**Załącznik nr 2 do Regulaminu**

**Załącznik nr 5 do Umowy**

**Wytyczne dotyczące zawierania umów ws. przyznawania uprawnień członkom rodzin wielodzietnych na podstawie Karty Dużej Rodziny**

1. Umowa ws. przyznawania uprawnień członkom rodzin wielodzietnych na podstawie Karty Dużej Rodziny może zostać zawarta z podmiotem oferującym produkty lub usługi, które są zgodne z promowaniem modelu rodziny wielodzietnej oraz jej pozytywnego wizerunku. Należy brać pod uwagę uczciwość i rzetelność podmiotów. Partnerzy Karty Dużej Rodziny są akceptowani i polecani przez ministra właściwego ds. rodziny, dlatego powinni postępować uczciwie i w sposób wiarygodny.
2. Partnerami Karty Dużej Rodziny nie mogą zostać podmioty produkujące/sprzedające artykuły alkoholowe i tytoniowe. W przypadku podmiotu wielobranżowego
ww. artykuły są wyłączone z zakresu obowiązywania zniżki. Fakt ten należy zaznaczyć w umowie oraz w wykazie partnerów Karty Dużej Rodziny. Minister właściwy
do spraw rodziny może odmówić podpisania umowy, w sytuacji gdy zniżka oferowana przez podmiot, w ocenie Ministra, nie wpłynie na budżet rodzin uczestniczących w  programie Karty Dużej Rodziny.
3. Na etapie negocjacji część podmiotów może zostać uznana za partnerów strategicznych. Partnerem strategicznym może zostać podmiot (po indywidualnej ocenie oferty), który w szczególności spełnia następujące przesłanki:
	1. jest rozpoznawalny;
	2. obiekt ma znaczenie historyczne, kulturalne, sportowe lub znajduje się na liście UNESCO;
	3. prowadzi działalność w branży mającej wpływ na sytuację ekonomiczną rodzin wielodzietnych;
	4. oferta podmiotu jest dostępna w całej Polsce (oznacza to, że każdy posiadacz KDR może korzystać z usług firmy);
	5. oferowana zniżka jest jak najwyższa (nie można zaakceptować niskiej oferty podmiotu tylko dlatego że prowadzi działalność w całej Polsce lub z powodu znacznej rozpoznawalności);
	6. oferta dotyczy głównej działalności podmiotu.
4. Akceptacji podmiotu jako partnera strategicznego dokonuje minister właściwy
ds. rodziny po indywidualnej ocenie oferty i działalności podmiotu przedstawionej przez organizację pozarządową wg. poniższego wzoru:
5. Nazwa podmiotu
6. Numer umowy
	1. Numer aneksu
7. Data przystąpienia do inicjatywy KDR (data podpisania umowy/aneksu) i data obowiązywania zniżki
8. Zakres oferty
	1. W przypadku aneksów - opis poprzednich umów i zniżek
	2. Opis aktualnej oferty
9. Opis podmiotu
	1. Informacje ogólne
	2. Ocena potencjału podmiotu – znaczenie dla KDR
	3. Liczba oddziałów w KDR
	4. (o ile to możliwe) informacja na temat kierunku negocjacji w przyszłości
10. Proces negocjacji
	1. Wykaz etapów: kiedy nastąpił pierwszy kontakt i z czyjej inicjatywy
	2. Proces negocjacji – liczba kontaktów (jeżeli możliwe są daty to należy je wskazać), propozycja organizacji dotycząca oferty, ewentualne sugestie MRiPS dotyczące oferty, efekt negocjacji
	3. Termin przekazania formularza oceny oferty
	4. Termin podpisania umowy
11. Propozycja wyceny
12. Zniżka oferowana przez partnera Karty Dużej Rodziny powinna dotyczyć jego głównej działalności. Przedmiot zniżki i jej poziom powinny być precyzyjnie określone procentowo lub poprzez podanie konkretnej ceny i kwoty zniżki (w ustalonych przypadkach, jak np. zniżka na paliwo bądź prąd). Niedopuszczalne są następujące sformułowania: „Posiadaczowi Karty Dużej Rodziny przysługuje ulga na produkty” lub „Posiadaczowi Karty Dużej Rodziny przysługuje do 20% zniżki”.
13. Oferta partnera Karty Dużej Rodziny powinna mieć wpływ na sytuację ekonomiczną rodzin wielodzietnych. Należy zwrócić uwagę i poddać negocjacjom:
* propozycje skrajnie niskich zniżek, np. poniżej 5%,
* propozycje zniżek nie dotyczących wiodącej działalności podmiotu – np. hotel proponuje zniżki na dania w restauracji.
1. Zniżki oferowane przez partnerów Karty Dużej Rodziny powinny być korzystniejsze od samodzielnie przez partnerów wprowadzonych zniżek oraz ofert dla rodzin
(np. muzeum może posiadać zniżki na bilety wstępu w określone dni tygodnia oraz bilety rodzinne) lub łączyć się z pozostałymi zniżkami.
2. Zniżki powinny być jak najkorzystniejsze dla posiadaczy Karty Dużej Rodziny, dlatego rekomenduje się akceptowanie zniżek, z których posiadacze Karty mogą korzystać indywidualnie. Dopuszczalna jest zniżka przyznawana, gdy chce z niej skorzystać kilku posiadaczy Karty (co najmniej dwóch), gdy zniżka ta, w ocenie organizacji, jest korzystna.
3. Umowa określa czas obowiązywania zniżek. Data początku obowiązywania zniżek nie może przypadać przed datą akceptacji formularza oceny przez Ministerstwo Rodziny
i Polityki Społecznej oraz zawarcia umowy. Nie można zawrzeć umowy na czas krótszy niż 6 miesięcy.
4. Jeżeli podmiot prowadzi działalność różnego rodzaju (dotyczącą różnych branż),
np. firma X prowadzi hotel oraz sklep odzieżowy, należy zawrzeć z firmą oddzielne umowy – jedną dotyczącą zniżek udzielanych w hotelu, drugą dotyczącą zniżek udzielanych w sklepie odzieżowym. Pozwoli to na wprowadzenie do Systemu Informatycznego Karty Dużej Rodziny dwóch odrębnych podmiotów
i przyporządkowanie im odpowiednich kategorii – Sport, Rekreacja, Turystyka
w przypadku hotelu oraz Odzież i obuwie w przypadku sklepu odzieżowego.
W przypadku prowadzenia działalności gospodarczej w tej samej branży o różnych kategoriach, należy zawrzeć jedną umowę (np. usługi hotelarsko-gastronomiczne,
a prowadzących catering).
5. Partner Karty Dużej Rodziny może korzystać z mechanizmu weryfikacji numerów
i statusów Karty Dużej Rodziny – informatycznej usługi udostępniającej dane
o statusach i numerach Kart. Jeżeli partner zdecyduje się na korzystanie
z mechanizmu, odpowiedni zapis dotyczący jego udostępnienia przez Ministra Partnerowi znajdzie się w § 4 umowy. Podmiot wyrażający chęć korzystania
z mechanizmu weryfikacji, powinien zgłosić ten fakt w momencie negocjacji warunków umowy, o czym organizacja jest zobowiązana powiadomić ministra właściwego
ds. rodziny.
6. Apteki nie mogą przystępować do Karty Dużej Rodziny ze względu na zakaz reklamy aptek wynikający z art. 94a ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. – Prawo farmaceutyczne.
7. Nie można podpisać umowy dotyczącej zniżek na produkty początkowego żywienia niemowląt, gdyż zgodnie z art. 25 ustawy z dnia 25 sierpnia 2006 r. o bezpieczeństwie żywności i żywienia zakazane jest prowadzenie działalności promocyjnej zachęcającej do nabycia preparatów do początkowego żywienia niemowląt i przedmiotów służących do karmienia niemowląt, takiej jak rozdawanie próbek, specjalne wystawy, kupony rabatowe, premie, specjalne wyprzedaże i sprzedaż wiązana.
8. W przypadku podmiotu mającego oddziały na terenie kilku województw, jest zawierana jedna umowa z przedstawicielem tego oddziału terenowego na terenie, którego znajduje się siedziba główna podmiotu, a gdy jest to partner strategiczny umowę może podpisać minister właściwy do spraw rodziny.
9. W przypadku zwierania nowej umowy z partnerem (tj. występuje przerwa
w okresie udzielania zniżek) udzielającym niegdyś zniżek w programie Karty Dużej Rodziny – osoba wprowadzająca formularz oceny do systemu SI KDR zobowiązana jest do wypełnienia formularza oceny w całości.