



**Янги йил карвонининг
Ўзбекистондаги мўъжизаси**

Coca-Cola ва Янги йил кўп йиллик тарихга эга. Кўпчилик билмайди, лекин айнан Coca-Cola бугун бизга таниш бўлган Санта-Клаус тимсолини: меҳрибон, қизил либосли, оппоқ соқолли, қизарган ёноқли ва доимо табассум қилувчи қария образини яратган. Бу тимсол биринчи марта 1931 йилда рассом Хэддон Сандблом томонидан Coca-Cola рекламаси учун чизилган. Унга қадар ушбу қаҳрамон турли хил кўринишда бўлган – баъзан ҳатто қатъий ва тўқ рангли кийимда тасвирланган.

Лекин Coca-Cola нафақат Санта-Клаус, балки Янги йил каравонини ҳам байрам рамзига айлантирди. 1995 йилда корхона «Рождество карвони» номли реклама тадбирини ишга туширди, унда юлдузлар каби порлаб турган катта қизил юк машиналари бош ролни ўйнаган. Бу юк машиналарининг мўъжизавий пайдо бўлиши «Байрам бизга келмоқда» қўшиғи билан бирга бўлган, бу мусиқий куй шундан бери кўплаб давлатларда Янги йилнинг норасмий мадҳиясига айланди. Бу юк машиналари шунчаки маркетинг ғояси эмас, балки одамларни бирлаштирувчи маданий ва оилавий анъаналарнинг бир қисмига айланди.

Йиллар ўтиши билан Янги йил карвони анъанаси кенгайиб борди ва миллионлаб қалбларни забт этди. 1998 йилда Coca-Cola юк машиналари биринчи марта 100 дан ортиқ мамлакатлардаги рекламада пайдо бўлди, 2001 йилда эса улар АҚШ бўйлаб ҳақиқий саёҳатга чиқди. Миллионлаб чироқлар билан безалган катта юк машиналари кириб келаётган байрам тимсолига айланди. Европада карвон илк бор 2009 йилда Германияда намоён бўлди, кейинчалик Буюк Британия, Франция ва бошқа мамлакатларга йўл олди. Бугунга келиб, Coca-Colанинг Янги йил карвонлари дунё бўйлаб миллионлаб кишилар учун муҳим анъанага айланди.

Ўзбекистондаги Coca-Cola нинг Янги йил карвони. Coca-Cola нафақат ичимлик бўлиб, балки байрам, қувонч ва мўъжиза рамзидир. Ҳар йили миллионлаб



кишилар Coca-Colанинг Янги йил юк машиналарини интизорлик билан кутадилар, «Байрам бизга келмоқда» қўшиғи қишки байрамнинг таркибий қисмига айланган. 2023–2024 йилларда Coca-Cola бу анъанани Ўзбекистонга янада яқинлаштириб, мамлакат бўйлаб катта карвон туруни ташкил қилди ва 10 та шаҳарни қамраб олди.

Юзлаб чироқлар билан безатилган юк машиналари афсонавий мусиқа садоси остида Намангандан йўлга чиқиб, Андижон, Фарғона, Самарқанд, Қарши, Бухоро, Хива, Урганч, Нукус ва Тошкент шаҳарларига ташриф буюрди. Ҳар бир шаҳарда карвон ҳақиқий байрам муҳитини яратди: одамлар эсдалик учун суратлар олдилар, жонли концертлардан баҳраманд бўлдилар, танловлар ва интерактив кўнгилочар тадбирларда иштирок этдилар ва байрамонга муҳитда яқинлари билан вақт ўтказдилар.

Бу карвон саёҳати бутун Ўзбекистонда муҳим воқеага айланди. Қўплаб оилалар бу мўъжизавий юк машиналарини ўз кўзлари билан кўриш ва байрам муҳитига шўнғиш учун қўшни шаҳарлардан келдилар. Ҳар бир шаҳарда Coca-Cola жамоаси интерактив тадбирлар, танловлар, жонли чиқишлар ва Янги йил шоу-томошаларини уюштирди.

Coca-Cola ва саховатли ишлар. 2024–2025 йиллар «Бу дунё Сантага ўхшаш кўп яхшилик қиладиган кишиларга муҳтож» шиори билан ҳамоҳанг Coca-Cola



карвони нафақат байрам хабарчиси, балки саховат рамзига ҳам айланди. ONA фонди билан ҳамкорликда корхона ҳар бир шаҳарда озиқ-овқат тўплamlари ва 300 та оила учун Coca-Cola блокларини етказиб берди. Бундан ташқари, Coozin лойиҳаси иштирокчилари махсус пишириқларини тайёрлашди, шу орқали ҳар бир оила Янги йил дастурхони учун ўзига хос безакли ширинликлар яратиш имконига эга бўлди.

Coca-Colанинг хайрия ташаббуслари фақат Янги йил карвонлари билан чекланиб қолмайди. Корхона Ўзбекистонда анча йиллардан бўён ижтимоий лойиҳаларда иштирок этиб, муҳтож оилаларга ёрдам беради, экологик ташаббусларни ривожлантириш ва маҳаллий ташаббусларни қўллаб-қувватлашда фаол иштирок этиб келмоқда. Байрам мавсумида Coca-Cola яна яхшилик қилиш муҳимлигини эслатади, бутун мамлакат бўйлаб минглаб оилаларга қувонч улашади.

Натижалар:

- Минглаб кишилар Янги йил мўъжизасини ҳис қилдилар, карвонни кутиб олиб, байрам муҳиtida яйрадилар.
- Coca-Cola Ўзбекистон анъаналари билан алоқаларни мустаҳкамлади, брендни қиш байрамларининг ажралмас қисмига айлантирди.
- Саховатли ташаббуслар катта ижобий таъсир кўрсатди, юзлаб оилаларга Янги йил арафасида қувонч ва қўллаб-қувватлов олиб келди.

- Ижтимоий тармоқлардаги фаоллик ортиб борди – минглаб кишилар карвон суратларини улашиб, Янги йил кайфиятини кенг тарқатдилар.
- Карвонга бўлган қизиқиш йилдан йилга ортиб бормоқда, кўплаб оилаларда у Янги йил анъаналарининг ажралмас қисмига айланди.

Соса-Cola яна бир бор исботладики, унинг мақсади нафақат мазали ичимлик тақдим этиш, балки инсонларни бирлаштириб, қувонч онларини яратишдан иборат. 2023–2024 йилларда Ўзбекистонда ўтказилган Янги йил карвони ҳақиқий мўъжиза бу – қайғуриш, яхшилик ва қувонч билан бўлишишда эканлигига ёрқин далил бўлди. «Байрам бизга келмоқда» – шунчаки қўшиқ эмас, балки Соса-Cola ҳар биримизга улашадиган байрамона кайфиятдир. Ҳар йили миллионлаб кишилар бу карвонни интизорлик билан кутадилар, Ўзбекистонда эса бу анъана ҳақиқатан ҳам ўзгача бўлишга улгурди. Авлодларни бирлаштирган ва байрамона хотираларни яратган ҳолда, Соса-Cola мўъжиза улашишда давом этмоқда.

