelsföretagen i Europa och en branschledare inom hållbarhet. Stora framsteg mot dessa mål gjordes under 2021: Pauligs omsättning ökade till 966,3 miljoner euro (2020: 919,5) och rörelseresultatet steg till 95,3 miljoner euro (2020: 88,3) vilket var 9,9 procent av omsättningen (2020: 9,6).

Efterfrågan på Tex Mex-produkter var fortsatt hög och vår försäljning i Tex Mex-kategorin växte med 3,6 procent under 2021. Försäljningen av både Santa Maria och handels egna varumärken ökade på alla marknader. Paulig lanserade också det helt nya produktsortimentet Next Mex, baserat på autentiska mexikanska smakupplevelser. Paulig bygger för närvarande en ny tortillafabrik i belgiska Roeselare som fortskrider enligt plan. Investeringen uppgår till 45 miljoner euro och med den nya produktionsanläggningen siktar Paulig på att stärka sin position som marknadsledare inom Tex Mex i Europa. Den nya anläggningen kommer att vara koldioxidneutral från början. Tortillaproduktionen i den nya fabriken kommer att starta under andra kvartalet 2022.

Pauligs starka position i kaffekategorin i Finland och Ryssland förstärktes ytterligare under året och kategorin växte med 8,6 procent. Kaffekategorin återhämtade sig tydligt från 2020 då pandemibegränsningarna påverkade försäljningen i Out of Home-kanalen, som erbjuder produkter och tjänster till restauranger och storkök.

Kaffeverksamheten påverkades av kraftiga kostnadsökningar

inom flera områden. Priserna på råkaffe steg till en aldrig tidigare skådad nivå, och kostnaderna för förpackningsmaterial ökade i likhet med logistik- och energikostnaderna. Dessa ökningarna återspeglades i prisökningar gentemot återförsäljare – men trots denna utveckling kunde Paulig ta volymandelar.

Paulig lanserade flera smakrika kaffesorter under året. Två exempel är Café Singapore i Paulig City Coffee-sortimentet och en ny variant av Presidentti Ruby. Vi lanserade också Jublieums Mocca-kaffet och två nya smaker i små förpackningar.

Projekt för effektivitetsförbättring höjde resultattillväxten Pauligs vinsttillväxt på sista raden drevs av ett viktigt effektivitetsförbättrande projekt inom inköp och leveranskedjan. Dessutom fortsatte hela organisationen arbetet med en strikt kostnadskontroll. Tillväxt möjliggjordes också av One Paulig-affärsmodellen som introducerades för två år sedan, och har ökat den operativa effektiviteten samt fört samman många affärsenheter och funktioner.

Förra årets starka resultat visar att Paulig också kan fungera väl i ett mycket utmanande affärslandskap. Pandemin och de påföljande arbetslivsrelaterade restriktionerna (bland annat distansarbete) gick in i sitt andra år, men trots detta nådde vi rekordresultat.

Förra året firade vi också Pauligs 145:e år som företag. Jubileet kulminerade i en vecka med festligheter. Under de senaste decennierna har Paulig vuxit från att vara en lokal import- och partifirma till ett internationellt livsmedelsföretag. Hemligheten bakom Pauligs långsiktiga framgångar är framförallt kopplad till företagets förmåga att ständigt förnya sig. I decennier har Paulig lyckats vara fortsatt relevanta genom att ständigt förnya sig och analysera vad som sker i omvärlden. Och eftersom vi är ett familjeägt företag med starka värderingar

kan vi också dra nytta av friheten i att kunna se på verksamheten ur ett långsiktigt tillväxtperspektiv.

Pauligs ambitiösa hållbarhetsprogram och dess genomförande återspeglar också Pauligs förmåga att reagera på en affärsmiljö i förändring. Under 2021 fortsatte Paulig att förverkliga de ambitiösa hållbarhetsmålen som baserar sig på FN:s mål för hållbar utveckling.

Pauligs klimatmål är godkända av Science-based Targets Initiative. Målet är en minskning med 80 procent av växthusgasutsläppen i den egna verksamheten och 50 procent av värdekedjans utsläpp fram till 2030, jämfört med 2018 års baslinje. Konkreta resultat kan redan ses: Paulig har minskat utsläppen av växthusgaser i den egna verksamheten med 18 procent och i början av 2022 var redan sex av Pauligs tio fabriker certifierade enligt CarbonNeutral®. År 2022 kopplas företagets interna incitamentssystem också till målet att skapa en koldioxidneutral verksamhet.

Paulig inledde också ett nytt samarbete för ett mer hållbart jordbruk med det svenska lantbrukskooperativet Lantmännen. Samarbetet innebär att svenska bönder kommer att använda ännu mer hållbara odlingsmetoder. Det vetemjöl som används i Sverige för att baka Santa Marias tortillas för den nordiska och baltiska marknaden kommer att få en minskad klimatpåverkan med upp till 30 procent.

Under 2021 etablerades Paulig Nutrition KPI Framework som definierar vad Paulig avser med en produkt som möjliggör människors hälsa. Ramverket används för att utvärdera Pauligs produktportfölj och vägleda bland fokusområden för produktutveckling.

Pauligs säkerhetskultur har gjort tydliga framsteg de senaste fem åren. Våra anställdas hälsa och säkerhet är en av våra huvudprioriteringar och vårt "Yes We Care"-program som fokuse-

rar på att utveckla vår säkerhetskultur har gett fantastiska resultat. Antalet olyckor med förlorad arbetstid minskade med 36 procent förra året och vårt säkerhetsnyckeltal, LTAF, sjönk till 2,4, efter att ha legat på 3,6 ett år tidigare. Vi har förbundit oss till en Zero Accidents-policy och arbetet med att nå dit fortsätter tillsammans med alla medarbetare.

Ny fabrik och förvärv ligger till grund för framtida tillväxt. Paulig strävar efter stark internationell tillväxt, särskilt inom Tex Mex- och kaffekategorierna. I början av 2022 förvärvade vi det spanska snacksföretaget Liven och när vi senare under året öppnar den nya tortillafabriken i Belgien har vi goda förutsättningar att skapa en ökad tillväxt. Paulig förvärvade Liven för att driva tillväxt i Tex Mex- och snacksverksamheterna i Europa. Livens lätttrörliga innovations- och produktionskapacitet stärker Pauligs position som det ledande europeiska Tex Mex-företaget. Liven kompletterar även vårt erbjudande med nya typer av snacks. Dessutom har Paulig ingått ett avtal om att sälja varumärket Gold&Green, immateriella rättigheter och FoU-funktioner för att fokusera på att driva tillväxt inom huvudproduktkategorierna Tex Mex, kaffe, kryddor och snacks.

Jag vill tacka alla medarbetare för deras fantastiska arbete under ett utmanande pandemiår, och våra kunder och partners för ett värdefullt samarbete. ”

Helsingfors, mars 2022



Rolf Ladau, koncernchef, Paulig-koncernen

Paulig strävar efter **stark internationell tillväxt**, särskilt inom Tex Mex- och kaffekategorierna. I början av 2022 förvärvade vi det spanska snacksföretaget Liven och när vi senare under året öppnar den nya tortillafabriken i Belgien har vi goda förutsättningar att skapa en ökad tillväxt.



Fokus på affärsområden

Pauligs mål är att bli ett av de snabbast växande företagen inom livsmedelsbranschen i Europa samt en hållbar föregångare inom branschen. För att kunna vara nära våra kunder och konsumenter har vår verksamhet organiserats i tre geografiska affärsområden: Finland och Baltikum, Skandinavien och Centraleuropa samt Ryssland med omgivande länder. Det fjärde affärsområdet är specialiserat på att betjäna handels egna varumärken.

Affärsområde Finland och Baltikum

Affärsområdets nettoomsättning under 2021 uppgick till 301,8 miljoner euro (285,0). I Finland och Baltikum låg den totala kaffeförsäljningen en aning över föregående år, huvudsakligen tack vare starka resultat i detaljhandelskanalen. Försäljningen i Tex Mex-kategorin växte med 6 procent, Asia-kategorin med 5 procent och kryddor låg på samma nivå som föregående år.

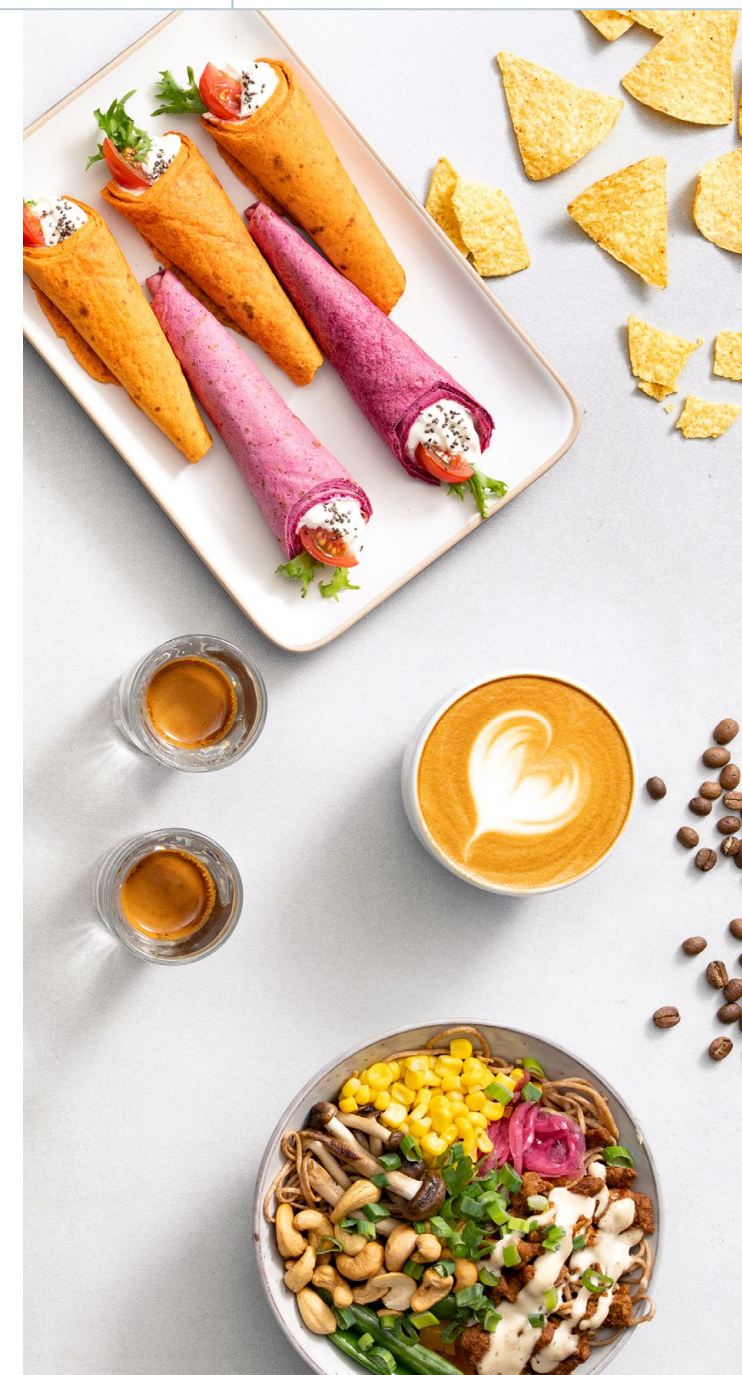
Under 2021 förnyade Paulig det ikoniska Jubileums Mocca-kaffet och presenterade nya smakvarianter och mindre förpackningar på den finska detaljhandelsmarknaden. De välkända Jubileums Mocca-kampanjerna inför mors dag och julhelgen med tillfälliga specialförpackningar genomfördes fortsatt. Dessutom utökades Presidentti-kaffefamiljen med en Ruby-variant, och en ny variant i City Coffee-sortimentet, Café Singapore, lanserades i Finland. I Baltikum lanserades en ny varumärkeskommunikation för kaffekategorin, och sortimentet av Paulig Arabica-kaffeböner utökades på marknaden genom introduktionen av ett nytt Paulig Arabica Selected-kaffe.

År 2021 rankade finska konsumenter återigen Paulig som nummer ett i dryckeskategorin i Sustainable Brand Index, den största varumärkesundersökningen om hållbar utveckling i Europa. Paulig är det ledande kaffemärket i Finland, Estland och

Litauen och bland de fem främsta i Lettland.

Inom livsmedelskategorierna fokuserade Paulig starkt på Tex Mex och lanserade det nya Next Mex-konceptet i detaljhandeln samt grönsakstortillas från Santa Maria för konsumenter och kunder i Finland. I Baltikum lanserades Pulled Oats® ur Gold&Green-sortimentet för Out of Home-kunder. Santa Maria är det ledande varumärket i Tex Mex-segmentet i både Finland och Baltikum. I kryddkategorierna är Santa Maria ett av de mest populära varumärkena i Finland och marknadsledare i Baltikum.

Covid-19-pandemin fortsatte under 2021 och i Foodservice- och Office-sektorerna sjönk försäljningen en aning jämfört med föregående år. Under 2021 fortsatte Paulig att stötta och inspirera sina kunder och organiserade flera framgångsrika onlineevenemang. Dessutom deltog Paulig i en kaffefestival och andra evenemang i livsmedelsbranschen i Baltikum.



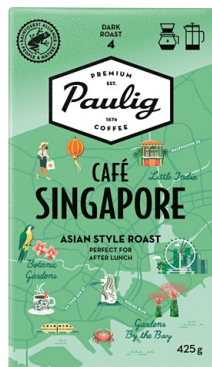
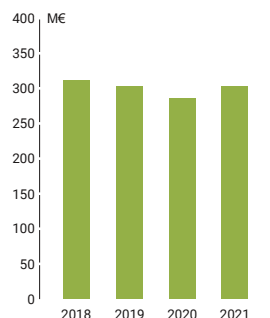
Fakta om affärsområden

Affärsområdeschef:
Lenita Ingelin

Omsättning 2021:
EUR 301,8 miljoner euro

Varumärken:
Paulig, Santa Maria
och Gold&Green

Omsättning



Affärsområde Skandinavien och Centraleuropa

Affärsområdets nettoomsättning under 2021 uppgick till 303,5 miljoner euro (283,2). Trots Covid-restriktioner uppvisade både dagligvaru- och Out of Home-kanalerna stark tillväxt. Tillväxten drevs av Santa Maria-kategorierna (Tex Mex, kryddor, Asia och BBQ) och allra starkast växte Tex Mex-kategorin.

Under året lanserades ett nytt premiumkoncept inom Tex Mex, "Next Mex", på samtliga marknader. Syftet med det nya Next Mex-konceptet är att attrahera nya konsumentgrupper inom kategorin.

Försäljningen inom Out of Home-marknaderna växte totalt med över 20 procent och alla marknader bidrog med en stark tvåsiffrig tillväxt. Inom dagligvaruhandeln växte Norge och export-marknaderna mest, med över 10 procent vardera. Svensk dagligvaruhandel var stabil jämfört med 2020, men försäljning av Santa Maria-varumärket växte med 2 procent.

Santa Maria-varumärket behöll sin starka marknadsposition på alla marknader och i alla segment. Inom Tex Mex stärktes den ledande marknadspositionen i Norge och Benelux-länderna, både i fråga om värde och volym. Marknadsandelarna var stabila i Sverige och Danmark jämfört med 2020.

Ett starkt kommersiellt fokus på varumärket Risenta gav goda resultat under andra halvåret 2021. Den nya listningen hos en stor återförsäljare i Sverige, den nya granolalanseringen samt ett aggressivt program i butik är viktiga byggstenar i vidareutvecklingen av varumärket under 2022.

Satsningen på växtproteinet Gold&Green Pulled Oats® fortsatte i den nederländska dagligvaruhandeln och varumärket lanserades till nya kunder i Out of Home-kanalen. Problem kopplade till produktionen och pandemin begränsade emellertid säljambitionerna.

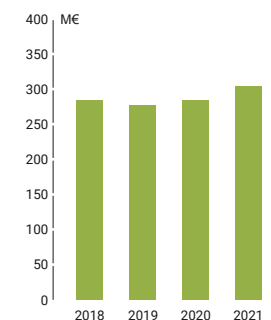
Fakta om affärsområden

Affärsområdeschef:
Henrik Samuelson

Omsättning 2021:
303,5 miljoner euro

Varumärken:
Santa Maria, Risenta
och Gold&Green

Omsättning





Affärsområde för Handelns egna varumärken (Customer Brands)

Affärsområdets nettoomsättning under 2021 uppgick till 286,8 miljoner euro (286,2). Den övergripande finansiella utvecklingen för handelns egna varumärken blev starkare än föregående år. Tack vare anpassningen av kundportföljer till förmån för mer lönsamma avtal nåddes en underliggande säljtillväxt på 3,9 procent. Denna tillväxt motverkades av förluster av mindre lönsamma kunder efter målinriktade prishöjningar.

2021 var ytterligare ett år som påverkades av covid-19 med starkare efterfrågan i detaljhandelsförsäljningen och en avmattning i Out of Home-försäljningen som innebar utmaningar för att balansera tillgång och efterfrågan. Vetetortillas och nachos blev de viktigaste produkterna för omsättningen, men försäljningen av

middagskit ökade också mer än förväntat. Under 2021 lanserades nya grönsakstortillas (morot och rödbeta) på marknaden.

Affärsområdets viktigaste marknader är Frankrike, Tyskland och Storbritannien. Belgien samt länderna i Öst- och Centraleuropa utgör också viktiga och växande marknader.

Produkterna tillverkas på tre produktionsanläggningar, två i Belgien och en i Storbritannien. Under 2021 har vi påbörjat byggnationen av en ny koldioxidneutral tortillafabrik bredvid den befintliga i Belgien. Det är ett projekt värt totalt 45 miljoner euro som syftar till att öka vår tortillaproduktion och introducera nya innovativa produkter på marknaden. Denna investering är den största som Paulig någonsin gjort utanför Finland.



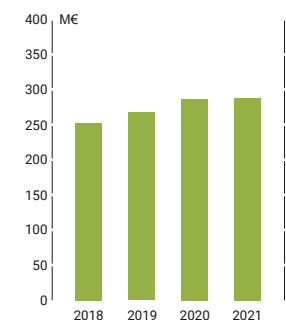
Fakta om affärsområden

Affärsområdeschef:
Arnaud Demoulin

Omsättning 2021:
286,8 miljoner euro

Varumärken:
Poco Loco och
handelns egna
varumärken (EMV)

Omsättning



Affärsområde Ryssland med omgivande länder

Affärsområdets nettoomsättning under 2021 uppgick till 61,9 miljoner euro (54,9 år 2020). Företaget tog under året det strategiska beslutet att fokusera på den växande kaffekategorin i Ryssland. Den lokala strategin för varumärket Santa Maria omvärderades och beslutfattades om att sluta importera Santa Maria-produkter till Ryssland från och med januari 2022.

Rost&Ground-kaffesegmentet fortsatte att växa i affärsområdet under 2021: volymen ökade med 8 procent och värde med 14 procent från föregående år.

Företagets fokus på e-handel, som etablerades 2021, gav fantastiska resultat och kanalens andel ökade med 2 procentenheter bakom massiv penetrations- och synlighetstillväxt. Under 2021 gick affärsområdet över till direktkontrakt med e-handelsaktörer vilket gjorde det möjligt att bibehålla hög lönsamhet i kanalen trots omfattade kampanjer.

Volymtillväxten inom Out of Home-kaffe förstärktes av ett starkt långsiktigt samarbete med McDonald's som är en av våra största kunder, samt ett kontinuerligt utökat samarbete med nya

partner Shell (X5 "retail goes coffee") vilket resulterade i en total ökning av försäljningen jämfört med 2020 trots flera covid-relaterade nedstängningsperioder som allvarligt hämmade Out of Home-trafiken.

Flaggskeppsbutiken Paulig Café&Store i Moskva firade sitt ett-årsjubileum. Caféets Barista Institute blev under året SCA-certifierade.

Kafferosteriet i Tver firade sitt 10-årsjubileum 2021. Sedan den öppnades har fabriken producerat 75 miljoner kilo kaffeprodukter. Under 2021 lanserades framgångsrikt en ny förpackningslinje och en ny linje för transport av kaffeböner.

I mars 2022 meddelade Paulig att företaget lämnar Ryssland.

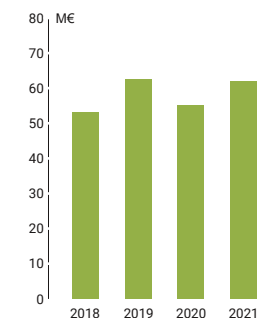
Fakta om affärsområden

Affärsområdeschef:
Olga Svechnikova

Omsättning 2021:
61,9 miljoner euro

Varumärken:
Paulig och
Santa Maria

Omsättning



Finansiell information

Paulig-koncernens officiella bokslut finns tillgängligt på Pauligs webbplats.



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. Styrelsen utvärderar regelbundet sin egen verksamhet samt samarbetet med ledningen.

Mötesordning

Styrelsen sammanträdde under år 2021 sju 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

Styrelsemedlemmar bestämmer om tillsättande av utskott samt deras medlemmar. Utskotten förbereder frågor som kommer till styrelsen för beslut. Paulig Ab:s styrelse har tillsatt en HR-kommitté, en revisionskommitté och en PINC-investeringskommitté.

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 ekono-

miska 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.

Styrelsens rapport för 1 januari–31 december 2021

Under 2021 uppgick Paulig-koncernens omsättning till 966,3 MEUR (919,5 år 2020) vilket motsvarar en ökning på 5,1 procent mot föregående år. Koncernens rörelsevinst uppgick till 95,3 MEUR (88,3), vilket var 9,9 procent (9,6) av omsättningen. Paulig-koncernen har under året haft i genomsnitt 2 190 anställda (2 160).

Förändringar i koncernens struktur under räkenskapsåret

Följande förändringar i koncernens struktur genomfördes under 2021:

- Paulig Coffee Sverige AB slogs samman med Santa Maria AB
- Risenta AB slogs samman med Santa Maria AB
- Euroleasing Ab delades upp i två nyupprättade företag: Euroleasing Ab och Nissen Invest Ab

Omsättning

Under 2021 uppgick Paulig-koncernens omsättning till 966,3 MEUR (919,5) vilket motsvarar en ökning på 5,1 procent mot föregående år. Försäljningen i detaljhandelskanalen fortsatte att växa och en tydlig förbättring i Out-of-home-kanalen märktes jämfört med den värsta covid-19-nedgången under föregående år. De viktigaste drivkrafterna för tillväxt var kaffe-, Tex Mex- och smaksättningskategorierna.

Av Paulig-koncernens totala omsättning på 966,3 MEUR kommer 54 procent från Norden och 46 procent från andra länder. Affärsområdet Finland och Baltikum stod för 31 procent av den

OMSÄTTNING (MEUR)

	2021	2020	FÖRÄNDRING
Finland och Baltikum	301,8	285,0	5,9 %
Skandinavien och Centraleuropa	303,5	283,2	7,2 %
Handels egna varumärken	286,8	286,2	0,2 %
Ryssland med omgivande länder	61,9	54,9	12,8 %
Övriga	12,3	10,2	19,7 %
Totalt	966,3	919,5	5,1 %

externa omsättningen, Skandinavien och Centraleuropa för 31 procent, Handels egna varumärken för 30 procent, Ryssland med omgivande länder för 6 procent och övriga 1 procent.

Räkenskapsårets resultat

Koncernens rörelsevinst uppgick till 95,3 MEUR (88,3), och relationen till omsättningen var 9,9 procent (9,6).

Det konsoliderade resultatet för räkenskapsåret, 85,3 MEUR (66,7), inkluderar 4,7 MEUR (8,6) i vinst från fastighetsförsäljning kopplad till försäljning av mark i Nordsjö. Avskrivningar och nedskrivningar uppgick till 42,1 MEUR (49,6). Intressebolagets (Fuchs Group) bidrag till det konsoliderade resultatet var 4,0 MEUR (8,7).

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 86,2 MEUR (117,3). Koncernens soliditet låg på en bra nivå under hela året.

Investeringar

Investeringarna under räkenskapsåret uppgick totalt till 46,7 MEUR (36,7). De viktigaste investeringarna var kopplade till byggnationen av en ny Tex Mex-produktionsanläggning i Belgien.

Risker

I sin riskhantering följer Paulig-koncernen riskhanteringspolicyn 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 tillgänglig-

NYCKELINDIKATORER FÖR PAULIG-KONCERNENS FINANSIELLA STATUS OCH RESULTAT

	2021	2020	2019
Omsättning, MEUR	966,3	919,5	921,4
Övriga rörelseintäkter, MEUR	9,8	9,8	16,1
Andel av resultat i intressebolag, MEUR	4,0	8,7	-1,7
Rörelsevinst, MEUR	95,3	88,3	75,4
Rörelsevinst, procent av omsättning	9,9	9,6	8,2
Rörelsevinst före avskrivningar, nedskrivningar och nedskrivningar, MEUR	137,5	137,8	137,2
Nettovinst för räkenskapsåret, MEUR	85,3	66,7	51,6
Eget kapital, MEUR	735,6	691,1	649,2
Avkastning på eget kapital, procent	12,0	10,0	8,1
Soliditet, procent	62,4	63,9	64,0
Likvida medel, MEUR	140,6	83,1	80,6
Räntebärande skulder, MEUR	157,8	122,0	118,3
Investeringar under räkenskapsåret, MEUR	46,7	36,7	31,3

het 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 tillräcklig 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 ökade med 30 personer från föregående år. Huvuddelen av koncernens 2 190 medarbetare arbetade i Belgien (32 procent), Sverige (21 procent) och Finland (20 procent).

PERSONAL

	2021	2020	2019
Genomsnittligt antal anställda	2 190	2 160	2 115
Kostnader för löneförmåner, MEUR	143,6	137,1	132,4

Innovation och produktutveckling

Pauligs marknadsförings- och innovationsfunktion ansvarar för koncernens innovations- och produktutvecklingsaktiviteter. Innovation och produktutveckling spelar en viktig roll för produktportföljens utveckling och säkerställer en framtida tillväxt.

Under räkenskapsåret skapades en ny innovationsmodell för Paulig. Innovation är en viktig framgångsfaktor för att skapa tillväxt, och den nya One Paulig-innovationsmodellen gör det möjligt att återta innovationsledarskapet. Målet är att initiera en förändring i Pauligs innovationskultur och bli djärvare, snabbare och mer fokuserade på att utveckla nya produkter och tjänster.

Paulig lanserade under 2021 flera nya produkter på marknaden under koncernens olika varumärken.

Santa Maria lanserade ett nytt Tex Mex-koncept: Next Mex. Sortimentet innehåller läckra kryddpastor, en rad salsor, en utsökt majonnäs och en tortilla med precis rätt storlek och textur. Next Mex-konceptet erbjuder variation och gör det enkelt att skapa en restaurangkänsla i hemmet med nya och mognare smaker. En annan viktig Santa Maria-lansering var morots- och rödbetstortillas som består av 30 % grönsaker och är ett bra alternativ för en hälsosammare tacomiddag.

Paulig City Coffee-sortimentet fick stöd av en ny Singapore City Coffee-lansering i Finland och en Rainforest Alliance-certifierad kaffeserie i Ryssland. Presidentti-kaffefamiljen utökades med Ruby-variant i Finland. Nyheter presenterades också i Juhla Mokka-kaffefamiljen. Paulig lanserade det ursprungliga Juhla Mokka-kaffet och två nya smaker, Juhla Mokka Silkkinen (silkeslent) och Juhla Mokka Samettinen (sammetslent) i små förpackningar. Juhla Mokka fortsatte också med de välkända kampanjerna inför mors dag och julhelgen. I de baltiska länderna lanserades en ny varumärkeskommunikation.

Paulig Frezza-produktfamiljen med kyllda drycker utökades med den nya smaken Crazy Banana. Förutom Santa Maria lanse-rades nya morots- och rödbetstortillas också under varumärket Poco Loco. I smaksättningskategorin lanserade Santa Maria en saffranspasta för den svenska marknaden som gör det enklare för konsumenterna att baka supergoda, fluffiga saffransbullar hemma. En pepparkakskryddblandning med apelsinsmak lanse-rades också – lagom till jul! Varumärket Risenta fortsatte med sortimentsuppdateringen för bättre lönsamhet och lanserade även två nya artiklar i sortimentet av sesamkakor (jordnötter och mandel). Gold&Green Deli Oats-familjen kompletterades med en Deli Oats-variant med svamp- och tryffelsmak.

Value engineering och produktionsprocessoptimering imple-menterades i alla produktsegment. Utvecklingen av produktinne-håll och koncept fokuserade också på att skapa nya, hållbara för-packningar.

Under verksamhetsåret gjorde Pauligs riskkapitalgren PINC investeringar i två nystartade företag, Carrot Kitchen och Melt&Marble. Carrot Kitchen är en pedagogisk och inspirerande matlag-ningsapp för barn. Melt&Marble har utvecklat jäst som en produk-tionsplattform för smakrika och hållbara matfetter till växtbase-rade livsmedel.

Hållbarhet

Paulig-koncernen strävar efter att vara en föregångare inom hållbarhet i livsmedelsbranschen. Hållbarheten genomsyrar Paulig-kultu-ren och återspeglas i värderingarna och de etiska principerna. Håll-barheten är också integrerad i affärsstrategin och verksamheten.

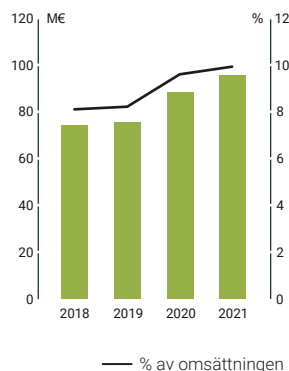
Pauligs hållbarhetsarbete vägleds av Pauligs hållbarhetsstrategi för 2030 som godkändes av styrelsen för Paulig Ab i februari 2020. Strategin bygger på tre prioriterade FN-mål för hållbar utveckling och FN:s vägledande principer för företag och mänskliga rättighe-ter. Pauligs tre fokusområden med långsiktiga ambitioner är hälsa och välbefinnande, cirkulär ekonomi och kampen mot klimatför-ändringar samt rättvisa och inkluderande arbetssätt. Pauligs påver-kan och intressenternas förväntningar återspeglas i strategin.

År 2021 godkändes en ny styrmodell för hållbarhet som forma-liserar rollerna och ansvaret för åtgärdsstyrning och rapporte-ringsmetoder, vilket främjar implementeringen av strategiska håll-barhetsinitiativ och säkerställer ansvarsskyldighet. För att säkerställa att hållbarhetsprogrammet är uppdaterat och att fokus ligger på rätta saker behöver arbetssättet ses över regel-bundet. Den strategiska hållbarhetsutvecklingsprocess Paulig utvecklade 2021 avgör hur man övervakar och utvärderar förvänt-ningarna från olika intressentgrupper och effekterna av globala trender och externa faktorer på hållbarhetsprogrammet. De stra-tegiska hållbarhetsinitiativen för 2022–2024 uppdaterades, inte-grerades i affärsstrategin och godkändes av styrelsen.

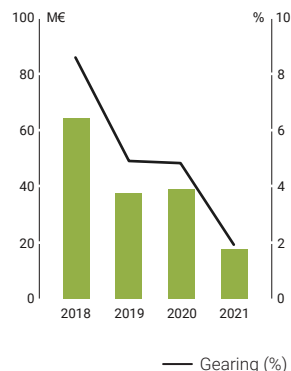
Paulig gjorde under 2021 goda framsteg mot hållbarhetsambi-tionerna och genomförandenivån för de strategiska hållbarhetsini-tiativen låg som planerat.

Klimatförändringarna är de viktigaste långsiktiga hållbarhets-riskerna för Paulig, och Pauligs klimatmål harmoniserar med färd-planen mot en global uppvärmning på 1,5 °C och har godkänts av Science Based Target Initiative. Pauligs största klimatpåverkan sker inom värdekedjan. Klimatrelaterade risker och effekter lind-ras genom generell riskhantering och strategiska hållbarhetsini-tiativ. I slutet av år 2021 var fem av tio Paulig-fabriker certifierade som koldioxidneutrala. Ett samarbete med Lantmännen inleddes för att implementera klimatsmart växtnäring och precisionsodling i syfte att minska koldioxidutsläppen från Santa Maria-tortillans råvara, vete. En undersökning av möjligheterna att i framtiden minska utsläppen från kaffevärdekedjan genomfördes också.

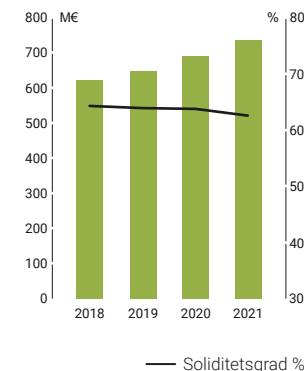
Rörelsevinst



Nettoskuld



Eget kapital



Paulig utvecklar ständigt processer och arbetssätt för att säkerställa respekt för mänskliga rättigheter både i den egna verksamheten och genom hela värdekedjan. Under 2021 fortsatte Paulig att offentligt efterlysa EU-överskridande lagstiftning om obligatoriska risk- och konsekvensanalyser för mänskliga rättigheter och miljö och att implementera färdplanen för externa verifieringar av viktiga kryddor.

Mer information om Pauligs hållbarhetsarbete publiceras i årsberättelsens hållbarhetsavsnitt.

Ledning och revisorer

Vid räkenskapsårets slut hade styrelsen för Paulig Ab sju ledamöter: Jukka Moisio (ordförande), Mathias Bergman, Christian Köhler, Eduard Paulig, Heikki Takala, Petra Teräsaho och Christina Wergens.

Heikki Takala valdes in som ny styrelseledamot i april 2021.

Peter Rikberg fortsatte som observatör i styrelsen.

Koncernens VD är Rolf Ladau.

Koncernens revisionsbolag har varit Ernst & Young Ab med auktoriserad revisor Terhi Mäkinen 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 seriespecifik inlösningsklausul.

Styrelsens förslag till vinstfördelning

Den konsoliderade vinsten för räkenskapsåret var 85 308 871,95 EUR. Moderbolagets utdelningsbara egna kapital uppgick till 359 634 293,50 EUR enligt bokslutet från den 31 december 2021. Styrelsen föreslår att en utdelning på 54,00 EUR per aktie ska betalas ut, vilket totalt uppgår till 27 149 310,00 EUR, och att bolagsstämman godkänner styrelsen att besluta under år 2022 om utbetalning av en extra utdelning högst 17,40 EUR per aktie, vilket totalt uppgår till 8 748 111,00 EUR. Moderbolagets utdelningsbara egna kapital skulle då uppgå till 323 736 872,50 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

Omsättningen förväntas öka under 2022 på grund av prisökningar relaterade till höjda råvarupriser.

Händelserna i Ukraina ökar riskerna och osäkerheten relate-

rade till räkenskapsåret 2022. Nettoresultatet förväntas bli lägre än föregående år på grund av detta och företaget övervakar situationen mycket noggrant.

Företaget fortsätter övervaka också covid-19-pandemin noggrant och vidtar förebyggande åtgärder mot eventuell påverkan på verksamheten.

Händelser efter räkenskapsårets slut

I januari 2022 slutförde Paulig förvärvet av det spanska snacksföretaget Liven, S.A. för att påskynda tillväxten inom Tex Mex- och snackskategorierna. Inga andra betydande händelser har ägt rum efter räkenskapsårets slut.

Paulig planerar också att lämna Gold&Green växtbaserad protein verksamhet. Paulig har sålt sitt Gold&Green varumärke, immateriella rättigheter och R&D-funktionen relaterade till detta och inlett samarbetsförhandlingarna med de anställda på Gold&Green Foods Oy.

I mars 2022 inledde Paulig processen att dra sig ur sin verksamhet i Ryssland.

Koncernens rapport över totalresultat

1 000 EURO	2021	2020
Nettoomsättning	966 318	919 532
Övriga rörelseintäkter	9 777	9 762
Material och tjänster	-532 500	-489 964
Personalkostnader	-143 621	-137 094
Avskrivningar och nedskrivningar	-42 142	-49 555
Övriga rörelsekostnader	-166 541	-173 167
Andel av resultat i intresseföretag	4 031	8 750
Rörelseresultat	95 322	88 264
Finansiella intäkter	20 711	10 108
Finansiella kostnader	-9 124	-11 630
Finansnetto	11 587	-1 522
Resultat före skatt	106 909	86 743
Inkomstskatter	-21 600	-20 060
Årets resultat	85 309	66 683

1 000 EURO	2021	2020
Övrigt totalresultat		
Poster som kommer att omklassificeras till resultatet		
Omräkningsdifferenser	-3 928	3 330
Förändring i verkligt värde på säkringsinstrument	-18 266	-581
Poster som inte kommer att omklassificeras till resultatet		
Omvärderingar av förmånsbestämda pensionsplaner	1 006	-1 550
Förändring i verkligt värde på egetkapitalinstrument genom övrigt totalresultat	2 000	1 451
Inkomstskatt hänförlig till posterna ovan	-642	110
Övrigt totalresultat, efter skatt	-19 830	2 760
Årets totalresultat	65 479	69 442
Årets resultat hänförligt till		
Moderbolagets ägare	85 309	66 683
	85 309	66 683
Årets totalresultat hänförligt till		
Moderbolagets ägare	65 479	69 442
	65 479	69 442

Koncernens rapport över finansiell ställning

1 000 EURO 31 DECEMBER 2021 31 DECEMBER 2020

TILLGÅNGAR

Anläggningstillgångar

Goodwill	63 097	64 107
Immateriella tillgångar	9 231	11 080
Materiella anläggningstillgångar	310 771	308 095
Andelar i intressebolag	72 841	71 681
Övriga långfristiga fordringar	2 202	1 980
Långfristiga finansiella tillgångar	57 914	48 300
Uppskjutna skattefordringar	8 035	7 984
Totala anläggningstillgångar	524 093	513 229

Omsättningstillgångar

Varulager	142 691	134 984
Kundfordringar och övriga fordringar	151 206	134 520
Övriga finansiella tillgångar	210 862	208 414
Aktuell skattefordran	6 638	7 343
Likvida medel	140 551	83 149
Totala omsättningstillgångar	651 948	568 411

Tillgångar som innehas för försäljning	2 337	724
--	-------	-----

Totala tillgångar	1 178 378	1 082 364
--------------------------	------------------	------------------

1 000 EURO 31 DECEMBER 2021 31 DECEMBER 2020

EGET KAPITAL OCH SKULDER

Eget kapital

Aktiekapital	8 204	8 204
Övrigt kapital	727 392	682 930
Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare	735 596	691 133
Eget kapital totalt	735 596	691 133

Långfristiga skulder

Räntebärande skulder	147 366	109 803
Övriga långfristiga finansiella skulder	505	196
Avsättningar	3 501	3 559
Avsättningar för pensioner	30 279	30 152
Uppskjuten skatteskuld	17 241	11 634
Långfristiga skulder totalt	198 892	155 343

Kortfristiga skulder

Räntebärande skulder	10 444	12 195
Leverantörsskulder och övriga skulder	226 855	208 701
Aktuell skatteskuld	6 590	10 742
Kortfristiga skulder totalt	243 890	231 638

Skulder direkt kopplade till tillgångar som innehas för försäljning	0	4 250
---	---	-------

Skulder totalt	442 782	391 231
-----------------------	----------------	----------------

Eget kapital och skulder totalt	1 178 378	1 082 364
--	------------------	------------------

Koncernens rapport över kassaflöden

1 000 EURO	2021	2020
Kassaflöde från den löpande verksamheten		
Resultat före skatt	106 909	86 743
Justeringar 1)	-1 323	37 363
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital:		
Förändring av rörelsefordringar	-17 297	2 828
Förändring av varulager	-7 707	-5 012
Förändring av rörelseskulder	14 214	7 250
Erhållen utdelning	2 870	9 199
Erhållen ränta	10 745	6 403
Erlagd ränta	-7 126	-7 321
Övriga finansiella intäkter och kostnader netto	4 921	-1 462
Betald inkomstskatt	-20 050	-18 711
Kassaflöde från den löpande verksamheten (A)	86 157	117 279
Kassaflöde från investeringsverksamheten		
Förvärv av materiella och immateriella tillgångar	-46 700	-36 674
Avyttring av materiella tillgångar	15 157	16 721
Investeringar i andra investeringar (dotterförvärv)	0	-7 063
Erhållen utdelning	1 217	176
Nettokassaflöde från kortfristiga investeringar	-11 663	-49 453
Kassaflöden från investeringsverksamheten (B)	-41 989	-76 293
Kassaflöden från finansieringsverksamheten 2)		
Ökning (-), minskning (+) av långfristiga fordringar	399	-879
Betald utdelning	-21 016	-20 397
Intäkter från upplåning	50 000	0
Amortering av leasingskulder	-18 220	-16 474
Kassaflöden från finansieringsverksamheten (C)	11 163	-37 750

1 000 EURO	2021	2020
Årets kassaflöde (A+B+C)	55 331	3 235
Likvida medel den 1 januari	83 149	80 554
Netto omräkningsdifferens	2 071	-640
Likvida medel den 31 december	140 551	83 149
Förändring	55 331	3 235
1) Justeringar		
Avskrivningar och nedskrivningar	42 142	49 555
Andel av resultat i intresseföretag	-4 031	-8 750
Kursdifferenser	313	-867
Finansiella intäkter och kostnader	-11 587	1 522
Övriga justeringar	-28 160	-4 098
Totalt	-1 323	37 363

2) Förändringar i skulder till följd av finansieringsverksamhet

Kassaflöden från finansieringsverksamheten består av betalda utdelningar, erhållna betalningar från finansiell leasing och amortering av leasingskulder.

Styrelse



Jukka Moisio
f. 1961
Ekon.mag.
MBA
Styrelseordförande
sedan 2020
Styrelsemedlem
sedan 2019



Mathias Bergman
f. 1956
FD
Styrelsemedlem
sedan 2020



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



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



Peter Rikberg
f. 1982
Jur.mag.
Styrelsens observatör
sedan 2020



Heikki Takala
f. 1966
Ekon.mag
Styrelsemedlem
sedan 2021



Petra Teräsaho
f. 1966
Ekon.mag
Styrelsemedlem
sedan 2020



Christina Wergens
f. 1969
Ekon.mag
Styrelsemedlem
sedan 2020



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

Ledningsgrupp



Rolf Ladau
f. 1967
Koncernchef
Anställd i koncernen
sedan 2018



Paula Backman
f. 1975
Direktör, Marknadsföring
Anställd i koncernen
sedan 2020



Arnauld Demoulin
f. 1971
Affärsområdeschef
Handelns egna varumärken
Anställd i koncernen
sedan 2020



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



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



Olga Svechnikova
f. 1971
Affärsområdeschef
Ryssland med
omgivande länder
Anställd i koncernen
sedan 2020



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



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



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