



# BINGO DES ACHETEURS !

## Campagne calendriers : vendre en s'amusant

### Pourquoi un jeu pour accompagner la campagne calendriers ?

- La vente de calendriers est **essentielle** pour soutenir les unités et la fédération.
- Pour aller au-delà d'une simple action utile, **scoutifie ta prochaine réunion de vente !**
- **Comment ?** En proposant à tes scout-es un habillage ludique.
- **Pourquoi ?** Car c'est une manière plus fun et motivante de vivre ce moment en section.
- L'**objectif** n'est pas de vendre plus que d'habitude (tant mieux si c'est le cas), mais plutôt d'**offrir un vrai moment de plaisir et d'amusement aux scout-es.**

**Active ta créativité, ta science du jeu scout et youplà boum yapluka !**

### Principe du jeu

Explique aux scout-es que la vente du calendrier permet d'**alimenter le fonds de solidarité de la fédération**. Ce fonds de solidarité permet de soutenir des unités en difficultés, mais également de donner des moyens à la fédération pour mener des projets qui bénéficient à tous les scouts.

Chaque personne ou chaque bande/sizaine/

patrouille/cordée reçoit une **grille de bingo** sur laquelle des caractéristiques sont écrites. Dès qu'un membre de l'équipe vend un calendrier à une personne qui répond à l'une des caractéristiques, la case peut être cochée.

Compose tes propres grilles de bingo ou inspire-toi des deux modèles ci-dessous :



### BINGO ! UN CALENDRIER A ÉTÉ VENDU À UN PERSONNE QUI...

... a fait du scoutisme étant jeune.	... est accompagnée d'au moins un enfant.	... a des cheveux gris.	... porte un chapeau.
... a un chien ou un chat.	... est accompagnée d'un autre adulte.	... a posé une question sur les scouts ou notre section.	... pousse ou tire un objet à roulettes (poussette, caddie, trotinette).
... est une femme avec des lunettes.	... porte un vêtement de couleur vive.	... est un homme avec une grosse moustache.	... a dit qu'elle connaît un scout.
... porte un manteau.	... sort d'une voiture.	... aime le chocolat.	... porte des baskets de sport.

## BINGO ! UN CALENDRIER A ÉTÉ VENDU À UN PERSONNE QUI...



... a mangé une lasagne durant la semaine écoulée.	... parle trois langues.	... a déjà visité la Pologne ou l'Uruguay.	... ressemble à une célébrité.
... a fait du scoutisme étant jeune.	... n'aime pas la sauce andalouse.	... a posé une question sur les scouts ou notre section.	... se déplace avec un instrument de musique.
... a les cheveux colorés.	... porte des chaussures rouges.	... travaille ou a travaillé dans un bureau.	... a dit qu'elle connaît un scout.
... est artiste (peinture, musique, théâtre, sculpture...).	... connaît une super recette de tarte aux pommes.	... n'est pas née en Belgique.	... a posé des questions sur la campagne calendriers et ce que ça permet de financer.

### Retour collectif

En fin de réunion, avant le rassemblement de clôture, un temps de **mise en commun** est organisé. Chaque scout-e ou équipe présente sa grille de bingo !

Facultatif : le staff peut décider de féliciter :

- les grilles avec au moins une ligne complète ;
- les grilles avec au moins une colonne complète ;
- la grille avec le plus de cases cochées !
- etc.

Mais remercie et récompense tout le monde, car tout le monde a participé.

Prévois un moment pour **se raconter les anecdotes rigolotes ou improbables** vécues en vente.

Annonce la **quantité totale de calendriers vendus** durant l'activité du jour et le **montant** qui va revenir à l'unité (pour rappel 3€/calendrier vont directement dans la caisse de l'unité). Et n'oublie pas de **remercier** les scout-es pour leur implication dans cette opération.

Veille à **valoriser les efforts**, pas seulement les quantités ("*Bravo d'avoir osé aller parler à cet inconnu !*", "*Belle entraide en duo*"...).

**Vendre, c'est utile. Jouer, c'est scout !**

### Un piège à éviter

- Évite de transformer ton activité ludique en « **course** » à qui seront les meilleurs vendeurs.
- Peu importe le jeu que tu vas proposer aux scouts, veille à ne pas instiller un esprit de compétition. **La clé ?** --> propose une trame de jeu **collaborative** ou en tout cas qui n'oppose pas les équipes entre elles.
- Tu peux féliciter les équipes les plus investies, mais pense à bien **remercier et récompenser tout le monde**, car finalement tout le monde prend part à l'action et y contribue.
- Et souviens-toi : on ne vend pas nos calendriers juste pour les vendre, on les vend **pour financer des projets**.