

## **Strong Vietnam đã chiến thắng dành giải thưởng chương trình Trách nhiệm Xã hội (CSR) xuất sắc nhất**

21:20 23/07/2020

Với ước muốn đem lại cho giới trẻ những hoài bão, ước mơ tươi đẹp, sống có ích cho xã hội thông qua những thần tượng bóng đá, tập đoàn T&T Group và CLB bóng đá Hà Nội đã phối hợp triển khai hành trình truyền cảm hứng mang tên Strong Viet Nam qua các trường học của Hà Nội rất thành công.

Tối 23/7, tại lễ trao Giải thưởng Quốc Gia truyền thông & quan hệ công chúng được tổ chức tại thành phố Hồ Chí Minh, Chương trình trách nhiệm xã hội Strong Vietnam do Tập đoàn T&T Group khởi xướng và tổ chức đã được vinh danh ở hai hạng mục quan trọng: Giải thưởng Trách nhiệm Xã hội (CSR) và Giải thưởng Nội dung truyền thông. Kết quả chung cuộc Strong Vietnam đã chiến thắng dành giải thưởng chương trình Trách nhiệm Xã hội (CSR) xuất sắc nhất.



*Ảnh minh họa (Ảnh: CLB Hà Nội)*

Sự thành công của các cầu thủ trong màu áo đội tuyển quốc gia thuộc biên chế của CLB Hà Nội như: Quang Hải, Đình Trọng, Văn Quyết, Duy Mạnh... đã ảnh hưởng mạnh đến giới trẻ về niềm tin mãnh liệt cống hiến cho tổ quốc, sống có ích, Strong Vietnam như chiếc cầu nối giữa các thần tượng và người hâm mộ, truyền cảm hứng tới các em học sinh về ý chí, sự kiên trì, nghị lực phấn đấu.

Đầu tháng 9/2019, dưới sự chỉ đạo của Vụ Giáo dục Thể chất - Bộ Giáo dục và Đào tạo, T&T Group và CLB bóng đá Hà Nội phối hợp triển khai hành trình truyền cảm hứng mang tên Strong Vietnam. Năm đầu tiên diễn ra chương trình, Strong Vietnam đã đến được 5 trường THCS trên địa bàn Thủ đô gồm: Trường THCS Phù Đổng, trường THCS Vietnam - Algieria, trường THCS Nguyễn Trường Tộ, trường THCS Marie Cuire, trường THCS Nam Trung Yên.

Strong Viet Nam là chương trình đầu tiên các cầu thủ CLB Hà Nội sát cánh bên nhau trong một chương trình xã hội mang ý nghĩa nhân văn. Chính vì vậy, sự xuất hiện của 11 cầu thủ CLB Hà Nội trong mỗi chương trình, thật sự là điều ấn tượng bởi con số đó mang biểu tượng của một đội bóng, một tinh thần tập thể đoàn kết.

Bỏ ra rất nhiều công sức để đưa “dàn sao” Hà Nội FC tới các trường học, Tập đoàn T&T đã ghi điểm lớn trong mắt người hâm mộ Thủ đô về thái độ xây dựng

hình tượng CLB thể thao chuyên nghiệp, cũng như những giá trị đẹp mà bóng đá mang đến. Strong Vietnam trong năm đầu tiên triển khai đã phân nào giải quyết được hai vấn đề lớn: Truyền cảm hứng để các bạn trẻ sống có đam mê, hoài bão, nỗ lực theo đuổi ước mơ và xây dựng một thể hệ trẻ tràn đầy sức mạnh, cải thiện về thể chất, nhất là chiều cao.

Ghi nhận những thành công có được của Strong Vietnam, Giải thưởng Quốc Gia truyền thông & quan hệ công chúng đã hai lần xướng tên chương trình trách nhiệm xã hội do Tập đoàn T&T khởi xướng và tổ chức trong đêm Gala tối ngày 23/7 tại 2 hạng mục: Giải thưởng Trách nhiệm Xã hội (CSR) và Giải thưởng Nội dung truyền thông. Kết quả chung cuộc Strong Vietnam đã chiến thắng dành giải thưởng chương trình Trách nhiệm Xã hội (CSR) xuất sắc nhất.

Phát biểu trên bục nhận giải, ông Đỗ Vinh Quang – Thành viên HĐQT Tập đoàn T&T, Trưởng Ban tổ chức Strong Vietnam dành lời cảm ơn đến các thành viên BTC chương trình, các cầu thủ CLB bóng đá Hà Nội, các em nhỏ học sinh cấp 2 trên địa bàn Thủ đô đã tích cực tham gia để đem lại thành công, sự lan tỏa cho chương trình. Ông mong rằng trong những năm tiếp theo được tổ chức, Strong Vietnam sẽ tới được nhiều nơi hơn, lan tỏa được thêm nhiều giá trị tới với các bạn trẻ.

Cùng xuất hiện trong đêm Gala trao giải, cầu thủ Đỗ Hùng Dũng (Quả bóng vàng Việt Nam 2019 - thành viên CLB Hà Nội) cho biết: “Hùng Dũng và các đồng đội cảm thấy hết sức vinh dự khi được nhận hai giải thưởng quan trọng trong lễ trao giải hôm nay. Hà Nội FC là CLB bóng đá đầu tiên tại Việt Nam thực hiện chương trình truyền cảm hứng tới tận từng trường với quy mô lớn. Dũng và các đồng đội đều mong muốn khi dịch Covid -19 qua đi, chuỗi chương trình sẽ trở lại và phát triển rộng hơn để lan tỏa những giá trị tích cực”.

Giải thưởng Quốc Gia truyền thông & quan hệ công chúng nhằm vinh danh các chiến dịch truyền thông xuất sắc trong năm và ghi nhận những đơn vị tiên phong trong ngành quan hệ công chúng hiện đang phát triển mạnh mẽ tại Việt Nam.

Trong suốt 3 tháng tổ chức, chương trình đã nhận được 50 bài cho 9 hạng mục giải thưởng, các giải thưởng kéo dài trên các lĩnh vực truyền thông từ trách nhiệm xã hội đến nội dung và kể chuyện. Giải thưởng có sự tham gia của rất nhiều Tập đoàn, Tổng công ty lớn của các lĩnh vực tham gia.

**Nhật Nam**