

Paptic

Because the world needs better packaging materials

Hanna Kalliomäki
Chief Sustainability Officer

4.3.2025 Business Tampere
Vastuullisuuden aamuwebinaari





Työurani vaiheita

- **Kotoisin länsirannikolta.** Seurannut meren ja metsien tilaa nuoresta lähtien
- **Opinnot** kauppakorkeakoulussa 90-luvun lopulla – silloin ympäristöajattelu opinnoissa oli ihan uusi juttu
- **Työura** tutkijana, konsulttina eri toimialoilla ja noin 15 vuotta metsäteollisuudessa eri vastuullisuustehtävissä
- Työtehtävissä yhdistynyt yritysten ympäristöasioiden hoito ja lainsäädännön ja markkinamekanismien kehittyminen
- Ympäristöasioista laajempaan vastuullisuuteen
- Opinnot puusepäksi ja ympäristötekniikan DI:ksi
- **Papticille** vuonna 2021– firman selkeä tehtävä houkutti
- Maailma nyt:
 - regulaatio ja markkinamekanismit kehittyneet jonkin verran
 - EU edellä, entä muut? Ja entä EU:n kilpailukyky?
 - Suunta oikea ja tehtävää riittää – mutta riittääkö aika?

Company





Unique packaging material unlike anything else on the market

- **Plastic film replacement** in flexible packaging
- Drop-in solution on **plastic packaging lines**
- **Hyper-scalable** globally through manufacturing as a service



Genuinely sustainable

- **Wood based fibres** from sustainable sources
- 50% more resource efficient due to light weighting
- **Recyclable at scale** with paperboards

Applications

Why Paptic was chosen to replace plastics



Blisterpack replacement

Footprint Ltd chose Paptic due to its strength and shelf-attractiveness.



Display cover

Consumer electronics brand chose Paptic as it does not scratch the display.



VFFS bag for food

Puukin Tila needed a drop-in material to increase onion shelf life.



Fashion b2c polybag

COS (H&M) chose Paptic due to its haptics and tear resistance (display hole).



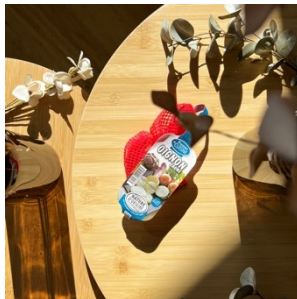
Grocery bag

Iceland chose Paptic due to reusability, haptics, and moisture-resistance.



Toilet tissue wrap

Haptics, silence, and puncture resistance differentiates from paper. Strong trend away from plastics.



Tag for vegetable pouch

Paptic was the only non-plastic material with the needed strength properties.



E-commerce mailer

Lochcarron chose Paptic due to its moisture resistance, strength and haptics.



Hygiene wrap

Silence and haptics are a game changer features unique to Paptic



Sustainable and compliant through many measures

Paptic® materials are

- **Recyclable** at scale with paperboards
- **Monomaterial**, classified as paper
- Made of wood-based, biodegradable fibres
- A **bio-based** material
- **Low-carbon** solution to replace plastics
- FSC® Certified, fibres from sustainably managed forests

At Paptic® sustainability is in every part of value chain – embedded and nothing separate



Result of DMA: Prioritized sustainability themes

Product & development

- Replacing/reducing plastic in packaging
- Reducing microplastics (end-of-life)
- Replacing fossil-based raw materials with bio-based raw materials
- Recyclability, reuse, multiple life cycles
- Research & Development (R&D), Intellectual Property Rights (IPR)
- Regulation related to packaging

Nature & water

- Sustainable use of forests: origin of raw materials & environmental impacts
- Ensuring availability of raw material
- Renewable main raw material
- Other renewable raw materials
- Emissions to water
- Impact of water withdrawals (especially in water-scarce areas)

Climate & energy

- Greenhouse gas emissions from raw material production
- Energy consumption and greenhouse gas emissions from production of Paptic materials
- CO2 emissions reduction (Paptic vs. LDPE)

People

- Employee well-being and equality
- Health and safety
- Skills development & retaining and attracting competent personnel
- Own corporate culture and good leadership
- Health & safety of partners

Partners & communication

- Supporting brands' and retailers' sustainability goals
- Shared sustainability goals with manufacturing partners
- Sustainability requirements for suppliers
- Investors' interest in Paptic & availability of funding
- Responsible communication and marketing practices
- Supporting transition towards sustainability

Missä tilanteessa lähdimme tekemään kaksoisolennaisuus-analyysiä?

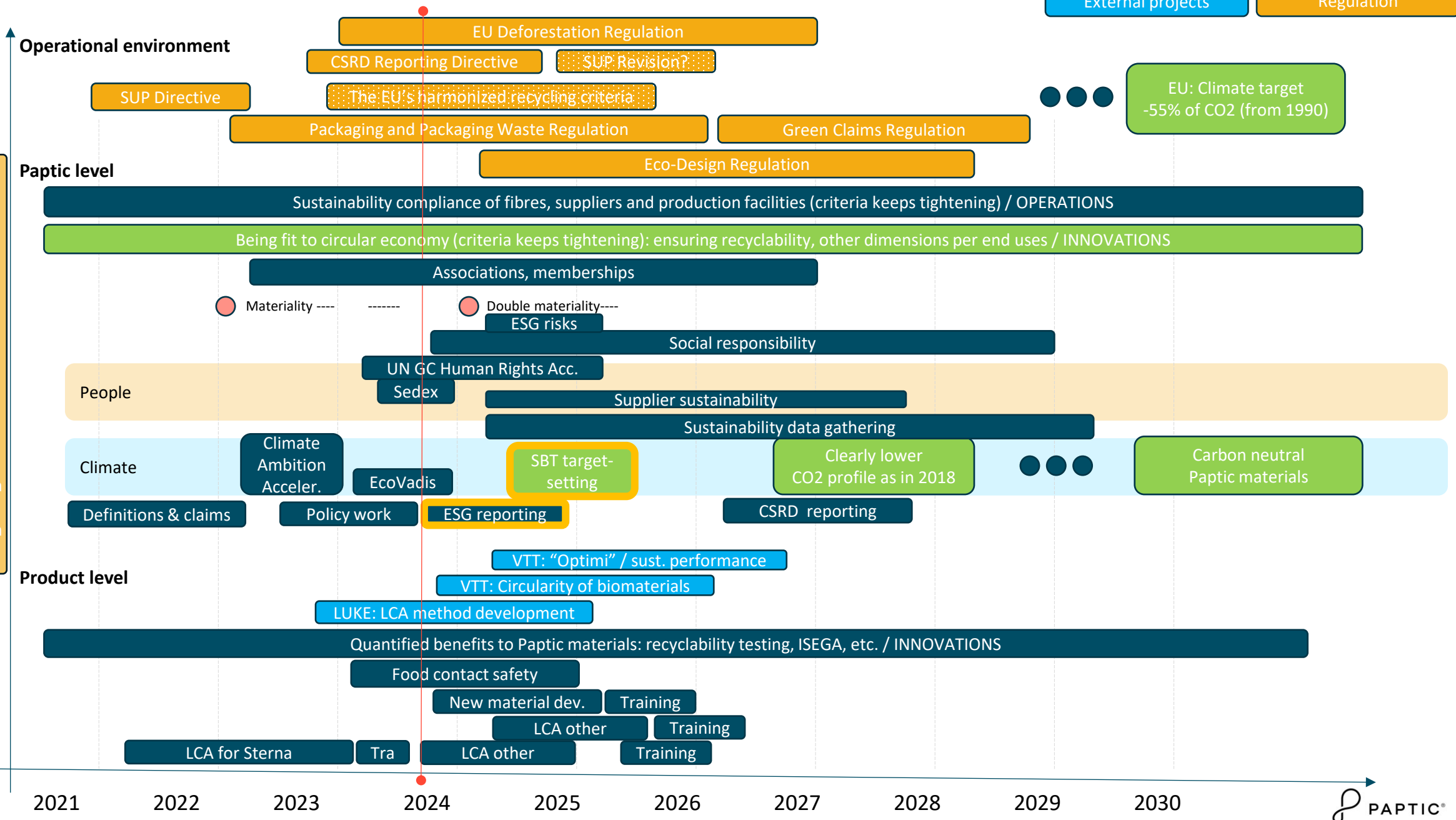
- Lähtötilanteessa tiesimme jo paljon oman toiminnan tärkeimmistä vastuullisuusasioista
- Halusimme oppia laajemmin sidosryhmiltä
- Kaksoisolennaisuusanalyysi toi uutta taloudellisten vaikutusten tarkasteluun

Paptic's sustainability roadmap



Own actions (dark blue), External projects (light blue), Targets (green), Regulation (orange)

Sustainability mgmt



Miksi Paptic halusi tehdä olennaisuusarvioinnin?

- Ulkoiset sidosryhmävaatimukset kasvavat koko ajan
- Halusimme osallistaa yhtiön kaikki toiminnot miettimään vastuullisuutta oman toimintansa kautta sekä strategisella että operatiivisella tasolla

Mitkä vaiheet olivat vaikeimpia?

- Lähdimme käytännönläheisesti prosessiin. Emme kokeneet, että asioiden tarkastelussa olisi ollut vaikeita kohtia
- Ihmisten kalenterit olivat käytännön haste
- Uusimpia ja eniten yhteistä ajattelua vaativia aiheita nousi sosiaalisen vastuun kokonaisuudesta

Mikä oli itsestäänselvää? Mihin ei kannata käyttää aikaa?

- Kannattaa luottaa prosessiin
- Tieto on yhtiössä aina jossain tai joku kykenee sen hankkimaan. Yksi suurimmista hyödyistä oli kokonaisuuden tekeminen yhdessä avainporukalla.
- Eri toimintojen näkökulmat linkittyivät yhteen vastuullisuuden kehukseen

Miten työ jatkuu?

- Kaksoisolennaisuuden teemoittelu on nyt päivitetty vastuullisuuden johtamisen runko
- Se antaa eväitä sisäiseen kehitystyöhön, kuten tuotekehitykseen
- Se antaa rungon ulkoisten sidosryhmien, kuten asiakkaiden ja sijoittajien yhtenäiseen palvelemiseen

THANK YOU!

www.paptic.com

