



## **TULIKIVI LAAJENTAA TUOTEVALIKOIMAANSA UUELLA SAUNATUOTERYHMÄLLÄ** **Tuotevalikoiman uudistuksesta viestii Tulikiven uusi logo**

Tulikivi laajentaa alkuvuodesta 2011 saunaliiketoimintaansa tuomalla markkinoille teknisiin innovaatioihin ja moderniin muotoiluun perustuvan sähkökiuasmalliston. Tuotevalikoiman uudistumisen yhteydessä Tulikivi ottaa käyttöön uuden logon, jossa yhdistyy kolme Tulikivelle tärkeää teemaa: kivi, vesi ja tuli.

### **Tuoteryhminä tulisijat, saunat, sisustuskivet ja astiat**

Vuonna 1979 perustettu Tulikivi Oyj aloitti toimintansa vuolukivestä valmistetuilla tulisijoilla, mutta vuosien saatossa tuotevalikoima on laajentunut yrityskauppojen myötä. Tulikiven tuotevalikoimaan kuuluu nykyisin neljä tuoteryhmää: tulisijat, saunat, sisustus ja astiat.

– Logon uudistus toteutettiin nyt, koska haluamme logomme viestivän yrityksen tuotevalikoimassa tapahtuneista muutoksista. Tavoitteena on ollut selkeä irtiotto aikaisempaan teollisuustuotantolähtöiseen logoteemaan, kertoo Tulikiven viestintäjohtaja **Anu Vauhkonen**.

Tulikivi on kasvanut pienestä perheyrityksestä maailman suurimmaksi varaavien tulisijojen valmistajaksi, jonka vuolukivituotannosta noin puolet menee vientiin. Yritys hakee nyt voimakasta kasvua uusista tuoteryhmistä, kuten sisustustakoista ja saunoista.

– Tulikivi ei ole enää vain vuolukivestä valmistettuja tulisijoja myyvä yritys, vaan tuotevalikoimamme on laajentunut paitsi muihin materiaaleihin myös uusiin tuotekategorioihin, kuten sähkö- ja puukiukaisiin, piha- ja sisustuskiviin sekä Kermansaven oston myötä keraamisiin uuneihin ja astioihin, Vauhkonen kuvailee.

### **Uusi logo symboloi kiven, veden ja tulen liittoa**

Tulikiven uudella logolla halutaan viestiä laatua, lämpöä, tunnelmaa, hyvinvointia ja sisustuksellisuutta – miksei myös skandinaavisuutta. Taustan esteettinen harmaa väri symboloi Tulikiven tuoteryhmien materiaaleja, eli kiveä ja savea.

– Logon pehmeälinjaisen, harmaan taustan voi ajatella edustavan lohkaretta, kiuaskiveä, pehmeää savea tai jopa vesipisaraa. Logokokonaisuuden taustalla on ajatus kolmen Tulikivelle tärkeän teeman – kiven, veden ja tulen – liitosta, Vauhkonen linjaa.

Mainostoimisto Dynamon suunnittelema uusi logo otetaan käyttöön ensimmäisenä Tulikiven saunatuoteryhmässä sekä kotisivuilla vuoden 2011 alussa. Muissa tuoteryhmissä logo otetaan käyttöön vaiheittain vuosien 2011 ja 2012 aikana. Tulikivi-konserniin kuuluvan Kermansaven logo pysyy muuttumattomana ilmeuudistuksessa.

**Lisätietoja:** Tulikivi Oyj, viestintäjohtaja Anu Vauhkonen  
puh. 0207 636 560, [anu.vauhkonen@tulikivi.fi](mailto:anu.vauhkonen@tulikivi.fi), [www.tulikivi.fi](http://www.tulikivi.fi)

**Kuvapankki:** [www.tulikivi.fi](http://www.tulikivi.fi) → medialle → kuvapankki

*Pörssinoteerattu perheyrittäjä Tulikivi Oyj ja sen tytäryhtiöt muodostavat Tulikivi-konsernin, joka on maailman suurin lämpöä varaavien tulisijojen valmistaja. Tulikivellä on neljä tuoteryhmää: Tulisijat, Saunat, Sisustus ja Astiat. Tulikivi ja sen asiakkaat arvostavat hyvinvointia, sisustamista ja bioenergian hyötyjä. Tulikiven liikevaihto on noin 60 miljoonaa euroa, josta viennin osuus on noin puolet. Tulikivellä työskentelee noin 500 ihmistä.*