

Warszawa, 3 czerwca 2026 r.

Tata na urlopie rodzicielskim. Historia warta opowiedzenia Rusza 5. edycja kampanii „Facet na 100 PRO”

Zbliżający się w czerwcu Dzień Ojca to dobry moment, żeby zatrzymać się przy historiach, które zwykle dzieją się poza kadrem. Przy pierwszych spacerach bez pośpiechu, drzemkach, które czasem trwają za krótko, obiadach jedzonych na raty i zwykłych dniach, w których tata poznaje swoje dziecko naprawdę blisko.

Właśnie takich opowieści szukają Fundacja Share the Care w 5. edycji kampanii „Facet na 100 PRO”. Tegoroczna odsłona, realizowana pod hasłem „Prawdziwe historie o urlopie rodzicielskim”, zaprasza ojców, którzy skorzystali lub właśnie korzystają z urlopu rodzicielskiego, do opowiedzenia o tym czasie własnymi słowami.

Miasto Kraków jest po raz drugi partnerem kampanii.

Ojcowie coraz częściej są blisko od początku

Z raportu Fundacji Share the Care i ZUS wynika, że w 2025 roku już 24% ojców skorzystało z urlopu rodzicielskiego — to 57 tys. mężczyzn wobec 3,7 tys. w 2022 roku. Coraz więcej ojców chce uczestniczyć w życiu dziecka od pierwszych chwil i być obecnym w tym, co codzienne, ważne i budujące.

Zaangażowane ojcostwo to opieka, uważność, odpowiedzialność i relacja, która wzmacnia zarówno dziecko, jak i tatę. To także doświadczenie, które zmienia perspektywę, porządkuje priorytety i pokazuje, jak ważna może być rola ojca w życiu rodziny.

– Od zmiany prawa w 2023 roku, która ułatwiła ojcom korzystanie z urlopu rodzicielskiego, obserwujemy systematyczny wzrost liczby mężczyzn decydujących się na to rozwiązanie. Ten trend pokazuje, że ojcowie nie chcą być wyłącznie pomocnikami czy „drugim rodzicem”, ale równoprawnymi opiekunami obecnymi od samego początku życia dziecka – mówi Karolina Andrian. – Wspólnie z ZUS monitorujemy zaangażowanie ojców w opiekę nad dziećmi i widzimy, jak konsekwentnie ono rośnie. W naszym wspólnym raporcie znajdują się konkretne dane i liczby, ale warto pamiętać, że za każdą z nich stoi prawdziwa historia ojca i jego rodziny. Właśnie te historie chcemy nagłaśniać i pokazywać szerszej publiczności poprzez kampanię „Facet na 100 PRO” – dodaje.

Ojcostwo, które zmienia mężczyzn

Ojcostwo coraz częściej wychodzi poza dawne schematy. Współcześni ojcowie są opiekunami, wsparciem emocjonalnym, przewodnikami i ważnymi osobami w codziennym świecie swoich dzieci.

Dla wielu mężczyzn urlop rodzicielski staje się momentem przełomowym — pozwala wejść w rytm dnia dziecka, zobaczyć rodzinę z nowej perspektywy i doświadczyć ojcostwa w pełni. Kampania „Facet na 100 PRO” pokazuje, że rola taty jest wyjątkowa, niezależna i potrzebna od samego początku.

Konkurs: opowiedz swoją historię z urlopu rodzicielskiego

Kampanię inauguruje konkurs na Ambasadorów „Facet na 100 PRO 2026”. Do 17 czerwca ojcowie mogą publikować w mediach społecznościowych swoje historie związane z urlopem rodzicielskim i zgłaszać je za pomocą formularza dostępnego na stronie kampanii.

Organizatorzy szukają historii prawdziwych, osobistych i bliskich życiu. O pierwszych dniach sam na sam z dzieckiem. O spacerach, drzemkach, obiadach, zmęczeniu, wzruszeniu, dumie i momentach, które zostają w pamięci na długo.

Spośród nadesłanych zgłoszeń jury wybierze 5 Ambasadorów kampanii „Facet na 100 PRO 2026”, których zaprosi do Warszawy na profesjonalne nagrania wideo i obdaruje rodzinnymi wyjazdami do ApartHotelu Termy Uniejów wraz z wejściówkami do kompleksu basenowego Term Uniejów. Organizatorzy przyznają również 50 wyróżnień.

– Bardzo się cieszymy, że będziemy mogli gościć nowych Ambasadorów kampanii wraz z ich rodzinami. ApartHotel Termy Uniejów to miejsce stworzone z myślą o rodzinnym wypoczynku i prawdziwym relaksie – w otoczeniu zieleni, tuż przy termach i licznych atrakcjach dla dzieci oraz dorosłych. Chcemy, aby każda rodzina mogła tu wspólnie odpocząć, spędzić wartościowy czas i po prostu dobrze się razem czuć – mówi Marcin Trybus, właściciel ApartHotelu Termy Uniejów.

Prawdziwe historie ojców w wakacyjnym mini-seriale

Konkurs jest początkiem tegorocznych działań. Nowi Ambasadorzy zostaną zaproszeni do Warszawy na nagrania wywiadów, które staną się częścią wakacyjnego mini-seriału „Prawdziwe historie o urlopie rodzicielskim!”.

Odcinki będą publikowane przez całe wakacje w serwisie YouTube. Pokażą doświadczenia ojców, którzy opowiedzą o urlopie rodzicielskim własnymi słowami — szczerze, osobiście i z perspektywy życia rodzinnego.

– W zeszłym roku zebraliśmy ponad 100 historii. Widzieliśmy, jak ważna jest dla ojców możliwość opowiedzenia swojej perspektywy. Rodzicielstwo w przestrzeni publicznej najczęściej pokazywane jest przez kobiety. Aby zobaczyć pełen obraz, potrzebujemy również męskich opowieści, bo przecież rodzicielstwo to gra zespołowa – mówi Małgorzata Adamowicz z Fundacji Share the Care, która odpowiada za realizację kampanii.

Głos jurorów: dlaczego ojcowskie historie są ważne

W jury konkursu zasiadają osoby związane z tematami ojcostwa, rodzicielstwa, komunikacji, równości i męskich wzorców. Ich perspektywa pokazuje, że osobiste historie ojców mogą dodawać odwagi innym mężczyznom i wspierać zmianę społeczną.



„Opowieści to jeden z sposobów na przekazanie tego, co dla nas ważne, podane w formie, która dostosowana do odbiorcy może mieć ogromną moc sprawczą. To jak iskra, która padając na podatny grunt może z siłą żywiołu pomóc w dokonaniu zmiany, której tak naprawdę w skrycie ducha potrzebujemy.”

— prof. dr hab. Jacek Wasilewski, badacz języka i jego społecznego oddziaływania

„Prawdziwe męskie historie na temat budowania relacji z dzieckiem są bardzo potrzebne zarówno mężczyznom, jak i kobietom. Są warte zatrzymania się przy nich, wsłuchania, przeżycia. To opowieść o obecności, odwadze, emocjonalności mężczyzn w świecie stereotypowo zarezerwowanym dla kobiet i przełamywaniu ograniczających przekonań.”

— Marcin Grudzień, psychoterapeuta i trener

„Ojcostwo można opisywać raportami, statystykami czy wykresami, które owszem — będą przedstawiały prawdę, tyle że uśrednioną. Ale o byciu tatą lepiej opowiadać własną historię, której kolejne etapy wyznaczają uśmiechy i łzy, radości i trudy, sukcesy i porażki.”

— Marcin Perfuński, Super Tata TV

„Jest kilka milionów ojców w Polsce, ale ich głos jest wciąż mało słyszany. Dla wielu są niewidzialni. Dla mnie nie. Chcę wnieść swoje doświadczenie biznesowe, naukowe i rodzicielskie, by to wreszcie zmienić.”

— Radek Wierziński, dr nauk społecznych

„Świat wokół nas dynamicznie się zmienia, a wraz z nim zmienia się również model rodziny. Wielu mężczyzn mierzy się dziś z poczuciem zagubienia, często nie mając wzorców rodzicielskich, które mogliby zaczerpnąć z poprzednich pokoleń. Udział w takiej kampanii jest więc szansą, by pokazać, jak w praktyce wygląda równość w rodzicielstwie, oraz stworzyć pozytywny przykład dla innych.”

— Rafał Zadykiewicz, Polskie Towarzystwo Ginekologów i Położników

**Zapraszamy ojców z Krakowa do zgłaszania się do konkursu:
[Facetna100PRO.sharethecare.pl](https://www.Facetna100PRO.sharethecare.pl) !**

Informacje o kampanii

Szczegółowe informacje o kampanii, konkursie i historiach ambasadorów można znaleźć na stronie: [Facetna100PRO.sharethecare.pl](https://www.Facetna100PRO.sharethecare.pl)

Link do spotu kampanii: <https://youtu.be/ZfFC19hozKA?si=dg74r56rgmH4xDiV>

Strona kampanii: www.Facetna100PRO.sharethecare.pl

Kontakt dla mediów

Karolina Andrian
Fundacja Share the Care
karolina.andrian@sharethecare.pl
tel. 504 055 161