

Cùng BAC A BANK góp phần chấm dứt bạo lực đối với phụ nữ và trẻ em

15:40 24/11/2023

Với mỗi khách hàng mở mới gói tiết kiệm “Người xây tổ ấm” trong thời gian diễn ra chiến dịch Tô cam phối hợp cùng Tổ chức UN Women, BAC A BANK và Quỹ Vì Tầm Vóc Việt sẽ đóng góp 63.000 đồng/sổ cho Quỹ hỗ trợ nhằm cải thiện sinh kế cho các phụ nữ bị bạo lực và có hoàn cảnh khó khăn tại huyện Mường Ảng, tỉnh Điện Biên.



Từ 15/11/2023 đến 15/12/2023, BAC A BANK, Tập đoàn TH và Quỹ Vì Tầm Vóc Việt phối hợp với UN Women thực hiện Chiến dịch “Tô cam cùng BAC A BANK - Hành động chấm dứt bạo lực đối với phụ nữ và trẻ em” với thông điệp “Chung tay vì hạnh phúc đích thực của phụ nữ và trẻ em Việt Nam”. Chiến dịch này nhằm mục đích nâng cao nhận thức cho khách hàng và cán bộ nhân viên Ngân hàng Bắc Á về vấn đề bạo lực với phụ nữ và trẻ em, đồng thời thúc đẩy các hành động thiết thực để hỗ trợ cho nạn nhân của bạo lực, đây cũng là một trong những hoạt động hướng tới kỷ niệm 30 năm thành lập BAC A BANK (17/9/1994 -

17/9/2024).



Hưởng ứng Chiến dịch Tô cam, BAC A BANK đã có hoạt động trang trí Tô cam tại 63 điểm với 55 chi nhánh (tại điểm giao dịch), 8 phòng ban của Ngân hàng Bắc Á trên toàn quốc hy vọng mang đến sự đoàn kết của con người Bắc Á với hành động ý nghĩa mang lại giá trị nhân văn tốt đẹp cho cộng đồng và xã hội, các cuộc thi trang trí góc cam và thi chụp ảnh check in góc cam với quần áo, phụ kiện màu cam được tổ chức để lan tỏa những giá trị tốt đẹp tới cộng đồng. Với mỗi cuốn sổ tiết kiệm “Người xây tổ ấm” được mở từ khách hàng trong thời gian diễn ra chiến dịch, BAC A BANK và Quỹ Vì Tầm Vóc Việt sẽ đóng góp 63.000 đồng/sổ cho Quỹ hỗ trợ nhằm cải thiện sinh kế cho các phụ nữ bị bạo lực và có hoàn cảnh khó khăn tại huyện Mường Ảng, tỉnh Điện Biên. Quỹ này sẽ cung cấp các khoản vay cho đối tượng phụ nữ không lãi suất và vận hành xoay vòng.



Tại Tập đoàn TH, Chiến dịch Tô cam được truyền thông trực tiếp tại hệ thống 25 cửa hàng TH truemart ở TP. Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh. Mỗi khách hàng mua sản phẩm màu cam và check in góc cam, chia sẻ thông điệp của chiến dịch kèm hashtag #TocamcungTH sẽ nhận được phần quà có ý nghĩa từ Ban Tổ chức. Với mỗi sản phẩm màu cam khách hàng mua tại 25 cửa hàng TH truemart nói trên, VSF sẽ đóng góp 630 đồng cho Quỹ hỗ trợ cải thiện sinh kế cho phụ nữ bị bạo lực và có hoàn cảnh khó khăn. Cuộc thi “Những câu chuyện CAM” được phát động tại Tập đoàn TH và BAC A BANK nhằm tôn vinh những cá nhân có hành động đóng góp cho bình đẳng giới trong công sở, gia đình hoặc cộng đồng.





Dự kiến, 600 triệu đồng từ Chiến dịch của BAC A BANK và TH sẽ được đóng góp cho Quỹ hỗ trợ nhằm cải thiện sinh kế cho các phụ nữ bị bạo lực và có hoàn cảnh khó khăn tại huyện Mường Ảng, tỉnh Điện Biên sẽ cung cấp các khoản vay không lãi suất cho các chị.

Lãnh đạo Ngân hàng Bắc Á chia sẻ: “Nhân Tháng hành động vì bình đẳng giới, Chiến dịch Tôi cam cùng BAC A BANK đã góp phần nâng cao giá trị cuộc sống, chung tay vì hạnh phúc đích thực của phụ nữ và trẻ em Việt Nam. Cuộc sống sẽ tốt đẹp hơn nếu mỗi người chúng ta góp thêm một hành động nhỏ. Với tôn chỉ “Giữ tâm sáng để vươn xa rộng khắp” và “Vì con người”, bên cạnh hoạt động kinh doanh, BAC A BANK rất quan tâm và thực hiện nhiều hoạt động từ thiện xã hội với số tiền hàng chục tỷ đồng mỗi năm.”



Theo kết quả Điều tra quốc gia về Bạo lực đối với phụ nữ ở Việt Nam năm 2019 của Bộ Lao động Thương binh xã hội, bạo lực đối với phụ nữ gây ra những hậu quả nghiêm trọng cho phát triển kinh tế và sức khỏe thể chất, tinh thần phụ nữ. Gần 2/3 phụ nữ (63%) đã từng trải qua ít nhất một hình thức bạo lực bởi chồng hoặc bạn tình của họ trong đời, và 31,6% phụ nữ từng bị bạo lực trong 12 tháng trước khảo sát. Ước tính thiệt hại kinh tế do bạo lực gây ra cho nền kinh tế Việt Nam ước tính khoảng 100.507 tỷ đồng, tương đương với 1,8% GDP.

Vì vậy, chủ đề của Chiến dịch UNiTE của Liên Hợp Quốc năm 2023 là: “Đoàn kết! Đầu tư nguồn lực để phòng ngừa bạo lực với phụ nữ và trẻ em gái” với thông điệp: “Đầu tư cho phòng ngừa luôn sinh lời”.

Chiến dịch Tô cam cùng BAC A BANK - TH - Quỹ Vì Tầm Vóc Việt đã góp phần vào hành động lan tỏa được những giá trị nhân văn tới hàng nghìn cán bộ nhân viên, người nhà và cộng đồng xã hội. Hoạt động ý nghĩa này không chỉ nhận được sự hưởng ứng nhiệt tình của cán bộ nhân viên Ngân hàng mà còn hấp dẫn được nhiều khách hàng nữ gửi sản phẩm Tiết kiệm Người xây tổ ấm và tham gia check in tại góc Tô cam của Ngân hàng.

Anh Thư