



FUNDACJA
SHARE THE CARE



KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA I EMPLOYER BRANDING

Spójna narracja o
rodzicielstwie i work-life
balance

DLACZEGO IDEA „SHARE THE CARE” JEST WAŻNA DLA BIZNESU?

Bo zapewnienie ojcom prawa do urlopu rodzicielskiego, to:

- Uznanie potencjału kobiet i ich potrzeby do rozwoju zawodowego
- Uznanie, że opieka nad dzieckiem nie jest przypisana tylko do kobiet
- Umożliwienie kobietom łączenia życia zawodowego i rodzinnego
- Uznanie ojców jako równoprawnych opiekunów dla dzieci, uznanie ich prawa i potrzeby do angażowania się w życie dziecka
- Uznanie ojców jako kompetentnych rodziców, którzy mogą zajmować się dzieckiem (samodzielnie) kiedy mama wraca do pracy

ŁĄCZYMY KROPKI

Rodzicielstwo wpływa jednocześnie na jakość życia, relacje międzypokoleniowe i dobrostan rodzin oraz na kluczowe obszary gospodarki i rynku pracy.

Partnerski model rodziny sprzyja stabilności społecznej, decyzjom demograficznym i aktywności zawodowej kobiet i mężczyzn.

Dla organizacji oznacza to bezpośredni związek z wyzwaniami rynku pracy: niedoborem pracowników, przyciąganiem talentów oraz budowaniem zaangażowania zespołów. W tym kontekście równość rodzicielska staje się istotnym elementem działań ESG i CSRD, polityk well-beingowych oraz work-life balance.

Dlatego działania Fundacji Share the Care koncentrują się na rozwiązaniach, które jednocześnie odpowiadają na potrzeby rodzin i wyzwania organizacji.

SPÓJNA NARRACJA I WIARYGODNOŚĆ

Temat równości rodzicielskiej i work-life balance dotyczy codziennego doświadczenia pracowników i realnych wyzwań organizacji. Kluczowe znaczenie ma sposób, w jaki firma o nim komunikuje — jasno, autentycznie i z uwzględnieniem różnych perspektyw. Pomagamy organizacjom budować przekaz, który łączy potrzeby pracowników z celami biznesowymi i kulturą firmy.

Wspieramy firmy w tworzeniu komunikacji wewnętrznej i działań employer brandingowych, które wzmacniają zaangażowanie, pokazują dobre praktyki i budują spójny obraz organizacji jako pracodawcy odpowiedzialnego i nowoczesnego. Nasze działania zawsze dopasowujemy do kontekstu organizacji, dbając o zgodność ze strategią, wartościami i stylem komunikacji firmy.

ZAKRES PAKIETU / KOSZT: 20500 PLN NETTO

Pakiet obejmuje udział organizacji w ogólnopolskiej kampanii Fundacji „Równi w Domu. Równi w Pracy”, w ramach którego realizujemy:

- nagranie materiałów wideo z udziałem trzech przedstawicieli organizacji: osoby reprezentującej pracodawcę lub HR, mamy oraz taty,
- prezentację perspektywy pracowników i organizacji w jednym, spójnym przekazie,
- widoczność logo firmy na stronie kampanii,
- przygotowanie materiałów edukacyjnych do wykorzystania w komunikacji wewnętrznej.

Efektem jest gotowy zestaw treści, które organizacja może wykorzystywać w działaniach wewnętrznych i zewnętrznych, wzmacniając employer branding oraz spójność komunikacji wokół rodzicielstwa i work-life balance.

LANDING PAGE KAMPANII 2025: [HTTPS://ROWNI.TEAMRODZINA.PL/](https://rowni.teamrodzina.pl/)

CYTATY PARTNERÓW



MARZENA LESZCZYŃSKA - CHMIEL

HALEON



Ta kampania ma ogromne znaczenie społeczne – wspiera przełamywanie stereotypów i promuje partnerski model rodziny, który także sprzyja równości w miejscu pracy. Wierzymy, że tylko poprzez realne wsparcie i budowanie kultury opartej na empatii i równości możemy tworzyć bardziej zrównoważone organizacje i społeczeństwo.



ALEKSANDRA BUK-OTRZĄSEK

BNP PARIBAS BANK POLSKA



„Model rodziny, który wybieramy, wpływa nie tylko na funkcjonowanie rodziny, ale też życie zawodowe. Dla nas równość kobiet i mężczyzn to strategiczny cel. Nie da się tego osiągnąć bez poruszania szerszego kontekstu, jakim są role społeczne, w tym role rodzicielskie”



KATARZYNA GAWEŁ

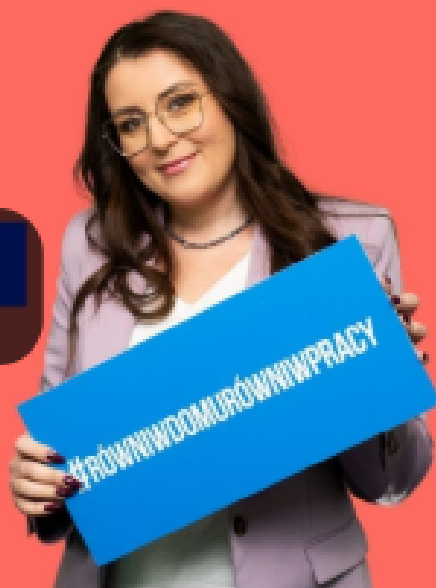
RINGIER AXEL SPRINGER POLSKA



W Ringier Axel Springer Polska wierzymy, że naszą siłą jest nasz głos – głos naszych marek mediowych i produktów, które dostarczamy społeczeństwu. Dołączamy do takich inicjatyw jak "Równi w domu - równi w pracy", bo wierzymy, że w partnerstwie tkwi siła, dzięki której szybciej osiągniemy równość.



STAWIAMY NA EDUKACJĘ PRAWNĄ
I PROMOWANIE ROLE MODELS



JOANNA MAJDA

LIDL



RYNEK PRACY ODCHODZI OD
STEREOTYPÓW ZWIĄZANYCH
LICZĄ SIĘ KOMPETENCJE

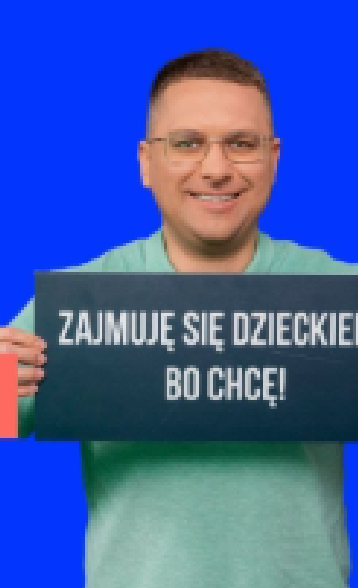


AGNIESZKA BOULCOTT

ING HUBS POLAND



POWIEM WPROST: NIE MA SIĘ CO
ZASTANAWIAĆ, TYLKO PO PROSTU
KORZYSTAĆ Z URLOPU RODZICIELSKIEGO



PATRYK KAŹMIERCZAK

PHILIP MORRIS INTERNATIONAL



NIERÓWNOŚCI WYNIKAJĄCE Z PŁCI
POWINNY NALEŻEĆ JUŻ
DO PRZESZŁOŚCI.



ANNA MARCINIAK

MASTERCARD



PATRZYMY NA RÓWNOŚĆ
RODZICIELSKĄ PRZEZ PRYZMA
BUDOWANIA RÓŻNORODNEJ
ORGANIZACJI I NASZYCH WARTOŚCI



RAFAŁ BŁAŻEJEWSKI

NORDEA



WSPARCIE OTOCZENIA JEST KLUCZOWE
DLA POCZUCIA KOMFORTU NASZYCH
PRACOWNIKÓW



ANNA PODLEWSKA

CREDIT AGRICOLE



FUNDACJA
SHARE THE CARE



Dowiedz się więcej

Aleksandra Harper-Wałęsa

aleksandra.harper-
walesa@sharethecare.pl
tel: 501 550 258