



En tant que l'un des chefs du groupe des scouts de la communauté arménienne, j'ai conceptualisé un jeu de société qui s'appelait « *Montreal on My Mind* » (Montréal en tête). Chaque équipe commençait dans une municipalité différente de Montréal, incluant même Laval et l'Île-Bizard. Chaque semaine pendant une heure, les équipes effectuaient des transactions pour agrandir leur municipalité dans le but d'avoir la plus grande.

OBJECTIFS

Nous voulions présenter un jeu qui encourageait les joueurs à utiliser la matière grise.

Un jeu unique qui évoluait chaque semaine et qui exigeait aux équipes à changer leurs stratégies à chaque tour.

BUT DU JEU

L'équipe qui possède la plus grande municipalité et le plus grand budget gagne.

Pour parvenir à cette fin, les équipes doivent acheter et vendre des secteurs de la ville pour agrandir leur municipalité.

CARTE ET SECTEURS

Le jeu se jouait sur une carte routière de l'Île de Montréal. La grille déjà présente divisait la carte en secteurs. Chaque secteur coûtait une certaine somme, mais chacun offrait aussi des avantages et des désavantages.

Laval et l'Île-Bizard sont aussi inclus dans le jeu.

Les secteurs entièrement couverts de l'eau n'étaient pas inclus dans le jeu, ni la Rive-Sud.

ÉQUIPES

Quatre groupes de dix joueurs

Les équipes ont chacun un budget secret.

DÉROULEMENT DU JEU

Chaque vendredi soir, le groupe se rencontrait pendant une réunion de deux heures. Une session de 30 minutes était consacrée à jouer ce jeu pour une durée totale de 3 mois et donc 12 sessions de jeu continu.

Chaque équipe recevait un secteur de départ qui correspondait au centre d'une municipalité, ainsi qu'une somme d'argent. Toutes informations sont secrètes et la communication était permise seulement entre les organisateurs et l'équipe en question. À tour de rôle, chaque équipe pouvait venir et consulter la carte pour ensuite discuter entre les membres les trois prochaines décisions. Durant chaque session de jeu, les équipes pouvaient accomplir trois transactions, soit acheter un secteur adjacent, soit vendre un secteur, ou soit de rien dépenser. Ils ont droit de consulter la carte et voir la situation globale – ainsi, les secteurs des autres équipes sont aussi indiqués sur la carte.

Par exemple, si le budget le permettait, une équipe pouvait choisir d'acheter trois secteurs et leur tour pour la semaine se termine ainsi.

Un secteur vendu redevenait neutre et n'importe quelle autre équipe pouvait l'acheter. Chaque secteur donne un certain revenu à l'équipe. Le budget de chaque équipe permettait d'acheter de nouveaux secteurs.

À la fin de chaque partie, les organisateurs calculaient le budget de l'équipe pour la prochaine rencontre. Deuxièmement, les organisateurs annonçaient une nouvelle qui venait bouleverser le jeu :

Par exemple, les organisateurs annonçaient que tous les secteurs ayant un chiffre impair coûteraient moitié prix ce jour-là.

Dans un autre cas, les secteurs ayant des autoroutes nécessitent des dépenses pour la rénovation routière, donc le revenu de ces secteurs baissait.

Ainsi, le jeu continuait jusqu'à la fin des douze sessions, l'équipe qui avait le plus grand nombre de secteurs gagnait le jeu. Si deux équipes avaient un nombre égal de secteurs, l'équipe avec le plus grand budget gagnait le jeu.

RÉSULTATS

Un succès général, les joueurs ainsi que les organisateurs étaient satisfaits avec le déroulement du jeu.

Vers la fin du jeu, une minorité des joueurs n'étaient plus intéressés comme au début – dorénavant, garder le jeu plus court et garder les équipes plus petites.

Le système des nouvelles était bien reçu, car les joueurs ne savaient pas à quoi s'attendre.