



**Magiczny
Kraków**

Miasto promuje zaangażowane ojcostwo

2026-07-22

Kraków ponownie włączył się w ogólnopolską kampanię „Facet na 100 PRO”, promującą aktywne i partnerskie ojcostwo. Projekt ma zachęcać mężczyzn do korzystania z urlopów rodzicielskich, przełamywać stereotypy dotyczące ról w rodzinie oraz pokazywać, że wspólna opieka nad dzieckiem przynosi korzyści całej rodzinie.

Kraków po raz kolejny został partnerem ogólnopolskiej kampanii „Facet na 100 PRO”, której celem jest promowanie nowoczesnego modelu rodzicielstwa opartego na partnerstwie i wspólnej odpowiedzialności za wychowanie dzieci. Inicjatywa pokazuje, że współczesny ojciec jest nie tylko żywicielem rodziny, ale również aktywnym opiekunem, który od pierwszych miesięcy życia dziecka buduje z nim bliską relację.

Kampania opiera się na autentycznych historiach ojców, którzy zdecydowali się skorzystać z urlopu rodzicielskiego i aktywnie uczestniczyć w wychowaniu swoich dzieci. Pokazuje, że zaangażowane ojcostwo sprzyja budowaniu silnych więzi rodzinnych, wspiera dobrostan psychiczny rodziców i dzieci oraz pomaga tworzyć partnerski model rodziny. Jednocześnie inicjatywa przełamuje stereotypowe postrzeganie roli ojca wyłącznie jako żywiciela rodziny, promując jego aktywną obecność w codziennym życiu dziecka od pierwszych miesięcy jego życia.

W ramach tegorocznej edycji kampanii przygotowano szereg działań skierowanych zarówno do mieszkańców Krakowa, jak i odbiorców z całej Polski. Ważnym elementem był konkurs na historie ojców, którzy zdecydowali się skorzystać z urlopu rodzicielskiego. Miasto uczestniczyło również w pracach kapituły wybierającej Ambasadorów Kampanii 2026, a efektem projektu są publikacje prasowe, materiały edukacyjne i promocyjne, działania w mediach społecznościowych oraz promocja Krakowa jako miasta wspierającego nowoczesne, partnerskie rodzicielstwo.

Działania realizowane w ramach projektu mają przede wszystkim zwiększać świadomość rodziców na temat przysługujących im praw, w tym możliwości korzystania z urlopów rodzicielskich. Kampania zwraca również uwagę na znaczenie partnerskiego podziału obowiązków dla zdrowia psychicznego rodziców, przeciwdziała utrwalonym stereotypom dotyczącym ról kobiet i mężczyzn w rodzinie oraz zachęca ojców do aktywnego uczestnictwa w wychowaniu dzieci od pierwszych dni ich życia.

W tegorocznej edycji tytuł Ambasadorów Kampanii 2026 otrzymali Damian Pastuszak, Marcin Jedynak, Paweł Tchórz-Matuszak, Leopold Drewnowski i Paweł Łukaszewski. Ich historie pokazują, że decyzja o skorzystaniu z urlopu rodzicielskiego pozwala budować silniejszą więź z dzieckiem, wzmacnia relacje rodzinne i sprzyja tworzeniu partnerskiego modelu życia rodzinnego. Na podstawie doświadczeń laureatów powstał także miniseriał prezentujący autentyczne historie ojców, którzy zdecydowali się aktywnie uczestniczyć w opiece nad swoimi dziećmi.

Efektem współpracy Krakowa z Fundacją *Share the Care* będzie kampania promocyjna obejmująca co najmniej dziesięć materiałów prezentujących miasto jako partnera projektu. Materiały promocyjne zostaną udostępnione również w miejskich kanałach komunikacji, a logotyp Miasta Krakowa będzie



**Magiczny
Kraków**

obecny na stronie internetowej kampanii oraz we wszystkich przygotowanych materiałach.

Udział w kampanii „Facet na 100 PRO” wpisuje się w realizowaną przez Kraków politykę wspierania równości kobiet i mężczyzn oraz działań na rzecz dobrostanu rodzin. Miasto od lat rozwija ofertę skierowaną do rodziców i opiekunów, promując odpowiedzialne, zaangażowane i empatyczne ojcostwo jako jeden z fundamentów budowania silnych, zdrowych i partnerskich rodzin.

Projekt realizowany jest przez Fundację Share the Care przy wsparciu Miasta Krakowa. Na jego realizację Urząd Miasta Krakowa przeznaczył środki w ramach tzw. małego grantu, czyli zadania realizowanego zgodnie z art. 19a ustawy o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie.