

Kraków 1325. Piękne kamienice zdobią jedno z najpiękniejszych miast Europy, dumną stolicę średniowiecznej Polski, gród króla Władysława Łokietka.

Kraków 2009. Te same piękne zabytki toną pod warstwami upstrzonych jaskrawymi kolorami płacht reklamowych, szpecących wszystko dookoła. Bezmiar, bezguście, obrzydlistwo – tak reagują ludzie przylatujący do średniowiecznego cudu architektury, gdy widzą wszędzie dookoła billboardy wielkie jak stodoły. Graczu – masz niepowtarzalną szansę to zmienić. Od tej pory to TY będziesz w mieście Krakowie zarządzać siecią billboardów i walczyć, aby najpiękniejsze perły sztuki reklamowej zawisły u Ciebie, a szkaradne pstrokadła u konkurencji. Witaj w grze

BILLBOARD

Gracze zarządzają siecią billboardów, powiększają je wykupując dodatkowe billboardy przy zmieniających się rynkowych cenach, bądź wykupując mniejsze spółki w całości, rywalizują z innymi graczami o wpływy w agencjach reklamowych, co przekłada się na kontrakty reklamowe, na których zarabiają. Agencje reklamowe rywalizują o swoich klientów, więc gracze muszą tak lawirować pomiędzy nimi, aby mieć największe znajomości w spółce, która jest na rynku największa i uważać, aby nie straciła tego tytułu na rzecz agencji wspieranej przez przeciwników. Punktacja odzwierciedla udziały w rynku reklamy w mieście.

Na grę składają się następujące elementy:

- Plansza (do obejrzenia w załączniku)
- 54 karty kontraktów reklamowych podzielone na 4 talie oznaczone symbolami:

„I / V” - karty zagrywane w pierwszej i piątej turze gry – 12 kart

„II / VI” - karty zagrywane w drugiej i szóstej turze gry – 13 kart

„III / VII” - karty zagrywane w trzeciej i siódmej turze gry – 14 kart

„IV / VIII” - karty zagrywane w czwartej i ósmej turze gry – 15 kart.

Na kartach wymieniona jest kwota kontraktu (ile dostanie gracz, który go zrealizuje), oraz gdzie życzy sobie agencja, aby był wyświetlany, np. „Wszystko oprócz Łagiewnik” oznacza, że gracze mogą zgłaszać billboardy z całej planszy z wyjątkiem dzielnicy Łagiewniki; „Stare Miasto i Grzegórzki” - że tylko z tych dwóch dzielnic; „billboardy o wartości 4” - billboardy z całej planszy o tej wielkości. Talie są uszeregowane w kolejności od najbardziej ogólnych, po najbardziej szczegółowe.



Rewers i awers karty kontraktu:

- Znaczniki graczy w 6 kolorach: czarnym, białym, czerwonym, zielonym, żółtym i niebieskim (kostki drewniane o krawędzi 5 mm).
- Znaczniki spółek neutralnych w 4 kolorach: różowym, szarym, pomarańczowym i fioletowym (takie same kostki).
- Znaczniki cen billboardów – 6 krążków drewnianych z naklejonymi cyframi od 1 do 6.
- Znaczniki ilości pieniędzy graczy: po 3 krążki drewniane w kolorach graczy.
- Żetony agencji – 3 rodzaje żetonów z logami agencji, po 4 sztuki na każdą agencję.
- Żeton rund gry.

Przygotowanie gry:

- Każdy gracz otrzymuje żetony w swoim kolorze, żetony spółek neutralnych układa się poza planszą + na billboardach już pokolorowanych kładzie się po jednym żetonie w tym kolorze.
- Żeton tury gry stawia się na początku toru.
- Talię „I / V” tasuje się i rozkłada obok planszy na 3 stosy po dwie karty (zakryte). Resztę kart z talii odkłada się zakryte na bok.
- Znaczniki cen billboardów rozkłada się na oznaczonych miejscach na górze planszy na miejscach od 1 do 6.
- Każdy gracz zaznacza swoją ilość pieniędzy początkowych: jeden krążek na polu 5 na linii oznaczonej symbolem „x1”, jeden krążek na polu 1 na linii oznaczonej symbolem „x10” i jeden na polu 0 na linii oznaczonej symbolem „x100”.
- Żetony agencji ustawia się na polach 0 wszystkich trzech linii, po jednym żetonie układa się nad stosami zakrytych kontraktów, tak, aby było widać który stos należy do której agencji.
- Każdy gracz jeden ze swoich żetonów kładzie na początku toru punktów.
- Żetony spółek neutralnych kładzie się na oznaczonych polach toru pieniędzy – to aktualne ceny spółek.

Wstęp do gry:

- Zaczyna gracz, który ma największą wolną powierzchnię reklamową na sobie.
- Poczynając od gracza rozpoczynającego każdy wybiera sobie po jednym billboardzie na planszy płacąc za niego wg cen początkowych. Następnie gracze dobierają sobie po kolei billboardy (w każdej kolejce po jednym) dopóki nie zabraknie im pieniędzy, bądź spasują. To gracze decydują ile i jakich billboardów i ile pieniędzy mają na początku, ich suma musi się równać 15.

Akcje graczy:

- Gracze wykonują swoje ruchy zgodnie z ruchem wskazówek zegara.
- Gracze mogą wykonać do dwóch akcji w swojej kolejce lub spasować. Kolejność rozgrywania akcji jest dowolna. Można spasować całkowicie lub częściowo.
- Akcje dzielą się na akcje kupna i akcje sprzedaży – graczowi wolno zagrać max. 1 akcję kupna i max. 1 akcję sprzedaży w kolejce.
- Akcje sprzedaży:
 - **Sprzedaż billboardu** – gracz może sprzedać dowolną ilość billboardów tej samej wartości i z tej samej części miasta. Sprzedaje po cenie aktualnej, bądź niższej. Nowa cena billboardów tej wielkości to wybrana przez gracza cena niższa, bądź dotychczasowa cena minus ilość kupionych billboardów + 1. Nie wolno w tej samej turze sprzedać i kupić billboardów z tego samego miejsca (dzielnicy) i w tej samej wartości {np. jeśli ktoś sprzeda 1 billboard o wielkości 6 ze Starego Miasta, to w tej samej kolejce nie może kupić już billboardów o tej wielkości w tej dzielnicy}.
 - **Sprzedaż powierzchni reklamowej** – gracz wyciąga kartę z góry stosu kontaktów wybranej agencji reklamowej, ujawnia ją i wysłuchuje ofert rywali (podawanych w punktach). Żeby przebić ofertę należy zaoferować więcej, chyba, że ma się większe znajomości w danej agencji. Gracz, który wyciągnął kontrakt, podejmuje decyzję jako ostatni. Wygrany w licytacji zaznacza na których billboardach realizuje kampanię reklamową i zgarnia pieniądze. Jeżeli wygrany = gracz, który wyciągnął kartę kontraktu, dostaje punkt lojalności w danej agencji {np. Marek wyciąga kartę kontraktu z agencji Apress. Kontrakt opiewa na 10 tysięcy złotych, a można go zrealizować wszędzie oprócz dzielnicy Balice. Marek wysłuchuje ofert współgraczy. Józek ma 4 billboardy na tym terenie o łącznej wartości 12. Decyduje się zalicytować całość. Andrzej ma na tym terenie 5 billboardów o łącznej wartości 15, ale decyduje się zalicytować tylko 4 billboardy o łącznej wartości 13. Reszta graczy pasuje. Marek decyduje, czy przebić ofertę Andrzeja, i zgarnąć kontrakt, pieniądze i punkt lojalności w agencji Apress, czy spasować i oddać Andrzejowi pieniądze i kontrakt. Ponieważ jednak ma już jeden punkt lojalności w agencji Apress, a Andrzej nie ma żadnego, Marek żeby zgarnąć kontrakt musi jedynie wyrównać propozycję Andrzeja, co decyduje się zrobić. Zaznacza billboardy, które opakował w reklamę, zgarnia kasę, dostaje punkt lojalności, a agencja otrzymuje 13 punktów na torze kolejności}.

- Akcje kupna:
 - **Kupno billboardów** – analogicznie, jak w przypadku sprzedaży billboardów. Może kupić billboardy po cenie aktualnej lub wyższej, a nowa cena, to billboardów tej wielkości to wybrana przez gracza cena niższa, bądź aktualna plus ilość kupionych billboardów minus 1.
 - **Kupno spółki** – gracz oferuje cenę za akcje wybranej przez siebie spółki neutralnej, kładąc swój żeton na nowej cenie spółki (zawsze wyższej od poprzedniej ceny). Inni gracze mogą w swoich ruchach wykorzystać akcję kupna spółki na przebicie tej oferty. Spółka staje się własnością gracza w chwili, gdy przed rozpoczęciem jego ruchu na cenie spółki będzie jego żeton. Od tej chwili żetony i billboardy spółki traktuje się jak jego własne {np. Edward IV decyduje się kupić spółkę neutralną koloru różowego – jej wartość to 14, a on przekłada ją na nową wartość: 17, bo tyle decyduje się dać za spółkę (UWAGA!!! - dopóki jego oferta jest aktualna, musi tyle pieniędzy posiadać, nie może nimi obracać) i zaznacza swoim kolorem żółtym. Widząc to Władysław III w swojej turze przebija stawkę do 19 i zaznacza swoim kolorem zielonym. Reszta graczy przejęta zgrozą nie bierze udziału w licytacji i zajmuje się czymś bardziej pożytecznym. Edward IV również, bowiem w czasie jego tury z płaczem oznajmia, że nie ma tyle pieniędzy ile ten \$*#@!^\$ Władysław III. Przed kolejną Władysława III spółka staje się jego własnością kosztem 19 tysięcy złotych. Od tej pory Władysław III ma do dyspozycji żetony koloru zielonego i różowego i może ich używać zamiennie}.
 - **Umowa partnerska** – gracz wybiera się na kawusie do siedziby wybranej agencji, gdzie brata się z jej właścicielami (otrzymuje punkt lojalności). Dodatkowo sprzedaje najnowsze ploteczki z firmy, za co pani z agencji zdradza mu, że za kilka tur szykuje się taki to, a taki kontrakt (gracz podgląda wybraną przez siebie kartę kontraktu tej agencji – nie zmieniając ich kolejności – np. druga od góry). Pozostali gracze zgrzytają zębami w bezsilnej złości, bo wiedzą jedynie, którą kartę był on podglądał (w sensie, że drugą od góry). Gracz zaciera ręce i tajemniczo się uśmiecha.

Koniec rundy:

- Runda kończy się, gdy ostatni zakryty kontrakt zostanie odkryty i przydzielony któremuś graczowi, lub odrzucony. Gracz rozgrywa swój ruch do końca i przystępuje do podsumowania rundy.
- Gracze inkasują punkty należne za daną rundę:
 - Ta osoba, która zdobyła najwięcej kontraktów zdobywa punkty określone na torze rund. Jeśli kilka osób ma najwięcej kontraktów, każda z nich otrzymuje te punkty.
 - W IV rundzie gracze otrzymują punkty wg tabelki: na górze wybierają ilość graczy jaka bierze udział w rozgrywce, a następnie patrzą w której rubryce mieści się łączna wartość billboardów, jakie udało im się sprzedać na reklamy w danej rundzie {np. mam billboardy warte 57 punktów, ale sprzedałem na reklamy tylko 47. Ponieważ gramy na 3 osoby, mieszczę się w rubryce 41-80, co daje mi 9 punktów zwycięstwa}.
 - W ostatniej, VIII rundzie, gracze dostają punkty wg tej samej zasady, tylko bez podziału na ilość graczy.
- Przesławia się żeton rund gry.

- W kolejności od tego gracza, który zakończył rundę przydziela się po jednym billboardzie na planszy wybranym spółkom neutralnym. (UWAGA!!! Spółka nie jest już neutralna, jeśli została wykupiona, bądź jest w trakcie licytacji). Do wartości spółek neutralnych dodaje się wartość ich nowych billboardów.
- Wg kolejności agencji reklamowych na torze rozdaje się kontrakty z nowej talii. W wypadku remisu kolejność się nie zmienia.
- Zeruje się kolejność agencji na torze.

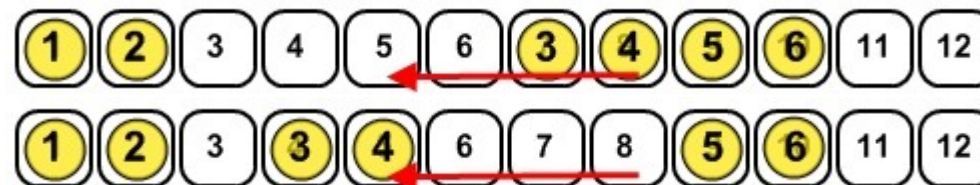
Ważne szczegóły gry:

- **Cena billboardów:**

- Billboardy mają swoją wartość wynikającą z powierzchni reklamowej, miejsca położenia, bądź wartości sentymentalnej – co bądź. Ważne jest to, że billboard o wartości 5 zawsze będzie droższy od billboardu z numerem 4. W związku z tym faktem, jeśli cena jednego billboardu się zmieni (np. tego z nr 3 na nową cenę 7 tysięcy), to droższe billboardy zostaną wypchnięte w górę (i ich nowe ceny to będzie od 8 do 10 tysięcy):



Podobnie jeśli teraz ktoś sprzeda billboardy z numerem 4 i ich nowa cena spadnie do 5 tysięcy, to przepchnie billboardy z nr 3 na cenę 4 tysiące. Ale cena tych z numerami 5 i 6 się nie zmieni.



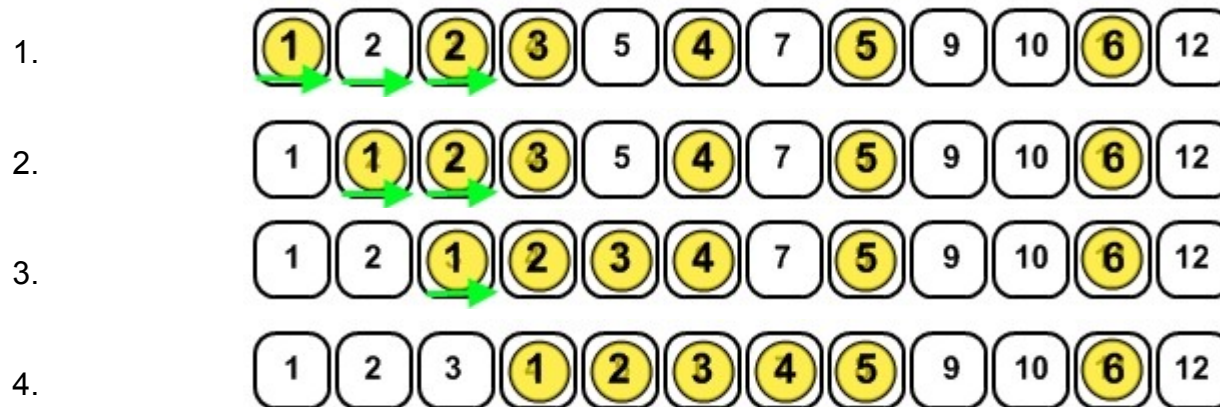
Najłatwiej zrozumieć cały mechanizm fizycznie przepychając żetony na nowe miejsca.

- Ceny zmieniają się na dwa sposoby:
 - po pierwsze: gracz kupując może zapłacić cenę wyższą niż rynkowa za wybrany rodzaj billboardów i wtedy podana przez niego cena jest automatycznie nową ceną. To samo odnosi się do sprzedawania po cenie niższej niż rynkowa. Ten sposób został pokazany powyżej.

- po drugie: gracz może kupić po aktualnej cenie rynkowej wybrane billboardy i wtedy cena jest ustalana następująco:
 - przy kupnie bądź sprzedaży jednego billboardu – cena się nie zmienia.
 - przy kupnie większej ilości billboardów – nowa cena to cena aktualna + ilość kupionych billboardów – 1: (np. kupuję 4 billboardy nr 1 po cenie rynkowej 1 tysiąc przy takim stosunku cen:



nowa cena to 1 tysiąc (cena rynkowa) + 4 (bo tyle billboardów kupiłem) -1 = 4 tysiące:



- przy sprzedaży większej ilości billboardów – nowa cena to cena aktualna – ilość kupionych billboardów +1, czyli dokładnie odwrotnie niż w przypadku kupna.
- Powyższy mechanizm umożliwia stosowanie tzw. „combosów” - np. obniżenie ceny poprzez sprzedaż tania billboardu nr 6 w ilości sztuk jeden, a następnie kupno kilku billboardów nr 5 po cenie aktualnej. Stosowanie takich combosów jest dopuszczalne i zgodne z duchem gry, trzeba jedynie pamiętać, że takie combosy kosztują wszystkie akcje w danej kolejce.
- Minimalna cena billboardów to ich wartość (czyli billboard wartości 3 będzie zawsze warty minimum 3).
- Maksymalna cena billboardów to 20.

– **Znajomości w agencjach reklamowych:**

- Znajomości oznacza się na tabelce punktami lojalności. Konkretna ilość punktów nie ma znaczenia, poza tym, że można zdobyć bezpośrednio jakąś ilość punktów zwycięstwa po osiągnięciu pewnych poziomów. To co się liczy, to bezpośrednia przewaga nad następnym graczem. Jeśli licytujemy kontrakt danej agencji, to 1 punkt lojalności przewagi oznacza, że nie musimy podbijać stawki, żeby zgarnąć kontrakt – wystarczy, że damy tyle ile dał przeciwnik i kontrakt jest nasz.
- Jeśli mamy 2 punkty lojalności przewagi – to oznacza, że wygramy kontrakt jeśli zaoferujemy o jeden mniej niż przeciwnik.
- W drugą stronę nie ma to zastosowania - jeśli licytujemy po kimś, kto jest wyżej w tabeli lojalności, przebijamy go, gdy oferujemy więcej o co najmniej 1, nawet jeśli ta przewaga wynosi 5 lub więcej punktów lojalności.

Koniec gry:

- Gra kończy się w momencie, w którym zostanie odsłonięta ostatnia karta kontraktu w VIII rundzie. Gracz przeprowadza swój ruch do końca, dodaje się punkty za VIII rundę i ogłasza wyniki.
- Zwycięzcą zostaje gracz, który zdobył najwięcej punktów. W przypadku remisu decyduje łączna wartość posiadanych billboardów. Jeśli nadal jest remis, wygrywa gracz, który potrafi przekonać współgraczy, że to on wygrał tę partię.

Uwagi:

- Autor zna Kraków pobieżnie, stąd wszelkie uwagi natury geograficznej i światopoglądowej chętnie wymieni, ale nie czuje się winny niedokładnościom i przeinaczeniom.
- Ceny są podawane w tysiącach, ale można te „tysiące” uznać za swego rodzaju walutę, bo taki de facto mają charakter.
- Jeśli nie będzie chętnych na kontrakt reklamowy odrzuca się go do kart zużytych.
- Żaden kontrakt nie może być zdobyty liczbą zero billboardów.
- Punkty na billboardach są niepodzielne (nie wolno część przeznaczyć na jedną reklamę, a część na drugą).
- Billboardy na planszy oznacza się następująco:



To jest billboard na którym nie ma jeszcze reklamy, po prostu należy do gracza czerwonego.



To jest billboard, który w danej rundzie został już zajęty przez reklamę.

- Nie wolno podczas jednej rundy licytować billboardem, który jest już zajęty przez reklamę.
- Nie wolno sprzedawać billboardu, który jest zajęty przez reklamę.

Życzę udanego grania
Autor