



Compensate
Foundation

OPAS
**LUONNONARVO-
MARKKINAAN**

Luonnonarvomarkkinan oleellisimmat käytännön
seikat markkinatoimijoille.

OPAS LUONNONARVOMARKKINAAN käy läpi luonnonarvomarkkinan keskeiset kysymykset perustasolla ilman vaikeaselkoisia termejä. Lähteinä on käytetty ennen kaikkea seuraavia: Compensate-säätiön, Luontoan ja Laininen Law:n Mitä saa sanoa -opas, Pellervon taloustutkimuksen Luonnonarvokaupan kehittämismahdollisuudet -raportti, Ympäristöministeriön Luonnonarvomarkkinoiden toiminnan organisointi -julkaisu, Sitran Luonnonarvomarkkinoiden vauhdittaminen -julkaisu, Kuluttaja-asiamiehen linjaus ympäristömarkkinoinnista, sekä vielä julkaisematon Compensate-säätiön ja Laininen Law:n Ympäristöministeriölle tuottama opas luontoväittämiin.

KIRJOITTAJAT

COMPENSATE-SÄÄTIÖ

Annukka Valkeapää

Niklas Kaskeala

Aino Tuukkanen

Minna Laitinen

Maria Rita

ASIANAJOTOIMISTO LAININEN LAW OY

Jenni Laininen

Sofia Sormunen

TAITTO

COMPENSATE-SÄÄTIÖ

Anu Tasanto

Valokuvat: Unsplash

JULKAISIJA

COMPENSATE-SÄÄTIÖ

9.4.2026

Sisällys

01 MITÄ LUONNONARVOMARKKINA TARKOITTAAN?	04
02 MIKSI LUONNONARVOMARKKINAA TARVITAAN?	06
03 MITÄ KEINOJA LUONNONARVOMARKKINASSA ON?	10
04 MITEN LUONNONARVOMARKKINAA SÄÄDELLÄÄN?	14
05 MITÄ MAHDOLLISUUKSIA LUONNONARVOMARKKINA TARJOAA YRITYKSILLE?	22
06 MITEN TOTUUDENMUKAINEN VÄITTÄMÄ LAADITAAN?	26
07 MITÄ TOIMIJOITA LUONNONARVOMARKKINASSA ON?	30
08 LUONNONARVOMARKKINAN TOIMIJOITA	32
09 KESKEISET KÄSITTEET	36

01

Mitä luonnonarvomarkkina tarkoittaa?

Kun yksi haluaa ostaa luonnonarvoja ja toinen niitä myydä – ja kun toimintaa ohjaavat selkeät pelisäännöt, on kyseessä luonnonarvomarkkina.

Luonnonarvomarkkinoilla luonnonarvoja tuottava toimija, esimerkiksi kunta, yksityinen maanomistaja tai maan vuokrannut taho tekee luontoa parantavia toimia, esimerkiksi ennallistaa jonkin ihmistoiminnan heikentämän luontoalueen tai perustaa vaikkapa kosteikon. Tälle luontohyödyille lasketaan arvo, jonka ostaja, esimerkiksi yritys, voi hankkia. Luonnonarvomarkkinoilla yksikkönä toimii luonnonarvohehtaari.

Luonnonarvomarkkinat ovat tehneet tuloaan Suomeen jo jonkin aikaa. Luonnonsuojelulakiin lisättiin vuonna 2023 mahdollisuus ekologiseen kompensatioon, ja tätä opasta kirjoitettaessa on käynnissä hanke luonnonsuojelulain muuttamiseksi, jolla on tarkoitus mahdollistaa luonnonarvojen käyttäminen myös muihin luontotekoihin¹.

Lainsäädännön lisäksi kysyntä ja tarjonta ovat avainasemassa luonnonarvomarkkinoiden kehittymiselle. Jotta kysyntää tuotteistetuille luonnonarvoille olisi, tulee luonnonarvomarkkinan olla helppoa ja selkeää. Kun pelisäännöt ovat läpinäkyvät, tiedetään, mitä markkinassa ostetaan ja myydään.

Luonnonarvomarkkina ei korvaa luonnonsuojelua vaan täydentää luonnon turvaamisen keinovalikoimaa – ja ohjaa yksityistä rahoitusta luontotoimiin. Valtiovetoinen luonnonsuojelu on luonnonarvomarkkinasta huolimatta ratkaisevan tärkeää luonnon monimuotoisuuden turvaamisessa. METSO- ja HELMI-ohjelmat ovat valtion keinoja turvata osaltaan luontoa. Nämä perustuvat lähtökohtaisesti vapaaehtoisuuteen.

Vapaaehtoisuuteen perustuva järjestelmä voi täydentää luonnonsuojelualueverkostoa, mutta se ei lähtökohtaisesti turvaa arvokkaimpia kohteita. Ne on hoidettava edelleen lakisääteisellä suojelulla. Lisäksi valtion ja kuntien tulee kantaa vastuu luonnosta myös ilman markkinamekanismeja.

Luonnonarvomarkkina perustuu ajatukseen siitä, että luonnon tuottamalla hyödyillä on taloudellinen arvo. Kun luonnon hyväksi tehdyt toimet tehdään mitattavaksi, on yritysten ja yksityishenkilöidenkin helppoa osallistua luontotoimiin. Näin syntyy myös konkreettinen tapa yksityisille tahoille korvata aiheuttamansa luontohaitat ja edistää luonnon monimuotoisuutta.

Luonnonarvomarkkinat toimivat parhaimmillaan yhtäältä taloudellisena kannustimena luonnonsuojeluun ja ennallistamiseen ja toisaalta helppona tapana tehdä tekoja luonnon hyväksi.

¹ <https://ym.fi/-/ymparistoministerio-pyytaa-lausuntoja-hallituksen-esitykseen-luonnonsuojelulain-muuttamisesta>

02

Miksi luonnonarvomarkkinaa tarvitaan?

Kuluttajien ja hankintapäätöksiä tekevien yritysten ja muiden toimijoiden, kuten kuntien, kiinnostus vastuullisuutta kohtaan on kasvanut. Luonnonarvomarkkinoilla on keskeistä varmistaa, että yritykset voivat viestiä selkeästi tekemistään luontotoeista. Samalla tulee välttää viherpesu, joka on tutkimusten mukaan yleistä ja heikentää yleisön luottamusta luontotekojen aitoon vastuullisuuteen.

Luonnonarvomarkkinoille osallistuminen hyödyttää sekä yrityksiä että kuluttajia.

Luonnonarvojen turvaaminen on yritysten toiminnan kannalta ratkaisevaa, sillä monet yritykset ovat riippuvaisia ekosysteemipalveluista, kuten puhtaasta vedestä. Yritykset voivat myös tuoda esiin konkreettisia luontotoimia ja arvojaan, kun taas kuluttajat tarvitsevat läpinäkyvää ja vertailukelpoista tietoa tehdäkseen perusteltuja ostopäätöksiä. Selkeät pelisäännöt auttavat kaikkia osallisia.

2.1 Luonnon turvaamiseen tarvitaan välttämättä yksityistä rahoitusta

Luontokadon pysäyttäminen Suomessa maksaa arviolta 860–930 miljoonaa euroa vuodessa seuraavat 25 vuotta². Valtio käyttää vuosittain noin 300 miljoonaa euroa luontotoimiin ja myös EU-rahoitusta on jossain määrin saatavilla luonnon tilan parantamiseen³. Koska luontokadon pysäyttämiseksi julkisesti ohjattava rahoitus on alijäämäinen, on yksityinen rahoitus avainasemassa luontokadon ratkaisussa.

Luontokato on seurausta taloudellisesta toiminnasta. Ympäristöoikeuden aiheuttaja maksaa -periaatteen mukaan luontohaittojen aiheuttaja on vastuussa haitoista. Moni yritys haluaa kantaa vastuunsa ja luonnonarvomarkkina on tähän erinomainen mekanismi, koska se tuo selkeän ja ennalta määritellyn tavan hyvittää aiheutettuja haittoja ja tehdä luontotoimia myös vapaaehtoisesti.

2.2 Yritykset haluavat kantaa vastuuta luonnosta

Viime vuosina yritysten luontovastuu on noussut merkittäväksi teemaksi. Luonnonarvomarkkina on yrityksille ja muille luonnonarvoja ostaville toimijoille helppo tapa tehdä käytännön tekoja luonnon hyväksi. Luonnonarvojen hankkiminen markkinoilta on konkreettinen ja selkeä teko niin yrityksille, kunnille, yksityishenkilöille kuin säätiöillekin.

² Räsänen, A., Kekkonen, H., Lehtonen, H., Miettinen, A., Wejberg, H., Kareksela, S., Tzemi, D., Aro, L., Kuningas, S., Louhi, P. & Ruuhijärvi, J. 2023. Euroopan unionin ennallistamisasetusehdotuksen luontotyyppi- ja turvemaatavoitteiden vaikutukset Suomessa. Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 1/2023. Luonnonvarakeskus. Helsinki. 76 s. Suomen Natura 2000 -verkoston ja kytkeytyvyyden priorisoitu toimintaohjelma PAF 2021-2027

³ https://www.metsa.fi/wp-content/uploads/2025/10/priodiversity-life_taydentavan-rahoituksen-strategia-liitteet_web.pdf



2.3 Kuluttajien on voitava luottaa markkinan väittämiin

Kuluttajan luottamuksen kannalta väittämien sääntely on oleellinen osa luonnonarvomarkkinaa. Esimerkiksi viherpesu on kielletty – ja hyvä niin. Viherpesu vähentää kuluttajien luottamusta yritysten markkinointiviestintään ja myös luontotoimiin. Hyvä luontoväittäjä perustuu todellisiin tekoihin ja vahvistaa luottamusta luonnonarvomarkkinoihin.

2.4 Luonnonarvoja tuotetaan, kun siitä maksetaan korvaus

Luonnonarvomarkkinat luovat maanomistajille taloudellisen kannusteen luonnonsuojelu- ja ennallistamistoimiin. Maanomistajien kiinnostukseen osallistua luonnonarvomarkkinaan vaikuttaa paitsi saadut korvaukset myös luotettava toimintaympäristö. Selkeät pelisäännöt luovat kaikille osapuolille luottamusta markkinaan ja kiinnostusta osallistua siihen.

Maanomistajat haluavat turvata luontoarvoja niiden itsensä vuoksi ja luonnontilasta huolehtiminen auttaa turvaamaan tulevaisuuden tuotantoa. Luonnonarvomarkkina myös monipuolistaa maanomistajan tulonlähteitä.

2.5 Selkeät pelisäännöt ovat toimivan markkinan edellytys

Luonnonarvomarkkinan pelisäännöt ratkaisevat luonnonarvomarkkinan toimivuuden. Niiden mukaan sekä sovitaan että ymmärretään, mitä myydään ja mitä ostetaan ja mitä velvoitteita ostajalla ja myyjällä on. Vaikka sääntely luokin tiettyä kitkaa, se luo ennen kaikkea selkeyttä ja turvallisuutta osallistua markkinaan. Selkeä sääntely lieventää pelkoa lähteä mukaan uuteen markkinaan, kun rakenteet ovat olemassa.

Luonnonsuojelulain mukaisessa ekologisessa kompensaatiossa markkinan pelisäännöt tulevat suoraan laista. Luonnonsuojelulain (9/2023) 11 luvussa ja ekologisen kompensaation asetuksessa (933/2023) määritellään myytävä tuote (luonnonarvohehtaari), tuotteen mittaaminen, tuotteen käyttö ja tuotteen kirjaaminen rekisteriin.

Luonnonarvohehtaarien käyttöä myös muuhun kuin ekologiseen kompensaatioon suunnitellaan säädettäväksi lailla. Laki ei kuitenkaan määrää aivan kaikkea. Myös tässä mallissa voi olla mukana yksityisoikeudellista sopimista.

Muiden luontotoimien osalta pelisäännöt määritellään pitkälti kahdenvälisin sopimuksin. Ostajan ja myyjän välillä tulee sopia se, mitä tuotetaan ja mitä ostetaan, kuinka kauan sopimus kestää, mikä todennettavuusvaatimus on ja mikä on luontotoimesta maksettava korvaus. Kahdenvälisestä sopimuksesta voidaan käyttää esimerkiksi silloin, kun yritys haluaa suojella tietyn suon, ja maksaa tästä suojelusta maanomistajalle korvausta. Tällöin tulee sopia esimerkiksi alueen vuokraamisesta suojelukäyttöön tai siitä, että maanomistaja muuten sitoutuu asettamaan alueen suojeluun maksua vastaan (sopimus palvelusta). Muiden luontotoimien kohdalla voidaan hyödyntää myös luonnonsuojelulain instrumentteja. Luonnonsuojelulain mukaan voidaan esimerkiksi perustaa yksityinen suojelualue (47 §) tai laatia sopimus alueen määräaikaisesta rauhoittamisesta (48 §).

Kun näistä toimista viestitään markkinoinnissa tai muussa kaupallisessa viestinnässä, kyse on ympäristö- ja luontoväittämistä. Kuluttajansuojalain (38/1978) mukaan väittämät eivät saa olla totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia. Lainmukaisen viestinnän on oltava totta, todennettavissa, avointa ja selkeää.

03

Mitä keinoja luonnonarvomarkkinassa on?

Luonnonarvomarkkinassa on erilaisia tapoja parantaa luonnon tilaa. Toimien tulee tuottaa todellista hyötyä luonnolle ja niiden vaikutukset täytyy pystyä osoittamaan.

3.1 Ekologinen kompensatio

Vapaaehtoinen ekologinen kompensatio on keino hyvittää toiminnasta aiheutuva luontohaitta. Kun yrityksen hanke heikentää luonnon tilaa, aiheutettu haitta korvataan parantamalla luontoa vähintään vastaavalla määrällä jossakin toisessa kohteessa. Luonnonsuojelulaissa määritellään, miten vapaaehtoinen ekologinen kompensatio toimii. Se on viimesijainen keino eli sitä käytetään vasta, kun haittoja ei pystytä estämään tai vähentämään muilla toimilla.

Kompensaatiotoimet täytyy aloittaa ennen kuin heikentävä toiminta alkaa. Toimet tulisi ensisijaisesti tehdä samalle luontotyyppille kuin aiheutettava haittakin. **Luonnon tilan parannusta mitataan luonnonarvohehtaarilla, joka kertoo, kuinka paljon luontorvoja on tehdyillä toimilla lisätty.** Viranomaiset arvioivat sekä syntyvän haitan että kompensatiotoimien tuottamat hyödyt. Näin varmistetaan, että hyvitys on riittävä.





3.2 Luontoteko

Luontoteko on vapaaehtoinen tapa tukea luonnon monimuotoisuutta. Siinä toimija, kuten yritys, kunta tai yhteisö, voi ostaa tai tuottaa luonnonarvohehtaareja ilman, että taustalla olisi tehtyä suoraa luontohaittaa. Luontoteko ei siis korvaa tiettyä haittaa, vaan parantaa luonnon monimuotoisuutta muuten.

Luontoteot ovat säänneltyjä ja se tekee niistä viestimisen helpoksi. Tuotetut luonnonarvot tarkistetaan viranomaisten toimesta. Siinä varmistetaan luonnonarvojen määrä ja laatu. Luontoteot tarjoavat konkreettisen ja mitattavan tavan lisätä luonnon monimuotoisuutta.

3.3 Muut luontotoimet

Muut luontotoimet ovat vapaaehtoisia tekoja, joilla parannetaan luonnon tilaa ilman erityisiä sääntöjä tai velvoitteita. Ne eivät täytä ekologisen kompensaaion tai luontoteon vaatimuksia, mutta voivat silti tuottaa merkittävää hyötyä luonnolle. Näille toimille ei ole yhteistä mittayksikköä, eikä niitä säädellä laissa, joten toimet voivat olla hyvin monenlaisia.

Muita luontotoimia voivat olla esimerkiksi suojelehtaarien ostaminen, lahjoitukset luonnonsuojeluun tai viherkaton rakentaminen. Toimia voi tehdä kuka tahansa ja niitä voidaan tehdä myös silloin, kun oma toiminta ei aiheuta haittaa luonnolle. Muut luontotoimet ovat helppo mahdollisuus osallistua luonnon monimuotoisuuden parantamiseen.

Muiden luontotoimien kohdalla viestinnän selkeys on ensiarvoisen tärkeää. Lieventämishierarkian noudattaminen on tässäkin tapauksessa suositeltavaa. Muista luontotoimista viestittäessä on kerrottava konkreettisesti, mitä on tehty ja pidettävä huoli siitä, ettei viestinnällä luoda virheellistä käsitystä siitä, että toimi paikkaisi yrityksen aiheuttamaa suurempaa luontohaittaa.



04

Miten luonnonarvomarkkinaa säädellään?

Säätely määrittelee luonnonarvomarkkinan yksiköt ja toimintatavat. Säätely vaikuttaa myös siihen, miten luonnonarvomarkkinoilla tehtyjä toimia voidaan hyödyntää osana yritysten markkinointia ja vastuullisuusviestintää.

Luonnonarvomarkkinoihin kohdistuva säätely muodostuu ympäristöväittämiä, markkinointia, kuluttajansuojaa ja varsinaista luonnonarvomarkkinaa koskevista EU- ja kansallisista säädöksistä sekä niitä täydentävistä ohjeistuksista ja itsesäätelystä.

4.1 Luonnonarvomarkkinoiden kolme kategoriaa

Luonnonarvomarkkinat voidaan jakaa kolmeen eri kategoriaan niihin kohdistuvan sääntelyn perusteella:

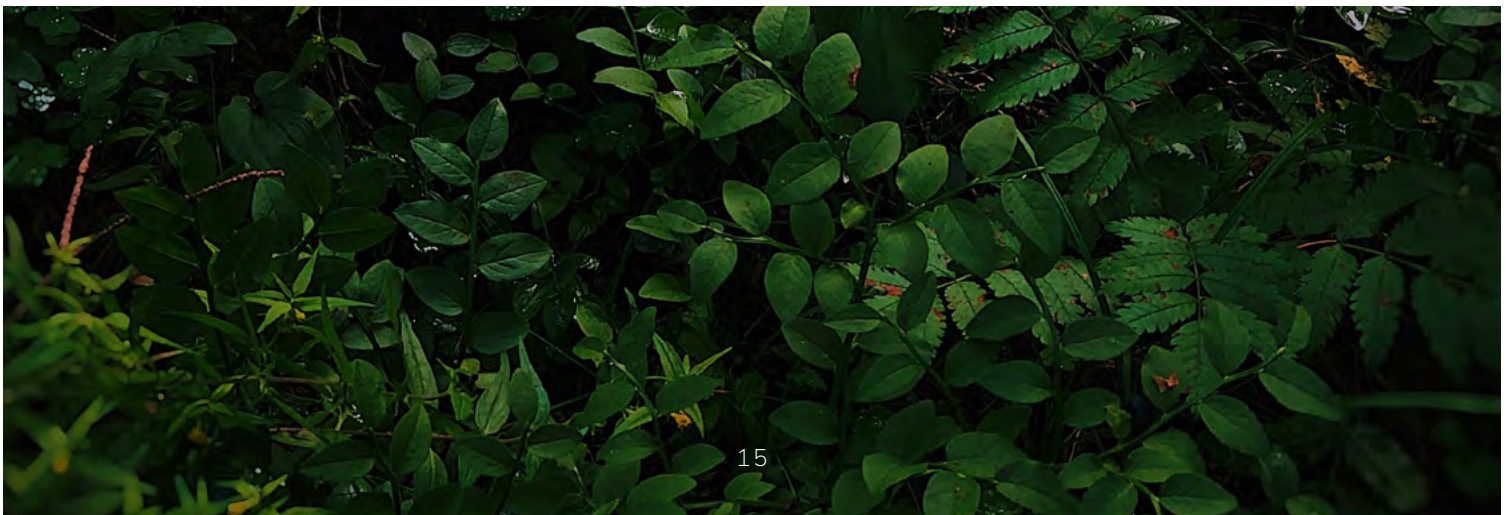
01. Luonnonsuojelulain mukainen ekologinen kompensatio
02. Luontoteko eli luonnonarvojen hankinta muuhun kuin ekologiseen kompensatioon
03. Muut luontotoimet

Ekologisesta kompensatiosta säännellään luonnonsuojelulaissa (9/2023) ja ekologisen kompensaaation asetuksessa (933/2023). Ekologisen kompensaaation puitteissa myydään ja ostetaan luonnonarvohehtaareja, joiden laskentatapa on lainsäädännössä tarkasti määritelty. Tällä hetkellä luonnonarvohehtaareiden ostamisesta saa viranomaispäätöksen ainoastaan ekologisen kompensaaation tapauksessa.

Parhailaan käynnissä olevan lainsäädäntöhankkeen on tarkoitus mahdollistaa luonnonarvohehtaarien myynti myös muuhun käyttöön kuin kompensatioon.

Muita luontotoimia, jotka eivät ole ekologista kompensatiota, ei säännellä millään erityislailla.

Kaikissa toimenpiteissä, huolimatta niiden sääntelystä, tulee pyrkiä noudattamaan lieventämishierarkian peruseriaatteita – haittaa on ensin pyrittävää välttämään niin pitkälle kuin mahdollista, sitten haitta tulee minimoida ja vasta sen jälkeen hyvitetään haittaa.





4.2 Luontoväittämiä säännellään lailla ja ohjeistuksella

Yritysten tekemiin luontoväittämiin kohdistuu runsaasti sääntelyä. Kaikkea yritysten tekemää markkinointiviestintää ohjaa, kohderyhmästä riippuen, kuluttajansuojalaki (38/1978) tai laki sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa (1061/1978). Näitä lakeja täydentävät viranomaisohjeet, itsesääntelyelinten ohjeistukset sekä ratkaisukäytäntö.⁴

⁴ Kuluttajamarkkinoinnissa keskeisiä ovat Kuluttaja-asiamiehen ohje ympäristömarkkinoinnista 1992, tarkistettu 2019, Komission ohje sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin tulkinnasta (2021/C 526/01) sekä kuluttaja-asiamiehen ratkaisut. Yritysten välisessä markkinoinnissa keskeisiä ohjeita ovat Kansainvälisen kauppakamarin markkinointia ja ympäristömarkkinointia koskevat suositukset 2021 ja 2024 sekä Keskuskauppakamarin suositus ympäristöväittämiä käyttämisestä 2023, sekä markkinaoikeuden ja liiketapalautakunnan ratkaisut.

Yritysten luontoväittämiä koskeva lainsäädäntö ja viranomaisohjeet edellyttävät, että luonnonarvomarkkinoihin liittyvät väittämät ovat totuudenmukaisia, todennettavia, selkeitä ja avoimia. Tiukan sääntelyn tavoitteena on estää viherpesua ja turvata markkinoiden luotettavuus.

Totuudenmukaisuuden edellytys tarkoittaa yksinkertaisesti sitä, että epätosia eli valheellisia väittämiä ei saa esittää. Väitteen on oltava totta ja todennettu sillä hetkellä, kun väite annetaan. Väitteen tulee myös olla jatkuvasti ajan tasalla, eli sen totuudenmukaisuus ja todennettavuus tulee tarkistaa aina, kun väite esitetään.

Selkeys viittaa täsmällisyysvaatimukseen ja se tarkoittaa, että väitteen on oltava ymmärrettävissä vain sillä tavalla, kuin yritys on sen tarkoittanut, eli väitteen vastaanottajalle ei saa muodostua väärä (erityisesti liioiteltu) kuva yrityksen tekemistä luontotoimista. Avoimuus tarkoittaa sitä, että markkinointiviestinnässä annetaan kaikki asiaa koskevat olennaiset tiedot.





4.3 Keskeinen vastuullisuusviestintää ja ympäristömarkkinointia koskeva sääntely

Vastuullisuusviestintää ja ympäristömarkkinointia sääntelevä lainsäädäntö ja erilaiset ohjeistukset auttavat yrityksiä viestimään toiminnastaan läpinäkyvällä ja ymmärrettävällä tavalla, sekä turvaavat kuluttajaa. Sääntelyn noudattaminen auttaa yritystä välttämään mahdolliset viherpesusyytökset ja sanktiot, sekä ylläpitää kuluttajien luottamusta yritykseen ja ympäristötoimiin ylipäätään.

Kuluttajalle vähäinenkin sääntelyn tuntemus mahdollistaa viherpesun ja aidon vastuun kannon erottamisen toisistaan, ja helpottaa näin luontoa tukevien ostopäätösten tekemistä. Vastuullisuusviestintää ja ympäristömarkkinointia säännellään niin kotimaisilla säädöksillä kuin EU-oikeudenkin kautta.

EU-direktiivi 2024/825 eli nk. vihreän siirtymän kuluttajansuojadirektiivi on uusi ympäristömarkkinointia sääntelevä direktiivi, joka täytäntöönpannaan jäsenmaissa vuoden 2026 syyskuuhun mennessä. Direktiivi muuttaa ja täydentää aikaisempia direktiivejä, tiukentaen esimerkiksi ympäristöväittämien sääntelyä. Sen nojalla muun muassa erilaiset kumoutumisväittämät eli väittämät, joiden mukaan palvelun tai tuotteen luonto- tai ilmastovaikutus on kumottu, ei tule esittää. Tällaisia väittämiä ovat esimerkiksi "ilmastoneutraali" ja "vähemmän ympäristövaikutuksia". Myös yleiset ympäristöväittämät, kuten "luonnon ystävä", "kestävä", "eko", "vihreä" ja "vastuullinen" tulevat direktiivin täytäntöönpanon myötä kielletyiksi, elleivät ne perustu viralliseen ympäristömerkkijärjestelmään tai kolmannen tahon sertifiointiin.⁵

Kuluttajansuojalaki (38/1978) sääntelee elinkeinoharjoittajien kuluttajille suunnattua markkinointia. Kuluttajansuojalaki sisältää kiellon antaa markkinoinnissa tai asiakassuhteessa totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja, jotka voivat vaikuttaa kuluttajan ostopäätökseen. Markkinoinnissa ja asiakassuhteessa ei saa myöskään jättää antamatta olennaisia tietoja, jotka voivat vaikuttaa kuluttajan ostopäätökseen.

Kuluttaja-asiamiehen linjaus ympäristömarkkinoinnista ohjaa ympäristöväittämien käyttämistä markkinoinnissa. Ohjeen mukaan ympäristöväittämiä esitettäessä tulee huomioida markkinoitavien ympäristövaikutusten todellinen merkitys. Ympäristövaikutusten merkityksellisyyttä arvioitaessa on huomioitava muut saman tuoteryhmän tuotteet ja markkinoidun ympäristövaikutuksen suuruus suhteessa tuotteen muihin ympäristövaikutuksiin. Tuotetta ei siis tule markkinoida esimerkiksi kertomalla, ettei se sisällä jotain ainesosaa, jota mikään saman tuoteryhmän tuote ei todellisuudessa sisällä.

Lisäksi on syytä pohtia, onko tarkoituksenmukaista korostaa vaikkapa tuotteen sisältämää pientä määrää kierrätysmateriaaleja, mikäli tuote itsessään on ympäristölle huomattavan haitallinen. Käytännössä tämä tarkoittaa, että tuotteen positiivisista luontovaikutuksista tulee kertoa vain, kun tuotteen positiivisissa luontovaikutuksissa on varmasti jotain kertomisen arvoista.⁶

⁵ Direktiivi 2024/825

⁶ <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/tietoa-ja-ohjeita-yrityksille/kuluttaja-asiamiehen-linjaukset/ymparistomarkkinointi/>



Ympäristömarkkinointia koskeva sääntely asettaa siis useita vaatimuksia luontoväittämille. Vaatimusten noudattaminen ei kuitenkaan vaadi yrityksiltä kohtuutonta ponnistelua, vaan edellä mainittujen säädösten ja ohjeiden, sekä totuudenmukaisuuden, todennettavuuden, avoimuuden ja selkeyden periaatteiden avulla pääsee pitkälle.

Kuluttajan on hyvä pitää mielessä, etteivät nämä säännöt ulotu esimerkiksi kaikkiin ulkomaisiin nettikauppoihin. Toisaalta myös suomalaiset yritykset välillä sortuvat markkinoinnissaan kiellettyihin ympäristö- ja luontoväittämiin. Tämän vuoksi yritysten luontoväittämiä kannattaa ennen ostopäätöksen tekemistä tarkastella yllä esiteltyjen sääntöjen kautta.

Käyttääkö yritys ympäröiviä ilmaisuja, kuten “luontoystävällinen”, vai kertooko yritys selkeästi, kuinka se on osallistunut luonnonarvomarkkinoille? Hehkuttaako yritys luonnolle tuhoisan tuotteen kierrätysmateriaalista tehtyä pakkausta, tai käyttääkö yritys itse keksimäänsä vastuullisuussymbolia? Luontoväittämien arvioiminen omassa arjessa ei vaadi juridista osaamista, vaan mielenkiinto ja kriittinen asenne riittävät.

Luontoväittämien kannalta keskeiset säädökset ja ohjeistukset:

- Vihreän siirtymän kuluttajansuojadirektiivi (2024/825), jolla muutetaan ja täydennetään direktiivejä
 - Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi (2005/29/EY)
 - Kuluttajaoikeusdirektiivi (2011/83/EU)
- Kuluttajansuojalaki (38/1978)
- Laki sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa (1061/1978)
- Komission ohje sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin tulkinnasta (2021/ C 526/01)
- Kuluttaja-asiamiehen linjaus ympäristömarkkinoinnista 1992, tarkistettu 2019
- Kansainvälisen kauppakamarin markkinointia ja ympäristömarkkinointia koskevat suositukset 2021 ja 2024
- Keskuskauppakamarin suositus ympäristöväittämien käyttämisestä 2023



05

Mitä mahdollisuuksia luonnonarvomarkkina tarjoaa yrityksille?

Monet yritykset haluavat toimia luonnon hyväksi ja luonnonarvomarkkina tarjoaa yrityksille siihen helpon keinon. Kun on valmiita tuotteita ostettavaksi ja selkeät pelisäännöt siitä viestimiseen, luonnonarvomarkkinaan osallistuminen on houkutteleva tapa sekä toimia luonnon puolesta että viestiä luotettavasti yrityksen ympäristötoimista.

Luonnonarvomarkkinoille osallistumisesta viestiminen on tärkeää sekä yritysten että kuluttajien näkökulmasta. Yritykset voivat viestinnän avulla tuoda esiin arvojaan, tuotteidensa luontovaikutuksia sekä konkreettisia toimiaan luonnon hyväksi.

5.1 Yritysten etu on, että luonto tuottaa hyvinvointia jatkossakin

Yritykset tiedostavat, että luontokato vaikuttaa jo toimintaympäristöön ja se voi linkittyä yrityksen arvoketjuun jollain alueella. Luonnon tuottamat hyödyt ovat olennaisia yritysten elinkelpoisuudelle ja sosiaaliselle hyväksyttävyydelle. Esimerkiksi paikallisen matkailuyrityksen liiketoiminnan kannalta on olennaista, että maisema pysyy ehjänä ja vesistöt kirkkaina.

5.2 Yritys osallistuu kestävämmän ympäristön ja talouden rakentamiseen

Markkinoihin osallistuminen on teko luonnon puolesta – ja sillä vaikutetaan myös tulevaisuuden talouteen. Osallistamalla luonnon turvaamiseen, vaikutetaan positiivisesti myös tuleviin tuotantomahdollisuuksiin, hyvinvointiin ja turvallisuuteen. Poliittinen tuki luonnonarvomarkkinoille on vahvaa ja se auttaa kaikkia osapuolia.





5.3 Yritykset toivovat markkinapohjaisia ratkaisuja vastuun kanton luonnosta

Markkinapohjaiset ratkaisut vastuunkantoon sopivat hyvin yritystoimintaan. Ne on mahdollista myös saada näkymään yrityksen taseessa, toisin kuin tavallinen lahjoituksiin perustuva hyväntekeväisyys.

5.4 Luonnonarvohehtaarien ostaminen on uskottava teko luonnon puolesta

Luonnonarvomarkkinoilla yritys voi varmistua luontotekojen oikeellisuudesta. Viranomaisvarmennettujen luonnonarvohehtaarien kohdalla noudatetaan selkeää sääntelyä ja ohjeistuksia. Näin ollen luonnonarvohehtaarit tekevät helpoksi yrityksen viestinnän luontotoimista ilman pelkoa viherpesusta.

5.5 Selkeät vastuullisuustoimet helpottavat viestintää

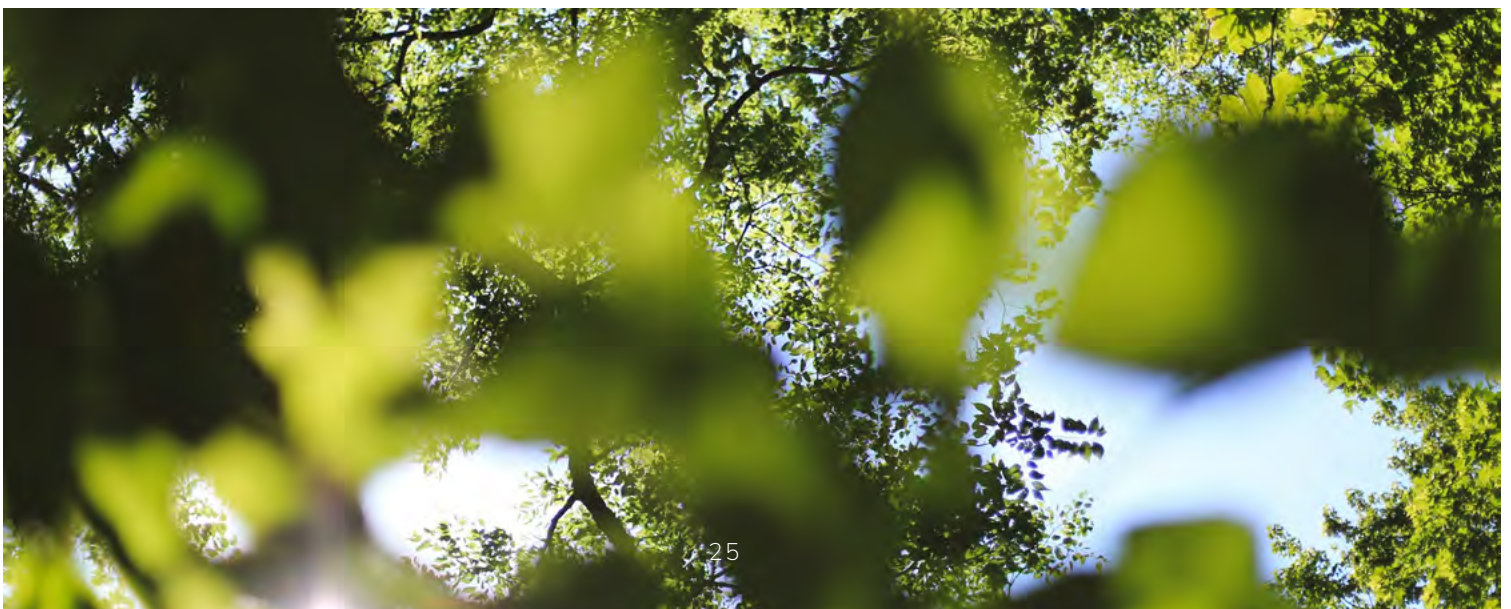
Luontoväittämien laatimisessa kannattaa aluksi paneutua lieventämishierarkiaan. Lieventämishierarkia tarkoittaa käytännössä sitä, että ennen erilaisia hyvitystoimia, haittoja tulee välttää ja vähentää niin paljon kuin mahdollista. Esimerkiksi ekologisessa kompensaatiossa yrityksen tulee ensisijaisesti minimoida toimintansa ympäristöhaitat, ja vasta tämän jälkeen käyttää hyvitystoimia jäljelle jäävien haittojen kompensoimiseen.

Kuluttaja voi arvioida lievennyshierarkian toteutumista perehtymällä yrityksen mahdolliseen ympäristöstrategiaan ja muihin luontotoimiin, joita yritys tekee luonnonarvomarkkinoille osallistumisen lisäksi.

5.6 Luonnonarvomarkkinoihin investointi kertoo vastuunkannosta ja luo rahanarvoista luottamusta

Luonnonarvohehtaarien osto on selkeä teko ja hyvä pohja viestiä vastuullisuustoimista niille omille asiakkaille, kuin henkilöstölle ja sijoittajillekin. Investointi luonnonarvomarkkinoihin viestii yrityksen vastuunkannosta. Se on selkeä ja konkreettinen tapa, jolla yritys voi osallistua luontotyöhön.

Ympäristötyön uskottavuus voi olla yrityksille myös suoranaisesti rahanarvoista. Se kutsuu investointeja ja voi mahdollistaa halvempaa rahoitusta.



06

Miten totuudenmukainen väittäminen laaditaan?

Yritysten on huolehdittava siitä, että niiden esittämät luontoväittämät ovat totuudenmukaisia, todennettavissa, avoimia ja selkeitä. Selkeät ja luotettavat luontoväittämät ovat keskeisiä sekä kuluttajansuojan että luonnonarvomarkkinoiden uskottavan toiminnan kannalta.

Tutkimusten mukaan suuri osa ympäristöväittämistä esitetään yleisellä tai monitulkintaisella tasolla, mikä vaikeuttaa kuluttajien mahdollisuutta arvioida niiden paikkansapitävyyttä.

Kuluttajien on hyvä tunnistaa, millaisissa väittämissä piilee viherpesun riski ja mitkä väittämät kertovat aidosta vastuullisuudesta. Jo muutamien keskeisten periaatteiden tunteminen auttaa arvioimaan väittämien luotettavuutta.

Luotettavat luontoväittämät tukevat kuluttajien informoituja ostopäätöksiä ja voivat samalla vahvistaa yritysten uskottavuutta sekä tuotteiden houkuttelevuutta.



6.1 Varmista, että väittämä on totta ja todennettavissa

Totuudenmukaisuus tarkoittaa, että luonnonarvomarkkinoille osallistumisesta annettujen tietojen on oltava totta, eikä viestintä saa olla harhaanjohtavaa. Harhaanjohtavuuden välttämiseksi luontoväittämien tulee olla yksiselitteisiä ja selkeitä, jolloin markkinoinnin vastaanottaja ymmärtää viestin siten, kuten yritys on sen tarkoittanut. Mikäli yrityksen markkinointi on epäselvää tai esimerkiksi lain nojalla kiellettyä, voidaan markkinoinnin katsoa olevan harhaanjohtavaa silloinkin, kun yritys on todella osallistunut luonnonarvomarkkinoille. Kuluttaja voi arvioida ympäristöväittämän totuudenmukaisuutta kiinnittämällä huomiota esimerkiksi siihen, millaisia tietoja yritys tarjoaa väittämän tueksi.

Todennettavuus tarkoittaa, että esitettyjen luontoväittämien tulee olla riippumattoman osapuolen todennettavissa. Todentamisesta syntyvän näytön tulee olla riippumattonta, luotettavaa, yleisesti tunnustettua, ja lisäksi sen tulee huomioida viimeisimmät tutkimusmenetelmät ja -tulokset. Väitteet, joiden todenperäisyyttä ei voida tarkistaa, ovat viherpesua. Tärkeää on huomata, että väitteen tulee olla todennettu jo silloin, kun se esitetään. Jälkikäteen hankitut todisteet eivät ole riittäviä. Kuluttaja voi arvioida ympäristöväittämän todenmukaisuutta tutkimalla, onko yritys esittänyt esimerkiksi ulkopuolisen tahon toteuttamia mittauksia tai kartoituksia väittämiensä tueksi, julkaiseeko yritys raporteja luontoväittämiinsä liittyen, tai onko yrityksen hyvitystoimille myönnetty jokin ulkopuolinen sertifikaatti, joka takaisi niiden laadun.





6.2 Varmista, että väittämä on avoin ja selkeä

Selkeistä ja avoimista väittämistä käy ilmi, mitä tuotetta tai palvelua väittäjä koskee, ja millaisiin konkreettisiin toimiin ja lukuihin se perustuu. Selkeyttä luontoväittämiin tuovat esimerkiksi ulkopuoliset sertifikaatit. Yrityksen omat symbolit, joilla pyritään luomaan mielikuvaa kestäväydestä, eivät ole sallittuja. Kiellettyjä ovat myös yleisluontoiset väittämät, kuten “luontoystävällinen” tai “lempeä ympäristölle”, mikäli ne eivät perustu sääntelyyn tai viranomaisen tunnustamaan sertifiointijärjestelmään⁷.

Kuluttaja voi arvioida luontoväittämien selkeyttä kiinnittämällä huomiota tuotteen tai palvelun saamiin sertifikaatteihin ja tutustumalla näiden myöntämiskriteereihin. Lisäksi kannattaa huomioida luontoväittämien yhteydessä annetut tiedot: kertooko yritys, mitä väittäjä koskee, ja esitetäänkö väittämän tueksi mittauksia tai yrityksen toimitapoja?

⁷ Vihreän siirtymän kuluttajansuojadirektiivissä viitataan unionin oikeuden lisäksi jäsenvaltioiden EN ISO 14024 -ympäristömerkkijärjestelmiin.

07

Mitä toimijoita luonnonarvomarkkinassa on?

Ostaja voi ostaa luonnonarvoja joko suoraan luonnonarvon tuottajalta tai välittäjältä. Viranomainen varmentaa luonnonarvon ja merkitsee rekisteriin, kun luonnonarvo on käytetty hyvittämiseen.

7.1 Luonnonarvojen tuottajat

Luonnon arvojen tuottaja tuottaa positiivisen vaikutuksen luonnon tilaan. Se edellyttää lähtötilanteen selvittämistä, toimien huolellista suunnittelua ja luonnonarvohehtaarin määrittelyä.

7.2 Luonnonarvojen ostajat

Luonnonarvojen ostaja ostaa positiivisen vaikutuksen luonnontilaan ja yleensä viestii siitä asiakkailleen.

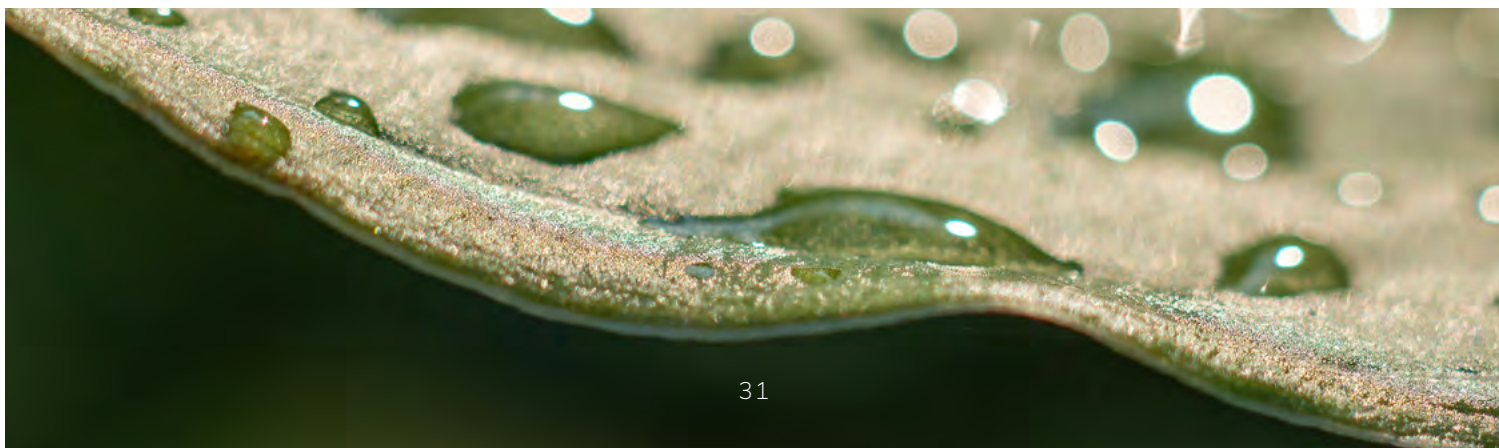
7.3 Välittäjäorganisaatiot

Luonnonarvomarkkinoille voi syntyä myös välittäjäorganisaatiota, jotka tuovat yhteen luonnonarvojen tuottajan ja ostajan. Välittäjäorganisaation rooli voi vaihdella ja kehittyä ajan myötä sen mukaan, millaiselle palvelulle markkinassa on kysyntää.

Välittäjäorganisaatio voi siis parhaillaan saada kysynnän ja tarjonnan kohtaamaan. Mikäli palvelu on niin hyvä, että joko ostaja tai myyjä tai molemmat haluavat siitä maksaa, voi välitystoiminnasta kehittyä kannattavaa liiketoimintaa.

7.4 Viranomaiset varmentajana

Viranomainen varmentaa ostetut ja myydyt luonnonarvot ja kirjaa ne rekisteriin. Viranomaisvarmennuksella ja rekisterillä varmistetaan osaltaan markkinan uskottavuus. Näin vältetään esimerkiksi riski sille, että kertaalleen tuotettuja luonnonarvoja ei myydä kahdesti.



08

Luonnonarvomarkkinan
toimijoita

Luvussa esitellään toimijoita, joista osa on mukana maksullisina esittelyinä.



Hiilipörssi on soiden ennallistamisen asiantuntija ja luontotekojen kauppapaikka.

Palauttamalla soita luonnontilaan vahvistamme soiden ainutlaatuisia monimuotoisuutta, suojelemme vesistöjä ojituksista johtuvalta kuormitukselta ja pysäytämme turpeen kuivatuksesta aiheutuvan hiilivuodon ilmakehään. Ennallistamisen jälkeen suot suojellaan pysyvästi.

Tarjoamme ympäristövastuun edelläkävijäyritykselle läpinäkyvän, lisäisen ja vaikuttavan tavan sijoittaa konkreettiseen luontotyöhön, jonka tulokset ovat todennettavissa niin tieteellisin menetelmin kuin omin silmin maastossa. Yritys voi rahoittaa suoluonnon ennallistamista Hiilipörssin kautta tarpeensa mukaan joko hehtaari, ilmastoyksikkö tai kokonainen suo kerrallaan. Toteutamme myös ekologisen kompensaaation hankkeita.

Maanomistajalle tarjoamme maksuttoman ja vaivattoman ennallistamispalvelun sekä Suomen ainoan yksityisrahoitteisen korvauksen soiden ennallistamisesta ja suojelusta.

Tutustu ennallistustyöhömme ja ota yhteyttä: hiiliporssi.fi



AARI Metsä Oy hankkii ja hallinnoi metsätiloja luontoarvot ja asiakkaiden tavoitteet huomioiden. AARI toimii kautta Suomen ja yli 20 metsäasiantuntijan voimin. AARIn asiakkaita ovat metsänomistajat, joille on tärkeää niin metsän taloudellinen tuotto kuin luonnon huomioiminenkin. AARIn metsänhoitomallissa yhdistyy tasapaino taloudellisen tuoton, luonnon monimuotoisuuden, metsien hiilensidonnan ja virkistysarvojen välillä.

AARI tuottaa luonnonarvohehtaareita asiakkaiden omistamilla metsätiloilla toteuttamalla hyvitysalueita, joiden luontovaikutus voidaan mitata. AARI tukee metsänomistajaa luonnonarvomarkkinaa osallistumisessa ja tekee samalla myös luontoarvojen ostamisesta luotettavaa ja selkeää.



MTK



Luontoarvot

Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto edistää luonnonhoidon ja luonnonarvomarkkinoiden kehittymistä valtakunnallisesti ja varmistaa, että maanomistajien näkökulma huomioidaan sekä sääntelyssä että käytännön toimintamalleissa. MTK:n työ tukee ennallistamisen, elinympäristöjen parantamisen ja muiden luontopohjaisten toimien kehittämistä.

Luontoarvot.fi-palvelu kokoaa yhteen kohteita, joita maanomistajat voivat tuoda näkyville markkinoille aina luonnonhoitokohteista ekologisen kompensaation hyvitysalueisiin. Palvelu auttaa ostajia löytämään todennettavia ja vastuullisuustavoitteita tukevia kohteita.

MTK:n koordinoima ja Koneen Säätiön Metsän puolella -aloitteen rahoittama LUMA-hanke rakentaa yhteisiä toimintamalleja ja vahvistaa markkinan luotettavaa kehitystä. Paikallistason toimijana metsänhoitoyhdistykset tarjoavat maanomistajille ohjausta luonnonarvoihin liittyvien mahdollisuuksien tarkastelussa.



The Activist Agency on strategisen viestinnän ja vaikuttamisen muutostoimisto, joka auttaa yrityksiä, järjestöjä ja muita toimijoita rakentamaan vaikuttavaa vastuullisuutta, viestintää ja yhteiskunnallista muutosta ekologisten rajojen puitteissa. The Activist Agencyn työssä yhdistyvät vastuullisuus, brändi, vaikuttajaviestintä ja yhteiskunnallinen ymmärrys.

Luonnonarvomarkkinassa The Activist Agency tukee toimijoita erityisesti luonnon monimuotoisuuden liittyvän työn sanoittamisessa, strategisessa asemoinnissa ja uskottavassa viestinnässä. Tavoitteena on auttaa asiakkaita rakentamaan luontotyötä, joka perustuu todellisiin tekoihin, läpinäkyvyyteen ja markkinan pelisääntöjen ymmärtämiseen.

The Activist Agency uskoo, että luonnonarvomarkkinan kehittyminen tarvitsee sekä toimivia käytäntöjä että kunnianhimoista, rehellistä viestintää.



Laininen Law Oy on asianajotoimisto, joka keskittyy yritysasiakkaiden oikeudellisten asioiden hoitamiseen erityisesti finanssiregulaation, compliance-asioiden sekä vastuullisen liiketoiminnan alueilla.

Luonnonarvomarkkinoihin liittyen keskeisessä roolissa ovat ympäristöväittämät ja niiden luotettavuus. Avustamme asiakkaitamme erityisesti ympäristöväittämiin ja vastuullisuusviestintään liittyvissä oikeudellisissa kysymyksissä sekä sääntelyn tulkinnessa.



Varoen Oy on oikeudellisen ja eettisen riskienhallinnan palveluita tarjoava yritys. Varoen auttaa vastuullisia yrityksiä ja yhteisöjä rakentamaan toiminnastaan kestävää ja turvallista.

Varoen avustaa Compensate-säätiötä oikeudellisen ja eettisen riskienhallinnan kysymyksissä toiminnan eri vaiheissa.

Lisätiedot ja palvelut: varoen.fi

09

Keskeiset käsitteet

Ekologinen kompensatio on määritelty luonnonsuojelulaissa (3 §) ja se tarkoittaa “eliölajeille ja luontotyypeille aiheutettavien heikennysten hyvittämistä parantamalla eliölaajien ja luontotyyppien tilaa heikennysalueen ulkopuolella, kun heikennyksiä on ensisijaisesti vältetty, toissijaisesti minimoitu ja, jos mahdollista, heikennettyjen eliölaajien ja luontotyyppien tilaa on ennallistettu heikennysalueella”.

Kokonaisheikentämättömyys tarkoittaa sitä, että ihmisen aiheuttamat luontohaitat – kuten elinympäristöjen tai lajien menetykset – hyvitetään niin, että luonnon tila ei kokonaisuutena heikkene. Tavoitteena on, että menetysten ja kompensatioiden yhteisvaikutus on neutraali.

Kokonaisparanema tarkoittaa sitä, että luonnon tila on sovittuna ajanhetkenä tulevaisuudessa parempi kuin mitä se oli vertailutilaksi valittuna ajanhetkenä.

Luonnonarvohehtaari kuvaa kohteen luonnon tilaa. Luonnonarvohehtaari pohjautuu luonnonsuojelulakiin ja se määritellään kompensatioasetuksessa seuraavasti: “*Luonnonarvohehtaarilla tarkoitetaan luonnonarvovastaavuuden arviointiyksikköä, joka osoittaa alueen hehtaarikohtaista luonnonarvoa suhteessa hehtaariin luonnontilaisessa tai luonnontilaiseen verrattavassa tilassa olevaa aluetta. Alueen luonnonarvohehtaarien määrä on sen pinta-ala kerrottuna luonnonarvon tilalla.*” Luonnonarvon tila arvioidaan kymmenesosin nousevissa luokissa, joissa alin luokka 0 on täysin luonnontilansa menettänyt alue ja ylin luokka 1 on luonnontilainen tai luonnontilaiseen verrattava alue. Luonnonarvomittarin arvon määrittämiseksi on luotu tarkka laskentatapa. Kun ELY-keskus rekisteröi luonnonarvohehtaarin, silloin on kyse viranomaisvarmennetusta luonnonarvohehtaarista.

Luontoposiitivisuudella tarkoitetaan sitä, että luonnon tila on tavoitteen saavuttamisen, toimenpiteen tai uuden ratkaisun jälkeen parempi kuin mitä se oli lähtötilassa. Luontoposiitivisuudesta käytetään myös termiä kokonaisparanema. Luontoposiitivisuus-termiä käytetään usein myös markkinoinnissa. Jos sen tarkka sisältö jää epäselväksi, se aiheuttaa viherpesun riskin.

Luontojalanjälki tai **luontohaitta** tarkoittaa luonnolle aiheutettua kielteistä vaikutusta.

Luontokädenjäljellä tarkoitetaan luontojalanjäljen pienentämistä, jonka uuden ratkaisun kehittäjä mahdollistaa toiselle osapuolelle.

Luontoteko tarkoittaa luonnonarvohehtaareiden käyttämistä muuhun kuin ekologiseen kompensatioon. Se on siis vapaaehtoista luontovastuullisuuden osoittamista.

Luontotekoväittäjä tarkoittaa viranomaisvarmennettujen luonnonarvohehtaarien hankintaa koskevaa väittämää, jolla osoitetaan luontovastuullisuutta.

Luontoväittäjä on organisaation, tuotteen tai palvelun luontovaikutuksiin liittyvä mikä tahansa väittäjä. Esimerkkejä luontoväittämistä ovat ”luontoystävällinen” ja ”luontovaikutus hyvitetty”. Kaikki luontoväittämät eivät ole lainmukaisia tai tosia, osa voi olla viherpesua. Luontoväittämät ovat yksi ympäristöväittämien alamuoto.

Muut luontotoimet ovat muita luonnon kannalta positiivisia luontotoimia, kuin ekologinen kompensatio tai luonnonarvohehtaareiden ostaminen.

Viherpesu on harhaanjohtava väite, joka ei vastaa todellisuutta. Väite voi olla esimerkiksi liioiteltu, se ei ole todenperäinen, tai sitä ei voida todentaa. Harhaanjohtavat väittämät ovat lainsäädännön nojalla kiellettyjä.

Ympäristöväittäjä on kaikenlaisen ympäristöön liittyvän markkinointiviestinnän yläkäsite. Ympäristöväittäjällä tarkoitetaan menettelyä, jolla kaupallisessa viestinnässä, markkinoinnissa tai mainonnassa annetaan ymmärtää tai luodaan muutoin vaikutelma siitä, että tavalla tai palvelulla on myönteinen ympäristövaikutus tai ei lainkaan ympäristövaikutuksia, tai että se vahingoittaa ympäristöä vähemmän kuin kilpailevat tavarat tai palvelut.

