

GRIFFIN SPIRE

02/2010

Paperi ja painotuotteet – tänään ja huomenna



Yhä useampi vaihtoehtoinen viestintäkanava haastaa nykyään painotuotteiden arvoketjun.

Median käyttäjillä, kustantajilla ja mainostajilla, on käytössään uusia tapoja välittää ja hankkia sisältöä. Mikä tulee olemaan paperin ja painotuotteiden rooli uudella digitaalisella aikakaudella?

Tämä herättää kysymyksen: minkälaisia viestejä painetaan paperille? Vastauksessa korostuu eräs tietty ominaisuus, joka on luottamus. Painettuun sanaan luotetaan – se on todistettu tutkimuksissakin.

Eräs aikamme suurista trendeistä on kestävä kehitys. Voimme ylpeänä sanoa, että paperi on kestävä tuote.

Uskomme myös painetun ja digitaalisen median rinnakkaiseen. Viestintävälineissä käsitellään vaihtoehtoja yleensä liian mustavalkoisesti ja painetun median tulevaisuus nähdään useimmiten synkkänä. Oli kyse sitten tulevaisuuden mediakäyttymisestä, mainoskanavista tai liiketoimintamalleista, sekä painettua että digitaalista mediaa tarvitaan. Fiksit julkaisijat ja mainostajat ovat jo huomanneet, että tehokkain tapa tavoittaa asiakkaat on käyttää montaa kanavaa yhtä aikaa.

Me UPM:llä olemme sitoutuneet vaalimaan ja kehittämään painettua viestintää pysyäksemme toimintakykyisinä sekä nykyisessä että tulevassa liiketoimintaympäristössä.

Ruud van den Berg
Paperiliiketoimintaryhmän myynti- ja markkinointijohtaja



“Kehitämme aktiivisesti uusia ratkaisuja vastaamaan hiilidioksidineutraalien tuotteiden ja uusiutuvien energianlähteiden kasvavaan kysyntään”, lisää **Anja Silvennoinen**, energialiiketoiminta-alueen johtaja.

ja hallinnointikäytäntöjä sekä riskin hallintaa.

Lisäksi UPM on sijoittunut korkealle Nordic Carbon Disclosure Leadership -indeksissä. Indeksiin otetaan ne pohjoismaisen pörssin yritykset, jotka ovat osoittaneet ammattimaisinta suhtautumista ilmastomuutoksen tiedottamiskäytäntöihin. Carbon Disclosure Project (CDP) on itsenäinen organisaatio, joka kerää tietoja yritysten toiminnasta ilmastomuutoksen suhteen.

“Tilastoissamme näkyy suuri vähennys fossiilisten hiilidioksidipäästöjen määrässä, mikä on seurausta investoinneistamme uusiutuvaan energiantuotantoon ja eritoten lämmön ja sähkön biomassapohjaiseen yhteistuotantoon. Investoinnit ovat parantaneet jatkuvasti energiatehokkuutta ja vähentäneet fossiilisia hiilidioksidipäästöjä 40 % paperitonnaa kohti vuoden 1990 jälkeen”, kertoo **Anja Silvennoinen**, UPM:n energialiiketoiminta-alueen johtaja. ■

UPM arvostettu ympäristövastuun ja kestävä kehityksen alalla

UPM on nimetty Dow Jones Global Sustainability -indeksiin vuosiksi 2010–2011. DJSI-indeksiin valitaan kestävä kehityksen johtajia maailmanlaajuisesti jokaiselta teollisuudenalalta.

DJSI-indeksin vuosittainen arviointi perustuu yhtiön taloudelliseen, ekonomiseen ja yhteiskunnalliseen toimintaan ja siinä tarkastellaan muun muassa ilmastomuutoksen hillintää, toimitusketjustandardeja, työelämä-



UPM PASTER MATE VOITTI ERA INNOVATION PRIZE -PALKINNON

UPM Paster Mate on työkalu, joka lisää syväpainon tehokkuutta. UPM Paster Mate palkittiin Innovation Prize -palkinnolla vuoden 2010 European Publication Gravure Awards -palkintotilaisuudessa syyskuussa European Rotogravure Association -järjestön vuosittaisessa konferenssissa.

Liitoskohdan laatu paperirainassa on erittäin tärkeää vaihdettaessa rullaa, koska pieninkin epätasaisuus voi aiheuttaa epäonnistuneita liitoksia ja rainakatoja. “UPM Paster Mate mahdollistaa rullan vaihtoliitoksen teon koko paperirainan leveydellä. Liitosteipin suojanauhat puhalletaan pois juuri ennen rullan vaihtoa UPM Paster Maten avulla. Näin liitoksesta tulee tasainen”, kertoo UPM:n teknisen myynnin johtaja **Erik Ohls**.

UPM Paster Maten alkuperäisen kehittäjä on Helprin tuotantoinisööri **Veli-Pekka Johansson**. UPM:n teknisen myynnin osasto on jatkanut tuotteen kehittämistä. ■

ESITTELYSSÄ UPM ECOLITE

UPM:n kehittämä UPM Ecolite on päällystämätön paperi, jota on saatavana erittäin alhaisilla neliömassoilla 29 g/m² ja 31 g/m². Ecolite on edullinen ja ympäristöystävällinen tuote, joka tarjoaa kilpailukyisen vaihtoehdon alhaisten neliömassojen WFU-papereille. Se sopii esimerkiksi postimyyntiluetteloihin, käyttöoppaisiin, esitteisiin, kirjoihin, liitteisiin, lehtisiin ja mainosmateriaaleihin. Ecolite on täydellinen ratkaisu loppukäyttöön, jossa valkoisuus ei ole ratkaiseva ominaisuus. Tuote valmistetaan Suomessa Kaipolan tehtaalla.

Tekniset tiedot ovat online-luettelossa osoitteessa www.upm.com/en/paper. Pyydä UPM Ecolite -näyte paikalliselta myyntiedustajaltasi.

UPM SMART SAI UUDEN SÄVYN

UPM Smartissa on uusi kirkaampi valkoisen sävy. Aiempi hieman sinertävä sävy on muutettu kirkaamman valkoiseksi. Sävy muutoksen ansiosta UPM Smart on entistäkin vaaleampi.

Tilaa näyte uudesta ja kehitetystä UPM Smart -paperista paikalliselta myyntiedustajaltasi. ■



UUTTA MATERIAALIA YMPÄRISTÖ-ASIOISTA

Kestävät toiminnot, jatkuva kehitystyö ympäristönsuojelussa ja avoin viestintä ovat keskeinen osa kaikkia UPM:n toimia.

“UPM ottaa ympäristövastuunsa vakavasti, mikä näkyy ympäristöperiaatteissamme”, kertoo UPM:n Paperiliiketoiminnan uusi ympäristöjohtaja **Päivi Rissanen**. Paperiasiakkaat vaativat yhä enemmän tietoa sovelletuista ympäristöteoista. UPM on julkaissut kaksi uutta esitettä: Paper – The Sustainable Alternative ja Three Steps Towards Environmentally Responsible Paper. Tilaa esitteet ottamalla yhteyttä paikalliseen UPM:n konttoriin. ■



WALLPAPER* KÄYTTÄÄ UPM:N PAPERIA

UPM ja tunnettu design-julkaisu Wallpaper* toteuttivat yhdessä innovatiivisen projektin lehden elokuun numeroon.

Lehden painamisessa käytettiin kahdeksaa UPM:n paperilaatua ja jokainen lukija sai suunnitella numeroonsa oman kannen – 21 000 erilaista kantaa painettiin UPM DIGI Finesse -paperille. Elokun numero on nimeltään Handmade ja se käsittelee muun muassa ainutlaatuisia design-huonekaluja, -ruokia ja -muotia. “UPM on hyvin innoissaan tilaisuudesta tehdä luovaa yhteistyötä tämän tunnetun lehden kanssa”, toteaa **Dino Vasiliou**, UPM:n Iso-

Britannian aikakauslehtipapereiden myyntijohtaja. “Olemme erittäin tyytyväisiä lopputulokseen ja markkinoilta saamamme palaute on hyvin rohkaisevaa.”

Myös Wallpaper*-lehden tekijät ovat tyytyväisiä yhteistyöhön. “Koko numeron kantava idea on käsintehty laatu sekä esineiden kestävyys ja alkuperä”, tiivistää **Richard Cook**, Wallpaper*-lehden kustannusjohtaja. “On tärkeää, että Handmade lukijat tuntevat pittelevänsä käsissään jotakin kaunista, aitoa ja tärkeää, eikä vain pelkkää tietoa. Osa tuosta tunteesta tulee painomateriaalin kautta – paperi on osa lehden DNA:ta.” ■

BOOK OF SENSES JULKAISTU

Uusi Book of Senses esittelee UPM:n kehittämän monipuolisen paperitarjonnan kirjojen loppukäyttöön ja herättelee lukijan aisteja lukuisilla näytteillään.



Kirja on vaikuttava ilmaisumuoto. Kun lukija saa käsiinsä kirjan, hänen näkö-, tunto- ja kuuloaistinsa saavat jatkuvasti virikkeitä. Käytettävä paperi on olennainen osa kirjaa – olipa kyseessä sitten sarjakuva, romaani tai ylellinen taidekirja.

UPM:n kirjapaperien pääasiallisia loppukäyttökohteita ovat kova- ja pehmeäkantiset romaanit, koulukirjat, käyttöoppaat, sanakirjat ja sarjakuvat. UPM:n laajasta kirjapaperivalikoimasta löytyy paperi jokaiseen loppukäyttökohteeseen ja UPM:n kirjapapereita voidaan käyttää kaikissa painomenetelmissä.

Kirjat ovat erittäin pitkäikäisiä painotuotteita. UPM vähentää kirjojen ympäristövaikutuksia käyttämällä paperin valmistuksessa uusiutuvia raaka-aineita ja bioenergiaa.

Hanki oma Book of Senses -näyttekirjasi paikalliselta myyntiedustajaltasi. Lisätietoa kirjapapereista on UPM:n online-tuoteluettelossa osoitteessa www.upm.com/en/paper. ■

UUTTA: UPM:N PAPERI- TUOTTEIDEN TUOTELUETTELO VUODELLE 2011

Uusi painettu UPM:n paperituotteiden tuoteluettelo julkaistiin lokakuussa IFRA Expo 2010 -messuilla. Tuoteluettelossa esitellään UPM:n tarjoamat paperituotteet ja niiden tekniset tiedot. Luettelossa kerrotaan myös, miten UPM sitoutuu ympäristöasioihin kehittämällä jatkuvia parannuksia ja ottamalla huomioon tuotteen koko elinkaaren.

Luettelo on tehty tiiviissä yhteistyössä UPM:n ympäristötiimin, paperiliiketoimintaryhmän tuotepäälliköiden ja markkinointiviestintätiimin kanssa. Luettelo on saatavilla englanniksi, saksaksi ja ranskaksi.

Hanki oma kappaleesi paikalliselta myyntiedustajaltasi. ■

ONNISTUNEET IFRA EXPO 2010 -MESSUT HAMPURISSA

UPM esitteli toimintaansa IFRA Expo 2010 -messuilla Hampurissa 4.–6. lokakuuta 2010. Kolmpäiväisillä messuilla kävi noin 10 000 vierailijaa 80 eri maasta.

UPM:n näyttelyosastolla oli vilskettä koko messujen ajan. Italialainen **Davide Velati** oli yksi UPM:n osaston kävijöistä. Hänen edustamansa Gruppo Editoriale L'Espresso julkaisee sanomalehti La Repubblica. Hänen mielestään on tärkeää, että paperin toimittajat, kuten UPM, ovat mukana IFRA Expossa. "Mielestäni IFRA Expo on tehokas tapa tavata kaikki paperitoimittajat samassa paikassa. Samalla avautuu mahdollisuus keskustella tulevasta kehityksestä ja yhteistyöstä alalla", Velati kertoo.

Sanoma Newsin **Erik Puotila**, **Markku Thilman**, **Ismo Vuoksio** ja **Pekka Soini** vierailivat IFRA Expossa tulevaisuuden suunnittelua varten. He arvioivat vierailullaan laitteiden, järjestelmien ja paperin eri toimittajia. "IFRA Expo on erinomainen tilaisuus nähdä uudet trendit ja laitteet ja saada yleiskuva alan kehityksestä yleensä", Puotila mainitsee.

Kysyttäessä sanomalehtien tulevaisuudesta Sanoma Newsin edustajat

olivat optimistisiä. Kaikkien alan osapuolien yhteistyötä kuitenkin tarvitaan. Median tulevaisuus on ehdottomasti monikanavaisuudessa, mutta painetulla medialla on silti vahva rooli. "Suomalaiset kustantajat ovat viime aikoina sijoittaneet runsaasti tulevaisuuteen", Ismo Vuoksio kertoo. "Paperi on huomattava kustannustekijä sanomalehtialalla, ja paperitoimittajien on myös kehitettävä tuotteitaan vastaamaan tulevaisuuden tarpeita", Vuoksio lisää.

Messut olivat onnistunut tapahtuma UPM:lle. Myyntiedustajamme olivat tyytyväisiä tavattuaan lukuisia asiakkaitamme ja yhteistyökumppaneitamme. Kiitos käynnistäsi UPM:n näyttelyosastolla IFRA Expo 2010 -messuilla! ■



UPM:n markkinointiviestintäjohtaja **Ulla-Riitta Unkuri** haastattelemassa Gruppo Editoriale L'Espresso -kustannusyhtiön edustajaa **Davide Velatia**.

tiesitkö, että...



EU:n ympäristömerkin – ainoa yleiseurooppalainen ympäristömerkki – tavoitteena on edistää ympäristöä vähemmän kuluttavien tuotteiden valmistusta ja käyttöä EU-maiden lisäksi myös muualla Euroopassa.

Tähän mennessä lähes 25 000 tuotetta ja palvelua on saanut EU:n kukkalogon.

www.ecolabel.eu ■

UPM:n Paper and Printing Schools -koulutusten uudet aika-aulat vuodelle 2011 on julkaistu! Tutustu niihin osoitteessa www.upm.com/en/paper – Seminars & Workshops. ■

EU:n komissio palkitsi UPM:n innovatiivisen ja monikanavaisen kampanjan

UPM sijoittui korkealle tuottajien luokassa EU Ecolabel Communication Award -tilaisuudessa, jossa palkittiin EU:n ympäristömerkkiä parhaiten edistäneitä yrityksiä. UPM sai tuomariston kunniamaininnan innovatiivisesta tavastaan hyödyntää sosiaalista mediaa, kuten Twitteria, EU:n ympäristömerkin tunnetuksi tekemisessä.

Lisäksi tuomaristo arvosti UPM:n yleistä lähestymistapaa EU:n ympäristömerkin edistämistyöhön. UPM:n monikanavainen mainoskampanja koostui

- painotuotteista: esitteet, toimistopaperin kääreet, esittelykirjaset, ammatilehtiartikkelit, markkinointitempaukset ja mainokset
- tapahtumista: ympäristökoulutukset ja aamiaisseminaarit asiakkaille ja omille työntekijöille
- verkkomediasta: lehdistötiedotteet, verkkosivut, sosiaalinen media (Twitter).

"Päätimme tukea juuri EU:n ympäristömerkkiä, koska se on käytössä olevista ympäristömerkeistä kattavin ja ottaa huomioon tuotteen koko elinkaaren ympäristövaikutukset. Olemme työskennelleet kovasti EU:n ympäristömerkin käytön edistämiseksi, joten olemme erittäin kiitollisia saamastamme tunnustuksesta", sanoo UPM:n paperiliiketoimintaryhmän ympäristöjohtaja **Päivi Rissanen**. ■

UPM:N MONIMUOTOISUUSOHJELMA

UPM on kehittänyt jo vuosia sitten maailmanlaajuisen monimuotoisuusohjelman, jonka tavoitteena on ylläpitää ja lisätä luonnon monimuotoisuutta sekä edistää parhaita metsänhoito- ja puunhankintakäytäntöjä. UPM:n monimuotoisuusohjelmaa pidetään edelläkävijänä ja sitä esiteltiin YK:n COP 10 -monimuotoisuuskonferenssissa Japanin Nagoyassa viime lokakuussa.

"Biofore yhtiönä, UPM:n toiminta rakentuu puubiomassan kestävään hyödyntämiseen. Monimuotoisuus kuuluu siis meidän liiketoimintaamme. Meillä on joka maassa omistautuneita ammattilaisia, jotka huolehtivat monimuotoisuusohjelman täytäntöönpanosta ja johtavat innovatiivisia projekteja, joiden tavoitteena on edistää monimuotoisuutta osana kestävää metsänhoitoa", sanoo **Robert Taylor**, UPM:n teknisten materiaalien ja toimintojen ympäristöpäällikkö. "Projektimme toimivat myös muun muassa WWF:n "Uuden sukupolven plantaasit"

-projektin ja saksalaisen Business and Biodiversity Initiative -hankkeen malliesimerkkeinä."

UPM:n monimuotoisuusohjelma keskittyy monimuotoisuuden kuuteen osatekijään – alkuperäisiin puulajeihin, lahoppuihin, arvokkaisiin elinympäristöihin, metsien rakenteeseen, veteen ja luonnollisiin metsiin – ja se pannaan täytäntöön maakohtaisten tavoitteiden ja toimintasuunnitelmien kautta.

Nagoyan konferenssi herätti paljon kiinnostusta maailmanlaajuisesti sekä poliitikkojen että kansan tasolla. UPM:n näyttelyosasto keräsi viikon aikana yli 1 000 kävijää. Asiakkaiden lisäksi UPM:n osastolla kävi opiskelijoita, tavallista kansaa, tiedostuvälaineiden edustajia ja poliitikkoja. Japanilainen yhteiskunta arvostaa luontoa ja kestäviä elämäntapoja. Huoli ympäristön pilaantumisesta on kasvussa.

Maailmanlaajuisen monimuotoisuusohjelmansa lisäksi UPM esitteli konferenssissa paperi-, taralaminointi-, puu- ja UPM ProFI -tuotteitaan. ■



Hyvää
joulua
ja kiitos
yhteistyöstä
vuonna
2010!

GRIFFINSPIRE

Tämän uutiskirjeen tarkoituksena on antaa ajantasaisia tietoja UPM:n paperituotteista ja -palveluista. Otamme mielellämme vastaan palautetta ja ideoita. Lisätietoja saat UPM:n paikalliselta paperiedustajalta. Yhteystiedot löytyvät osoitteesta www.upm.com.