



per 3-6 giocatori dai 12 anni in su

Traduzione e adattamento a cura di Giochi Rari

Versione 1.1 – Ottobre 2002



<http://www.giochirari.it>

e-mail: giochirari@giochirari.it

NOTA. La presente traduzione non sostituisce in alcun modo il regolamento originale del gioco; il presente documento è da intendersi come un aiuto per i giocatori di lingua italiana per comprendere le regole di gioco e le carte.
Tutti i diritti sul gioco "Brauerei" sono detenuti dal legittimo proprietario.

BRAUEREI (Birreria)

Contenuto

- 1 mappa di gioco
- 84 carte caratteristica
- 20 carte “gusto dei clienti”
- 6 indicatori di compagnia
- 150 indicatori di marche di birra (25 per ogni marca)
- 6 Tabelle di Riepilogo delle Fasi
- 10 x 6 rappresentanti (i gettoni di legno)
- 1 blocco per il conteggio dei punti
- 1 dado
- 1 regolamento
- alcune monete

Panoramica di gioco

Ogni giocatore è il proprietario di una fabbrica di birra con una produzione iniziale di circa 50 Ettoltri di birra. Un giocatore possiede inoltre dei Camion per il trasporto della birra ai vari Chioschi, Pubs, Supermercati e Grossisti ed ha i propri rappresentanti il cui compito è quello di aprire nuovi mercati e controllare che tutte queste strutture acquistino i prodotti, entrando in competizione con gli altri produttori di birra. Per raggiungere questo obiettivo, il giocatore dovrà tener conto dei gusti dei clienti ed influenzarli meglio che può.

Obiettivo

L'obiettivo di ogni giocatore è quello di entrare nel Mercato Nazionale con tre centri di distribuzione (campo A-L). Il primo giocatore che raggiunge questo risultato, avrà guadagnato la migliore reputazione e quindi vincerà il gioco. Se allo stesso tempo più di un giocatore dovesse raggiungere questo risultato, vince colui che ha le vendite maggiori.

Preparazione

Per esigenze di stampa, ci potrebbero essere più carte di quelle necessarie per giocare. Ci dovrebbero essere 5 carte per tipo + 4 Jolly per un totale di 104 carte. Mettete da parte tutte le eventuali carte extra. Dividete per simbolo 20 carte (senza i jolly) e disponetele da parte in 4 gruppi differenti (un gruppo per simbolo). Mescolate molto bene le restanti 84 carte.

Aprite la mappa al centro del tavolo. Ogni giocatore mette uno dei propri segnalini di birra su un Chiosco della riga più in alto (da 1 a 6). Sopra questo indicatore ogni giocatore dovrà piazzare un indicatore di compagnia per mostrarne la posizione (NdT: tutti gli indicatori di compagnia sono uguali, ‘Stammhuas’). Sulla destra della mappa sono mostrati quattro campi (doppi) che descrivono le categorie del gusto dei clienti. Pescate a caso una carta caratteristica da ciascuno dei 4 gruppi divisi per simbolo e piazzatele sui settori in alto a cui appartengono (NdT: per ogni coppia di spazi, piazzate una carta dello stesso simbolo nello spazio più in alto dei due). Queste quattro caratteristiche rappresentano il gusto dei clienti all'inizio del gioco. Mettere le carte restanti, sempre divise per simbolo, coperte sotto ogni corrispondente carta scoperta.

Ogni giocatore riceve ora 5 carte dal mazzo precedentemente mescolato, un foglio dal blocco segnapunti che rappresenta la propria azienda, due rappresentanti nel proprio colore e 300€ in denaro contante che saranno sempre tenuti in vista. Ogni giocatore dovrebbe munirsi di carta e matita.

La mappa

La mappa è divisa in 4 aree, per 4 differenti obiettivi:

1. Chioschi (numeri 1-24)... Richiedono 5 ettoltri di birra e pagano 30€ al fornitore.
2. Pubs (numeri 25-42)... Richiedono 10 ettoltri di birra e pagano 60€ al fornitore
3. Supermercati (numeri 43-54)... Richiedono 20 ettoltri di birra e pagano 100€ al fornitore
4. Grossisti (numeri 55-60)... Richiedono 30 ettoltri di birra e pagano 120€ al fornitore

Esiste poi il Mercato Nazionale (lettere A-L) che è l'obiettivo più prestigioso. Questo mercato non è di alcun valore per quello che concerne la produzione, il rifornimento ed il profitto.

La grandezza della mappa varia a seconda del numero di partecipanti al gioco. Essa è disegnata in generale per 6 giocatori. In 5 giocatori si esclude l'area verticale all'estrema destra. In 4 giocatori si esclude anche la penultima area a destra e in 3 si escludono le ultime tre aree a destra. E' consigliabile coprire queste aree con qualcosa per non fare confusione. All'inizio del gioco tutti gli obiettivi sono neutrali, tranne il Chiosco di partenza che rappresenta la locazione della compagnia di un giocatore.

Le facce del dado mostrate a sinistra della mappa, mostrano il grado di difficoltà che si ha per convincere i proprietari dei Pubs, dei Grossisti, dei Rivenditori e dei Supermercati a comprare la propria birra. Per poter rifornire con la propria birra quell'obiettivo, il giocatore dovrà lanciare un numero più alto di quello mostrato. Un giocatore deve controllare almeno un Pub prima di poter inviare i propri rappresentanti al Supermercato e deve controllare almeno un Supermercato prima di poter inviare i propri rappresentanti ad un Grossista. Dovrà rifornire quindi almeno un Grossista prima di poter fare un tentativo di entrata nel Mercato Nazionale. Il giocatore può accedere al Mercato Nazionale se e solo se la linea di distribuzione non è interrotta. Ciò significa che per poter accedere al Mercato Nazionale egli dovrà rifornire continuamente almeno un Chiosco, un Pub, un Supermercato ed un Grossista. Se la linea di distribuzione si dovesse interrompere, egli dovrà prima ricompletarla per poter inviare i propri rappresentanti nel Mercato Nazionale. Gli obiettivi "sospesi" non contano nella linea di distribuzione.

Il Mercato Nazionale (A-L)

Ogni giocatore può ottenere un solo centro di distribuzione nazionale per turno. Al fine di aumentare le possibilità di guadagnare un centro nel Mercato Nazionale, i giocatori non possono piazzare i propri rappresentanti su più settori. Nel mercato Nazionale non sono permessi rilevamenti avversari.

Il foglio dell'azienda

In alto a destra del foglio aziendale si può vedere la tabella della Popolarità della compagnia. All'inizio del gioco la Popolarità è ovviamente zero. I valori iniziali della compagnia si trovano sotto la tabella della Popolarità. All'inizio del gioco, ognuno possiede una fabbrica di birra che produce 50 ettolitri, 3 Camion e 2 rappresentanti.

I marchi di birra

Ci sono 4 categorie. Una o più caratteristiche di ciascuna categoria costituiscono la "Birra dell'anno", cioè il gusto attuale della gente.

Alkoholfrei	Analcolica	Würzig	Aromatica	Erfrischend	Rinfrescante	Preiswert	Economica
Light	Leggera	Hopfig	Frizzante	Edel	Nobile	Günstig	Accessibile
Pils	Pils	Malz	Al Malto	Urig	Vera	Standard	Standard
Export	Export	Herb	Amara	Elegant	Elegante	Gehoben	Costosa
Bock	Forte	Kräftig	Robusta	Weltoffen	Innovativa	Teuer	Molto Costosa

Le carte caratteristica

Queste carte sono usate per influenzare il gusto attuale delle persone. Ce ne sono 4 per ogni caratteristica ed in più 4 jolly che possono essere usati in ogni categoria. Un giocatore non può avere più di 10 carte caratteristica in mano in qualsiasi momento. Esse possono essere acquistate per 10€ nella quarta fase di ciascun round.

I camion (LKW's)

All'inizio del gioco, ogni giocatore possiede 3 camion. Un camion è sufficiente a rifornire tutti i Chioschi di un giocatore, ma c'è bisogno di un camion per rifornire un singolo Pub, un camion per un singolo Supermarket e così via. Si possono acquistare camion extra nella fase 6 di ciascun round (Allargare la Compagnia). Un camion costa 50€ e 10€ a round per il suo mantenimento.

I rappresentanti

Ogni compagnia parte con 2 rappresentanti, ed ulteriori rappresentanti possono essere impiegati durante il gioco. Lo stipendio di un rappresentante dipende dalla grandezza dell'area in cui la Compagnia vende la sua birra. Il livello di profittabilità della distribuzione con il più alto profitto (o il Mercato Nazionale se la compagnia controlla già un centro di distribuzione nazionale) è il parametro che definisce lo stipendio di tutti i rappresentanti di una compagnia (in questo conteggio, sono considerati anche gli obiettivi "sospesi").

Tabella dello Stipendio dei Rappresentanti

LIVELLO MASSIMO DI DISTRIBUZIONE	STIPENDIO (€)
Chiosco	10
Pub	15
Supermercati	25
Grossisti	40
Mercato Nazionale	50

Fasi di gioco

1. Determinare il primo giocatore (solo all'inizio della partita)
2. Determinare costi e ricavi
3. Produrre la birra. a) Giocare le carte secondo l'ordine di gioco. b) Preparare la birra dell'anno ed investire in ricerca di mercato)
4. Analizzare i gusti dei clienti e comprare nuove carte
5. I rappresentanti cercano nuovi obiettivi di vendita
6. Allargare la compagnia
7. Determinare l'incremento di Popolarità
8. Determinare il nuovo ordine di gioco (in ciascun round)
9. Impiegare nuovi rappresentanti, rubare un rappresentante da una compagnia, licenziare
10. Determinare o cambiare la locazione di una compagnia

1) Determinare il primo giocatore

Solo all'inizio del gioco tirate i dadi. Il giocatore con il risultato più alto inizia per primo. Nei round seguenti il primo giocatore sarà determinato in maniera differente.

2) Determinare costi e ricavi

Ciascun giocatore determina i costi della sua compagnia nel seguente modo:

- Per ogni rappresentante (a seconda del livello, come mostrato nella tabella in alto)
- Per ogni camion 10€

A questo punto, il giocatore determina i suoi ricavi in base al tipo di cliente che serve:

- Per ogni Chiosco 30€
- Per ogni Pub 60€
- Per ogni Supermercato 100€
- Per ogni Grossista 120€

Tutte queste operazioni vengono fatte verso la banca e potranno essere contemporanee (cioè si possono rimborsare prima i costi e poi si ricevono i guadagni, oppure viceversa).

3) Produrre la birra

a) **Giocare le carte** : Il primo giocatore decide quali carte giocare per cercare di influenzare il gusto dei clienti. Egli piazza queste carte coperte nel secondo spazio (NdT: quello più in basso di ogni coppia, una o più per ogni spazio) delle relative categorie dell'apposita sezione sulla destra della mappa. Poi è il turno del secondo giocatore che farà la stessa operazione e così via fino a che tutti i giocatori hanno usato le carte che vogliono. E' importante che i giocatori prendano nota delle carte giocate, sul loro foglio (nella colonna dell'anno attuale), altrimenti quando tutti i giocatori avranno piazzato le loro carte, si rischia di non essere più in grado di ricostruire il proprio tentativo di influenza sul gusto dei clienti.

b) **Ricerca di mercato** : Ogni giocatore decide se nel round corrente vuole investire nella ricerca di mercato. Una ricerca costa 50€ ed assicura la conoscenza del gusto della gente in una categoria. Si può effettuare una sola ricerca in un round, e la categoria sulla quale si vuole indagare deve essere chiaramente annotata quando si annotano le caratteristiche delle carte giocate.

A questo punto ogni giocatore determina le caratteristiche della propria "birra dell'anno" scegliendo una caratteristica da ogni categoria e annotandola sul proprio foglio. Chi ha condotto una ricerca di mercato non verifica tale caratteristica ma segna una "M" per l'intera categoria.

4a) Analizzare il gusto dei clienti

Le carte giocate vengono ora scoperte ed analizzate separatamente per ogni categoria. Un jolly corrisponde all'attuale gusto dei clienti in quella data categoria (NdT: cioè è considerato uguale alla carta scoperta che si trova nel spazio più in alto della coppia analizzata). Le caratteristiche più giocate in una data categoria rappresentano la nuova tendenza del gusto dei clienti. Se dovesse capitare che alcune caratteristiche siano alla pari, allora si controlla se una delle caratteristiche rappresentava già il gusto della gente, nel qual caso essa rimane confermata, altrimenti **tutte** le caratteristiche in parità rappresentano allo stesso modo il gusto della gente. Cambiate con le nuove carte la caratteristica di ogni coppia, in accordo con quelle che rappresentano il gusto dei clienti, prendendole dalle apposite carte del gruppo separato (quello più in alto). Le carte caratteristica giocate dalle varie compagnie rimangono scoperte ancora per un po'. Seguendo questa procedura per tutte e 4 le categorie, si arriva a definire la nuova "birra dell'anno".

A questo punto, tutti i giocatori verificano sul proprio foglio quante caratteristiche da loro giocate corrispondono ai gusti attuali della gente, ricevendo un "Punto Birra" per ogni caratteristica corrispondente. Chi aveva condotto una ricerca di mercato, riceve automaticamente un "Punto Birra" sulla categoria indagata. I Punti Birra svolgono un ruolo molto importante nella difficile competizione per acquisire nuovi obiettivi (quale proprietario di Pub comprerebbe una birra che non corrisponde ai gusti della gente?). I "Punti Birra" sono scritti nel campo "ubereinstimmung" sul foglio della propria compagnia.

4b) Comprare nuove carte

In ordine inverso (partendo dall'ultimo giocatore del round in corso), ognuno può acquistare nuove carte caratteristica, quante ne desidera, tenendo presente che non ne può avere più di 10 in mano, al costo di 10€ l'una. Pescate le carte dal mazzo, ed alla fine della fase rimescolate le carte giocate e riformate un nuovo mazzo di gioco.

5) I rappresentanti cercano nuovi obiettivi di vendita

In questa fase, le compagnie inviano i loro rappresentanti ai vari Chioschi, Pubs, Supermercati e Grossisti, nuovi o già della concorrenza, per convincerli a diventare loro clienti. Ogni giocatore scrive segretamente quanti rappresentanti manda e dove. Se manda più di un rappresentante sullo stesso obiettivo, deve scrivere quanti ne invierà. Quando tutti hanno finito, i rappresentanti vengono disposti contemporaneamente sulla mappa. Ogni obiettivo è considerato separatamente (vedere punto 8 quando un giocatore non può attaccare un avversario).

a) **Obiettivi neutrali** : Il giocatore lancia un dado ed aggiunge i suoi Punti Birra e i suoi Punti Popolarità. Se un giocatore invia più di un rappresentante su uno stesso obiettivo, può aggiungere un bonus di “persuasione” di +1 per ogni rappresentante in più. Il totale realizzato deve essere maggiore del numero mostrato nel dado a sinistra della mappa (4 per un Chiosco, 5 per un Pub, 6 per un Supermercato, 8 per un Grossista e 10 per il Mercato Nazionale). In caso di riuscita, il giocatore può iniziare a rifornire il nuovo cliente, piazzando il proprio marchio sul settore corrispondente. Se il risultato è minore o uguale al dado, l’obiettivo rimane neutrale. Se due o più giocatori si contendono lo stesso obiettivo, chi ha realizzato il risultato più alto ne prenderà possesso. In caso di ulteriore parità, essi dovranno lanciare nuovamente il dado e non conteranno nessun bonus. Se il pareggio rimane, dovrà essere lanciato il dado fino a che non si trovi un vincitore.

b) **Obiettivi non neutrali** : Se un giocatore vuole rilevare un obiettivo che si rifornisce già da un altro giocatore, il procedimento è lo stesso rispetto ad un obiettivo neutrale. Ciascun obiettivo “controllato” ha però un bonus aggiuntivo di +1 sul valore del dado a sinistra della mappa. Quindi per rilevare un obiettivo controllato l’attaccante deve realizzare un punto in più (5 per un Chiosco, 6 per un Pub, 7 per un Supermercato, 9 per un Grossista – non si può attaccare un obiettivo avversario che si trova nel Mercato Nazionale). I giocatori possono inviare i loro rappresentanti anche sui negozi che già controllano per incrementare di +1 il valore che l’attaccante dovrebbe fare per poter rilevare quell’obiettivo. Si definisce “attaccante” il giocatore che cerca di portar via un obiettivo ad una compagnia, la quale sarà il “difensore”. L’attaccante lancia un dado ed aggiunge i suoi Punti Birra, la sua Popolarità ed un punto in più per ogni rappresentante aggiuntivo che ha inviato sull’obiettivo. Se il risultato è maggiore del numero richiesto per la rilevazione, egli guadagna l’obiettivo e cambia l’indicatore della vecchia compagnia col proprio. L’attaccante deve inviare almeno un rappresentante sull’obiettivo che vuole attaccare, ecco perché solo i rappresentanti aggiuntivi danno il bonus, mentre questo non vale per il difensore che ha il bonus in difesa già con un solo rappresentante. In caso di parità, l’attacco è fallito. Se due o più giocatori si contendono lo stesso obiettivo non neutrale, chi ha realizzato il risultato più alto ne prenderà possesso. In caso di ulteriore parità, essi dovranno lanciare nuovamente il dado e non conteranno nessun bonus. Non sono permessi accordi tra i giocatori.

Esempio 1 : Un giocatore vuole guadagnare il controllo di un obiettivo neutrale. Egli sceglie il settore 32 scrivendolo sul proprio foglio e vi manda un proprio rappresentante. Nessun altro giocatore è interessato a quell’obiettivo. Egli ha due Punti Birra, mentre la sua Popolarità è 1. Lancia un dado ed ottiene un 3, per un totale con i vari bonus di 6. Il settore 32 è un Pub che viene conquistato lanciando più di 5. Così il giocatore può piazzare un proprio indicatore di controllo sul settore 32.

Esempio 2 : Un giocatore punta ad un Supermercato che è già proprietà di un altro avversario. Egli invia 3 rappresentanti in quel settore. Ha 3 Punti Birra (due corrispondenze + una ricerca di mercato), mentre la sua Popolarità è 2. Ottiene con il dado un 1 per un totale di 8 (1 per il lancio, +2 per la Popolarità, +2 per i rappresentanti aggiuntivi, +3 per i Punti Birra). Il difensore ha un rappresentante nel Supermercato, che innalza il valore di rilevazione a 8. Purtroppo l’attacco fallisce.

6) Allargare la compagnia

Partendo dal primo giocatore, ognuno controlla se la propria compagnia è in grado di rifornire tutti i suoi clienti. In caso contrario, può migliorarne l’assetto.

a) **Nuovi camions** : Se ne possono comprare in qualsiasi quantità al costo di 50€ in un round. Possono anche essere venduti alla banca a 25€ l’uno (NdT: si ricorda che un camion è sufficiente a rifornire tutti i Chioschi di un giocatore, ma c’è bisogno di un camion per rifornire un singolo Pub, un camion per un singolo Supermarket e così via.).

b) Incrementare la produzione : La produzione può essere incrementata di 10 ettolitri alla volta. Questo incremento costa 50€. La produzione può essere incrementata a piacimento in ogni round. I clienti che non possono essere riforniti, rimangono in “sospeso” e devono essere contrassegnati per questo loro stato. Nessuno è costretto a spendere tutto il proprio denaro nella compagnia. Si possono lasciare in “sospeso” obiettivi (tranne il luogo ove risiede la compagnia) al fine di essere solvibili quando capita di acquisire nuovi clienti.

7) Determinare l'incremento di Popolarità

La Popolarità di una compagnia viene contrassegnata con una “X” nella apposita sezione sul proprio foglio della compagnia. All'inizio del gioco la Popolarità di una compagnia è zero. Quando però un giocatore realizza in quel round la vendita più alta in una data regione (non per il Mercato Nazionale), acquisisce una “X” (NdT: le ‘X’ sono cumulabili, perciò se un giocatore realizza la vendita più alta in più sezioni, riceve più ‘X’).

- Con 3 “X” la Popolarità è +1
- Con 4 “X” la Popolarità è +2
- Con 5 “X” la Popolarità è +3
- Con 6+ “X” la Popolarità è di +4

La Popolarità è molto importante per guadagnare il controllo di un obiettivo sia neutrale che avversario. Se due o più giocatori realizzano la stessa vendita in una regione nello stesso round, tutti ricevono una “X”. Gli obiettivi in “sospeso” non contano.

8) Determinare il nuovo ordine di gioco

Il nuovo ordine di gioco viene determinato in base a chi è in testa e a chi segue. Questo ordine rimane invariato fino alla fase 8 del round successivo, quando verrà riesaminato. Le marche di birra piazzate su un lato della mappa mostrano l'ordine attuale. Gli indicatori possono essere piazzati da sinistra a destra o dall'alto in basso in accordo all'ordine di gioco attuale. L'ordine viene determinato principalmente in base a chi è presente nel Mercato Nazionale. Costui sarà il primo a giocare. Se nel Mercato Nazionale è presente più di un giocatore oppure se nessuno ha qui dei propri centri di distribuzione, allora l'ordine sarà determinato in base alle vendite. Il giocatore con le vendite più alte sarà il primo a giocare, seguito dal secondo e così via. Per vendita si intende la somma di tutti gli ettolitri di birra attualmente distribuiti ai vari clienti (i clienti “sospesi” non valgono). In caso di parità, il primo giocatore sarà quello rappresentato nella regione più “alta”. In caso di ulteriore parità, i giocatori lanceranno un dado.

Importante: Il giocatore che è in testa, non può attaccare gli altri giocatori, a meno che egli non attacchi in regioni in cui lui stesso non è rappresentato da nessun cliente e dove non esistano più obiettivi neutrali. In altre parole, il giocatore in testa può attaccare gli altri giocatori solo quando **tutti** gli obiettivi di quella regione sono occupati da altre compagnie. Egli può attaccare solo in queste regioni. Se dovesse attaccare per errore un giocatore in una regione in cui non può, il giocatore in testa può prendersi i propri rappresentanti e rifare la mossa, perché in ogni caso è sempre il primo a muovere.

9) I rappresentanti

a) Impiegare : In ogni round, 2 nuovi rappresentanti vengono messi all'asta uno dopo l'altro. Tutti i giocatori scrivono segretamente la cifra che vogliono spendere, e quando tutti hanno fatto, le offerte sono rivelate simultaneamente. In caso di parità, i giocatori con la stessa offerta scrivono segretamente un'altra offerta che deve essere superiore alla vecchia di almeno 1€, oppure decidono di passare scrivendolo. La stessa procedura viene usata per il secondo rappresentante (NdT: i nuovi rappresentanti sono piazzati durante il punto 5).

- b) **Rubare un rappresentante da un'altra compagnia** : Tutti i giocatori che non hanno acquistato un nuovo rappresentante durante l'asta, possono rifarsi portando via un rappresentante da una compagnia concorrente ed appartenente ai primi due giocatori in classifica. Ad iniziare dall'ultimo giocatore in ordine di gioco, essi annunciano a chi vogliono tentare di "rubare" e lanciano un dado.

Importante : Solo ai due giocatori primi in classifica si possono portar via i rappresentanti.

Se il giocatore ottiene un 6 col dado, il tentativo ha successo. Egli paga 20€ al giocatore a cui porta via il rappresentante e scambia la pedina del rappresentante con una del proprio colore. Se il giocatore ottiene un 5, non porta via nessun rappresentante alla compagnia del giocatore, ma ottiene lo stesso un rappresentante, prendendolo dalla sua scorta, e pagando alla banca 20€. Un giocatore può perdere un solo rappresentante per round. I giocatori che hanno reclutato all'asta uno o entrambi i rappresentanti, non possono portar via un altro rappresentante (né ad un avversario né pagando alla banca). L'ultimo rappresentante di un giocatore non può mai essere portato via. Con questa condizione, potrebbe capitare che un giocatore non abbia possibilità di portar via alcun rappresentante a nessun avversario. In questo caso non può nemmeno lanciare il dado per l'eventuale 5.

- c) **Licenziare** : In questa fase un giocatore può restituire un qualsiasi numero di rappresentanti indietro alla propria riserva (senza ricevere alcuna ricompensa).

10) Determinare la locazione della compagnia

Non appena una compagnia rifornisce due o più clienti in una regione, può trasferire lì la propria compagnia. La nuova locazione sarà contrassegnata con l'apposito indicatore. La locazione può essere spostata solo da regione a regione adiacente, cioè da un Chiosco ad un Pub, da un Pub ad un Supermarket e così via. Questa non può essere attaccata dai concorrenti e deve essere sempre rifornita di birra in accordo alla regione in cui si trova.

Insolvenza

Se un giocatore non può far fronte ai suoi obblighi finanziari, deve vendere i suoi camion. Questa vendita è l'unica possibilità di ricevere denaro in contanti. Non si può ridurre la produzione, né vendere una parte della compagnia. Non sono permessi prestiti, né crediti. Da notare che ogni giocatore ha comunque diritto ad avere sempre almeno un rappresentante ed un camion, anche se non può pagarli.

Clients "sospesi"

Potrebbe capitare che un giocatore abbia più clienti di quelli che può rifornire, poiché non è in grado di allargare la propria compagnia in maniera corrispondente al nuovo fabbisogno produttivo. Gli indicatori su tutti gli obiettivi che non possono essere riforniti vanno spostati su un angolo (NdT: o meglio, ruotati di 45°) e sono chiamati obiettivi "sospesi". Essi non portano alcun profitto all'azienda, non contano per stabilire la Popolarità e generalmente sono ignorati (tranne quando devono essere calcolati gli stipendi dei rappresentanti).

Gli obiettivi "sospesi" rompono la linea di distribuzione, ma possono essere attaccati e difesi come tutti gli altri obiettivi.

Tutti gli obiettivi "sospesi" vengono perduti se nel round successivo il giocatore ancora una volta non è in grado di rifornirli. In questo caso, l'obiettivo diventa di nuovo neutrale. Non si può comunque decidere di supportare i clienti "sospesi" nel turno precedente e non supportarne di nuovi per non perdere quelli vecchi. Se un giocatore ha clienti "sospesi" ed al round seguente non ha la produzione necessaria per tutti i suoi obiettivi, quelli sospesi saranno perduti.