

PRESSRELEASE

Meddelande 17.11.2016

Viking Lines Näsdaysinsamling inbringade över 12 000 euro

Viking Line deltog i Näsdayskampanjen 2016 genom att donera en euro för varje passagerare som bokat sin resa under perioden 4–14.11.2016 med kampanjbeteckningen ”Näsdagen”. Detta jippo gav stiftelsen Näsdagen över 12 000 euro extra i kassan.

Den riksomfattande Näsdayskampanjen ordnas en gång om året, i oktober–november, i syfte att samla in medel till stöd för utbildning, hälsa, trygghet och näring för de mest utsatta barnen. Den första Näsdagen i Finland arrangerades år 2007, och bakom kampanjen står stiftelsen Näsdagen som grundades år 2004 av Finlands Unicef, Finlands Röda Kors och Kyrkans Utlandshjälp i samarbete med Yle.

- Vi var väldigt gärna med och stödde Näsdayskampanjen eftersom barnen ligger oss särskilt nära om hjärtat. Till vår glädje kan vi konstatera att Viking Lines Näsdaysinsamling inbringade över 12 000 euro till detta goda ändamål, berättar Samuli Heiskala, marknadsföringschef på Viking Line.

Närmare uppgifter:

Christa Grönlund, informationschef, Marketing Communications,
christa.gronlund@vikingline.com, +358 9 123 5242

Samuli Heiskala, marknadsföringschef,
samuli.heiskala@vikingline.com, +358 9 123 5221

Johanna Boijer-Svahnström, informationsdirektör, Corporate Communications,
johanna.boijer@vikingline.com, +358 18 277 48