

PHỤ LỤC 1

**Bộ nhận diện truyền thông của Tháng hành động
vì bình đẳng giới và phòng ngừa, ứng phó bạo lực trên cơ sở giới**
(Kèm theo Kế hoạch số: /KH-UBND ngày tháng năm 2025
của Ủy ban nhân dân tỉnh)

1. HÌNH ẢNH:



● C0 M70 Y100 K0

● R243 G112 B33

- Nhìn thoáng là 1 trái tim.
- Ngắm kỹ là một con người được ghép từ 2 hình người đang ôm nhau, hòa nhập thành một.
- Hình ảnh biểu đạt cảm xúc yêu thương, gắn kết khăng khít, gần gũi.
- Hai cánh tay ôm nhau kết thành hình ảnh chiếc ruy băng trắng - là biểu tượng của chiến dịch toàn cầu lớn nhất của nam giới, bắt đầu từ năm 1991, nhằm chống lại bạo lực đối với phụ nữ và trẻ em gái, thúc đẩy bình đẳng giới. Hiện nay, chiến dịch đã được thực hiện tại hơn 57 quốc gia trên thế giới.

2. MÀU SẮC:

- Màu cam đã được Liên hiệp quốc lựa chọn là màu biểu tượng cho chiến dịch toàn cầu về xóa bỏ bạo lực đối với phụ nữ và trẻ em gái.
- Ruy băng màu trắng là biểu tượng của chiến dịch truyền thông của nam giới nhằm kêu gọi xóa bỏ bạo lực đối với phụ nữ và trẻ em gái trên toàn thế giới.

PHỤ LỤC 2
ĐỀ CƯƠNG BÁO CÁO
Kết quả thực hiện Tháng hành động vì bình đẳng giới
và phòng ngừa, ứng phó bạo lực trên cơ sở giới năm 2025

I. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Công tác chỉ đạo, ban hành kế hoạch triển khai

2. Phát động Tháng hành động

3. Nội dung hoạt động đã triển khai:

(Tập trung nội dung trọng tâm tại địa phương)

4. Kinh phí tổ chức

a) Ngân sách nhà nước

b) Ngân sách vận động

(Bảng tổng hợp số liệu kèm theo)

II. ĐÁNH GIÁ CHUNG

1. Những kết quả đã đạt được

2. Những khó khăn, tồn tại

3. Kiến nghị, đề xuất

III. TỔNG HỢP SỐ LIỆU

Kết quả thực hiện Tháng hành động vì bình đẳng giới và phòng ngừa, ứng phó bạo lực trên cơ sở giới năm 2025

1. Tổ chức phát động và các hoạt động hưởng ứng, kiểm tra, giám sát...

STT	Hoạt động	Số cuộc/ Đoàn	Số người tham gia		Cấp triển khai
			Nam	Nữ	

2. Kết quả truyền thông trên các phương tiện thông tin đại chúng, thông tin cơ sở

STT	Hoạt động	Số lượng	Số người tiếp cận		Cấp triển khai
			Nam	Nữ	

3. Sản xuất, phát hành các sản phẩm truyền thông

STT	Sản phẩm	Số lượng	Số người tiếp cận		Cấp triển khai
			Nam	Nữ	