

Nenäpäivä-säätiön vuosikertomus vuodelle 2023

VUONNA 2023 VIETIMME  
KAIKKIEN AIKOJEN NENÄPÄIVÄÄ



# NENÄPÄIVÄ 2023

Vuonna 2023 Nenäpäivä palasi koronavuosien jälkeen monella tapaa normaaliin tuotantoarkeen, mutta yllätyksiltä ei tänäkään vuonna täysin säästyty.

Haasteista huolimatta Nenäpäivä-säätiö pystyi toteuttamaan tarkoitustaan ja keräsi merkittävästi varoja järjestöjen pitkäkestoisen kehitysyhteistyön tueksi.

Keräystuotto ylsi noin 1,8 miljoonaan euroon.

Nenäpäivän tuotto jaetaan jälleen yhdeksän Nenäpäivä-säätiön toiminnassa mukana olevan järjestön kesken. Järjestöt ovat **Suomen UNICEF, Suomen Punainen Risti, Kirkon Ulkomaanapu, Fida International, Pelastakaa Lapset, Plan Suomi International, Solidaarisuus, Suomen Ammattiliittojen Solidaarisuuskeskus SASK ja Suomen Lähetysseura.**

Vuoden 2023 aikana Nenäpäivä-säätiö tuki edellä mainittujen järjestöjen kautta kehitysyhteistyötä Aasiassa, Afrikassa ja Etelä-Amerikassa. Lisäksi bruttotuotosta ohjataan vuosittain 4-5 % Nenäpäivä-säätiön yhteistyökumppanin **Comic Reliefin** kautta kehitysyhteistyöhön.

Kuten aiempinakin vuosina, varat kanavoidaan pitkäjänteisen kehitysyhteistyön tukemiseen kohteissa, joissa lapset, heidän perheensä ja yhteisönsä ovat keskeisiä edunsaajia. Kerätyillä varoilla autetaan kaikkein heikoimmassa asemassa olevia lapsia sekä heidän perheitään ja yhteisöjään. Kriisien keskellä Nenäpäivä-säätiön järjestöt edistivät ja tukivat lasten mahdollisuutta parempaan elämään – ravintoon, turvaan, koulutukseen ja terveyteen.

Lisäksi säätiö viesti aktiivisesti muuttaakseen suomalaisten asenteita myönteisemmäksi kehitysyhteistyötä kohtaan.

Valtakunnallinen Nenäpäivä-kampanja järjestettiin 23.10.-12.11.2023. Näkyvin osa kampanjaa oli suora TV2:n, Nenäpäivä-lähetys 10.11.

Valitettavasti vuoden 2023 Nenäpäivä jäi viimeiseksi Ylen kanssa, sillä 17 vuotta jatkunut yhteistyö säätiön ja Ylen kanssa päättyi vuonna 2024.

## KERÄYSTULOS JA VAROJEN KÄYTTÖ

Nenäpäivä-säätiön kokonaistuotot 2023 olivat **1,821 356 euroa, josta varainhankinnan osuus oli 1,804 262 euroa ja myyntitoiminnan 17 094,00 euroa.** Nenäpäivä-säätiön harjoittama myyntitoiminta koostui ennen kaikkea nenien myynnistä.

Tilikauden jaettava tuotto oli kokonaisuudessaan 955 903 euroa, josta kanavoitiin Comic Reliefin kautta kehitysyhteistyöhön 91 068 euroa. Loput tuotosta jaettiin yhdeksän järjestön kesken, jolloin tuotto per järjestö oli 96 093 euroa.

Bruttotulos ja täten myös jaettava tulos olivat alemmat kuin vuonna 2022.

Tuottoihin vaikuttivat mm. päälähetysten kanavan vaihdos TV1:ltä TV2:lle presidentti Ahtisaaren hautajaisten ja niiden taltiointin päällekkäisyyden vuoksi, sekä kampanja-aikaan avatut kriisikeräykset Gazaan.

Nenäpäivä-lähetysten katsojaluvut pienenevät viime vuodesta yli 20 %. Sitä myöten myös lahjoittajien määrä erityisesti Nenäpäivän TV-lähetysten aikana pieneni noin 25 %, vaikka tietyissä lahjoituskanavissa oli myös kasvua. Myös yritysten tuki Nenäpäivälle pieneni ja pääasiallisena syynä tälle oli organisaatioiden lahjoitusten kohdistaminen erityisesti kotimaan toimintaan sekä Ukrainan kriisiin.

Säätiön kirjanpitoa ja palkanlaskentaa hoiti TulosSatama Oy.

## HALLINTO JA HENKILÖSTÖ

Nenäpäivän toiminnasta vastaa Nenäpäivä-säätiön hallitus. Vuonna 2023 Nenäpäivä-säätiön päivittäisestä ja operatiivisesta johtamisesta vastasi Riina Paasio säätiölain mukaisena toimitusjohtajana. Riina Paasion irtisanouduttua 15.9.2023 alkaen hallitus nimitti loppuvuodeksi uuden väliaikaisen johtoryhmän: vastaavaksi toiminnanjohtajaksi Anu Liisanantin ja johtoryhmän toiseksi jäseneksi Tero Vehkakosken.

Nenäpäivä-säätiön hallituksen puheenjohtajana vuonna 2023 toimi Tomi Järvinen (Kirkon Ulkomaanapu), ja hallituksen varapuheenjohtajana Harri Hakola (Fida). Muu hallituksen jäsenet vuonna 2023 olivat: Miia Nuikka (Solidaarisuus), Ossi Heinänen (Plan), Kristiina Kumpula ja 1.9. alkaen Eero Rämö (Suomen Punainen Risti), Marja-Riitta Ketola (Unicef) ja Panu Pokkinen (Yleisradio).

Hallituksella oli tilikauden aikana neljä varsinaista vuosikokousta, joiden lisäksi järjestettiin henkilöstömuutoksen ja strategiatyön vuoksi neljä ylimääräistä kokousta, joista kaksi oli sähköpostikokouksia.

Nenäpäivä-säätiön hallituksen ja ohjausryhmän jäsenet eivät saaneet vuonna 2023 palkkioita. Nenäpäivä-säätiö ei ole antanut lainoja tai vakuuksia lähipiiriin kuuluville tai tehnyt muitakaan säätiölain tarkoittamia toimia lähipiiriläistensä kanssa.

Vuonna 2023 säätiössä työskenteli vakituisesti kuusi henkilöä syyskuuhun saakka ja viisi henkilöä syyskuusta joulukuuhun. Yksi vakituinen työntekijä oli vuoden 2023 vanhempainvapaalla ja hänen sijaisensa työskenteli säätiössä vuonna 2023. Lisäksi syksyllä yksi henkilö oli säätiössä määräaikaaisessa harjoittelussa ja yksi henkilö 4 kuukauden ajan apuna markkinointi- ja viestintätiimissä. Varsinaisena kampanja-aikana loka-marraskuun aikana Nenäpäivässä oli siis yhteensä seitsemän työntekijää.

# NÄIN NENÄPÄIVÄ TUKI MAAILMAN LAPSIA VUONNA 2023

Alta löytyvät kaikki Nenäpäivän varoilla tuetut hankkeet järjestöjen mukaisessa aakkosjärjestyksessä.

## **Fida International**

*Kohdemaat: Burundi, Kenia, Uganda, Tansania*

Vuonna 2023 Fida käytti Nenäpäivän varat vahvistaakseen lasten oikeutta koulutukseen ja turvalliseen elinympäristöön Ugandassa, Keniassa, Burundissa ja Tansaniassa.

Koulutukseen pääsyä parannettiin 11 100 lapsen osalta ja esteettömyyttä parannettiin 9 koulussa, jotta vammaisten lasten olisi helpompi käydä koulua. Vuoden aikana 11 000 lasta (5800 tyttöä, 115 vammaista lasta) osallistui vapaamuotoisiin kerhoihin, jotka tukivat heidän koulunkäyntiään. 410 nuorta, joista 165 tyttöä ja 30 vammaista, sai mahdollisuuden ammatilliseen koulutukseen.

20 000 lapsen (10 000 tyttöä) opetuksen laatu parani. 970 opettajaa sai tietoa lasten oikeuksista koulutukseen ja nykyaikaisista, osallistavista opetusmenetelmistä ja käyttivät niitä opetuksessaan. Burundissa keskityttiin esiopetuksen laadun parantamiseen kouluttamalla 400 esikoulun opettajaa. Ugandassa järjestettiin 250 kertauskurssia koululaisille koulun loppukokeisiin valmistautumista varten. Kurssien ansiosta yli 800 koululaisen arvosanat paranivat.

Lisäksi toteutettiin toimia lasten ja nuorten välittömän elinympäristön parantamiseksi. Tämän tuloksena 15 100 lasta ja nuorta (5800 tyttöä ja 330 vammaista lasta) kokivat kykynsä selviytyä jokapäiväisistä haasteista lisääntyneen. Psykososiaalista tukea tarjottiin 23 400 lapselle ja nuorelle (11 400 tyttöä). 26 200 nuorta (tytöt: 12 800, vammaiset lapset 290) sai tietoa naisten ja miesten tasa-arvosta, seksuaalikasvatuksesta sekä lisääntymisterveyden palveluista.

Maaohjelmissa koulutettiin vanhemmille tarvittavia taitoja toimeentulon vahvistamiseksi lasten hyvinvoinnin parantamiseksi. 3500 kotitaloutta kertoi säännöllisten tulojensa kasvaneen ja 590 uutta pien- ja mikroyritystä perustettiin.

## **Kirkon Ulkomaanapu KUA**

*Kohdemaat: Palestiina*

”Isosisko, Isoveli” -konsepti tuki syrjäytymisvaarassa olevien lasten koulunkäyntiä ja hyvinvointia (well-being) Itä-Jerusalemien lähiöissä ja Länsirannan Nablusissa.

Lokakuusta lähtien humanitaarinen tilanne ja turvallisuustilanne heikentyivät myös muilla palestiinalaisalueilla Gazan katastrofin takia. Tämä vaikeutti hankkeen toteuttamista suunnitellusti vuoden lopussa, mutta hanke pystyi silti jatkamaan lasten tukemista haasteista huolimatta ja keskittyi

toiminnassa loppuvuonna ensisijaisesti psykososiaaliseen tukeen toiminnassa mukana oleville lapsille, jotka kokivat henkistä kuormitusta ja pelkoa katastrofin takia.

Yhdessä paikallisten koulujen kanssa hankkeeseen valittiin 89 lasta, joilla on korkea riski keskeyttää koulunkäynti. 26 lapselle nimettiin oma tukihenkilö ("isoveli" tai "isosisko"), joka tuki lasta hänen tarpeidensa mukaan ja 63 lasta osallistui pienryhmätoimintaan. Lapset ja tukihenkilöt tapasivat säännöllisesti pareittain ja pienryhmissä. Vapaaehtoiset yliopisto-opiskelijat saivat koulutusta, valmennusta ja ohjausta lasten tukihenkilönä toimimiseen sekä tukiopetuksessa että harrastuksissa.

Lapsille järjestettiin harrastuksia, kuten kesäleirejä ja viikoittaisia kerhoja. Niissä lapset pääsivät osallistumaan mm. maalaus-, musiikki-, ja draamatyöpajoihin, joissa tavoitteena on tukea ja vahvistaa lasten psykososiaalista hyvinvointia. Viikkokerhot olivat hyödyllisiä lasten hyvinvoinnille ja vaikuttivat merkittävästi heidän oppimis- ja elämäntaitojensa kehittymiseen.

Lasten vanhemmille järjestettiin työpajoja, joissa vanhemmat saivat tietoa mahdollisuuksistaan toimia lastensa tukena oppimisvaikeuksiin liittyvissä tilanteissa. Lisäksi koteihin tehtiin vierailuja, joiden yhteydessä käytiin keskusteluja lasten edistymisestä koulutyössä ja opetus suunnitelmien muutoksista lasten tarpeiden mukaan.

"Isosisko, Isoveli" -ohjelmaan osallistuneet lapset paransivat huomattavasti akateemisia, psykologisia ja sosiaalisia taitojaan.

#### *Kohdema: Uganda*

Hankkeen tavoitteena on parantaa koulutuksen laatua ja oppilaiden luku- ja kirjoitustaitoa 20 huonosti suoriutuvassa peruskoulussa Mubenden alueella Ugandassa. Oppilaat, opettajat, koulujen hallinto ja yhteisöt sekä koululaisten vanhemmat osallistuivat laadukkaasti koulutuksen edistämiseen.

Opettajat saivat koulutusta lasten suojelusta ja lapsikeskeisestä opetuksesta. He myös tekivät vierailuja toisiin kouluihin vertaisoppimista ja koulujen kehittämistä varten.

Lasten vanhemmat osallistuivat vanhemmuuden työpajoihin ja keskustelivat koulun johdon kanssa lastensa koulutuksesta. Yhteisöissä muutosta edistävät ihmiset, joita hankkeessa koulutetaan, toimivat aktiivisesti vanhempien ja yhteisöjen tukena lasten koulunkäynnin edistämiseksi. Vanhempien asenteet ovat muuttuneet ja he ovat alkaneet tukea lastensa koulunkäyntiä enemmän. Koulujen toimikunnat tukivat lasten suojelua ja valvoivat lasten hyväksikäyttö- ja väkivaltatapauksien käsittelyä.

Lukutaidon parantamiseksi oppilaat osallistuivat lukumateriaalien kehittämiseen sekä lukutaitopäiviin. Haavoittuvassa asemassa olevat oppilaat, kuten teiniäidit ja vammaiset lapset, saivat tukea ja neuvontaa koulunkäynnin jatkamiseksi. Koulujen lapsikomiteat tukivat lasten suojelua ja koulujen toiminnan seuranta.

Urheilu, musiikki, tanssi ja draama otettiin käyttöön opetus suunnitelman ohjelmaksi. Oppilaat osallistuivat alueellisiin jalkapallo-, musiikki, tanssi ja draama-kisoihin. Nämä toimet edistivät osaltaan oppilasystävällistä ympäristöä ja houkuttelivat oppilaita tulemaan kouluun joka päivä.

Koulujen pihoille istutettiin hedelmäpuita, jotka tuottavat ruokaa, tarjoavat varjoa ja suojelevat ympäristöä. Koulujen ympäristökerhojen kautta edistettiin ympäristönsuojelua, koulujen siisteyttä ja tiedon lisäämistä.

## **Pelastakaa Lapset**

*Kohdema: Sudan*

Nenäpäivän tuella Pelastakaa Lapset edistää lasten koulutusta Sudanissa. Järjestö työskentelee kahdessa koulutushankkeessa kaikkein heikoimmassa ja haavoittuvimmassa asemassa olevien lasten auttamiseksi.

Toinen hankkeista on pidempiaikainen koulutushanke, ja toinen hanke keskittyy koulutuksen turvaamiseen kriisi- ja konfliktialueilla.

Pelastakaa Lapset varmistaa yhdessä paikallisten yhteistyökumppaniensa kanssa, että konfliktista kärsivät lapset pääsevät kouluun ja saavat laadukasta, turvallista ja osallistavaa opetusta.

Nenäpäivän tuella rakennetaan ja kunnostetaan koululuokkia, tarjotaan lapsille ravitsevaa kouluruokaa, monipuolisia oppimateriaaleja, lastensuojelupalveluita sekä tukiopetusta heille, jotka ovat vaarassa joutua opetuksen ulkopuolelle.

Nenäpäivän avulla tuetaan myös vammaisten ja koulutuksen ulkopuolella olevien lasten mahdollisuuksia oppia ja päästä takaisin perusopetuksen pariin.

Lisäksi koulutetaan opettajia, tuetaan vanhempainyhdistysten toimintaa sekä osallistetaan lapsia muun muassa kampanjoimalla heidän kanssaan.

Turvallisen, osallistavan ja laadukkaan koulutuksen tarjoaminen auttaa lapsia konfliktin keskellä rakentamaan elämänsä uudelleen, lisäämään heidän turvallisuuden tunnettaan arjen rutiinien jatkuessa sekä tarjoamaan heille tärkeitä tietoja ja taitoja.

## **Plan International Suomi**

*Kohdema: Mosambik*

Nenäpäivän varoilla Plan International paransi lasten ja nuorten, etenkin teinityttöjen, oikeuksia ja tasa-arvoa Jangamon alueella Mosambikissa. Työn tuloksena yhä useammat nuoret kaikessa monimuotoisuudessaan voivat tehdä tietoon perustuvia, vastuullisia, positiivisia ja terveellisiä päätöksiä seksuaali- ja lisääntymisterveyteensä liittyen ja päättää omasta kehostaan sekä tulevaisuudestaan.

Plan koulutti sekä nuoria että aikuisia aktivisteja, jotka voivat omissa yhteisöissään lisätä tietoisuutta seksuaali- ja lisääntymisterveydestä, purkaa vallitsevia haitallisia sosiaalisia ja sukupuolionormeja sekä seksuaali- ja lisääntymisterveyteen liittyvää stigmaa sekä esimerkiksi ehkäistä lapsiaviolittoja ja liian varhaisia raskauksia.

Lisäksi Nenäpäivän varoilla tuettiin nuorisoystävällisiä terveyspalveluita sekä mobiiliyksiköitä, jotka voivat järjestää seksuaali- ja lisääntymisterveyspalveluita kaikista syrjäisimmille seuduille. Lisäksi tehtiin vaikuttamistyötä seksuaali- ja lisääntymisterveyteen ja oikeuteen liittyvän lainsäädännön kehittämiseksi.

## **Suomen Ammattiliittojen Solidaarisuuskeskus SASK**

*Kohdemaat: Filippiinit, Indonesia, Kolumbia ja Mosambik*

Mosambikin, Kolumbian, Indonesian ja Filippiinien kotitaloustyöntekijöiden perheiden ja lasten hyvinvointia parantavat hankkeet ovat SASKin ja Nenäpäivän tukemia. Kun aikuisten, tässä tapauksessa enimmäkseen äitien, työ- ja elinolosuhteet sekä mahdollisuudet puolustaa oikeuksiaan paranevat, lapsetkin oppivat pitämään puolensa ja näkemään vaihtoehtoisia koulutus- ja työllistymismahdollisuuksia.

Köyhyyden kierre voi katketa kotitaloustyön arvostuksen ja virallistamisen myötä, ja seuraavat sukupolvet saavat paremmat eväät rakentaa tulevaisuuttaan.

Kotitalouksissa työskentelee hyvin nuoriakin tyttöjä ilman mitään turvaa tai tietoa oikeuksistaan. Tietoisuus, asenteisiin ja lainsäädäntöön vaikuttaminen ja tulotason nousu parantavat tämän haavoittuvan ryhmän elämänhallintaa. Tavoitteena on saavuttaa alan työntekijöille virallinen asema työntekijöinä ja yhteiskunnassa samat oikeudet kuin muillakin ammattiryhmillä.

Eriytyistä huomiota on viime vuosina kiinnitetty väkivallan ja häirinnän kitkemiseen työelämästä.

Kotitaloustyöntekijöiden liitot osallistuvat yhdessä muiden organisaatioiden kanssa kansallisiin kampanjoihin, joiden tarkoitus on edistää kansainvälisen työjärjestön väkivallan ja häirinnän vastaisen yleissopimuksen ILO C190 virallistamista ja siirtämistä osaksi kansallista lainsäädäntöä sekä tehostaa sen toteuttamisen valvontaa käytännön tasolla. Filippiineillä työ on jo tuottanut tulosta - ratifiointi meni läpi helmikuussa 2024.

Kaikissa maissa liittojen jäsenmäärät kasvoivat. Toiminnan piirissä on nyt n 45 000 kotitaloustyöntekijää.

Mosambikissa yli 5 000 ihmistä osallistui erilaisiin koulutuksiin ja tietoisuutta edistäviin tilaisuuksiin. Kolumbiassa koulutuksiin ja vaikuttamistyöhön otti osaa yli 2000 ihmistä. Mosambikissa on tehty paljon töitä sosiaaliturvan piiriin rekisteröitymisen eteen. Kolumbiassa on keskitytty vaikuttamaan kotitalousalan työsuojelun kehittämiseen, seksuaalisen häirinnän torjuntaan ja alan työntekijöiden tunnustamiseen virallisiksi työntekijöiksi.

Indonesiassa hyväksyttiin viimein maaliskuussa 2023 kotitaloustyöntekijöitä suojeleva laki. Voimaan tultuaan se luo mahdollisuudet työajan sääntelyyn, lomaoikeuteen, sosiaaliturvaan ja työntekijöiden terveyden suojeluun.

Filippiineillä on vaikutettu prosessiin, jolla kotitaloustyötä sääntelevää lakia parannetaan. Lain käsittely on edelleen senaatissa kesken. Minimipalkat ovat nousseet suur-Manilan alueella 5000–6000 pesoon (100 euroa) kuukaudessa ja muualla maassa 4 500 / kk. Tästä huolimatta elämiseen riittävään palkkaan on vielä matkaa.

## **Solidaarisuus**

*Kohdemaat: Kenia ja Somalimaa*

Nenäpäivän varoilla Somalimaassa parannettiin edelleen Solidaarisuuden kumppanihankeessa veden saatavuutta ja suojeltiin viljelymaata tulva- ja tuulieroosiolta. Kastelujärjestelmiä sekä neljä suurta kasteluvesisäiliötä rakennettiin lähes kymmenen kilometrin pituudelle. Veden saatavuuden parantuessa sadon saaminen on varmempaa ja perheiden taloudellinen turva kasvaa. Luontopohjaisen ja ilmastokestävän maatalouden kehittäminen paransi noin 2750 lapsen ruokaturvaa.

Keniaassa ehkäistiin tyttöjen sukuelinten silpomista.

Kisiin ja Nyamiran piirikunnissa toteutettavissa Solidaarisuuden hankkeissa ehkäistiin tyttöjen sukuelinten silpomista sekä parisuhdeväkivaltaa. Yhteensä 190 perhettä teki vuoden 2023 aikana näissä hankkeissa julkisen sitoumuksen luopua silpomisperinteestä. Luku nousi edellisvuodesta yli 23%.

Vuosittaisen osaamis- ja asennekartoituksen perusteella ohjelman tavoittamien uskonnollisten ja perinteisten johtajien sekä terveysammattilaisten tietoisuus sukupuolittuneen väkivallan, etenkin silpomisen ja parisuhdeväkivallan, riskeistä kasvoi jälleen tavoittaen lähes 95%.

Uskonnolliset johtajat ja kyläpäälliköt puhuivat aiempaa useammassa kyläkokouksessa väkivaltaa vastaan, mikä lisäsi yhteisön luottamusta ja madalsi kynnystä raportoida väkivallasta. Koulutetut terveysammattilaiset puolestaan kykenivät aiempaa paremmin tarjoamaan psykososiaalista tukea ja valistamaan yhteisöä eri väkivallan muotojen terveyshaitoista.

## **Suomen Lähetysseura**

*Kohdemaat: Kambodža, Myanmar, Etiopia ja Senegal*

*Kohdemaat: Etiopia*

Suomen Lähetysseura ohjaa Nenäpäivän varat Etiopiassa vähemmistöryhmien tasavertaisuuden edistämiseen.

Vähemmistöryhmät Etiopian lounaisosassa Kaffa-läänin alueella kohtaavat työttömyyttä ja köyhyyttä. Luonnonvarojen tehoton käyttö, maatalousteknologian huono saatavuus, riittämätön infrastruktuuri ja rajallisten maatalouden palveluiden takia erityisesti alueen maanviljelijät kohtaavat suuria taloudellisia ja sosiaalisia haasteita sekä ongelmia ruoan saatavuuden kanssa.



Lähetysseura järjestää alueella koulutuksia ravinnontuotannon monipuolistamiseksi, hygienian varmistamiseksi, uusien toimeentulotapojen kehittämiseksi sekä viljelytekniikoiden ja maaperän viljavuuden parantamiseksi. Lisäksi Lähetysseura auttaa rakentamaan maahan turvallisia vesipisteitä, sillä puhtaasta juomavedestä on monilla alueilla pula.

#### *Kohdema: Kambodza*

Kaakkois-Kambodžassa Lähetysseura tukee paikallisten alkuperäiskansojen elinkeinoja Nenäpäivän keräämillä varoilla.

Paikallisten alkuperäisyhteisöjen on ollut pakko etsiä uusia toimeentulomahdollisuuksia ja viljelylajikkeita perinteisten elinkeinojen harjoittamisen ja maanviljelyksen rinnalle. Meriveden nousun myötä maaperän suolaantuminen vaikeuttaa riisinviljelyä ja muuta maataloutta. Kalastajien elinkeinoa puolestaan uhkaavat luvatta matalissa rantavesissä kalastavat ja troolareilla varustetut ammattikalastajat.

Kambodzassa Lähetysseura tukee rannikkoalueiden yhteisöjä ilmastonmuutokseen sopeutumisessa ja rannikon luonnon suojelussa. Lisäksi alkuperäisyhteisöjä autetaan monipuolistamaan elinkeinoja ja löytämään uusia toimeentulomahdollisuuksia.

Lisäksi Nenäpäivän keräämillä varoilla Lähetysseura tukee vammaisten lasten ja nuorten pääsyä koulutukseen ja tietoisuutta vammaisten ihmisten oikeuksista.

Lähetysseura myös tukee alkuperäiskansojen omalla äidinkielellä tapahtuvan monikielisen koulutuksen järjestämistä, parantaa alkuperäiskansojen koulutusmahdollisuuksia sekä edistää alkuperäiskielten ja kulttuuriperinnön säilymistä.

#### *Kohdema: Myanmar*

Myanmarissa Nenäpäivän tukema työ lisää tietoisuutta vammaisten henkilöiden oikeuksista ja vahvistaa heidän mahdollisuuttaan saada esi- ja perusopetusta sekä ammatillista koulutusta.

Lähes joka kymmenes alueen asukas on vammainen. Suurin osa vammaisista lapsista ei pääse kouluun alueen vaikeakulkuisen maaston vuoksi. Myös tukijärjestelmien puuttuminen ja opettajien puutteellinen osaaminen vaikeuttavat vammaisten lasten koulunkäyntiä, jonka vuoksi koulunkäynti jää kesken

Lisäksi Lähetysseuran työn kautta vahvistetaan etnisten vähemmistöjen lasten oikeutta monikieliseen opetukseen ja edistetään Myanmarin monietnisen yhteiskunnan tasa-arvoa ja rauhanomaista kehitystä.

Monilla etnisillä väestöryhmillä ei ole mahdollisuutta saada opetusta omalla äidinkielellään eikä heillä ole käytössään kirjallisuutta, joka kuvaisi heidän kulttuuriaan ja todellisuuttaan. Monikielisen koulutuksen puutteen vuoksi etnisillä vähemmistöyhteisöillä on vähemmän kouluttautumis- ja toimeentulomahdollisuuksia ja sen seurauksena heikompi elämänlaatu ja asema myanmarilaisessa yhteiskunnassa.

#### *Kohdema: Senegal*

Senegalin maaseudulla on vain harvoin esikouluja ja lasten omalla äidinkielellä esiopetusta ei järjestetä juuri ollenkaan. Äidinkielen esiopetus on tärkeää, sillä se helpottaa lasten siirtymistä perusopetukseen, joka järjestetään Senegalissa lähes kokonaan ranskan kielellä.

Suomen Lähetysseura järjestää Senegalissa äidinkielistä esiopetusta yhdessä Senegalin luterilaisen kirkon kanssa. Lisäksi Lähetysseuran tuella tarjotaan aikuisille äidinkielistä lukutaito-opetusta, jotta erityisesti naisten osallistumismahdollisuudet kasvavat ja elinkeinojen valikoima laajenee. Kouluttautuminen on tehokas keino taistella köyhyyttä vastaan ja ihmisoikeuksien puolesta.

## **Suomen Punainen Risti**

#### *Kohdema: Somalia*

Vuonna 2023 jatkettiin laajemman terveysohjelman tukemista Somalimaassa ja Puntmaassa osin Nenäpäivä-säätiön varoin. Ohjelman tavoitteena oli tuoda pysyvien ja liikkuvien terveysklinikoiden avulla terveyspalveluita kaikkein haavoittuvimpien yhteisöjen ja ihmisten saataville. Klinikoilla keskityttiin erityisesti äiti- ja lapsiterveyteen, synnytyksiin ja neuvolapalveluihin sekä tehtiin terveys- ja hygieniäkoulutusta. Ohjelmassa rahoitettiin seitsemän Punaisen Puolikuun klinikan toimintaa. Klinikat tarjosivat hoitoa 62 992 ihmiselle, joista 36 % oli alle viisivuotiaita lapsia.

Somaliassa onnistuttiin vuonna 2023 välttämään nälänhätä lisääntyneen humanitaarisen avun ja parempien sateiden vuoksi. Vuoden 2023 aikana Somalia kärsi vakavasta kuivuudesta, mutta myös lisääntyneet sateet aiheuttivat paikoin tulvia, jotka tuhosivat mm. elinkeinoja, koteja, kouluja, terveysasemia ja vesipisteitä.

Klinikoiden tarjoamat palvelut olivat elintärkeitä esimerkiksi tulvista kärsineiden yhteisöissä. Vuoden aikana klinikoilla seurattiin 31 505 lapsen ravitsemustilaa ja kasvua ja vaikeasta aliravitsemuksesta

kärsivät ohjattiin ravitsemusohjelman piiriin. Klinikoilla rokotettiin 14 050 lasta. Synnytyksiä oli yhteensä 4 524.

Terveyspalveluiden lisäksi klinikoiden henkilökunta ja Somalian Punaisen Puolikuun vapaaehtoiset järjestivät yhteisöissä terveys-, ravitsemus ja hygieniakoulutuksia, joilla tavoitettiin yhteensä 69 362 ihmistä. Vuoden 2023 aikana SPR valmisteli siirtymistä kahdenväliseen yhteistyöhön Somalian Punaisen Puolikuun kanssa ja terveysohjelman laajentamista myös maan eteläosiin.

#### *Kohdema: Burundi*

Vuonna 2023 Nenäpäivän tuella aloitettiin uusi yhteisöperustaiseen terveyteen ja suojeluun keskittyvä hanke Muramvyan provinssissa Burundissa. Hankesuunnitelma valmisteltiin vuoden 2022 aikana ja ensimmäiset varsinaiset aktiviteetit käynnistyivät tammikuussa 2023. Hankkeen suunnittelussa hyödynnettiin edellisen hankkeen loppuarvioinnin tuloksia.

Hankkeessa on kolme osa-aluetta: terveyden ja suojelun edistäminen, katastrofivalmiuden parantaminen ja Burundin Punaisen Ristin järjestökehityksen tukeminen. Hanke kestää vuoden 2025 loppuun saakka ja se pyrkii tavoittamaan yhteensä 258 000 hyödynsaajaa.

Vuonna 2023 vapaaehtoisia ja yhteisöjä koulutettiin ensiavusta, seksuaali- ja lisääntymisterveydestä ja lasten oikeaoppisesta ravitsemuksesta. Ravitsemusta pyrittiin parantamaan kouluttamalla yhteisöjä tarkkailemaan lasten ravitsemustilannetta, suorittamalla ravitsemusseurantaa säännöllisesti ja perustamalla kotipuutarhoja.

Nuorten seksuaali- ja lisääntymisterveyttä edistettiin kampanjoilla ja koulutuksilla, perhesuunnitteluneuvontaa tarjottiin yhteisöissä, vapaaehtoisia ja uskonnollisia johtajia koulutettiin seksuaalisen ja sukupuoleen perustuvan väkivallan ehkäisystä ja terveysasemien henkilökuntaa koulutettiin seksuaalisen väkivallan kliinisestä hoidosta ja henkisestä tuesta.

Nuoria ja opettajia koulutettiin kuukautishygieniasta ja uusiokäyttöisiä terveysiteitä jaettiin tytöille, jotta kuukautisiin liittyvät tabut ja väärät uskomukset vähenisivät. Lisäksi hankkeen avulla parannettiin tyttöjen mahdollisuuksia osallistua koulunkäyntiin kuukautisten aikana.

#### *Kohdema: Tadžikistan*

Vuonna 2023 Tadžikistanin Punaisen Puolikuun vapaaehtoiset jatkoivat Nenäpäivän tuella terveystiedon jakamista yleisimmistä sairauksista, niiden leviämisestä sekä hygieniasta ja sanitaatiosta Rashtin laakson alueella.

Yhteisöille jaettavaa tietoa mukautetaan jatkuvasti esimerkiksi vuodenaikojen ja yhteisöjen terveystilanteen mukaisesti. Tämän perusteella vuonna 2023 keskityttiin mm. eläinten ja ihmisten välillä leviävien tautien estämiseen.

Yhteisöjen vesi- ja sanitaatiotilannetta parannettiin rakentamalla vesipisteitä ja parantamalla koulujen WC-tiloja, jotta tytöillä olisi asianmukaiset tilat kuukautishygienian hoitamiseen. Lisäksi Punaisen

Puolikuun vapaaehtoiset vierailivat vammaisten ja yksinäisten vanhusten luona ja auttoivat heitä arkisissa askareissa.

Hanke päättyi vuoden 2023 lopussa ja tätä ennen hankkeessa toteutettiin sisäinen väliarviointi. Sen mukaan yhteisöjen osallistuminen on yksi hankkeen keskeisistä menestystekijöistä. Paikalliset yhteisöt antavat aikaansa, työpanostaan ja joskus myös rahoitusta hankkeen tukemien aktiviteettien toteutukseen.

Hankkeen toiminnoista kouluissa toteutettava kuukautishygieniakoulutus, vesipisteiden rakentaminen ja ensiapukoulutus koettiin erityisen merkityksellisiksi. Kuukautishygieniatiedon levittäminen oli vähentänyt kuukautisiin liittyvää stigmaa ja lisännyt tietoisuutta asianmukaisesta hygieniasta, ja vesipisteiden rakentaminen oli parantanut yhteisöjen vesitilannetta.

Väliarvioinnin pohjalta hankkeeseen ollaan parhaillaan suunnittelemassa kaksivuotista jatkoa.

## **Suomen UNICEF**

*Kohdema:* Uganda

Suomen UNICEF kohdisti Nenäpäivässä kerätyt varat UNICEFin maanlaajuiseen vesi-, sanitaatio- ja hygienia-työhön (WASH) Ugandassa. UNICEFin työ tähtää siihen, että jokaisella lapsella olisi käytössään puhdasta juomavettä ja parantunut sanitaatio, sekä turvalliset hygieniakäytännöt, jotka puolestaan tukevat lasten terveyttä, hyvinvointia ja koulunkäyntiä.

Vuoden 2023 hankkeen avulla parannettiin sanitaatiota ja hygieniakäytäntöjä 80 yhteisössä Mukonon kunnan alueella. Hankkeessa tavoitettiin yhteensä noin 190 000 ihmistä. UNICEF muun muassa järjesti yhteisötapaamisia perussanitaation edistämiseksi ja tuki terveysministeriötä sanitaatiohuollosta vastaavien henkilöiden kouluttamisessa. Lisäksi tuettiin Mukonon kuntaa hygienia- ja sanitaatiokäytäntöihin liittyvän mediakampanjan toteutuksessa. Yhteisöjen parantunut sanitaatio auttaa vähentämään ripulia ja muita tauteja, jotka johtuvat puhtaasta vedestä, sanitaation ja riittävän hygienian puutteesta. Tällä on suuri vaikutus lasten hyvinvointiin ja koulunkäyntiin, ja se vähentää erityisesti alle 5-vuotiaiden lasten kuolleisuutta.

Lisäksi vuonna 2023 uusittiin vesijärjestelmä ja saniteettitilat kolmessa Karamojan alueen koulussa. Kestävyyden varmistamiseksi UNICEF tuki kouluja laatimaan suunnitelmat tilojen käyttöönotolle ja ylläpidolle. Suunnitelmassa määritellään toiminnot ja eri sidosryhmien, kuten koulujen, paikallishallinnon, yksityisen sektorin ja yhteisöjen roolit.

UNICEF tuki Ugandan terveysministeriötä sanitaatio- ja hygienia- ja politiikan uudistamisprosessissa. Uudistuksen tavoitteena on yhdenmukaistaa toimia ja tehostaa resurssien ja investointien mobilisointia, jotka ovat välttämättömiä riittävän ja yhtäläisen sanitaation ja hygienian saavuttamiseksi kestävä kehityksen tavoitteen 6.2 mukaisesti.

## Muut avustukset:

### Comic Relief

Osa Nenäpäivä-keräyksen tuotosta ohjattiin Iso-Britanniassa toimivan Comic Reliefin kehitysyhteistyöhankkeiden tukemiseen Afrikassa Nenäpäivän ja Comic Reliefin välisen sopimuksen mukaisesti. Hankkeet keskittyivät mm. terveyden edistämiseen, ilmastonmuutoksen aiheuttamien ongelmien torjumiseen ja ennaltaehkäisyyn, äitiys- ja lapsikuolleisuuden sekä malarian vähentämiseen, koulutuksen lisäämiseen sekä silpomisen vastaiseen työhön.

## KAIKKIEN AIKOJEN AVUNTARVE VAATI KAIKKIEN AIKOJEN NENÄPÄIVÄN – TÄLTÄ VUODEN 2023 KAMPANJA NÄYTTI JA KUULOSTI

Vuonna 2023 Nenäpäivää vietettiin teemalla “Kaikkien aikojen Nenäpäivä”. Teeman avulla haluttiin herättää suomalaiset maailman lasten hiljaiseen hätään.

Kampanjan teemaa kuvailtiin näin:

“Maailmassa kytee hiljainen kriisi. Vuosikymmenten ajan kehitys kulki hyvään suuntaan: köyhyys vähentyi, lapset olivat vuosi vuodelta terveempiä ja pääsivät yhä useammin kouluun. Tyttöjen oikeudet paranivat. Mutta kriisivuodet ovat muuttaneet kehityksen suunnan. Viime vuosien kriisit ovat tarkoittaneet sitä, että kehitystavoitteet ovat pahasti jälkijunassa ja monet ovat ottaneet jopa takapakkia. Nenäpäivää tarvitaan enemmän kuin koskaan.”

Teemaa havainnollistettiin listaamalla pääviesteinä kuusi syytä, joiden vuoksi Nenäpäivä-järjestöjen työtä tarvitaan enemmän kuin koskaan. Näitä pääviestejä hyödynnettiin läpi kaiken viestinnän omien kanavien sisällöistä mediaviestintään.

1. Maailmassa on ennätysellinen ruokakriisi, ja nälkä on lisääntynyt hälyttävästi.
2. Ennätysmäärä ihmisiä tarvitsee humanitaarista apua pysyäkseen hengissä.
3. Joka kuudes lapsi elää nyt konfliktin läheisyydessä. Tämä tarkoittaa kaksi kertaa enemmän lapsia, jotka elävät konfliktialueilla, kuin 90-luvulla.
4. Joka kymmenes lapsi on töissä eikä koulussa. Työssä käyvien lasten määrä on lisääntynyt ensimmäistä kertaa vuosikymmeniin ja koululaisten vähentynyt.
5. Ennätysmäärä ihmisiä, 100 miljoonaa, on joutunut pakenemaan kodeistaan.
6. Sukupuolten tasa-arvon saavuttaminen on hidastunut jopa kokonaisella sukupolvella.

Teeman viestinnässä haluttiin korostaa toivoa ja muutoksen mahdollisuutta, ja myös kertoa, että valoisampaa tulevaisuutta ei ole peruutettu. Kampanjassa haluttiin myös korostaa, että kaikki voivat vaikuttaa tulevaisuuden suuntaan.

Viestinnässä onnistuttiin hyvin ja kattoteema otettiin hyvin vastaan sekä yhteistyökumppaneiden, Ylen että katsojien suunnalta. Media tarttui lapsityön teemaan ja konfliktialueilla elävien lasten tilanteeseen laajasti.

Näkymätöntä, hiljaista kriisiä nostettiin luovasti ulkomainonnan visuaalisessa ratkaisussa, jossa Nenäpallo oli häivytetty näkymättömiin ja ilmestyi animoituna hitaasti näkyviin. Mainoksessa oli teksti: " maailman lasten hätää on vaikea nähdä".

## NÄIN NENÄPÄIVÄ NÄKYI JA KUULUI YLELLÄ

Yle tuki jälleen Nenäpäivää ohjelmatuotannollaan vuonna 2023. Nenäpäivä näkyi laajalti monissa Ylen TV- ja radio-ohjelmissa ja somekanavissa, jotka toteuttivat Nenäpäivää omalla tavallaan. Ne tavoittivat laajan ja monipuolisen yleisön.

Presidentti Martti Ahtisaaren hautajaiset ja niiden suora taltiointi vaikuttivat Yle TV1:n ohjelmistoon perjantaina 10. marraskuuta. Ohjelmamuutoksen takia Puoli seitsemän ja Nenäpäivä-show siirrettiin TV1:ltä TV2:lle ja show:n aikana perinteisesti tuleva uutistauko jäi pois. Kanavamutoksella haluttiin kunnioittaa presidentti Ahtisaaren hautajaispäivää siirtämällä illan viihteellisempää ohjelmistoa Yle TV2:lle.

Nenäpäivän suora päälähetys Tampereelta tuli siis ulos perjantaina 10.11. Yle TV2:lla ja Areenassa kello 19-23.

Koska presidentti Ahtisaari oli kehitysyhteistyön uranuurtaja ja puolestapuhuja vuosikymmenten ajan, hänen työnsä kehittyvien maiden eteen huomioitiin myös Nenäpäivän suorassa lähetyksessä. Mukana oli haastattelu Ahtisaaren ystävältä ministeri Elisabeth Rehniltä, joka pohti Ahtisaaren merkitystä kehitysyhteistyölle. Lisäksi presidentti Sauli Niinistöä haastateltiin lähetyksessä aiheesta.

Viime hetken muutoksista huolimatta illan lähetys onnistui hyvin.

Suoran Nenäpäivä-lähetyksen juonsivat tänä vuonna mediapersoona Constantinos "Gogi" Mavromichalis ja uutisankkuri Piia Pasanen.

Illan musiikista vastasi monikymmenhenkinen viihdeorkesteri Riku Niemi Orchestra solisteinaan Ressu Redford, Jonna Tervomaa, Laura Voutilainen, Olli Halonen, Anna Eriksson, Pete Parkkonen, Sara Siipola, Mikael Gabriel, Mikko ja Ronja Alatalo, Suvi Karjula, Samuli Edelmann sekä Paleface.

Lisäksi ohjelmassa oli koskettavia hetkiä ja komiikkaa Suomen tunnetuimpien näyttelijöiden ja viihdyttäjiensä parissa. Nenäpäivän sketseissä olivat mukana mm. Roope Salminen, Eeva Litmanen, Eero Melasniemi, Vesa Vierikko, Sanna Stellan, Jenni Poikelus, Krisse Salminen, Moly bros ja joukko Ylen ajankohtais- ja urheilutoimituksen tuttuja kasvoja.

Lähetyksen loppuun mennessä oli kerätty yli 1,6 miljoonan euron lahjoituspotti.

TV2:n lähetyksen yli 20 % aiempia vuosia pienemmistä katsojaluvuista johtuen illan tuotto jäi odotetusti viime vuotta alhaisemmaksi.

## Nenäpäivä innosti taas monia yhteistyölähetyksiä. Ylen Luova talo avasi ovensa Nenäpäivän kunniaksi

Nenäpäivä innostutti jälleen kerran mukaan hyvän tekemiseen suuren joukon Ylen tv- ja radio-ohjelmia. Myös yleisö pääsi osallistumaan, koska mukana oli Helsingissä **Ylen Pasilan Luovassa talossa** järjestetty radiokanavien yhteinen Nenäpäivä-tapahtuma, jonne yleisö sai tulla paikan päälle seuraamaan lähetysten tekemistä.

Mukana tapahtumassa olivat **YleX**, **Yle X3M** ja **Yle Radio Suomi**.

YleX:llä järjestettiin koko arkiviikon kestävä *Naurumaraton: Iso Nenä valvoo*, jonka aikana YleX:n ohjelmat *Aamu*, *UMX*, *Etusivu*, *Iltapäivä*, *Ilta* sekä tietysti myös **Viki ja Köpi** päätyivät kilpailemaan keskenään, sekä IsoNenää vastaan!

**Puoli Seitsemän** -ohjelman **Ella Kanninen** ja **Mikko Kekäläinen** puolestaan päättivät tehdä jotain ihan uutta ja haastoivat toisensa kanojen kouluttamiseen alan huippuammattilaisen, eläinkouluttaja Liisa Säkjärven opastamana.

Radio Suomessa vietettiin Nenäpäivän etkoja ja mukana oli myös jo kolmatta kertaa Yle X3M -kanavan suosittu 66 tunnin 6 minuutin ja 6 sekunnin maratonlähetyksen **Kjell "from Hell" Simosasin** seurassa.

*Yle Mix* kertoi uutisia kehittyvien maiden kouluikäisistä lapsista kampanja-aikana Yle Areenassa, Tubessa ja Tiktokissa.

Pelikanava **Pavlovin Rotat** striimasi jälleen Nenäpäivän merkeissä [Tubesta](#) ja Twitchistä (20.–21.10.) tuttujen vieraiden kanssa. Mukana olivat mm. **HurHur**, **Tinke** ja **Lakko**.

**Yle Summeri** taas vietti Nenäpäivää Tiktok-livessä, jossa toteutettiin haasteita ja juteltiin rennolla otteella kampanjan aiheista. Lisäksi [@ylesummerimood](#)-Tiktok-tilillä julkaistiin asiapitoisempaa sisältöä.

Myös **Sohvaperunat** virittäytyivät Nenäpäivä-tunnelmiin Nenäpäivän jälkeisellä viikolla!

## Nenäpäivä-säätiö teetti brändi- ja mielikuvatutkimuksen markkinoinnin ja viestinnän strategian tueksi

Vuonna 2023 Nenäpäivä-säätiö teetti tutkimuksen brändin herättämistä mielikuvista ja testatakseen sitä, missä kohderyhmissä olisi eniten lahjoittajapotentiaalia.

Tutkimus toteutettiin noin 1000 henkilön kansallisesti edustavalla otannalla helmi-maaliskuussa 2023.

Tutkimuksen mukaan Nenäpäivä oli odotetusti hyvin tunnettu ja pidetty brändi.

99 % suomalaista tuntee Nenäpäivän vähintään nimeltä ja 70 % tuntee sitä vähintään jonkin verran. Lapsiperheet tunsivat brändiä hieman paremmin kuin aikuistaloudet.

Nenäpäivä herätti pääosin positiivisia (45 %) ja neutraaleja (50 %) tuntemuksia.

Positiivisia tuntemuksia herättivät eniten erityisesti lasten auttaminen

sekä hyvällä asialla oleminen. Nenäpäivä-sisältöihin liitettiin voimakkaimmin sen kyvykkyyden herättäminen mieltämään lasten olosuhteita, auttamisen mahdollistaminen, sen koskettavuus ja toiveikkuus (60 % - 68 % vastaajista)

Spontaanisti Nenäpäivän varainkeruun kohteeksi liitettiin voimakkaimmin vähäosaiset lapset ja nuoret. Autetusti Nenäpäivään liitettiin voimakkaimmin se, että toiminnalla pyritään auttamaan Aasian, Afrikan ja Etelä- Amerikan vähäosaisia lapsia eri tavoin.

Brändi herätti negatiivisia tuntemuksia 11 %:ssa vastaajista. Negatiivisia tuntemuksia herättivät eniten Nenäpäivän tyyli. Tämän lisäksi epäluottamus avun perille menosta sekä avun ns. "väärä kohde" herättävät kritiikkiä.

Vastaajilta, joissa Nenäpäivä herätti negatiivisia tuntemuksia, kysyttiin tarkemmin, mikä aiheutti nämä tuntemukset. Heistä 29 % vastasi, ettei konsepti ja kuvasto (nenä, pellet, tapahtumat) miellyttäneet. 18 % vastasi epäilevänsä rahojen perille menoa ja 13 % koki, että tuotto meni väärään kohteeseen, esim. ulkomaille.

Suurin osa suomalaisista ei muistanut kuulleensa Nenäpäivään kohdistuvaa kritiikkiä. Vastanneista vain 15 % muisti kuulleensa kritiikkiä. Heistä 28 % vastasi kuulleensa kritiikkiä koskien avun perille menemistä tai kohdentumisesta (esim. korruptio, välikädet) ja 14 % vastasi nähneensä tai kuulleensa kritiikkiä koskien Nenäpäivän konseptia ja käytettyä kuvastoa (esim. nenät, tapahtumat, ns. kärsimyskuvaston käyttö, "valkoinen pelastaja").

Heistä kuitenkin vain 20 % vastasi, että kritiikki oli vaikuttanut heidän lahjoitushaluunsa.

Tutkimuksen mukaan Nenäpäivällä oli erityisen hyvä varainhankinnallinen potentiaali ja lahjoittajien retentio. Nenäpäivän tietävistä n. 40 % uskoi lahjoittavansa keräykseen jatkossa, ja heistä puolet olivat aiempia Nenäpäivä-lahjoittajia.

Nenäpäivän hyvä tarkoitus, lapset avun kohteena sekä yleinen halu auttaa ovat suurimmat syyt lahjoittaa Nenäpäivään jatkossa.

Miehissä 25-34-vuotiaat ja naisissa 65-74-vuotiaat olivat potentiaalisimpia Nenäpäivä-lahjoittajia jatkossa. 25-34-vuotiaista miehistä yli puolet uskoi lahjoittavansa Nenäpäivään jatkossa.



Eri kohderyhmistä keski-ikäiset suomalaiset vaikuttavan ”tippuvan” Nenäpäivän viestintäkanavien ja formaattien ulkopuolelle. Nuoret muistivat YleX:n Naurumaratonin kun taas yli 65-vuotiaat tavoitettiin Ylen päälähetyksellä TV:n kautta. Tutkimuksen suosituksena olikin, että keski-ikäisten houkuttelu Nenäpäivän vaikutuspiiriin tulisikin ottaa erityisen huomion kohteeksi.

Kotimaantyon tukemisella Nenäpäivän kautta nähtiin erityisen vahva potentiaali houkuttaa mukaan täysin uusia lahjoittajia. Varsinkin sellaiset henkilöt, jotka eivät olleet osallistuneet hyväntekeväisyyteen viimeisen 12 kuukauden aikana ollenkaan, kokevat mahdollisuuden lahjoittaa rahaa kotimaassa tehtävään työhön olevan esitetystä väittämistä positiivisin. Tämä väite myös kasvatti eniten Nenäpäivä-lahjoitushalukkuutta.

Tulevaisuuden ei-potentiaaliset Nenäpäivä-lahjoittajat (n. 60 % vastaajista) kertoivat, että oma varattomuus, muiden hyväntekeväisyyskohteiden suosiminen ja yleinen epäluottamus rahojen perille menosta ovat heille suurimmat syyt, miksi he eivät todennäköisesti aio lahjoittaa Nenäpäivä-keräykseen.

Tutkimuksen mukaan, vaikka Nenäpäivän brändi oli tunnettu, tuntemusta olisi tarpeen syventää. Nenäpäivän vain nimeltä tietävistä yli puolet ei osannut nimetä varainkeruun kohdetta.

Nenäpäivän tekemä yhteistyö eri järjestöjen kanssa sekä se, että Nenäpäivä-kampanjaan voi lahjoittaa ympäri vuoden, ovat asioita, joita suuri osa suomalaisista ei tiennyt Nenäpäivästä.

Lapset avun kohteena sekä mahdollisuus lahjoittaa rahaa kotimaassa tehtävään työhön ovat tekijöitä, joilla on tai positiivisin vaikutus suomalaisten Nenäpäivä-lahjoitushalukkuuteen.

Nenäpäivän eri osa-alueiden osittain heikko tuntemus ja toisaalta kyseisen osa-alueen kyky motivoida lahjoittamaan indikoi sitä, että Nenäpäivä-tietämystä syventämällä olisi potentiaalia saada ihmisiä lahjoittamaan.

Tutkimuksen pohjalta kampanjastrategiassa haluttiin hyödyntää sekä tietoa potentiaalisista lahjoittajista, että lahjoitusmotivaatioon vaikuttavia tekijöitä. Nämä suositukset otettiin huomioon kampanjan strategiassa, joka pyrki tavoittelemaan erityisesti nuoria miehiä ja työikäisiä naisia ja syventämään heidän tuntemustaan Nenäpäivän tukemasta työstä.

## Nenäpäivän mainonta jälleen kerran tavoitti käytännössä kaikki suomalaiset

Nenäpäivä näkyi ja kuului jälleen kerran laajasti. Mainonnan strategiassa ja sisällön suunnittelussa ja tuottamisessa Nenäpäivää tuki viestintäyrittäjä **Miltonin** tiimi.

Nenäpäivän mainokset koristivat tuhansia ulkomainospaikkoja ja digitaalisia pintoja. Lisäksi ne kuuluivat kauppakeskuksissa äänimainoksina ja tavoittivat verkossa ja somessa miljoonia ihmisiä. Tästä on kiittäminen mainospaikkoja tarjonneita kumppaneita.

Nenäpäivän mainonnan tuotot nousivat tänä vuonna, kiitos onnistuneen kampanjan.

Nenäpäivän ulkomainonnan tavoitavuus kasvoi yli miljoonalla näyttökerralla, noin 6,67 miljoonaan. Pro bono -mainostilaa kampanjalle tarjosivat **JC Decaux**, **Mediateko**, **Ocean Outdoor** ja **Aktiivimedia**.

Verkkomainonta tavoitti yli 2,2 miljoonaa näyttökertaa. Mainostilaa tarjosi omilla medioissaan Nenäpäivän pitkäaikainen kumppaniyrittäjä **Nostemediä**, jonka lisäksi **Generaxion** tuki Nenäpäivän Google-mainontaa ja hakusanooptimointia pro bono -työllä.

Ylen TV-trailerit tavoittivat 2,5 miljoonan kontaktin nettopeiton ja kauppakeskuksissa ympäri maata pyöriin äänimainokset kuultiin noin 21 miljoonaa kertaa. Kauppakeskusmainontaa Nenäpäivälle tarjosi pitkäaikainen kumppani **Mall Voice**.

## Media kiinnostui starttipressistä ja huomioi Nenäpäivän laajasti ajankohtais- ja viihdesisällöissä

Nenäpäivän starttitilaisuus järjestettiin Pasilan **Elisa Showroomissa**, ja tapahtumaa oli mahdollisuus seurata myös YouTubessa livenä.

Tilaisuudessa Nenäpäivä myönsi kolmatta kertaa yhteistyössä **Positiivareiden** kanssa *Vuoden Positiivisin Suomalainen -palkinnon*. Tunnustus myönnettiin tänä vuonna juontaja ja toimittaja **Ella Kanniselle**.

Tilaisuuden juonsi Ylen juontaja **Lloyd Libiso** ja tapahtumassa esiintyi Nenäpäivän artisteista **Sara Siipola**. Startin striimasi **Kepit Systems Oy** yhteistyössä Elisan kanssa.

Nenäpäivä noteerattiin omien ja yhteistyölähetysten lisäksi myös laajasti journalistisessa mediassa. Kaiken kaikkiaan Nenäpäivästä tehtiin 149 juttua radiosta aikakaus- ja sanomalehtiin sekä tv-lähetyksiin.

Nenäpäivän starttipressissä jaettu Vuoden Positiivisin Suomalainen -palkinto huomattiin useissa valtakunnallisissa medioissa Ilta-Sanomista Yleen ja Anna-lehteen. Voittajan haastatteluiden lisäksi myös Lina Lehtovaaran ja Eino Nurmiston ehdokkuudet nostettiin esiin eri medioissa. Lisäksi Nenäpäivän juontajia haastateltiin mm. Seuraan, Seiskaan ja Annaan.

Mediassa noteerattiin myös Nenäpäivän oppilaitosyhteistyö, valtakunnallisia tapahtumia ja juhla-iltoja.

Nenäpäivän ohjelmayhteistyöt keräsivät mediaosumia Pentulivestä Naurumaratoniin ja Yle X3Min maraton-lähetykseen.

Nenäpäivä-järjestöjen työ taas oli esillä useissa medioissa. Järjestöjen asiantuntijoita haastateltiin kehitysyhteistyöstä mm. Ylen aamussa, Puoli Seitsemän -lähetyksessä, Ykkösaamussa ja Radio Suomessa. Lisäksi lehtijuttuja ilmestyi mm. Insinööri-lehdessä ja Seurakuntalaisessa.

Maailman kuvalehti myös julkaisi Nenäpäivä-säätiön toiminnanjohtajan vieraskynän ja Avecmedia haastatteli kampanjan työntekijöitä tapahtumien järjestämisestä.

Myös Nenäpäivän tv-lähetyksen illan tulos uutisoitiin useassa mediassa.

## Vuonna 2023 Nenäpäivä näkyi entistä strategisemmin sosiaalisessa mediassa.

Vuonna 2023 Nenäpäivä uudisti sosiaalisen median sisältö- ja vaikuttajastrategiansa.

Uudessa sisältöstrategiassa sisältötyypit ja niiden tavoitteet määriteltiin tarkemmin, jonka lisäksi sosiaalisen median kanavapainotukset ja tavoitekohderyhmät muuttuivat.

Bränditukimuksen pohjalta pääkohderyhmiksi valikoituivat nuoret miehet ja työikäiset naiset ja fokuksena oli syvempi yhteistyö muutaman avainvaikuttajan kanssa, jotta Nenäpäivä-tuntemus kohderyhmissä voisi syventyä.

Samalla Nenäpäivän kanavavalinnoissa pyrittiin painottumaan entistä vahvemmin Instagramiin ja Tik tok -kanavalle ja Facebookin sekä X:n merkitys kampanjassa vähentyi.

Vaikuttajatoimisto **PING Helsinki** sparrasi Nenäpäivää strategiassa, antoi palautetta edellisestä vuodesta ja teki Nenäpäivälle arvopohjaisen vaikuttajakartoituksen, jonka perusteella Nenäpäivä pyysi mukaan avainvaikuttajiksi toimittaja **Laura Frimanin**, somevaikuttaja ja näyttelijä **Eero Herrasen** ja tubettajakaksikko **Moly Brosin**. Nämä vaikuttajat näkyivät myös Nenäpäivän suorassa tv-lähetyksessä, jonka lisäksi Moly Bros kuului myös Nenäpäivän äänimainoksissa.

Vaikuttajien lisäksi Nenäpäivä pyysi mukaan muutamia kohderyhmissä suosittuja meemitilejä, ja mukaan lähtivätkin instagramista **@orpogoolaa**, **@finanssiveli** ja **@vainkeskiluokkajutut**.

## Nenäpäivä-tapahtumia ympäri maata

Nenäpäivän hyväksi järjestettiin vuonna 2023 monenlaisia tapahtumia, myyjäisiä ja konsertteja. Esimerkiksi Laurea-ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijat toteuttivat useammassa pääkaupunkiseudun kauppakeskuksessa tapahtumia erilaisille kohderyhmille Nenäpäivän alla.

Nenäpäivän järjestöjen vapaaehtoiset viettivät yhteisvoimin Nenäpäivää eri puolilla Suomea, toteuttaen erilaisia tempauksia. Ympäri Suomen nähtiin juhlavalaistuksia, kun Tammerkoski, Imatrankoski, Lakeuden Risti, Oulu-halli ja Ylen linkkitorni hehkuivat punaisina Nenäpäivän kunniaksi.

Nenäpäivä sai myös koulut, päiväkodit, oppilaitokset ja seurakunnat osallistumaan maailman lasten auttamiseen. Nenäpäivää vietettiin paljon ulkoilmassa, esimerkiksi **Lions Club Staminan** monivuotisen Helsinki–Tampere-viestijuoksun parissa ja päiväkotien hauskoissa ulkoleikeissä. Kouluissa Nenäpäivää vietettiin oppitunneilla Nenäpäivän oppimateriaalien parissa ja seurakunnissa Nenäpäivä tuotiin osaksi viikkotoimintaa.

## YRITYKSET JA YHTEISÖT MUKANA TEKEMÄSSÄ HYVÄÄ

Nenäpäivään osallistui vuonna 2023 useita eri alojen yrityksiä ja yhteisöjä, jotka toteuttivat mitä vaikuttavampia kampanjoita haastaen suomalaisia mukaan.

Yrityskumppaneina jatkoivat **Kotipizza** sekä kemianalan yritys **CABB**. Uutena kumppanina mukaan liittyi parturi-kampaamoketju **Cutters**. **Lions-liitto** oli mukana valtakunnallisen klubiverkostonsa voimin.

Vuonna 2023 Nenäpäivään tuli mukaan useita uusia yhteisökumppaneita. Monet pääkaupunkiseudun kirjastot järjestivät erilaisia Nenäpäivä-aiheisia näyttelyitä. Helsingin työväenopiston kursseilla ja kahviossa vietettiin Nenäpäivää. Lapsille suunnattuja tapahtumia oli Espoossa **Museo Leikissä** ja **Teatteri Hevosenkengässä**.

**Hidasta elämää** -yhteisö tarjosi näkyvyyttä Nenäpäivälle kanavissaan. **Twoday Biit** tuki Nenäpäivää CRM-projektissa tarjoamalla osaamistaan pro bono -periaatteella. Useat ammattiliitot olivat mukana keräämässä varoja kampanjalle.

Mukana oli myös laaja joukko kumppaneita, jotka tukivat Nenäpäivää ja sen viestintää tarjoamalla käyttöönsä oman ammattitaitonsa ja verkostonsa.

Näkyvyys ulkomainospinnoilla vahvistui, kun kampanjaa pitkään tukeneen **JCDecaux**'n lisäksi myös **Mediateko** ja **Ocean Outdoor** valjastivat näyttönsä hyvään tarkoitukseen. Yhteensä kampanja tavoitti ulkomainospinnoilla 6,67 miljoonaa silmäparia.

Vaikuttajamarkkinoinnin asiantuntijayritys **PING Helsinki** sparrasi säätiötä vaikuttajayhteistyöstä ja teki kampanjalle arvopohjaisen vaikuttajakartoituksen.

**Mainostoimisto Miltton** teki Nenäpäivälle bränditutkimuksen, jonka pohjalta viilattiin kohderyhmiä ja muotoiltiin yhteistyössä kampanjan pääviestit, slogan ja toimenpiteet.

Digiviestintään erikoistunut **LM Someco** sparrasi ja tuki someviestintää ja sisältöstrategian tekemistä.

**LeadDesk** antoi chatbotin käyttöön Nenäpäivän verkkosivuille, **Generaxion** auttoi Nenäpäivää hakukonenäkyvyydessä ja Google-markkinoinnissa ja **Nostemedia** toi Nenäpäivää esiin digimedioissaan.

**Mall Voicen** ansiosta Nenäpäivä kuului kauppakeskuksissa ja saavutti yli 20 miljoonaa kuuntelukertaa.

Kaikilla yhteistyökumppaneilla on merkittävä rooli Nenäpäivässä niin näkyvyyden kuin varainhankinnan näkökulmasta. Ilman kumppaneita Nenäpäivän kaltainen kampanja ei olisi mahdollinen.

**Lämmin kiitos kaikille Nenäpäivään ja maailman lasten tukemiseen osallistuneille!**