

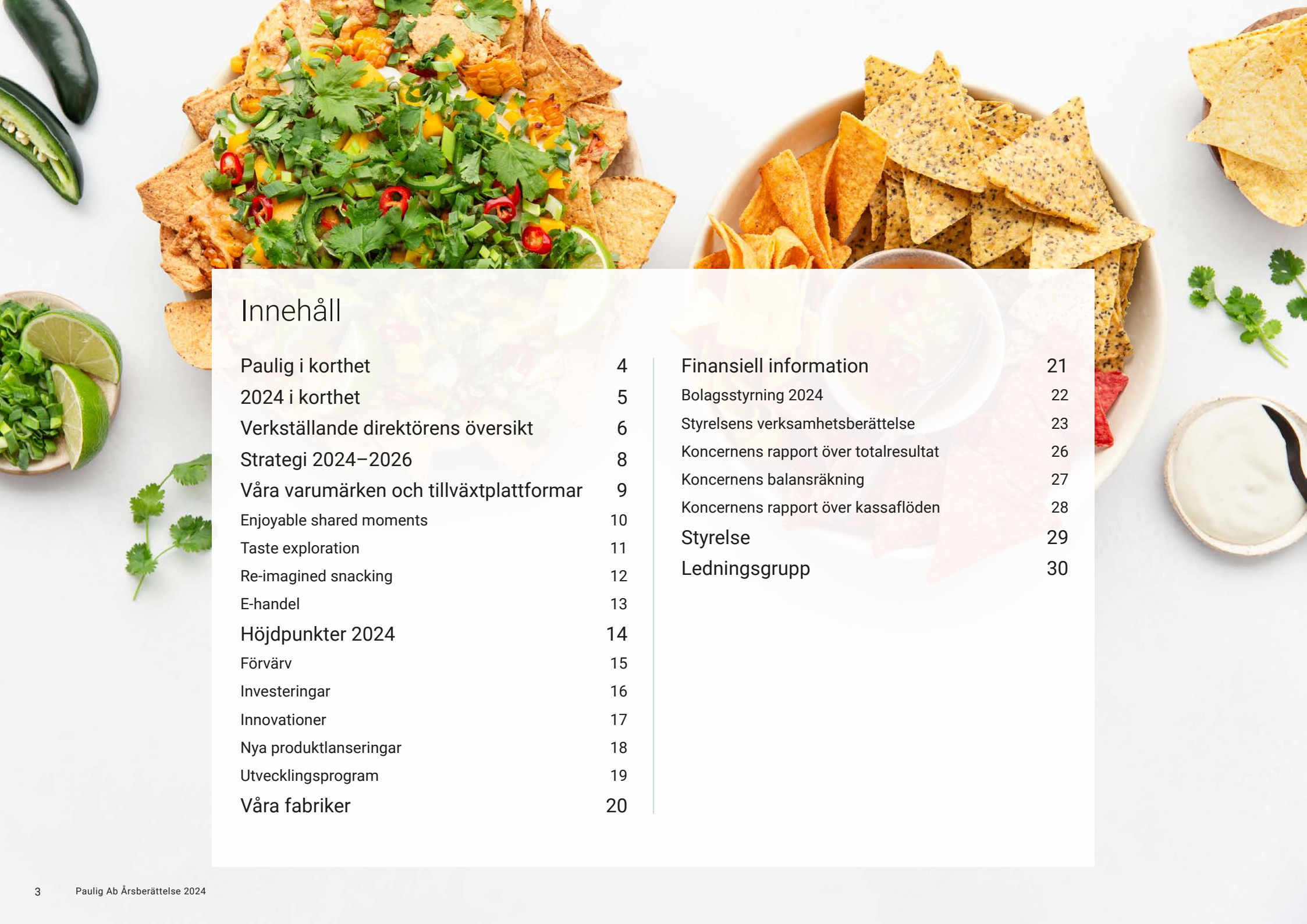


# Årsberättelse 2024



A top-down view of a meal on a light-colored surface. In the upper center is a small bowl of sliced cucumbers with red chili and sesame seeds. To the right is a plate of yakisoba with a dark sauce, drizzle, and green onions. In the lower center is a large bowl of ramen with noodles, mushrooms, carrots, and leafy greens. A sprig of green basil is in the top right corner.

*For a life full of flavour.*



## Innehåll

Paulig i korthet	4
2024 i korthet	5
Verkställande direktörens översikt	6
Strategi 2024–2026	8
Våra varumärken och tillväxtplattformar	9
Enjoyable shared moments	10
Taste exploration	11
Re-imagined snacking	12
E-handel	13
Höjdpunkter 2024	14
Förvärv	15
Investeringar	16
Innovationer	17
Nya produktlanseringar	18
Utvecklingsprogram	19
Våra fabriker	20

Finansiell information	21
Bolagsstyrning 2024	22
Styrelsens verksamhetsberättelse	23
Koncernens rapport över totalresultat	26
Koncernens balansräkning	27
Koncernens rapport över kassaflöden	28
Styrelse	29
Ledningsgrupp	30

## Paulig i korthet

### Nästan 150 år av ett liv fullt av smak

Pauligs historia började 1876 när Gustav Paulig öppnade sin butik i Helsingfors, där han sålde kaffe, kryddor och andra varor. Under de följande årtiondena har Paulig utvecklats från ett kaffehus till ett internationellt livsmedels- och dryckesföretag. Vårt starka arv har gjort oss till det vi är idag – passionerade smakexperter som alltid vill upptäcka och skapa nya smaker och dela med oss av dem.



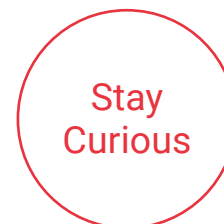
### Syfte

*For a life full of flavour.*

### Varumärken

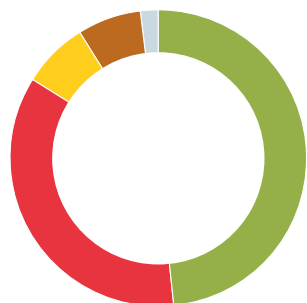


### Värderingar



## 2024 i korthet

### Omsättning per marknadsområde



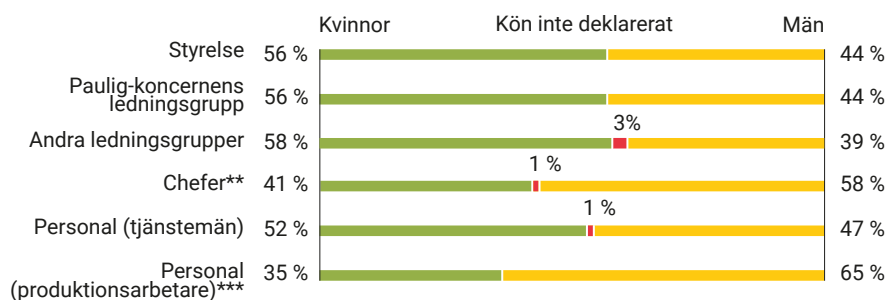
- 48,5 % Norden
- 35,4 % Kontinentaleuropa
- 7,4 % Storbritannien och Irland
- 6,9 % Baltikum
- 1,8 % Övriga länder

### Medarbetare per land



- 34 % Belgien
- 18 % Sverige
- 15 % Finland
- 14 % Spanien
- 8 % Storbritannien
- 6 % Estland
- 5 % Övriga

### Könsfördelning efter befattning 2024\*



\*Situation 31.12.2024

\*\*Chefer som leder ett team

\*\*\*Produktion-, lager- och restaurangarbetare

### Omsättning

1 199 MEUR

### Rörelseresultat

77,6 MEUR

### Medarbetare

2 374

Kvinnor\*  
43 %

Män\*  
56 %

Kön inte deklarerat  
1 %

\*Situation 31.12.2024

### 13 länder med operationell verksamhet



### Omsättning per affärsområde

Branded  
710,0 MEUR

Customer Brands  
482,2 MEUR

## Verkställande direktörens översikt



“ 2024 var ett starkt år för Paulig, präglad av en framgångsrik anpassning på en dynamisk och utmanande marknad. Vår omsättning nådde sin högsta nivå någonsin och ökade med 2,7 % till 1,2 miljarder euro jämfört med föregående år, med en jämförbar EBITDA på 123,0 MEUR. Rörelsevinsten uppgick till 77,6 MEUR, vilket motsvarar 6,5 % av omsättningen. Detta återspeglar styrkan i Pauligs varumärken och private label-verksamhet samt kundernas och konsumenternas förtroende för våra produkter. Vi levererade framgångsrikt på vår tillväxtstrategi och skapade starka förutsättningar för lönsam tillväxt i en bransch med hög konkurrens.

Marknadssituationen är fortsatt utmanande, särskilt med tanke på volatiliteten i råkaffepreiser under året och en kraftig prisökning under fjärde kvartalet, tillsammans med geopolitisk instabilitet. Trots marknadsförhållandena har vi skapat en solid grund för en fortsatt lönsam och hållbar tillväxt.

Vår strategi, som utgår från visionen att göra populära matkulturer mer tillgängliga, gör det möjligt för oss att skala upp olika trender och göra det enklare för våra konsumenter att njuta av dem hemma eller på restaurang. Det ger oss också flexibiliteten att expandera till nya produktkategorier samtidigt som vi fortsätter att stärka vår kärnverksamhet och öka framgången för våra varumärken. Vår ambition är fortfarande densamma: att vara ett av de snabbast växande livsmedels- och dryckesföretagen i Europa och en hållbar föregångare i branschen.

### En ny struktur för att möjliggöra snabbare tillväxt

För att anpassa oss till våra tillväxtambitioner införde vi 2024 en ny organisationsstruktur, som är utformad för att optimera resursfördelningen, stärka kritiska kapaciteter och effektivisera beslutsfattandet. Den nya organisationsstrukturen har redan visat resultat, vilket gör att vi kan arbeta smartare och fokusera

på att leverera värde till våra kunder och konsumenter. Med denna hörnsten på plats är vi väl positionerade för att accelerera genomförandet och uppnå ännu starkare volymtillväxt.

Efter omstruktureringen delades Pauligs försäljning upp i två affärsområden: Branded och Customer Brands. Affärsområdet Branded omfattar Pauligs egna varumärken, såsom Santa Maria och Paulig, medan Customer Brands fokuserar på handelns egna varumärken och industrikunder. Branded stod för 59 % av omsättningen 2024, till följd av ökade försäljningsvolymerna, och visade en återhämtning i detta segment jämfört med föregående år. Affärsområdet Customer Brands består av handelns egna varumärken samt utvalda value brands.

### Expansion inom World Foods och det asiatiska köket

En del av tillväxten för 2024 kom från strategiska förvärv. I oktober förvärvade vi Panesar Foods, en brittisk tillverkare av såser, salsa och smaksättningar, för att accelerera tillväxten i World Foods-kategorin. I december meddelade vi att vi förvärvat Conimex, ett ledande holländskt varumärke från Unilever. Förvärvet kommer att stärka vår närvaro inom den asiatiska kategorin i Nederländerna och Belgien. Tillsammans med Panesar Foods produktionskapacitet är vi nu redo att trappa upp den asiatiska kategorin och förverkliga vår vision.

### Innovation driver populär matkultur

Att möta konsumenternas behov och forma populära matkulturer kräver ständig innovation. Under det senaste året har vi lanserat över 60 nya produkter, bland annat toppingsåser inom kategorierna Tex Mex och Asia, kaffesorten Café Napoli City och ett nytt sortiment av koreanska produkter som är skraddarsytt för Out Of Home-marknaden. Dessutom förbättrade vi cirka 350 befintliga produkter för att hålla vår portfölj konkurrenskraftig och i linje med förändrade konsumentkrav.

### Investering i framtida tillväxt

Investeringar i produktion och innovation har varit avgörande för vår framgång. En av årets höjdpunkter inkluderar utvecklingen och uppstarten av en ny produktionslinje för högkvalitativa tomatbaserade salsor och såser i Estland för varumärket Santa Maria. I Spanien färdigställde vi vår produktionslinje för snackspellet, vilket ytterligare förbättrade vår kapacitet. Investeringar i kaffeproduktion, såsom vakuumpförpackningar med hög kapacitet och automatiserade pallösningar, har förbättrat effektiviteten. Vi har också prisats med en ScanStar-utmärkelse för våra återvinningsbara vakuumpförpackningar. Genom vår riskkapitalgren PINC investerade vi också i en startup inom agtech som säkrar livsmedelsförsörjningen av vete genom AI.

### Framsteg inom våra klimatmål

Med Pauligs hållbarhetsstrategi 2030 som ledstjärna har vi fortsatt fokusera på att uppfylla våra klimatambitioner. Förutom att vi överträffade vårt mål att minska utsläppen av växthusgaser med 28 % i vår egen verksamhet jämfört med 2018, med en faktisk minskning på 34 %, har vi också satt upp ett nytt långsiktigt mål om att uppnå nettonollutsläpp senast 2045. Detta mål ska vägleda oss i att påskynda vår omställning och förstärka våra åtgärder under de kommande decennierna.

Vi har också fokuserat på att minska utsläppen i värdekedjorna för vete, majs, kaffe och logistik. Våra samarbeten med Lantmännen i Sverige och Paniflower i Belgien och Tyskland har minskat utsläppen från odling av vete med cirka 30 % på utvalda gårdar. I kaffets ursprungsländer såsom Brasilien och Colombia har vi utökat regenerativa odlingsprogram som har potential att nästan halvera utsläppen

samtidigt som odlarnas förmåga att hantera klimatförändringarna stärks. Våra investeringar i utsläppsnåla transporter, inklusive eldrivna lastbilar och biobränslen, stödjer ytterligare detta arbete.

### En säker arbetsplats för alla

Våra medarbetares hälsa och säkerhet är fortfarande av högsta prioritet. Under året fortsatte vi att främja en stark säkerhetskultur i hela verksamheten. Även om säkerhetsprestandan uppfyllde förväntningarna i många fabriker identifierade vi förbättringsområden och implementerade riktade initiativ för att ta itu med dem. Vårt engagemang för att uppnå noll olycksfall är orubbligt, och frånvaro på grund av arbetsolycksfall minskade med 35 % jämfört med 2023. Tillsammans med våra medarbetare gör vi stadiga framsteg mot våra säkerhetsmål.

### Ett starkt arv som formar framtidens mat

Medan vi förbereder oss för att fira Pauligs 150-årsjubileum 2026 påminns vi om de värderingar och det arv som tog oss hit, och som inspirerar oss att fortsätta forma framtiden för mat och dryck.

Jag vill rikta ett stort tack till alla våra medarbetare för deras engagemang och hårda arbete under året. Jag vill också tacka våra kunder och partner för deras fortsatta förtroende och samarbete, som är avgörande för vår gemensamma framgång.



Helsingfors, mars 2025  
Rolf Ladau, koncernchef, Paulig



## Strategi 2024–2026

Vår vision är att vara "The Shaper of Popular Food Culture".

Vår ambition är att bli ett av de snabbast växande livsmedels- och dryckesföretagen i Europa och en hållbar föregångare i vår bransch. Den uppdaterade strategin, som lanserades 2023, bygger på tre tillväxtplattformar: Enjoyable Shared Moments, Taste Exploration och Re-Imagined Snacking. Tillväxtplattformarna gör det möjligt för oss att vidga våra vyer i nya riktningar och leta efter tillväxtpotentialer, samtidigt som vi behåller en stark position i våra nuvarande kategorier.

Vår strategi sätter våra kunder och konsumenter i centrum. Strategin och tillväxtplattformarna bygger på en djup förståelse för konsumenternas behov och krav: vi genomförde omfattande

forskning på fem av våra största marknader och intervjuade 17 000 konsumenter. Fokus på och utveckling av e-handel är en viktig del av vår kund- och konsumentcentrerade affärsmodell med distribution via flera olika kanaler samtidigt.

Hållbarhet är inbäddat i vår strategi och verksamhet och fortsätter att informera våra val och vägleda oss på vår resa.

Våra medarbetares säkerhet har högsta prioritet och vi arbetar ständigt mot Pauligs mål om noll olycksfall.

Våra värderingar – **Stay Curious, Strive for Excellence, Grow Together** – vägleder oss på vår tillväxtresa mot vår vision, så att vi kan leverera på vårt högre syfte **For a life full of flavour**.



Tillväxtplattformarna gör det möjligt för oss att vidga våra vyer i nya riktningar och leta efter tillväxtpotentialer, samtidigt som vi behåller en stark position i våra nuvarande kategorier.





## Våra varumärken och tillväxtplattformar

Vi erbjuder ett brett sortiment av produkter inom kategorierna Tex Mex och World Foods, samt kryddor, kaffe, snacks och frukostalternativ. Våra älskade varumärken är Paulig, Santa Maria, Risenta, Poco Loco och Zanuy. Vi tillverkar även produkter för handelns egna varumärken och industrikunder.

Vi formar populär matkultur genom våra tillväxtplattformar Enjoyable shared moments, Taste exploration och Re-imagined snacking. Tillväxtplattformarna gör det möjligt för oss att skala upp vår verksamhet, utöka vår portfölj med nya spännande innovationer och investera i ökad kapacitet.





## Enjoyable shared moments

Våra viktigaste prioriteringar i denna tillväxtplattform är att fokusera på morgonkaffe och tacomåltider och att ha framgång inom nya praktiska vardagsmåltider. Enjoyable shared moments är vår största plattform där Tex Mex och kaffe spelar en framträdande roll för att tillgodose detta konsumentbehov. Kärnan i denna plattform är att erbjuda bekväma, enkla och inkluderande måltider med välbekanta ingredienser som alla älskar, erbjuda prisvärda hälsosammare alternativ och njuta av kvalitetstid tillsammans med nära och kära.

Exempel på våra produkter i denna tillväxtplattform är Tex Mex-sortimentet, Asia regular-sortimentet, Blue spices-sortimentet, grilloljor och marinader inom smaksättning och Juhla Mokka, Classic, Arabica och Presidentti inom kaffe.

Kärnan i denna plattform är att erbjuda bekväma, enkla och inkluderande måltider med välbekanta ingredienser som alla älskar.



## Taste exploration

Våra viktigaste prioriteringar inom Taste Exploration är att expandera och skala upp World Foods-kategorin samt att lyckas i nya köks- och smaksegment. Kärnan i den här plattformen är att prova nya produkter och nya smaker, vara kreativ i köket och laga mat från grunden. Produkterna på den här plattformen gör det enkelt att prova något nytt.

Exempel på våra produkter i denna tillväxtplattform är City-kaffe, produktfamiljen Mundo Origin och Robert Paulig Roastery, Indien, Street Food, nya asiatiska rätter och ingredienser för tillagning från grunden inom World Foods, World Flavour-produkterna, Refflavour-sortimentet, Glaze- och BBQ-såser inom smaksättning, och The Collection & Flavoured-varianter av tortilla, kryddblandningar samt salsa inom Tex Mex.

Kärnan i den här plattformen är att prova nya produkter och nya smaker, vara kreativ i köket och laga mat från grunden.



## Re-imagined snacking

Våra viktigaste prioriteringar inom Re-imagined snacking är att skala upp med nya banbrytande snackskoncept och att bli en erkänd industrileverantör som visar vägen till en ny snackskultur. Kärnan i den här plattformen är att unna dig själv och ge dig själv tillåtelse att njuta av enkla nöjen utan skuld eller stress. Det handlar om god smak och att njuta av ett enkelt, njutbart och speciellt ögonblick. Produkterna inom Re-imagined snacking erbjuder tillfredsställande, njutbara och hälsosammare alternativ.

Exempel på våra produkter i denna tillväxtplattform är Santa Maria Tortilla Strips Korean Style BBQ, Snack Bases, salta tortilla- och majschips och popcorn inom Savory snacking, kaffelösningar och Tazza inom OOH kaffe och Risenta sesam- och linskakor samt nötter och frön inom Healthy fueling.



Produkterna inom Re-imagined snacking erbjuder tillfredsställande, njutbara och hälsosammare alternativ.

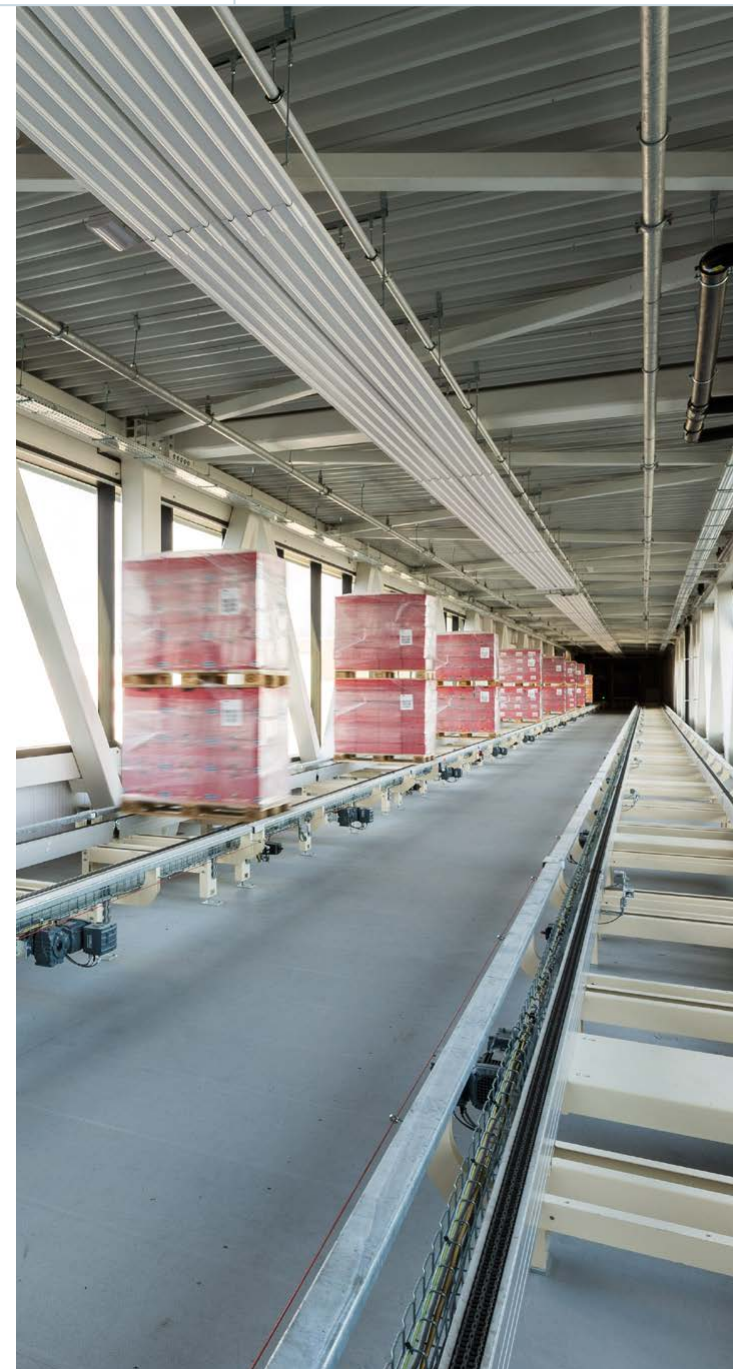
## E-handel

Under 2024 fortsatte vi att utöka och förbättra vår e-handelskapacitet för att möta våra kunders föränderliga behov. I takt med att kunderna stöter på Pauligs varumärken i ett ökande antal kanaler behöver e-handeln anta en bredare definition, som sträcker sig bortom traditionella nätbutiker och omfattar alla kontaktpunkter där konsumenterna interagerar med våra produkter. I takt med att omnikanalhandel ökar, letar konsumenterna efter produkter på nätet före och under sina vanliga inköpsresor i fysiska butiker. Landskapet för shoppingbeteenden har förändrats avsevärt sedan den snabba ökningen av onlineshopping i samband med COVID-19-pandemin, och vi har åtagit oss att se till att våra varumärken utvecklas i takt med detta. Under 2024 stod e-handelskanaler för 11 % av vår totala försäljning.

Konsumenter som har upptäckt och omfamnat bekvämligheten med onlinebeställning är allt mindre benägna att återgå till traditionella shoppingvanor i fysiska butiker. I takt med att digitala shoppingupplevelser blir allt mer populära inser vi vikten av att möta kunderna där de befinner sig. Vi har gjort betydande framsteg för att säkerställa att våra produkter inte bara är tillgängliga utan också är mycket synliga i en mängd olika onlinekanaler, vilket gör det enklare än någonsin för våra kunder att hitta och köpa våra produkter med bara några få klick. E-handel har också blivit en naturlig och integrerad del i vår expansion till nya geografiska marknader.

Att stärka våra partnerskap med ledande återförsäljare och marknadsplatser inom e-handeln såsom Grocery.com, Foodservice.com och Q-commerce har varit ett stort fokusområde under 2024. Våra älskade varumärken har inte bara förblivit synliga, utan också blomstrat på både mogna och mindre etablerade marknader. Vi ser fram emot fortsatt utveckling under de kommande åren.

**Under 2024 stod e-handelskanaler för 11 % av vår totala försäljning.**





## Höjdpunkter 2024

2024 var ett starkt år för Paulig, präglad av rekordhög omsättning och en solid EBITDA. Vi förvärvade Panesar Foods och Conimex och stärkte därmed vår asiatiska kategori. Investeringar i produktion och innovation är avgörande för vår framgång, och Paulig har fortsatt att förbättra den övergripande effektiviteten i sin verksamhet. Bolagets affärsomvandlingsprogram har framskridit som planerat. Paulig har också investerat i automatisering, kapacitetsuppbyggnad och hållbarhet, inklusive uppgraderingar inom rostning i Finland, en fabriksutbyggnad i Estland och en ny produktionslinje i Spanien. Vi lanserade över 60 nya produkter under 2024.

## Förvärv

### Panesar Foods

I oktober stärkte Paulig sin position inom World Foods-kategorin genom förvärvet av Panesar Foods Ltd, en brittisk tillverkare av såser, salsor och smaksättningsprodukter. Panesar Foods är ett familjeägt företag baserat i Tipton, Storbritannien, med en omsättning på 70 MEUR (räkenskapsperioden 2023) och 308 anställda. Paulig har samarbetat med Panesar Foods i 17 år. Vår kombinerade smakexpertis och innovationsförmåga förenas kring en gemensam ambition: att påskynda vår internationella tillväxt och utöka vårt World Foods-sortiment.

### Conimex

I december meddelade Paulig att vi förvärvat det ledande nederländska varumärket Conimex från Unilever. Conimex grundades 1932 och är ett ikoniskt varumärke i Nederländerna med sitt sortiment av måltidsbaser, räkchips, soppor, såser och kryddor.

Med förvärvet av Conimex vill vi göra det enklare för ännu fler konsumenter att laga och njuta av asiatisk mat hemma. Förvärvet driver vår internationella expansion och stärker vår närvaro i Nederländerna och Belgien. Det gör det möjligt för oss att kombinera portfölj- och konceptutveckling och utnyttja Pauligs starka FoU- och produktionskapacitet för att utöka vår World Foods-portfölj i Europa. Det förstärker också vår ambition att bli ett av Europas snabbast växande livsmedels- och dryckesföretag.

Förvärvet planeras att slutföras i april 2025.

Paulig kommer att utnyttja Panesar Foods produktionskapacitet för att öka tillväxten för varumärkena Conimex och Santa Maria i Europa.



År 2023 började Paulig och Panesar Foods framgångsrikt utveckla produkter från det koreanska köket för Santa Maria-portföljen – med mycket goda resultat.



## Investeringar

### Investeringar i Saue-fabriken för tillverkning av salsa

Under 2024 började Paulig producera salsa och såser för varumärket Santa Maria i Saue-fabriken i Estland efter en investering på 10 MEUR. Investeringen har förbättrat fabrikens kapacitet och säkerställer en effektiviserad produktionsprocess för högkvalitativa tomatbaserade salsor och såser på två linjer: glas och plast.

Den gradvisa övergången till egen salsaproduktion säkerställer långsiktig stabilitet och påskyndar vår förmåga att introducera nya innovationer på marknaden. Öppnandet av de nya produktionslinjerna är ett strategiskt steg för att utöka vår tillväxt och stärka vår position som ledare i Tex Mex-kategorin i hela Europa. Saue-fabrikens strategiska läge i Estland erbjuder logistiska fördelar, vilket underlättar effektiv distribution till våra europeiska konsumenter och leverantörer.

### Investering i rosteriet i Nordsjö

Under 2024 fortsatte vi vårt projekt att ersätta våra förpackningslinjer med nya och effektiva linjer, vilket möjliggör produktion av vakuumpförpackningslösningar av återvinningsbart förpackningsmaterial.

Våra pallförpackningslinjer förnyades också och ökade avsevärt automatiseringen i kaffefabriken. De nya palletiseringscellerna installerades och togs i drift med framgång. Internlogistiken i Nordsjö använder nu en modern autonom mobil robotlösning för förflyttning av pallar.

Vad gäller vakuumpförpackningar installerades och driftsattes den första av de nya vakuumpförpackningslinjerna med hög volym. Den andra och tredje linjen har klarat fabrikens acceptansprovning och kommer att installeras under 2025.

Förändringarna kommer inte bara att förbättra de nuvarande uttjänade förpackningslinjerna och palletiseringsprocessen, utan även introducera innovativa funktioner för vakuumpförpackningar och palletiseringsformat. Ett anmärkningsvärt exempel är de förbättrade egenskaperna för att öppna och tillsluta vakuumpförpackningar. Dessa förändringar bidrar avsevärt till förpackningarnas återvinningsbarhet.



### Samarbete med externa logistikleverantörer

Paulig har tagit ett betydande steg mot en mer hållbar logistik genom att samarbeta med Einride, ett företag inom godstransport som specialiserar sig på digital och elektrisk transport. Genom partnerskapet har vi introducerat en flotta med digitalt optimerade eldrivna tunga lastbilar och laddningslösningar i Pauligs svenska nätverk.

I augusti 2024 togs två lastbilar och fem släpvagnar i drift på svenska vägar. Samarbetet syftar till att elektrifiera Pauligs större transporter av Santa Maria-produkter i Sverige.

De största leveranserna av Santa Maria-produkter sker i Göteborgsområdet, en total sträcka på 75 000 kilometer per år. Verksamheten beräknas spara 15,9 ton CO<sub>2</sub>e per år, en minskning med 87 % jämfört med tidigare transporter med lastbilar som drivs med förnybart bränsle HVO100 och biogas. Vi planerar också att öka användningen av eldrivna lastbilar på andra europeiska marknader.

Paulig har tagit ett betydande steg mot en mer hållbar logistik genom att samarbeta med Einride, ett företag inom godstransport som specialiserar sig på digital och elektrisk transport.



## Innovationer

### FoU på Paulig

Innovation spelar en viktig roll i utvecklingen av våra varumärken och vår produktportfölj, vilket driver framtida tillväxt och våra hållbarhetsåtgärder. Under 2024 lanserade vi över 60 nya produkter, vilket förstärkte vårt engagemang för innovation och för att möta konsumenternas behov. Lanseringarna omfattade både affärsområdena Branded och Customer Brands, vilket ytterligare stärkte vår marknadsnärvaro.

Vi omarbetade och förbättrade dessutom cirka 350 produkter, vilket säkerställer att den befintliga portföljen förblir konkurrenskraftig och i linje med förändrade krav. Viktiga förbättringsområden inkluderade **receptförbättringar** för att få bättre smak- och näringsprofiler, **kostnadseffektivitetsinitiativ** för att

optimera produkter för högre lönsamhet samt **förpackningsförbättringar** för att prioritera hållbarhet och funktionalitet.

2024 var ett starkt år för innovation, präglad av betydande produktlanseringar och omfattande portföljförbättringar. Dessa ansträngningar understryker vårt engagemang för tillväxt och excellens samtidigt som vi fortsätter att vara ledande i vår bransch.

### Lansering av en ny förpackning: Lättöppnad återvinningsbar vakuumpförpackning för kaffe

Våren 2024 var Paulig ett av de första kaffeföretagen i världen att leverera en lättöppnad och återvinningsbar vakuumpkaffeförpackningen till detaljhandeln i Finland och Estland. De återvinningsba-

ra kaffeförpackningarna är ett viktigt steg mot våra ambitiösa hållbarhetsmål och är resultatet av omfattande forskning, investeringar i vår produktion och samarbete med både interna och externa intressenter.

Pauligs lättöppnade förpackningar har nästan 20 % mindre förpackningsmaterial jämfört med den tidigare förpackningen. Den nya förpackningen, som känns igen på den vita insidan, används på några av Pauligs produkter, såsom Paulig Mundo Original och Paulig Café New York. Den innovativa förpackningen vann ett pris i tävlingen ScanStar, en nordisk förpackningstävling.

### PINC

PINC, Pauligs riskkapitalgren, investerar i nya uppstarts företag med målet att stödja innovationer som möjliggör en mer hållbar framtid för livsmedel.

Under 2024 utökade PINC sin investeringsportfölj med en ny startup: OlsAro. Företaget är verksam inom agtech och säkrar veteförsörjning genom AI-aktiverad odling. **OlsAro** utvecklar nya vetesorter som är motståndskraftiga mot klimatpåfrestningar såsom salt, värme och tork

Under 2024 lanserade vi över 60 nya produkter, vilket förstärkte vårt engagemang för innovation och för att möta konsumenternas behov.



## Nya produktlanseringar

De nya produkterna som lanserades 2024 förbättrar vår produktportfölj, tillgodoser olika konsumentpreferenser och utökar vår räckvidd i viktiga marknadssegment. Bland de nya produkterna som introducerades fanns:



*Santa Maria Tortilla Oat Wraps och White Corn Tortilla, som tillför spännande variation till Tex Mex-rätter*



*Paulig Café Napoli & Café Napoli Espresso utökar City Coffees-sortimentet för både filter- och espressoentusiaster*



*Santa Maria Tex Mex- och Asia Mayo-topping, som förhöjer Tex Mex-måltiden till en ny nivå och svarar på den växande asiatiska trenden*



*Keys to Korean Taste OOH, ett helt nytt sortiment av koreanska smaker – såser, pastor och kryddblandningar – för restauranger och livsmedelsindustrin*

# Utvecklingsprogram

## Pauligs effektivitetsprogram

Vårt effektivitetsprogram syftar till att förbättra den övergripande lönsamheten och effektiviteten i Pauligs verksamhet. Programmet består av flera områden med fokus på effektivitet och optimering av kommersiell excellens, inköp, förbättring av lönsamheten i vår portfölj och optimering av rörelsekapitalet.

Under 2024 uppnåddes de mest betydande framgångarna inom områdena kommersiell excellens, rörelsekapital och indirekta inköp. Pauligs kommersiella team fortsatte att arbeta med en gemensam kundhanteringsmodell medan vårt inköpsteam fokuserade på att generera hållbara besparingar i våra indirekta utgifter och främja en förändring av vår utgiftskultur genom att förfina våra indirekta inköpsmetoder, antalet leverantörer och procedurer. Som en del av den indirekta inköps effektiviteten identifierade vi besparingar i snabb takt, vilket avsevärt minskade antalet leverantörer, särskilt inom logistik.

Detta program fortsätter under hela 2025.

## Pauligs affärsomvandlingsprogram

Pauligs affärsomvandlingsprogram är ett internt flerårigt omvandlingsprogram som harmoniserar processer, system, data och arbetssätt inom Paulig. Genom detta program lägger vi grunden för vår framtida verksamhet och tillväxt och genererar en effektivare verksamhetsmodell. Genom att förena och förbättra vå-

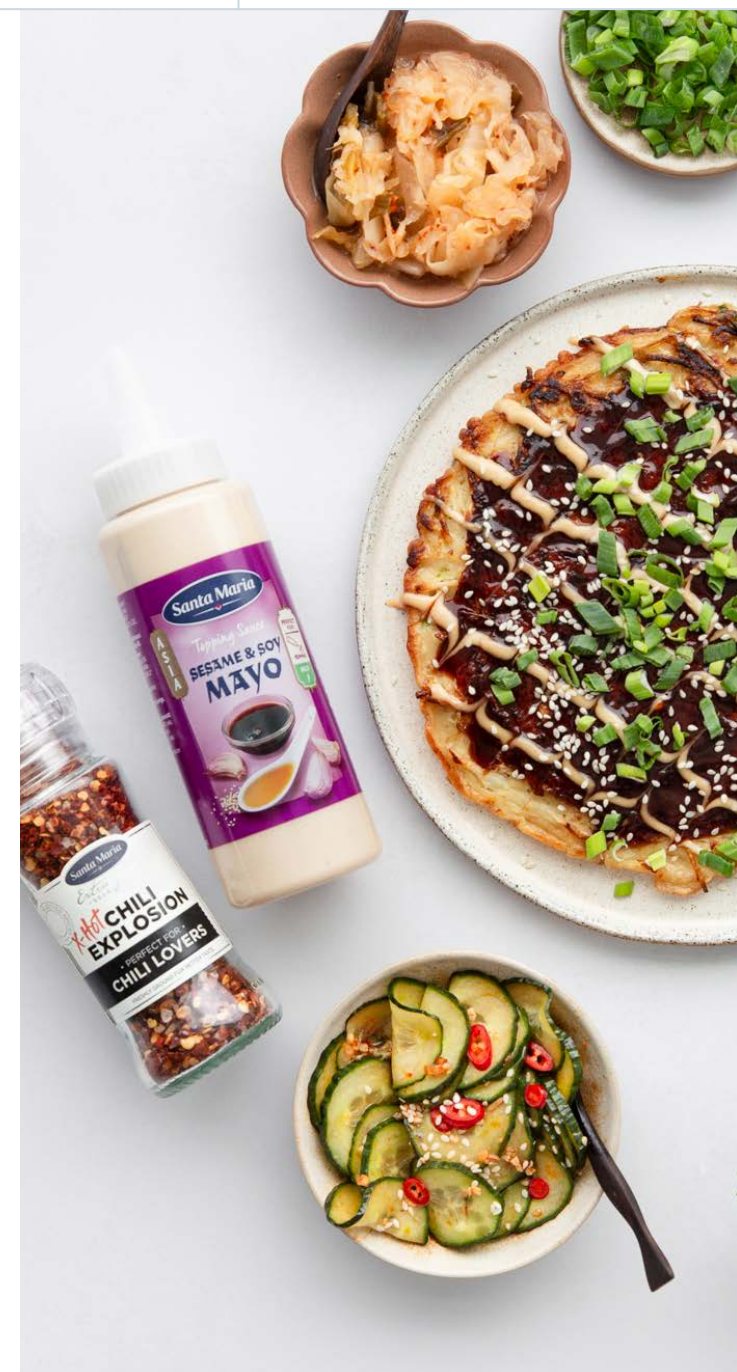
ra end-to-end (E2E) affärsprocesser är vårt långsiktiga mål att möjliggöra en enhetlig och tillförlitlig kundupplevelse, i alla våra kanaler, marknader och varumärken.

Under 2024 uppnådde vi flera viktiga milstolpar, bland annat den första driftsättningen av Manufacturing Execution System (MES), den framgångsrika lanseringen och upptrappningen av E2E process- och dataförvaltning. Dessutom har vi förberett och planerat för kommande idrifttagning av vårt nya ERP-system (Enterprise Resource Planning) och flera kringliggande system. Förberedelser för de första idrifttagningarna har gjorts under hela 2024 och kommer att genomföras med start under det första kvartalet 2025.

## Digitalisering

Pauligs digitala resa är en central del av vår strategiska inriktning och fokuserar på att skapa en modern digital arbetsplats, förbättra kund- och konsumentupplevelser, optimera användningen av data samt digitalisera försörjningskedjan.

Under 2024 låg fokus på planering, fastställande av strategiska mål och definiering av nyckelmått. De mer omfattande insatserna inleds 2025, med en bredare implementering av nya arbetsmodeller och digitala teknologier. Sedan 2023 har Pauligs medarbetare fått tillgång till AI-verktyg och kompetenser, och under 2024 har AI-experimenten successivt utökats.



## Våra fabriker

Vi har totalt 14 fabriker i 6 länder i Europa: i Belgien, Estland, Finland, Spanien, Sverige och Storbritannien. Fabriksnätverket är strukturerat för att stödja vår strategi. Vi strävar efter att driva en kultur av kontinuerlig förbättring med fokus på ökad produktivitet och minimering av spill. Varje dag fattar vi beslut för att bli en hållbar föregångare inom vår bransch. Detta inkluderar inköp av råvaror från verifierade källor, användning av återvinningsbara förpackningar där det är möjligt samt minskning av utsläpp från våra transporter.

I slutet av 2024 var sex av Pauligs 14 fabriker i fem länder koldioxidneutrala.\*

\*Data från 11 fabriker. Data från fabriker förvärvade under 2024 kommer att konsolideras under 2025.

### VÅRA FABRIKER

 BELGIEN	Roeselare: Två tortillafabriker och chipsfabriker	 
 ESTLAND	Saue: Krydd- och salsafabrik	
 FINLAND	Helsinki: Kafferosteri Porvoo: Kafferosteri	 
 SVERIGE	Mölnadal: Krydd- och blandningsfabrik Landskrona: Tortillafabrik	 
 STOR-BRITANNIEN	Milton Keynes: Tortillafabrik Tipton: Tre säs- och marinadfabriker	 
 SPANIEN	Berga: Snacks- och tortillafabrik Puig-reig: Popcornfabrik	  



The image shows a modern building facade with a large, three-dimensional Paulig logo. The logo consists of a cluster of four white circles of varying sizes above the word "PAULIG" in large, white, sans-serif capital letters. Below the main logo, there are five smaller, circular logos for different brands: Paulig (in a white hexagon), Santa Maria (in a blue oval), Poco Loco (in a red apple shape), Risenta (in a yellow circle), and ZANUY (in a white circle with a rainbow arc).

## Finansiell information

Paulig-koncernens officiella  
bokslut finns tillgängligt på  
*Pauligs webbplats.* >>

# Bolagsstyrning 2024

Paulig Ab, moderbolaget till Paulig-koncernen, är ett finländskt familjeägt bolag som är registrerat enligt finländsk lag. Bolagsstyrningen baserar sig på bolagets bolagsordning, aktiebolagslagen, tillämpliga koder och standarder, etiska principer och andra instruktioner och policyer. Paulig-koncernen följer även tillämpliga delar av rekommendationerna för börsnoterade och familjeägda företag.

## Bolagsstämma

Paulig-koncernens högsta beslutande organ är moderbolagets bolagsstämma. Bolagsstämman beslutar om frågor som omfattas av lagstiftningen och bolagsordningen, såsom fastställande av bokslut, dividendutdelning och val av styrelseledamöter och revisor samt ersättning till dessa.

## Styrelsen

### Styrelsens sammansättning och uppgifter

Enligt bolagsordningen för Paulig Ab väljer bolagsstämman minst fyra och högst åtta styrelseledamöter. Styrelsen ansvarar enligt aktiebolagslagen för bolagets förvaltning och för att verksamheten organiseras på ett ändamålsenligt sätt. Styrelsen ansvarar också för att tillsynen över bokföringen och förvaltningen av tillgångar organiseras på ett ändamålsenligt sätt. Uppgifterna omfattar även att fastställa koncernens strategi och den årliga verksamhetsplanen samt besluta om förvärv och strategiska investeringar. Styrelsen övervakar koncernens finansiella resultat och finansiella ställning.

Styrelsen utser en koncernchef och verkställande direktör och godkänner utnämningen av medlemmar i koncernledningen. Styrelsen beslutar om ersättning till koncernledningen. Styrelsen gör regelbundna granskningar av den egna verksamheten och samarbetet med ledningen.

## Möten

Under 2024 sammanträdde styrelsen 11 gånger. Styrelsen behandlar bokslutet i mars, koncernens strategi fastställs i juni och följande års verksamhetsplan och finansiella planer fastställs i december.

### Styrelseordförande

Styrelseordföranden utses av bolagsstämman. Ordförandens roll är att leda styrelsens verksamhet, sammankalla styrelsen och förbereda mötena tillsammans med verkställande direktören. Ordföranden har en aktiv dialog med verkställande direktören och håller sig informerad om händelser i bolaget och verksamhetsmiljön. Tillsammans med verkställande direktören säkerställer ordföranden att kallelse, dagordning och eventuellt nödvändigt material för ett möte överlämnas till styrelseledamöterna enligt överenskommelse före mötet.

### Styrelsekommittéer

Styrelsen beslutar om utnämning av kommittéer och deras medlemmar. Kommittéerna förbereder ärenden för styrelsens beslut. Paulig Ab:s styrelse har utsett en HRS-kommitté, en revisionskommitté och en PINC-investeringskommitté.

### Verkställande direktören och ledningsgruppen

Paulig Ab:s styrelse utser en koncernchef, som även är verkställande direktör. Koncernchefens uppgift är att förvalta bolagets

löpande angelägenheter enligt styrelsens anvisningar och att ansvara för att bolagets bokföring sköts på ett ansvarsfullt och lagligt sätt.

Koncernchefen rapporterar till styrelsen och håller styrelsen informerad om bolagets verksamhetsmiljö, ekonomiska situation och utveckling. Koncernens ledningsgrupp består av koncernchefen, som också är ordförande, affärsområdescheferna och affärsfunktionscheferna. Tillsammans med koncernens ledningsgrupp förbereder och genomför koncernchefen strategin och styr verksamheten. Ledningsgruppen samordnar också koncernens olika funktioner och säkerställer en effektiv verksamhet på koncernnivå.

## Riskhantering

De principer som styr Paulig-koncernens riskhantering har fastställts i riskhanteringspolicyen som godkänts av Paulig Ab:s styrelse. Enligt dessa principer identifieras, utvärderas och hanteras risker systematiskt. Målet är att uppnå strategiska och operativa mål och säkerställa kontinuiteten i verksamheten.

## Revision

Bolagsstämman utser en revisor. Revisorns uppgift är att granska bolagets bokföring, bokslut och förvaltning. Uppgifterna är definierade i lagstiftning och i god revisionsred.

## Paulig-koncernens etiska principer

Syftet med Paulig-koncernens etiska principer är att främja ansvarsfullt entreprenörskap och hållbar utveckling samt att stödja beslutsfattande. Baserat på starka gemensamma värderingar vägleder de etiska principerna koncernens medarbetare i deras samarbete med kollegor, kunder, leverantörer och andra affärspartner.

# Verksamhetsberättelse för perioden 1 januari–31 december 2024

År 2024 uppgick Paulig-koncernens omsättning till 1 198,9 MEUR (1 167,6), en ökning med 2,7 procent jämfört med föregående år. Koncernens rörelseresultat uppgick till 77,6 MEUR (90,1), vilket utgjorde 6,5 procent (7,7) av omsättningen. Paulig-koncernen satsade i genomsnitt 2 374 personer under året (2 209).

## Förändringar i koncernens struktur under räkenskapsperioden

Under 2024 har följande förändringar skett i koncernens struktur:

- Panesar Foods (Holdings) Limited förvärvades tillsammans med dess tre dotterbolag (Storbritannien).
- Sauerklee A/S (Danmark) fusionerades med Paulig Ab.

## Omsättning

År 2024 uppgick Paulig-koncernens omsättning till 1 198,9 MEUR (1 167,6), en ökning med 2,7 procent jämfört med föregående år. Omsättningstillväxten var främst driven av prishöjningar, volym-

tillväxt inom Affärsområdet Branded och inkluderingen av förvärvet av Panesar Foods Limited för november–december.

Av Paulig-koncernens totala omsättning på 1 198,9 MEUR kom 48 procent från de nordiska länderna och 52 procent från andra länder. Affärsområdet Branded stod för 59 procent av den externa omsättningen, Customer Brands för 40 procent och Övriga för 1 procent.

## Räkenskapsperiodens resultat

Koncernens rörelseresultat uppgick till 77,6 MEUR (90,1) och var i förhållande till omsättningen 6,5 procent (7,7).

Koncernens resultat för räkenskapsperioden uppgick till 65,8 MEUR (89,1). Avskrivningar och nedskrivningar uppgick till 45,4 MEUR (42,3). Finansnettot uppgick till 8,6 MEUR (13,6).

Dessutom sjönk råvarupriserna under året, med undantag för råkaffe. Kostnaderna för personalförmåner var högre på grund av löneinflationen.

## Finansiell ställning

Den finansiella ställningen var fortsatt god under hela räkenskapsperioden. Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 89,9 MEUR (125,9). Koncernens solvens var på en god nivå under hela perioden.

## Investeringar

Investeringarna under räkenskapsperioden uppgick till 107,0 MEUR (39,6). De mest betydande investeringarna var relaterade till företagsförvärv, eftersom Paulig förvärvade Panesar Foods Limited, en tillverkare av salsa, såser och smaksättningar i Tipton, Storbritannien. Andra viktiga operativa investeringar relaterade till affärsomvandlingsprogrammet, förnyelse av vakuumpackningar med hög kapacitet och automatiserade pallösningar inom rostning, kapacitetsutbyggnad i Saue, Estland, samt den återstående delen av en linje för snackspellet i Spanien och automatisk stapling av tacos, tillsammans med ett solpanelsprojekt i Belgien.

## OMSÄTTNING (MN EURO)

	2024	2023	ÄNDRING
Branded	710,0	673,5	5,4 %
Customer Brands	482,2	477,7	0,9 %
Övriga	6,7	16,4	
<b>Totalt</b>	<b>1 198,9</b>	<b>1 167,6</b>	<b>2,7 %</b>

## NYCKELINDIKATORER FÖR PAULIG-KONCERNENS FINANSIELLA STATUS OCH RESULTAT

	2024	2023	2022
Omsättning, MEUR	1 198,9	1 167,6	1 105,5
Övriga rörelseintäkter, MEUR	1,7	2,6	11,0
Andel av resultat i intresseföretag, MEUR	-	-	-21,6
Rörelseresultat, MEUR	77,6	90,1	5,8
Rörelseresultat, % av omsättningen	6,5	7,7	0,5
Rörelseresultat för avskrivningar och nedskrivningar, MEUR	123,0	132,4	48,9
Räkenskapsperiodens vinst, MEUR	65,8	89,1	-19,9
Eget kapital, MEUR	600,2	583,2	715,0
Avkastning på eget kapital, %	11,1	13,7	-2,7
Soliditet, %	59,1	61,3	61,8
Likvida medel, MEUR	60,5	51,4	52,2
Räntebärande skulder, MEUR	100,5	94,4	149,9
Investeringar under räkenskapsperioden, MEUR	107,0	39,6	56,3

## Risker

I sin riskhantering följde Paulig-koncernen den riskhanteringspolicy som antagits av Paulig Ab:s styrelse. Risker identifieras och utvärderas systematiskt utifrån denna policy.

I hanteringen av ansvarsrisker har koncernen följt de försäkringspolicyer som antagits av styrelsen. Försäkringsskyddet mot skador relaterade till egendom och verksamhet, såsom produktansvar och avbrott i verksamheten, är omfattande enligt dessa försäkringar.

Koncernens huvudsakliga operativa risker är relaterade till råvaror, deras kostnader och tillgänglighet. I hanteringen av risker förknippade med inköp av råkaffe har koncernen följt de policyer som antagits av styrelsen. De främsta strategiska riskerna var förändringar i konkurrensen och konsumentbeteendet inom olika marknadsområden, vilket förstärktes av de svaga ekonomiska utsikterna och hushållens minskade köpkraft.

Vid hantering av finansiella risker har koncernen följt den finanspolicy som antagits av styrelsen. Tillgången till tillräcklig finansiering för framtida verksamhet garanteras med kreditfaciliteter, även i den nuvarande solvenssituationen. Finanspolicyen omfattar även säkring av valuta- och ränterisker. Den mest betydande av dessa risker är valutarisken förknippad med den amerikanska dollarn, eftersom en betydande del av råvarorna betalas i dollar.

## Personal

Paulig-koncernens genomsnittliga antal anställda ökade med 165 personer från föregående år. Majoriteten av koncernens 2 374 anställda i genomsnitt var anställda i Belgien (34 procent), Sverige (18 procent), Finland (15 procent) och Spanien (14 procent). Ökningen av det genomsnittliga antalet anställda är främst relaterad till förvärvet av Panesar Foods Limited i Storbritannien.

## PERSONAL

	2024	2023	2022
Antalet anställda i genomsnitt	2 374	2 209	2 278
Kostnader för personalförmåner, mn euro	170,5	162,6	147,8

## Innovation och produktutveckling

Under 2024 lanserade Paulig mer än 60 nya produkter, vilket förstärkte engagemanget för innovation och för att möta konsumenternas behov. Nya produktlanseringar inkluderade majs- och havretortillas, texmex-såser och asiatisk mayo-topping, kaffesorterna Café Napoli & Café Napoli Espresso och Keys to Korean taste, ett sortiment av koreanska smaker för OOH som inkluderar såser, pastor och kryddblandningar.

Paulig har också omarbetat och förbättrat cirka 350 produkter vilket säkerställer att den befintliga portföljen förblir konkurrenskraftig och i linje med förändrade krav. Paulig introducerade också den första lättöppnade återvinningsbara vakuumpförpackningen för ett fåtal produkter, såsom Paulig Mundo Original och Paulig Café New York.

PINC, Pauligs riskkapitalgren, investerar i nya uppstarts företag med målet att stödja innovationer som möjliggör en mer hållbar framtid för livsmedel. Under 2024 utökade PINC sin investeringsportfölj med ett nytt uppstartsföretag: OlsAro, som är en startup inom agtech som säkrar veteförsörjningen genom AI-aktiverad odling.

## Hållbarhet

Under 2024 fortsatte Paulig affärsintegreringen och utvidgningen av sina hållbarhetsinitiativ, styrt av Pauligs hållbarhetsstrategi 2030. Pauligs tre fokusområden med långsiktiga ambitioner är fortsättningsvis: produkter som möjliggör hälsa och välbefinnande för människan och planeten, klimat- och naturåtgärder samt rättvisa och inkluderande arbetssätt. De strategiska initiativ som säkerställer fullgörandet av fokusområdena uppdaterades litet vad gäller omfattning och färdplaner, och vi lanserade ett nytt strategiskt initiativ med fokus på att införliva hållbarhetsattribut i våra varumärken och på produktnivå.

Medan vi fortfarande fokuserar på att uppfylla våra klimatambitioner för 2030, som är anpassade till en 1,5 °C-strategi och godkända av Science Based Target-initiativet, satte Paulig under 2024 också upp en kompletterande ambition att nå nettonollutsläpp senast 2045. Detta säkerställer att våra långsiktiga övergångs- och tillväxtplaner är målinriktade.

Utvecklingen av Pauligs klimatfond, som syftar till att accelerera minskningen av klimatutsläppen i Pauligs värdekedja, fortsatte

under 2024 med särskilt fokus på att accelerera utsläppsminskningarna i värdekedjorna för vete och majs, kaffe och logistik. Samarbeten för att minska koldioxidutsläppen i värdekedjan för vete med Lantmännen i Sverige och Paniflower i Belgien och Tyskland fortsatte, med cirka 30 % lägre utsläpp från veteodling på utvalda gårdar. I kaffets ursprungsländer, särskilt i Brasilien och Colombia, utökade Paulig sina program för hållbar odling för att uppmuntra till implementering av regenerativa odlingsmetoder med potential att nästan halvera utsläppen på vissa platser, förbättra odlarnas resiliens och återställa naturen. Paulig investerade också avsevärt i utsläppsnåla transporter på viktiga sträckor, inklusive investeringar i eldrivna lastbilar och snabbare övergång till biobränslen inom sjö- och vägtransporter.

Under 2024 minskade vi utsläppen av växthusgaser i vår egen verksamhet med 34 procent jämfört med referensåret 2018 och överträffade vårt ursprungliga mål. Vi slutförde en färdplansstudie för nettonollutsläpp för att införa koldioxidsnåla produktionslösningar för våra anläggningar i Spanien och Belgien och fortsatte att investera i energieffektivitet på alla våra anläggningar. Tillgången och osäkerheten kring certifikat för biogas och grön gas som uppfyller våra kvalitetskrav är fortfarande en utmaning.

Som ett resultat av intensiv utveckling och ett betydande steg mot att göra alla våra förpackningar återvinningsbara senast 2027 introducerade vi det första partiet lättöppnade och återvinningsbara, vakuumpkaffeförpackningar i maj 2024. Lanseringen skedde i butiker i Finland och Estland, vilket gjorde oss till det första rosteriet i världen som nådde denna milstolpe.

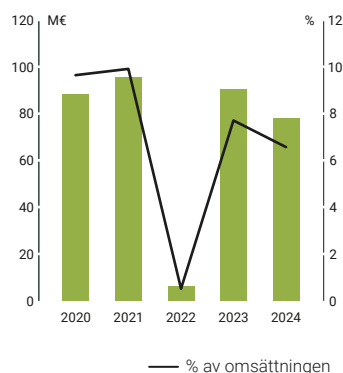
Under 2024 fortsatte vi våra framsteg mot det strategiska initiativmålet att säkra externa verifieringar för ett urval av våra bästa kryddor. Vi uppnådde vårt mål för 2024 att 92 procent av de inköpta volymerna ska komma från externt verifierade källor. Vi uppdaterade även våra principer för mänskliga rättigheter och genomförde en djupgående konsekvensbedömning i Thailand.

Pauligs nutitionsramverk uppdaterades 2024 för att helt anpassas till framsides- och näringsmärkningen Nutri-Score, som används allmänt i EU. Under 2024 slutförde en tvärfunktionell projektgrupp detaljerade omformuleringsfärdplaner för att öka antalet Nutri-Score A- och B-produkter i vår portfölj.

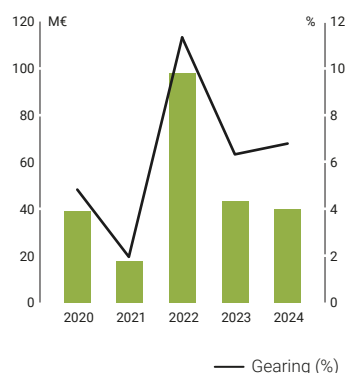
Naturen lades till i Pauligs hållbarhetsstrategi redan 2023. Under



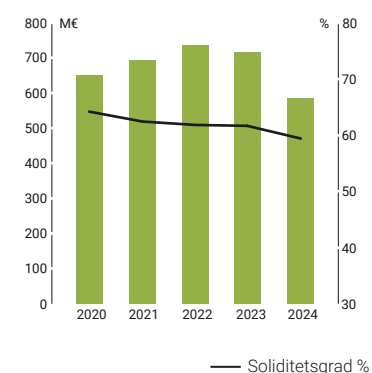
### Rörelsevinst



### Nettoskuld



### Eget kapital



2024 fortsatte Paulig att bygga upp kapacitet för att bedöma påverkan och beroenden på naturen, inklusive på biologisk mångfald och vatten, och att utveckla ett program för att ytterligare minimera negativ påverkan och investera i återställning genom att utöka regenerativa jordbrukspraxis för att minska trycket på naturen.

#### Ledning och revisorer

Vid räkenskapsperiodens slut hade Paulig Ab:s styrelse sju ledamöter: Jukka Moisio (ordförande), Mathias Bergman, Arancha Cordero, Eduard Paulig, Petra Teräsaho, Rob Versloot och Christina Wergens. Anna Paulig valdes till observatör i styrelsen i april 2024.

Arancha Cordero och Rob Versloot valdes till nya styrelseledamöter i april 2024. Styrelseledamöterna Christian Köhlers och Heikki Takalas mandatperioder och styrelsens observatör Oliver Pauligs mandatperiod upphörde i april 2024.

Koncernchef är Rolf Ladau.

Koncernens revisor var Ernst & Young Oy med auktoriserad revisor Terhi Mäkinen som huvudrevisor.

#### Aktier

Bolagets aktier är uppdelade i A-aktier (487 765 aktier) och B-aktier (15 000 aktier), totalt 502 765 aktier. Detta har inte förändrats under räkenskapsperioden.

Bolagsordningen innehåller aktieseriespecifika restriktioner avseende rätten till utdelning och bolagets tillgångar samt en seriespecifik inlösenklausul.

#### Styrelsens förslag till vinstutdelning

Koncernens resultat för räkenskapsperioden uppgick till 65 834 186,08 euro. Moderbolagets utdelningsbara egna kapital uppgick till 394 725 514,20 euro enligt bokslutet per den 31 december 2024. Styrelsen föreslår att en utdelning om 38,72 euro per aktie betalas ut, totalt 19 467 060,80 euro, och att moderbolaget behåller ett utdelningsbart eget kapital om 375 258 453,40 euro.

Bolagets finansiella ställning har inte förändrats väsentligt sedan räkenskapsperiodens utgång. Likviditeten är på en god nivå och den föreslagna avyttringen av vinsterna kommer enligt styrelsens uppfattning inte att äventyra bolagets solvens.

#### Utsikter för innevarande räkenskapsperiod

De globala ekonomiska utsikterna fortsätter att vara osäkra och varierande med låga BNP-tillväxtförväntningar, särskilt i euroområdet. Fortsatt geopolitisk osäkerhet och ökad osäkerhet i utrikeshandelspolitiken kan påverka Pauligs leveranskedja.

Omsättning och lönsamhet förväntas förbättras 2025.

#### Händelser efter räkenskapsperiodens slut

I december 2024 informerade Paulig om förvärvet av Conimex, ett ledande brand på den nederländska marknaden, känt för sitt utbud av måltidsbaser, räkchips, soppor, såser och kryddor. Förvärvet inkluderar varumärket Conimex och dess tillhörande verksamhet, inklusive samtliga registrerade varumärken och immateriell egendom. Godkännandet av den nederländska konkurrensmyndigheten har mottagits. Slutförandet av förvärvet är föremål för sedvanliga samrådsförfaranden med företagsråd. Slutförandet förväntas äga rum tidigast den 1 april 2025.

## Koncernens rapport över totalresultat

1 000 EURO	NOTER	2024	2023
<b>Nettoomsättning</b>	3.1	<b>1 198 931</b>	1 167 580
Övriga rörelseintäkter	3.2	<b>1 716</b>	2 582
Material och tjänster	3.3	<b>-695 652</b>	-687 116
Personalkostnader	3.4, 5.7	<b>-170 475</b>	-162 575
Avskrivningar och nedskrivningar	4.1–4.4	<b>-45 383</b>	-42 279
Övriga rörelsekostnader	3.5	<b>-211 539</b>	-188 109
<b>Rörelseresultat</b>		<b>77 598</b>	90 082
Finansiella intäkter	3.6	<b>18 748</b>	30 893
Finansiella kostnader	3.6	<b>-10 176</b>	-17 263
<b>Finansnetto</b>		<b>8 571</b>	13 631
<b>Resultat före skatt</b>		<b>86 170</b>	103 713
Inkomstskatter	3.7	<b>-20 335</b>	-14 595
<b>Årets resultat</b>		<b>65 834</b>	89 117

1 000 EURO	NOTER	2024	2023
<b>Övrigt totalresultat</b>			
<b>Poster som kommer att omklassificeras till resultatet</b>			
Omräkningsdifferenser		<b>-3 392</b>	211
Förändring i verkligt värde på säkringsinstrument	6.4	<b>-23 325</b>	-15 489
<b>Poster som inte kommer att omklassificeras till resultatet</b>			
Omvärderingar av förmånsbestämda pensionsplaner	5.7	<b>-80</b>	-155
Förändring i verkligt värde på egetkapitalinstrument genom övrigt totalresultat		<b>74</b>	-740
Inkomstskatt hänförlig till posterna ovan	3.7	<b>-7</b>	147
<b>Övrigt totalresultat, efter skatt</b>		<b>-26 731</b>	-16 025
<b>Årets totalresultat</b>		<b>39 104</b>	73 092
<b>Årets resultat hänförligt till</b>			
Moderbolagets ägare		<b>65 834</b>	89 117
		<b>65 834</b>	89 117
<b>Årets totalresultat hänförligt till</b>			
Moderbolagets ägare		<b>39 104</b>	73 092
		<b>39 104</b>	73 092

De konsoliderade finansiella rapporterna ska läsas tillsammans med de medföljande noterna.

## Koncernens rapport över finansiell ställning

1 000 EURO	NOTER	31 DECEMBER 2024	31 DECEMBER 2023
<b>TILLGÅNGAR</b>			
<b>Anläggningstillgångar</b>			
Goodwill	4.1, 4.2	98 595	89 833
Immateriella tillgångar	4.1	46 501	23 688
Materiella anläggningstillgångar	4.3	373 669	331 204
Övriga långfristiga fordringar	5.2	1 606	1 398
Långfristiga finansiella tillgångar	6.2	20 149	28 899
Uppskjutna skattefordringar	3.7	5 519	5 927
<b>Totala anläggningstillgångar</b>		<b>546 039</b>	480 949
<b>Omsättningstillgångar</b>			
Varulager	5.1	187 652	134 104
Kundfordringar och övriga fordringar	5.2	170 471	183 747
Övriga finansiella tillgångar	6.2–6.4	48 489	99 605
Aktuell skattefordran		2 847	726
Likvida medel	5.3, 6.2	60 489	51 428
<b>Totala omsättningstillgångar</b>		<b>469 947</b>	469 609
<b>Totala tillgångar</b>		<b>1 015 986</b>	950 558

1 000 EURO	NOTER	31 DECEMBER 2024	31 DECEMBER 2023
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>			
<b>Eget kapital</b>			
	6.1		
Aktiekapital		8 204	8 204
Övrigt kapital		592 004	574 962
<b>Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare</b>		<b>600 208</b>	583 166
<b>Eget kapital totalt</b>		<b>600 208</b>	583 166
<b>Långfristiga skulder</b>			
Räntebärande skulder	5.6	88 795	84 153
Övriga långfristiga finansiella skulder		1 681	1 450
Avsättningar	5.5	4 442	4 378
Avsättningar för pensioner	5.7	1 857	2 039
Uppskjuten skatteskuld	3.7	23 104	14 273
<b>Långfristiga skulder totalt</b>		<b>119 879</b>	106 295
<b>Kortfristiga skulder</b>			
Räntebärande skulder	5.6	11 733	10 275
Avsättningar	5.5	0	30
Leverantörsskulder och övriga skulder	5.4, 6.2–6.4	280 471	243 490
Aktuell skatteskuld		3 696	7 303
<b>Kortfristiga skulder totalt</b>		<b>295 900</b>	261 098
<b>Skulder totalt</b>		<b>415 779</b>	367 393
<b>Eget kapital och skulder totalt</b>		<b>1 015 986</b>	950 558

De konsoliderade finansiella rapporterna ska läsas tillsammans med de medföljande noterna.

## Koncernens rapport över kassaflöden

1 000 EURO	NOTER	2024	2023
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>			
Resultat före skatt		86 170	103 713
Justeringar 1)		10 572	-3 825
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital:			
Förändring av rörelsefordringar		26 246	-17 062
Förändring av varulager		-43 033	38 542
Förändring av rörelseskulder		28 910	5 510
Erhållen ränta		10 967	12 026
Erlagd ränta		-6 886	-6 090
Övriga finansiella intäkter och kostnader netto		5 555	1 842
Betald inkomstskatt		-28 624	-8 757
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten (A)</b>		<b>89 876</b>	<b>125 900</b>
<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>			
Förvärv av materiella och immateriella tillgångar	4.1–4.4	-40 684	-39 629
Intäkter från försäljning av aktier i intressebolag		0	20 000
Avyttring av materiella tillgångar		270	2 298
Investeringar i andra investeringar (förvärv av dotterbolag)		-66 318	0
Erhållen utdelning		212	2 277
Nettokassaflöde från kortfristiga investeringar		59 721	-8 905
<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten (B)</b>		<b>-46 799</b>	<b>-23 959</b>

1 000 EURO	NOTER	2024	2023
<b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten 2)</b>			
Ökning (-), minskning (+) av långfristiga fordringar		-248	-137
Betald utdelning		-22 061	-34 238
Amorterade långfristiga lån	5.6, 6.2	-682	-50 615
Amortering av leasingskulder	4.4	-11 356	-10 355
<b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten (C)</b>		<b>-34 347</b>	<b>-95 345</b>
<b>Årets kassaflöde (A+B+C)</b>		<b>8 730</b>	<b>6 597</b>
Likvida medel den 1 januari	5.3	51 428	52 159
Omräkningsdifferens i likvida medel		331	-10
Likvida medel överförda vid partiell delning		0	-7 318
Likvida medel den 31 december	5.3	60 489	51 428
<b>Förändring</b>		<b>8 730</b>	<b>6 597</b>
<b>1) Justeringar</b>			
Avskrivningar och nedskrivningar	4.1–4.4	45 383	42 279
Kursdifferenser		-138	1 216
Finansiella intäkter och kostnader	3.6	-8 571	-13 631
Övriga justeringar		-26 101	-33 689
<b>Totalt</b>		<b>10 572</b>	<b>-3 825</b>

### 2) Förändringar i skulder till följd av finansieringsverksamhet

Kassaflödet från finansieringsverksamheten består av betalda utdelningar, upptagna och amorterade långfristiga lån, erhållna betalningar från finansiell leasing och amortering av leasingskulder. Förändringar i leasingskulder presenteras i not 4.4 Leasing.

## Styrelse



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



Mathias Bergman  
f. 1956  
FD  
Styrelsemedlem  
sedan 2020



Arancha Cordero  
f. 1970  
Ekon.mag., Jur.mag.  
Styrelsemedlem  
sedan 2024



Anna Paulig  
f. 1994  
Ekon.mag.  
Styrelsens observatör  
sedan 2024



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



Petra Teräsaho  
f. 1966  
Ekon.mag.  
Styrelsemedlem  
sedan 2020



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



Rob Versloot  
f. 1967  
Ekon.mag.  
Styrelsemedlem  
sedan 2024



Christina Wergens  
f. 1969  
Ekon.mag.  
Styrelsemedlem  
sedan 2020

## Ledningsgrupp



Rolf Ladau  
f. 1967  
CEO  
Anställd i koncernen  
sedan 2018



Lenita Ingelin  
f. 1967  
SVP, Branded Business Area  
Anställd i koncernen  
sedan 2013



Kaisa Lipponen  
f. 1980  
SVP, Sustainability,  
HSE & Communications  
Anställd i koncernen  
sedan 2019



Thomas Panteli  
f. 1970  
SVP, Supply Chain & Sourcing  
Anställd i koncernen sedan  
2019



Henrik Samuelson  
f. 1971  
SVP, Customer Brands  
Business Area  
Anställd i koncernen  
sedan 2014



Mariell Toiger  
f. 1987  
CMO  
Anställd i koncernen  
sedan 2015



Siru Turtiainen  
f. 1973  
Tf. SVP, People & Culture  
Anställd i koncernen  
sedan 2019



Sarah Tähkälä  
f. 1969  
SVP, Legal  
Anställd i koncernen  
sedan 2010



Juha Väre  
f. 1970  
CFO  
Anställd i koncernen sedan  
2019



# PAULIG

*For a life full of flavour.*



[www.pauligroup.com](http://www.pauligroup.com)