



Nauru pidentää ikää

Lahjoittamisesta osa suomalaisten arkipäivää: kansanliikkeen voimalla Nenäpäivän 2014 keräysennätys 3,69 miljoonaa euroa

Nenäpäivä-kampanja innostaa vuosittain suomalaiset hankkimaan varoja kehitysmaiden lasten hyväksi viihteen ja huumorin voimalla. Viime vuonna suomalaiset keräsivät ennätysmäärän kehitysmaiden lasten auttamiseksi: 3,69 miljoonaa euroa. Keräystulos on Nenäpäivä-historian merkittävin. Vuosi 2014 osallisti mukaan ennennäkemättömän määrän eri alojen toimijoita ja yksittäisiä kansalaisia.

Vuonna 2014 Nenäpäivä-kampanjaan osallistui enemmän yrityksiä, liittoja, järjestöjä, kouluja, päiväkoteja sekä yksityishenkilöitä kuin koskaan aiemmin. Keräystuloksen kannalta huomionarvoista on erityisesti valtakunnallisten yhteistyökumppanuuksien voimakas kasvu: *”Viime vuonna vahvistimme yhteistyötämme erityisesti Keskon päivittäistavarakaupan kanssa. Kun Nenäpäivän Nenää sekä muita yli sataa kampanjatuotetta myytiin 900 K-kaupassa ympäri Suomen, tuli hyvän tekeminen konkreettisesti lähelle ihmisten arkipäivää”,* kertoo Nenäpäivä-säätiön toiminnanjohtaja Anu Rapeli.

Yksin K-kauppojen kokonaislahjoitus, 365 000 euroa, hipoo lähes 10 % koko Nenäpäivä-keräyksen tuloksesta. *”Meillä yhteistyön ytimessä on alusta asti ollut yhteinen arvopohja ja rohkea heittäytyminen. Keskon päivittäistavarakauppa on tarjonnut Nenäpäivä-yhteistyön kautta myös omille tavarantoimittajilleen mahdollisuuden näkyä Nenäpäivän rinnalla, mikä johti siihen, että kampanjaan saatiin mukaan laaja valikoima kannatustuotteita, kermasta ja kekseistä koiranruokaan”,* Rapeli jatkaa.

Kaupallisten kumppanuuksien ohella myös perinteinen lipaskeräys on edelleen tärkeä osa Nenäpäivä-kampanjaa. Muovirahan yleistymisestä huolimatta merkittävä osa keräyksestä tulee yhä kaduilta käteislahjoituksina: *”Korttien käyttö ei ole poistanut lahjoitusintoa kaduilla, vaan kolikoita kilahtaa edelleen aktiivisesti lippaisiin. Esimerkiksi Nenäpäivän valtakunnallista lipaskeräystä 300 klubin voimin toteuttanut Suomen Lions-liitto keräsi lippailla yhteensä lähes 130 000 euroa. Leijonalaumat ovatkin eittämättä taitavia paikallistamaan otollisimmat keräyspaikat”,* toteaa Nenäpäivän kumppanuuspäällikkö Reeta Partanen.

Ylen ohjelmatuki tuo kehitysmaiden lasten arjen lähelle jokaista suomalaista. Nenäpäivän tuella edistetään lasten ihmisarvoisen elämän toteutumista kehitysmaissa ja pyritään saamaan aikaan pysyviä muutoksia. Vuonna 2014 Nenäpäivän tulos kasvoi vuoteen 2013 verrattuna yli puoli miljoonaa euroa. Kerätyt varat käytetään Nenäpäivän taustalla vaikuttavien järjestöjen hankkeissa, joiden keskiössä ovat lapset ja heidän perheensä. Avustuskohteet sijaitsevat Afrikassa, Aasiassa sekä Väli- ja Etelä-Amerikassa.

Nenäpäivää vietetään seuraavan kerran 6.11.2015.
Nenäpäivä-kampanja 15.10.–15.11.2015.

Lisätietoja:

Tea Saloranta | markkinointi- ja viestintäpäällikkö | Nenäpäivä-säätiö
puh. 040 539 5498 | tea.saloranta@nenapaiva.fi | nenäpäivä.fi

Nenäpäivä-säätiö järjestää vuosittain valtakunnallisen Nenäpäivä-kampanjan, jonka tarkoituksena on hankkia varoja kehitysmaiden lasten ihmisarvoisen elämän edistämiseksi. Nenäpäivän tuella yhdeksän

järjestöä: Suomen UNICEF, Suomen Punainen Risti, Kirkon Ulkomaanapu, Fida International, Pelastakaa Lapset, Plan Suomi, Solidaarisuus, Suomen Ammattiliittojen Solidaarisuuskeskus (SASK) ja Suomen Lähetysseura tekevät pitkäkestoista kehitysyhteistyötä Afrikassa, Aasiassa sekä Väli- ja Etelä-Amerikassa kehitysmaiden lasten hyväksi. Yleisradio tukee Nenäpäivää ohjelmatoiminnallaan.