

1. Паспорт акции

Параметр	Значение
Название	«Цепная реакция»
Период	14.08.2026 — 31.12.2026
Кто участвует	Физические лица и ИП — покупатели продукции у партнёров и в фирменных салонах
Главный приз	1 купон за каждые ₽100 000 покупки

1.1 Механика

Покупатель продукции FAMA у любого партнёра-участника получает один купон за каждые ₽100 000 покупки

Купон нумерованный. Покупатель регистрирует номер купона на лендинге или в чат-боте: номер купона, телефон, город, партнёр

Незарегистрированный купон в розыгрыше не участвует — это условие выносится на сам купон

Чем больше купонов зарегистрировано на один телефон, тем выше шанс — весовой принцип

Розыгрыш — 31.12.2026, с видеofиксацией

1.2 Как контролировать выдачу купонов

ГК FAMA выдаёт партнёру пул нумерованных купонов пропорционально его собственным закупкам: один купон на каждые ₽100 000 закупки у нас. Номера купонов имеют префикс партнёра. Партнёр физически не может выдать больше купонов, чем закупил, — контроль обеспечивается ограниченностью пула, а не проверкой чужих продаж. Реестр «партнёр — диапазон номеров — дата выдачи» ведёт маркетинг.

Дополнительный эффект: чем больше партнёр закупает, тем больше купонов он может раздать своим клиентам — это делает акцию стимулом и для партнёра тоже, а не только для конечного покупателя.

1.3 Кто участвует

Физические лица и индивидуальные предприниматели — покупатели продукции у партнёров и в фирменных салонах

Сотрудники ГК FAMA и партнёров-участников — не участвуют (стандартное ограничение, зафиксировать в правилах).

1.4 Призовой фонд

Место	Приз	Комментарий
1 место	Туристическая поездка на Алтай для двоих, 5 дней	Бюджет на билеты — до ₽200 000 (новая деталь по правкам)
2 место	Новый iPhone	iphone 18 (тот что выйдет в сентябре)
3-6 место	Новая техника	macbook neo (70 000 руб.), Ipad Air (50 000 руб.), Apple Watch (30 000 руб.) ну и последнее микроволновка
7–10 место	Сертификат Ozon или Wildberries	₽15 000–20 000

Победители определяются по количеству/весу зарегистрированных купонов — участники с наибольшим числом купонов на один телефон побеждают (см. весовой принцип, п. 1.1).