Załącznik nr 2 do Regulaminu

Załącznik nr 5 do Umowy

**Wytyczne do 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. 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.

Należy również 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.

1. Zniżka oferowana przez partnera Karty Dużej Rodziny powinna być precyzyjnie określona. Zawsze powinna być wskazana konkretna zniżka procentowa, kwotowa albo powinna być podana konkretna cena oraz czego zniżka dotyczy. Niedopuszczalne są następujące sformułowania: „Posiadaczowi Karty Dużej Rodziny przysługuje ulga na produkty” lub „Posiadaczowi Karty Dużej Rodziny przysługuje do 20% zniżki”.
2. 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).
2. Zniżki powinny być jak najbardziej korzystne 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 zawarcia umowy. Nie można zawrzeć umowy na czas krótszy niż 1 rok, chyba że minister właściwy ds. rodziny wyrazi zgodę.
4. Jeżeli firma 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 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.
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 ustawą 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 ds. rodziny.