



Kahvia koskevat vastuullisuuslinjaukset ja niiden valvonta Suomessa

Tutkimusartikkeli
Joulukuu 2025

Tutkimusartikkeli on tuotettu Finnwatchin Ihmisarvoisen työn tutkimusohjelman tuella.

Finnwatch on yritystoiminnan globaaleja vaikutuksia tutkiva kansalaisjärjestö. Edistämme ekologisesti, sosiaalisesti ja taloudellisesti vastuullista liiketoimintaa vaikuttamalla yrityksiin, talouden sääntelyyn ja yhteiskunnalliseen keskusteluun.

Julkaisuajankohta: joulukuu 2025

Kansikuva: Marina Demidiuk / Shutterstock

Kahvia koskevat vastuullisuuslinjaukset ja niiden valvonta Suomessa

Kahvin korkealle kohonnut hinta on puhuttanut Suomessa tänä vuonna, ja kuluttajat ovat entistä aktiivisemmin jalkautuneet kauppoihin kahvitarjousten perässä. Finnwatch selvitti miten kaupan ketjujen ja suurimpien kahvipaahittimoiden vastuullisuuslinjauksia noudatetaan hintapaineessa.

CASE: Lidl:n tarjouskahvin vastuullisuusvalvonta

Somen ja [median lukuisissa](#) halpakahvivertailuissa on maisteltu erityisesti Lidl:n Suomen markkinoille tuomaa Emilia Classic -kahvia, jota on myyty joissain Lidl-myymälöissä vain [muutaman euron kilohintaan](#).

Finnwatch yritti selvittää mistä Emilia Classic -kahvi tulee ja miten sen vastuullisuutta valvotaan. Itse kahvipaketissa kahvin alkuperästä tai vastuullisuudesta ei anneta mitään tietoa. Paketissa lukee vain kahvin valmistajan nimi, Ruf Export - und Import GmbH, joka on Melittan konserniin kuuluva yhtiö. Sama yhtiö valmistaa myös Lidl:n oman merkin Bellarom-kahveja. Emilia Classic on Lidl:n kansainvälisen oston neuvottelema tuote, ja Lidl tuo Emilia Classic -kahvia Suomeen Saksasta.

Selvitystä varten lähetettiin kyselyt niin Lidl Suomelle kuin kahvin valmistuksesta vastaavalle Melittalle.

Lidl ei vastannut Finnwatchin kysymyksiin Emilia Classic -kahviin käytettyjen papujen alkuperästä siitä huolimatta, että yhtiö on itse tuonut kahvin Suomeen. Lidl Suomen mukaan kysymykset Emilia Classic -kahvista tulee ohjata Melittalle siksi, että kyseessä ei ole Lidl:n oman merkin tuote.

Finnwatch lähetti kyselyn kahvin alkuperämaista Melittalle. Melittaa pyydettiin myös kertomaan kahvin tuottajaosuuskuntien tai -tilojen nimet.

Melitta ei antanut mitään tietoa kahvin alkuperästä: ei kahvin alkuperämaita tai tuottajaplantaasin tai osuuskuntien nimiä. Tätä se perusteli sillä, että sen reseptit ovat salaisia.

Finnwatch ei kuitenkaan pyytänyt Melitalta kahvin reseptiä, kuten esimerkiksi tietoja eri alkuperää olevien kahvien sekoitussuhteista tai niiden paahdosta, vaan ainoastaan alkuperätietoja.

Emilia Classicin vastuullisuusvalvonta ei vakuuta

Lidl ei vastannut Finnwatchille myöskään Emilia Classicin vastuullisuusvalvontaa koskeviin kysymyksiin vaan kehotti kääntymään Melittan puoleen. Lidl Suomi vastasi vain ylätasolla kertoen, että sen tavarantoimittajat sitoutuvat yrityksen eettisiin toimintaohjeisiin. Niissä tavarantoimittajien edellytetään pitävän omalta osaltaan kiinni Lidlin vastuullisuusvaatimuksista (ks. [Lidl Code of Conduct](#)), joista yrityksen mukaan myös ”keskustellaan sopimuksia tehtäessä”.

Melitalta ei kuitenkaan saatu juuri mitään lisätietoja Emilia Classic -kahvin vastuullisuusvalvonnasta. Melitta kertoi edellyttävänsä tuottajia sitoutumaan sen alihankkijoille suunnattuun Code of Conductiin. Se kertoi ylätasolla työskentelevänsä kahviarvoketjujen vastuullisuusasioissa sertifiointijärjestelmien kuten Reilun kaupan ja Rainforest Alliancen kanssa sekä myös Global Coffee Platformin kanssa. Yhtiö ei kuitenkaan kertonut mitä yhteistyötä, jos mitään, juuri Emilia Classic -kahvin tuotannon vastuullisuuden varmentamiseen liittyy tehdään. Melitta vahvisti Finnwatchille, että Emilia Classic -kahvi ei ole vastuullisuussertifioitu eikä se sisällä vastuullisuussertifioituilta tiloilta tulevaa kahvia.

Lisäksi yhtiö kuvasi erilaisia whistleblower-järjestelmiään, joiden kautta kuka tahansa voi raportoida ongelmista kahvin tuotantoketjussa. Koska yhtiö ei anna mitään tietoja Emilia Classic -kahvinsa tuotantoketjusta, on kuitenkin epäselvää, miten sidosryhmät voisivat tuoda yhtiön tietoon mahdollisia ongelmia.

Lidl muutti vastuullisuuslinjauksensa sanamuotoja

Lidlin verkkosivuilla luki vielä lokakuussa 2025, että *”Kaikki valikoimamme kahvi, tee ja kaakao on sertifioitua”*. Nyt linjaus on muutettu muotoon *”Kaikki valikoimamme omien merkien kahvi, tee ja kaakao on sertifioitua.”*

Lidl kertoi Finnwatchille, että sen raaka-ainelinjaukset ovat aina koskeneet vain yhtiön omien merkkien tuotteiden valikoimaa. Lidlin mukaan sen nettisivuilla on kyseisessä kohdassa kahvin osalta ollut virheellinen muotoilu, josta yhtiö on pahoillaan ja jonka se on nyt korjannut. Itse linjauksessa ei kuitenkaan yhtiön mukaan ole tapahtunut muutoksia.

Lidlin sivuilla on kuitenkin edelleen näkyvissä ketjun [kansainvälinen raaka-ainelinjaus](#). Ohjeistus sisältää linjauksia muun muassa kansallisesti neuvoteltaviin tuotteisiin sekä siitä, mitä tuotteita tietyt kansalliset Lidl-ketjut ylipäättään ostavat sekä maakohtaisia linjauksia valikoimissa oleviin oman merkin tuotteisiin liittyen. Tässä kansainvälisessä raaka-ainelinjauksessa Suomi on edelleen merkitty maaksi, jossa noudatetaan kahvin osalta seuraavaa linjausta *”100% of roasted coffee must be Fairtrade-, Organic-, or Rainforest Alliance-certified.”* Lidl Suomen mukaan myös tämä tarkoittaa vain ketjun oman merkin tuotteita.



Kuva: Finnwatch

Keskon ja S-ryhmän oman merkin kahvit ovat myös 100 % vastuullisuussertifioituja

Lidlin kahvin vastuullisuuslinjauksen sanamuodot ovat nyt samantapaisia kuin Keskon ja S-ryhmän vastaavat linjaukset. Kaikki Kesko ja S-ryhmän ruokakaupoissa myytävät oman merkin kahvit ovat 100 prosenttisesti vastuullisuussertifioituja sosiaalisen vastuun osalta. Erona on, että Kesko ja S-ryhmä huomioivat linjauksessaan pääsääntöisesti vain Reilu kauppa- ja Rainforest Alliance -sertifikaatit kun taas Lidlin vastuullisuuslinjaukseen lue-taan mukaan myös luomusertifioitu kahvi, jolla ei ole erillistä sosiaalisen vastuun sertifi-kaattia.

K-kaupoissa myytävät K-ryhmän oman merkin kahvit ovat olleet 100 prosenttisesti vastuullisuussertifioituja jo ainakin vuodesta 2016 lähtien. Ylivoimaisesti suurin osa, [yli 99 prosenttia](#), Pirkka, Pirkka Parhaat ja K-Menu -tuotesarjojen kahveista on Rainfo-
rest Alliance -sertifioitua myynnin volyymin perusteella mitattuna. Vuonna 2024 Reilu kauppa -sertifioidun kahvin osuus K-Ryhmän oman merkin kahvien myynnistä oli vain 0,3 prosenttia. Viime vuonna myös 100 prosenttia Kespron ammattikeittiöihin myymästä Menu-kahvista oli Rainforest Alliance -sertifioitua.

S-ryhmän ruokakauppojen (Prisma, S-market, Sale, Alepa, Food Market Herkku) omien merkkien kahvit ovat puolestaan olleet 100 prosenttisesti vastuullisuussertifioituja [vuoo-
desta 2020](#) lähtien. S-ryhmä hyväksyy vastuullisuustavoitteeseensa tällä hetkellä lähinnä Reilu kauppa- ja Rainforest Alliance -sertifikaatit, mutta kertoo myös tarvittaessa arvioi-
vansa muitakin sertifiointeja tai raaka-ainetasolle varmennettuja vastuullisuusohjelmia ja hyväksyvänsä niitä, jos niiden vastuullisuudelle asettamat kriteerit ovat riittävällä tasolla.

Vuonna 2024 S-ryhmän oman merkein kahveista 2,5 prosenttia oli Reilu kauppa -serti-
fioitua myynnin volyymin perusteella mitattuna. Loput 97,5 prosenttia olivat Rainforest Alliance- tai UTZ-sertifioituja. Rainforest Alliance- ja UTZ- sertifiointijärjestelmät [yhdistyi-
vät](#) vuonna 2018, ja yhdistymisen myötä UTZ-merkki on poistumassa tuotteissa.

Lisäksi lähes kaikki S-ryhmän omissa ravintoloissa myyty kahvi on vastuullisuussertifioitua tai vastuulliseksi varmennettua (volyymin perusteella mitattuna [99 prosenttia vuonna 2024](#)). Tästä noin puolet oli Rainforest Alliance -sertifioitua, kaksi prosenttia Reilu kauppa -sertifioitua ja loput vastuulliseksi varmennettua. Ravintolamyynnin osalta S-ryhmä on kuitenkin jäänyt hieman tavoitteestaan, joka oli 100 prosentin kattavuus myös sen ravin-
toloissa jo vuonna 2019. Vastuulliseksi varmennettu viittaa tässä esimerkiksi S-ryhmän toimittajien omiin vastuullisuusohjelmiin, jotka täyttävät S-ryhmän asettamat kriteerit.

Ohjelmien arvioinnin lisäksi S-ryhmä kertoo kiinnittävänsä huomiota ”toimittajan huolellisuusvelvoiteprosessiin, jäljitettävyyteen ja vastuullisuuden varmentamiseen”.

Suurkeittiöasiakkaille suunnattu tukkuliike Meira Nova, joka on osa S-ryhmää, seuraa omassa vastuullisuustyössään S-ryhmän vastuullisuusohjelmaa. Myös sen tavoitteena on, että kaikki sen myymä kahvi on joko vastuullisuussertifioitua tai vastuulliseksi varmennettua ([linjaus](#) ei koske valmiita Meira Novan valikoimiin kuuluvia kahvijuomia tai leivonnaisia, joissa kahvi on yksi raaka-aine). Vuoden 2024 toteuma oli 99 prosenttia.

Sekä Keskon että S-ryhmän ruokakauppojen valikoimissa on kuitenkin myös paljon niin sanottuja brändikahveja, joilla ei ole sosiaalisen vastuun sertifikaattia.

Meira on kirittänyt vastuullisuuttaan huimasti, Arvid Nordquist jatkaa edelläkävijänä

Kun Finnwatch selvitti Suomessa myytävän kahvin vastuullisuutta vuonna 2016 julkaistua [tutkimusraporttia](#) varten, suurista Suomen markkinoilla toimivista kahvipaahtimoista Meiralta puuttuivat kahvia koskevat sosiaalisen vastuun tavoitteet. Finnwatchin raportin kirittämänä [Meira asetti tavoitteekseen](#), että 100 prosenttia sen hankkimasta raakakahvista olisi vastuullisuussertifioitua vuoteen 2022 mennessä. Tavoite saavutettiin [vuonna 2023](#).

Myös Meira hyväksyy sertifioinneista tavoitteeseensa Reilun kaupan ja Rainforest Alliancen. Vuonna 2024 Meiran hankkimasta raakakahvista 98,6 prosenttia oli Rainforest Alliance- sertifioitua ja 0,4 prosenttia Reilu kauppa -sertifioitua. Meiran mukaan vuonna 2024 sen hankkimasta raakakahvista 1 prosentti oli vastuullisuussertifioimatonta merkittävistä saatavuushaasteista johtuen. Yritys kuitenkin vahvisti Finnwatchille, että sen tavoite on edelleen 100 prosentin vastuullisuussertifiointiaste.

Muista paahtimoista poiketen Arvid Nordquistin raakakahvihankinnoista 100 prosenttia on ollut vastuullisuussertifioitua jo vuodesta 2014 lähtien. Vuonna 2024 Arvid Nordquistin koko raakakahvihankinnoista 81,36 prosenttia oli Rainforest Alliance -sertifioitua ja 13,79 prosenttia Reilu kauppa -sertifioitua. Lisäksi Arvid Nordquistin hankkimasta raakakahvista 4,85 prosenttia oli 4C-sertifioitua. Arvid Nordquistin mukaan se voi hankkia 4C-sertifioitua kahvia, jos sen tarvitsemaa laatua ja alkuperää Rainforest Alliance -sertifioitua kahvia ei jostain syystä hetkellisesti ole saatavilla. Yrityksen Suomessa myytävien kahvien valmis-

tuksessa käytetystä raakakahvista 72,83 prosenttia oli Rainforest Alliance -sertifioitua ja 27,17 prosenttia Reilu kauppa -sertifioitua.

Paulig ja Löfbergs ottaneet takapakkia vastuullisuusvalvonnassa

Vuodesta 2018 lähtien kaikki Pauligin hankkima kahvi on ollut vastuulliseksi verifioitua kahvia. Tämä tarkoittaa yhdistelmää vastuullisuussertifioitua ja Pauligin kumppanuusohjelmien kautta hankittua raakakahvia. Vielä [vuonna 2018 noin 80 prosenttia](#) Pauligin hankkimasta raakakahvista oli vastuullisuussertifioitua, mutta nyt vastuullisuussertifioitua on enää vain noin puolet. Pauligin käyttämät sosiaalisen vastuun sertifikaatit ovat Reilu kauppa ja Rainforest Alliance, mutta pyynnöistä huolimatta se ei antanut Finnwatchille tietoa sertifiointijärjestelmäkohtaisista osuuksista sen kahvihankinnoista.

Pauligin käyttämä verifioitu (ei-sertifioitu) kahvi hankitaan sen kumppanuusohjelmien kautta. Kumppanuusohjelma voi olla esimerkiksi Pauligin toimittajan oma vastuullisuusjärjestelmä. Pauligin mukaan se hyväksyy kumppanuusohjelmiinsa ainoastaan tahoja, joiden se katsoo täyttävän sen [toimittajaohjeistuksen](#) vaatimukset. Tämän lisäksi kumppanuusohjelmien tulee olla todettu Global Coffee Platformin Sustainability Reference -koodin vaatimusten mukaisiksi toisen osapuolen vastuullisuusaloitteiksi. Tämä tarkoittaa, että Pauligin toimittaja valvoo osin itse alkutuotannon vastuullisuutta, mukaan lukien auditoinnin, ja Global Coffee Platform on todennut toimittajan käyttämät vastuullisuusvaatimukset ja valvontakäytännöt omien vaatimustensa mukaisiksi.

Aiemmin Reilun kaupan auditointiyritys, Flocert, valvoi Pauligin kumppanuusohjelmien vastuullisuutta, mutta Paulig on sittemmin luopunut tästä yhteistyöstä. Nyt Paulig pyytää sen toimittajaa teettämään auditointeja sen kumppanuusohjelmiin osallistuviin viljelytiloihin toimittajan oman vastuullisuusjärjestelmän päälle. Pauligin tavoitteena on, että vuoden 2026 loppuun mennessä kaikki sen toimitusketjut kuuluisivat tällaisten auditointien piiriin.

Pauligin vastauksessaan viittaama Global Coffee Platform ei ole sertifiointijärjestelmä. Global Coffee Platform [luonnehtii](#) laatimaansa Sustainability Reference -koodistoa viitekehyykseksi, jonka tarkoitus on luoda ”yhteinen kieli” kahvin alkutuotannon lähtötason vastuullisuudesta puhumiselle. Koodistoa kehitettäessä on [konsultoitu](#) laajasti alan toimijoita.

Myöhemmin kehitetyn Global Coffee Platformin vastaavuusmekanismin avulla erilaiset valvontajärjestelmät, standardit ja hankkeet voidaan tunnistaa koodiston mukaisiksi toisen tai kolmannen osapuolen vastuullisuusaloitteiksi. Vaatimustenmukaisiksi todennetut aloitteet täyttävät vähintään Global Coffee Platformin asettamat vastuullisuutta ja valvontakäytäntöjä koskevat vaatimukset, mutta ne voivat myös olla sitä kunnianhimoisempia. Esimerkiksi kaikki tässä artikkelissa mainitut kahvin sosiaalisen vastuun sertifiointijärjestelmät (Reilu kauppa, Rainforest Alliance ja 4C) on tunnistettu Global Coffee Platformin vaatimustenmukaisiksi kolmannen osapuolen vastuullisuusaloitteiksi. Yhteensä Global Coffee Platformin tunnistamia kolmannen osapuolen vastuullisuusaloitteita oli vuoden 2024 lopulla [neljä](#).

Myös Löfbergs on muuttanut vastuullisuustavoitettaan. Aiemmin Löfbergsin tavoitteena on ollut, että vuoteen 2020 mennessä 100 prosenttia sen hankkimasta kahvista olisi Reilu kauppa-, Rainforest Alliance- tai luomusertifioitua. Löfbergsin päivitetty tavoite on 100 prosenttia vastuulliseksi verifioitua kahvia. Tavoitteeseen Löfbergs hyväksyy Reilu kauppa- ja Rainforest Alliance sertifioitua kahvin lisäksi Global Coffee Platformin Sustainability Reference -koodin mukaisesti verifioitua kahvin.

Vastuullisuussertifioitua kahvin osuus Löfbergsin hankinnoista on kuitenkin kasvanut. Vuonna 2024 Löfbergsin hankkimasta raakakahvista 53 prosenttia oli Rainforest Alliance -sertifioitua ja noin 10 prosenttia Reilu kauppa -sertifioitua kun vuonna 2018 sen hankkimasta kahvista yhteensä 52 prosenttia oli sertifioitua sosiaalisen vastuun osalta. Tämän lisäksi Löfbergs hankkii Global Coffee Platformin Sustainability Reference -koodin mukaisesti verifioitua kahvia, luomusertifioitua kahvia ja konventionaalista kahvia. Löfbergsin Finnwatchille antamien tietojen perusteella epäselväksi jää, miten kaukana tai lähellä vastuullisuustavoitteensa saavuttamista se on.

Finnwatch pitää riippumatonta kolmannen osapuolen vastuullisuussertifiointia kahville vastuullisuusvalvonnan perustasona. Yritysten tai tuottajaosuuskuntien omia vastuullisuusohjelmia tulee toteuttaa tämän perustason vastuullisuusvalvonnan lisäksi, ei sen sijasta. Finnwatch katsoo, että myös kuluttajan tulee voida tietää miten kahvin vastuullisuus on varmennettu. Tämä onnistuu parhaiten tuotesertifioinnin avulla.

Joukko suomalaisia päivittäistavarakaupan yrityksiä ja kansalaisjärjestöjä sekä työ- ja elinkeinoministeriö ja ulkoasiainministeriö [allekirjoittivat jo elokuussa 2015 yhteisen näkemyksen](#) YK:n yrityksiä ja ihmisoikeuksia koskevien ohjaavien periaatteiden toimeenpanosta (päivittäistavarakaupan) hankintaketjuissa. Näkemyksessä todetaan kansainvälisten, kolmannen osapuolen kriteereihin perustuvien standardoitujen järjestelmien olevan aina ensisijainen vaihtoehto uskottavan vastuullisuusvalvonnan toteuttamiseen, ja suositellaan, että kolmannen osapuolen auditointien luotettavuus on itse riippumattomassa, ulkopuolisessa valvonnassa. Tämä voidaan varmistaa valvonnan ISO 17065 -akkreditoinnilla.

Myös parhaillaan uudistettava kuluttajansuojalaki lähtee siitä, että tuotteissa esitettävien kestävyysmerkintöjen tulee perustua kolmannen osapuolen läpinäkyvään sertifiointiin. Sertifiointijärjestelmän tulee täyttää avoimuutta ja uskottavuutta koskevat vähimmäisvaatimukset, mukaan lukien järjestelmän vaatimusten noudattamisen objektiivinen seuranta. Tällaisen seurannan toteuttajana olisi oltava kolmas osapuoli, jonka pätevyys ja riippumattomuus sekä järjestelmän omistajasta että elinkeinonharjoittajasta on varmistettu kansainvälisten, unionin tai kansallisten standardien ja menettelyjen perusteella, esimerkiksi osoittamalla, että se noudattaa asiaankuuluvia kansainvälisiä standardeja, kuten ISO-standardia 17065.

Myös lainsäätäjä on ruvennut lipsumaan vastuullisuusvaatimuksissa

Kahvia tuotetaan lähinnä lähellä päiväntasaaja, ja sen viljely tarjoaa elannon [yli 20 miljoonalle](#) alkutuottajalle perheineen. Kahvin tuotantoon liittyy kuitenkin paljon ihmisoikeus- ja ympäristöriskejä pakko- ja lapsityöstä ja elämiseen riittämättömistä toimeentulosta ja palkoista metsäkatoon. Juurisyy monien näiden ongelmien taustalla on alkutuottajille kahvista maksettava alhainen hinta.

EU kuluttaa [valtaosan](#) kaikesta maailman kahvista, ja suomalaiset ovat EU:n suurimpia kahvinjuojia. Viime vuosina EU:ssa on hyväksytty käänteentekevää lainsäädäntöä, kuten yritys vastuudirektiivi ja metsäkatoasetus, jotka tietyin ehdoin velvoittavat yrityksiä huolehtimaan niiden toimitusketjuihin kätkeytyvistä ongelmista. Sittenmin tätä sääntelyä on ryhdytty purkamaan – jo ennen kuin se on kunnolla astunut voimaan. Esimerkiksi yritys vastuudirektiivin soveltamisalaa ollaan tätä kirjoitettaessa kaventamassa siten, että esimerkiksi Paulig ei enää kuuluisi sen piiriin huolimatta siitä, että se on ylivoimaisesti suurin suomalaisista kahvipaahtimoista.

Kahvin suurimmissa tuottajamaissa kuten Brasiliassa, Vietnamin ja Indonesiassa kahvin tuotanto aiheuttaa metsäkatoa. Vuonna 2018 EU:n kahvintuonti aiheutti Euroopan komission arvion mukaan [noin 14 000](#) hehtaarin metsäkadon.

Kahvi kuuluu EU:n vuonna 2023 hyväksytyn [metsäkatoasetuksen](#) piiriin. Asetus kieltää asettamasta EU-markkinoille kahvia, jonka tuotanto on aiheuttanut metsäkatoa, ja se asettaa velvollisuuksia kahvia maahantuoville ja sillä kauppaa käyville yrityksille. Täyt-

tääkseen asetuksen mukaiset velvollisuutensa maahantuojien ja kauppaa käyvien suur-yritysten tulee tietää hyvin tarkasti, mistä niiden hankkima kahvi tulee ja arvioitava siihen liittyvät metsäkatoriskit. Lisäksi niiden tulee varmistua siitä, että kahvin tuotannossa on noudatettu alkuperämaan lainsäädäntöä. Jos riskit ovat vähäistä merkittävimpiä, niiden tulee ryhtyä toimiin riskien vähentämiseksi.

Alunperin asetuksen soveltamisen oli määrä alkaa vuoden 2024 lopussa, mutta soveltamisen alkamista on lykätty vuodella [jo kahdesti](#). Tällä hetkellä asetuksen soveltamisen on siis määrä alkaa vasta vuoden 2026 lopussa. Pienemmille yrityksille on pidempi siirtymäaika.

Lisäksi on sovittu, että asetusta tarkastellaan uudestaan jo huhtikuussa 2026. Uudelleen-tarkastelun on määrä keskittyä sääntelyn yksinkertaistamiseen ja vaarana on, että silloin myös asetuksen velvoitteita ryhdytään purkamaan. Aiemmin tässä kuussa [yli 100 yritystä, sijoittajaa ja kansalaisjärjestöä](#) vaativat EU:ta sitoutumaan metsäkatoasetuksen täytännönpanoon ja luopumaan aikeista vesittää metsäkatoasetusta.



Finnwatch ry
Lintulahdenkatu 10
00500 Helsinki
info@finnwatch.org
www.finnwatch.org