

The EU Code of Conduct on Responsible Food Business & Marketing Practices



#EUFarm2Fork #EUGreenDeal



2021-07-05 15:46 CEST

Paulig stödjer EU:s uppförandekod för ansvarsfullt livsmedelsföretagande

Paulig har avgett ett löfte om att främja "[EU's Code of Conduct on responsible food business and marketing practices](#)" och vill bidra till uppförandekodens målsättningar genom Pauligs ambitiösa hållbarhetsstrategi 2030. Företagets löfte kommer att publiceras på uppförandekodens hemsida, där även rapporteringen kommer att finnas tillgänglig för uppföljning.

Paulig har integrerat hållbarhet i sin strategi och affärsverksamhet, liksom i koncernens ledningsgrupp. Företaget vill vara en hållbar föregångare i livsmedelsindustrin genom tydliga åtaganden som är ambitiösa, tydliga, kvantitativa och mätbara och väl i linje med kodens fokusområden gällande miljö-, samhälls- och hälsoaspekter kopplade till hållbarhet.

”Pauligs hållbarhetsambitioner baseras på FN:s globala mål för hållbarhet och har valts utifrån var våra åtgärder kan göra mest nytta”, säger **Kaisa Lipponen**, SVP, Communications & Sustainability på Paulig. Paulig följer FN:s ramverk för mänskliga rättigheter, den europeiska gröna given och Farm2Fork-strategin, i vilken uppförandekoden ingår, för att säkerställa harmonisering och sätta mål som överträffar efterlevnadskraven.

Pauligs ambitioner sträcker sig fram till 2030, i linje med FN:s utvecklingsmål för hållbarhet. Företagets ambitioner, som kommer att vara tillgängliga och följas upp publikt i linje med koden, är följande:

- 70 procent av Pauligs omsättning ska komma från produkter och tjänster som möjliggör hälsa och välbefinnande för människor och planet.
- 80 procent lägre utsläpp av växthusgaser från den egna verksamheten och 50 procent lägre utsläpp av växthusgaser i Pauligs värdekedja med 2018 som baslinje.
- Alla Pauligs förpackningar ska vara återvinningsbara och tillverkas av förnybara eller återvunna material.
- 100 procent av råvarorna från högriskområden ska komma från hållbara källor som har verifierats av externa parter.

De kvantitativa målen har valts baserat på en granskning av Pauligs aktuella status och/eller med syftet att vara ambitiösa nog att driva en förändring mot ett hållbart livsmedelssystem. Pauligs klimatmål är vidare i linje med Parisavtalets 1,5-gradersscenario. De har också godkänts av Science Based Targets-initiativet och var vid tidpunkten för godkännandet de hittills mest ambitiösa klimatmål som har godkänts av initiativet.

Paulig välkomnar uppförandekoden och ser fram emot att aktivt stödja det fortsatta arbetet för att nå ambitionerna satta i koden. Tillsammans med övriga involverade i åtagandet vill kunna förbättra hållbarheten på en bredare nivå.

Kontakt:

Anu-Maaria Vaalama
Head of Communications and Brand
Paulig
anu-maaria.vaalama@paulig.com
+358 40 766 78 34

Paulig är ett familjeägt livsmedelsföretag som vill skapa en ny, hållbar matkultur. Företaget erbjuder kaffe och drycker, Tex Mex och kryddor, snacks och växtbaserade alternativ under varumärkena Paulig, Santa Maria, Risenta, Gold&Green och Poco Loco. Pauligs omsättning uppgick 2020 till 920 miljoner euro. Företaget har över 2 000 medarbetare i 13 länder som alla samlas kring syftet *For a life full of flavour*.

www.pauligroup.com

Kontaktpersoner



Eva Berglie

Presskontakt

Kommunikationschef

eva.berglie@paulig.com

+46 708 99 19 37



Nils Sjöberg

Presskontakt

Communications Manager Sweden

[nils.sjoberg@paulig.com](mailto:nil.sjoberg@paulig.com)

070-085 24 11