



Épületet azért, mert a régi mellett [majdnem áldozatul esett az új is](#), mikor a csíkszentsimoni üzem bővítése céljából felrobbantottak néhány romot. És hogy a piacot miért nem így jó meghódítani?

A mese módszer

A siker kulcsa röviden: történet. Narratíva. Mese – mit mese, hőseposz! Az emberek mindig is szerették a történeteket. Ilyen az emberi agy: nehezebb esik egyáltalán felfogni, hogy a világ kaotikus jelenségek összege, ezért mindent történetekbe szeretünk foglalni, természetesen szereplőkkel.

Az emberi pszichében a világot teremti valaki, a világ eseményeit megtervezik és végrehajtják, de a saját életünket is előbb-utóbb egyetlen történetre szoktuk összeszőni. Többek között ezért is népszerűek az összeesküvés elméletek és a vallások: **megnyugtat minket a történet rendezettsége**, a mindent átszövő szándék. Ha egy szörnyű esetet úgy fogunk fel, hogy valakinek az akarata érvényesült, akkor bármilyen borzasztó dolog is, már kevésbé borzaszt minket.

Így a romániai rendszerváltás utáni gazdasági problémák sem sokféle politikai- gazdasági faktor és még több korrupció eredménye, hanem egy-két kéz megfontolt munkája. Mert szeretjük a történeteket, csak ne legyenek túl bonyolultak.

A sörös mese módszer

Tehát adott, hogy a „mi” sörünket elveszi egy külföldi, egy Idegen, aki azt a távoli Bukarestben gyártatja le. A legtöbb ember számára itt le is állt a történet. De akadt, aki meglátta a lehetőséget, és tovább szőtte a szálakat. Szükség van az ilyen emberekre, ők viszik előre a

világot.

És így indul az Igazi Csíki Sör története: **feltámad egy régi Érték**, ami a miénk, ami igazi. Ezt a miénket megtámadja az idegen. Harc van, amelyben a Jó és a Gonosz kérlelhetetlen háborúja dúl.

Olyannyira a miénknek látja magát ez a sör, hogy a cég peres ügyei, legalábbis a manufaktúra szémszögéből, **nem pusztán jogi pereskedések, ó nem!** A miénk átlényegül „mi”-be, sőt valami csoda folytán a termék megszűnik pusztán földi, anyagi sör lenni, és magának követeli a székelység identitásának lényegét, eszenciáját, ezáltal fölének emelkedik, fel az ideák világába. Ez a sör lett a nemzet, az identitás megtartásának egyik oszlopa.

Persze egy ilyen fekete-fehér világban nem lehet senki szürke. Ha a csíkiak [nem az Igazi Csíki-val szerződnek](#)

, akkor a csíkiak megszűnnek igazi székelyek, de akár csíkszeredaiak is lenni. Francér' nem költöznek Bukarestbe, ha már nem székel sörrel szerződnek?

Ami nem mese, az nem Igazi

Egy jó történet nem foglalkozik számokkal meg buta tényekkel. Nincs azokban semmi élet, ugyebár! Hog [y a helyi tulajdon a tények alapján pontosan 50 százalékos](#) , és nem többségi, szinte maga is multi, csak a karót nyelteket érdekelheti. Nem?

Akkor is, ha ez véletlenül az egyik alapvető reklámszövegük. Arra már ki sem merek térni, hogy a pénz többi részét nem máshonnan, mint Hollandiából tették be, tudják, az az ország ahol drogoznak meg Heinekent gyártanak... Persze vannak olyan okos érvek, hogy „hát mi a baj ezzel, biztos az adók miatt rendezték így”, de ha már arról van szó, hogy székel sör meg helyi munkaerő, meg azt igyuk, ami a miénk, akkor lehet, hogy az adókat nem kellene kiszivároztatni a megyéből.

Miután az Igazi Csíki a székelység sziklaormon álló, fenyőkkal övezett kőbástyájává lett, meg se kellene lepődni azon, hogy a kommunikációjukban egy általuk elképzelt típusú székel emberhez szólnak, aki akár meg is köszönhetné, hogy lehajol hozzá a kőbástya (ez a hasonlat jobban működne fenyővel. Egye fene). Itt van például ez a közlemény, igazi gyöngyszem.

közlemény

PERT NYERT A heineken

A mai napon a Csíkszeredai Törvényszék hozott egy NEM JOGERŐS ítéletet, amelyben a heineken javára dönt.

A Csíki Sör álláspontja az, hogy nem a romániai bíróságok kompetenciája megállapítani az igazságot, hanem az Európai Közösségi Védjegyhivatal az illetékes döntő szerv.

A döntés ellen fellebbeztünk. Lelkiismeretünk tiszta, tudjuk ugyanúgy mint minden székely és erdélyi magyar ember, hogy sem a heinekennek sem másnak rajtunk kívül soha nem volt kereskedelmi forgalomban Igazi Csíki Sör vagy Csíki Sör nevű magyar márkája.

Az ipari söröket gyártó heineken határozottan és egyértelműen el akarja lehetetleníteni működésünket. Be akarja zárni a csíkiszentsimoni gyárat, el

A pipékkel teljes szövegért [katt a képre! forrás: facebook.com](https://www.facebook.com/igazsagkereso)

A kommunikációs szakemberek sok székelyt láthattak, csak sajnos a neten, így egy internetes troll stílusához közelít a közlemény. Igazán írhatták volna címnek azt is, hogy „a közlemény”, de biztos lesz több is, így a határozott névelő elmaradt, a kisbetű meg úgy egyáltalán a műfaji besorolás marad. Hogy „ércse” meg mindenki.

Az ellenséget kell dehumanizálni, vagy csak a netes trollok formai követelménye, hogy A Sátáni Ellenség végig kis kezdőbetűkkel van írva? A Heineken fel is oszolhatna szégyenében.

Természetesen a per célja nem az volt, hogy megállapítsák, jogos-e a névhasználat, hanem **Az Igazság keresése**

. Úgy tűnik, nem csak kocsmában, cigi meg sör mellett lehet keresni Az Igazságot, hanem bíróságokon is. Ezt majd valaki írja meg a kolozsvári értelmiségieknek is, ők csak a régi módszert ismerik.

Nyilván mindez csak akkor megy, ha a cég, egyesület satöbbi lelkiismerete tiszta, de az nekem nem tiszta, hogy minden tagjának a lelkiismerete külön-külön számít-e, **vagy az intézmény a bejegyzésekor saját tiszta lelkiismeretet kap**

.

Persze, a *heinekennek* biztosan nincs lelkiismerete, mert ő még villanyt is használ, hogy ipari söreit legyártsa. Ezen a részen végülis felesleges rágódni, a közlemény lezárul egy kulcsmondtattal: „Ősszel számoljuk a pipéket”.

Igazából lehetne az egész közlemény ennyi. Harcias, fenyegető, nem ipari (legalábbis feltételezem, hogy ez a számolás kézi számolás), és hát megérti az a bűdös paraszt is, akit egyéb helyzetekben kedves vevőként szoktunk megnevezni. Gondolom ezért is nem közölték pontos fordításban a honlapjukon a Franc Zappa idézetet sem, a 3szek.ro-nál **Szekeres Attila** így foglalja össze: „Az Igazi Csíki Sör gyártója, a Lixid Projekt Kft. Frank Zappa-idézettel indítja honlapját: . Ez némiképp másképp hangzik

[az eredeti szövegben](#)

, természetesen angolul: „Minden nagy iparosodott nemzetnek akad saját söre (nem lehetsz igazi ország saját sör és légitársaság nélkül – az persze segít, ha van néhány focicsapatod, vagy néhány atomfegyvered, de legvégül mégis csak szükséged lesz egy sörre)”.

A játékos medve módszer

És emlékeznek még a sörért harcművészkedő rajzfilmmedve reklámra? Vagy jobban emlékeznek a lazacért karatézóra? Talán úgy gondolták a készítők, hogy **a székel csak a magyar internetekben járkal**

(Deutsch Tamás Caragiale stílusban elmondja, hogy

[mi a magyar internet\)](#)

, így lemarad

[a harcművész medvéről](#)

. Orvosolták a helyzetet.

Szó, mi szó, azért a sörük jó, a piacuk még mindig bővül, egész jól csinálják. De azért nem bánám, ha a közösséghez való tartozásukat nem a politikai életből ismert módszerekkel bizonygatnák, mert **az a gyors felemelkedéshez hasonlóan gyors bukást is tud produkálni.**

Egy kis tisztelet, több figyelem a vevők felé, ne adj'isten egy-két helyi kezdeményezés őszinte támogatása a konfliktusgenerálás helyett, hosszú távon jobban működhet. És lehetőleg ne próbálja egy sör megszabni nekem, hogy hogyan éljem meg az identitásomat, vagy hogy eléggé csíki- vagy udvarhelyi vagyok-e. Elég, ha hideg, finom és tényleg helyi.