



# Coke खोल्, Let's GOOOAL!

## FIFA World Cup 26<sup>™</sup> ले विश्वभरका फुटबल प्रेमीलाई एकताबद्ध बनाउँदै

## फिफा र कोका-कोलाबीच पाँच दशक लामो साझेदारी

काठमाडौं : विश्वकप फुटबल प्रतियोगिताको आधिकारिक काउन्ट डाउन सुरु भएसँगै नेपालमा पनि फुटबलको उत्साह दिनप्रतिदिन बढ्दै गएको छ। चिया पसलदेखि कलेज क्याम्पससम्म, सामाजिक सञ्जालका बहसदेखि स्थानीय फुटबल मैदानसम्म विश्वकप सबैभन्दा ठूलो खेल महोत्सवबारे चर्चा हुन थालेको छ। प्रतियोगिता सुरु हुनु अघि केही हप्ता बाँकी भए पनि यसको माहोल अहिलेदेखि नै समर्थकहरूमाथि विशेष स्थान बनाएको छ। आगामी जून ११ देखि जुलाई १९ सम्म आयोजना हुने FIFA World Cup 26<sup>™</sup> प्रतियोगिताको इतिहासकै सबैभन्दा ठूलो संस्करणमध्ये एक हुने अपेक्षा गरिएको छ। अमेरिका, क्यानडा र मेक्सिकोले संयुक्त रूपमा आयोजना गर्ने यस विश्वकपमा पहिलो पटक ४८ राष्ट्रिय टोली सहभागी हुनेछन्। यसले प्रतियोगितालाई अझ प्रतियोगितात्मक र विश्वव्यापी विश्वास छ।

प्रत्येक चार वर्षमा आयोजना हुने विश्वकप नेपालभरकै प्रसारको उत्सवजस्तै बन्दै गएको छ। जहाँ फुटबल सबै उमेर समूहका मानिसहरूको दैनिक कुराकानीको मुख्य विषय बन्छ। आफ्ना मनपर्ने खेलाडीको जर्सी लगाएर बालबालिकादेखि राति अबरसम्म जाग्राम बसेर खेल हेर्ने वृद्ध समर्थकसम्म, नेपालमा फुटबलको विकास मात्र नभई मानवसँग जोडिएको ठूलो उत्सव बनेको छ। प्रतियोगिताको समयमा अर्जेन्टिना, ब्राजिल, पोर्चुगल, फ्रान्स जर्मनीजस्ता अन्तर्राष्ट्रिय टोलीप्रति समर्थकहरूले खुलेर समर्थन जनाउँछन्। त्यसैले फुटबल प्रतियोगिताको समर्थनले बन्दै गएको छ।

FIFA World Cup 26<sup>™</sup> बीचको सम्बन्ध अझ बलियो बन्दै गएको छ। विशेष गरी लामिन यमाल जस्ता खेलाडीहरूको उदयले फुटबलप्रतिको उत्साह बढाएको छ। युवा खेलाडीहरूको उदयले फुटबलको केन्द्रमा आफ्नो स्थान बनाइरहेको छ। यसको लागि फिफा र कोका-कोलाबीच पाँच दशक लामो साझेदारीको हिसा पनि हो।

काठमाडौं : FIFA World Cup 26<sup>™</sup> को माहोल बढ्दै जाँदा कोका-कोलाले एकपटक नेपालजस्ता बजारमा नयाँ आकारमा प्रवेश गर्न सक्ने अपेक्षा गरिएको छ। यसको लागि फिफा र कोका-कोलाबीच पाँच दशक लामो साझेदारीको हिसा पनि हो। यसको लागि फिफा र कोका-कोलाबीच पाँच दशक लामो साझेदारीको हिसा पनि हो।

विश्व फुटबलको केन्द्रमा आफ्नो उपस्थितिलाई बलियो बनाइरहेको छ। तर यो केवल केही समयका लागि गरिएको प्रचार अभियान मात्र नभई, आधुनिक फुटबल संस्कृतिलाई पाँच दशक लामो साझेदारीको हिसा पनि हो। यसको लागि फिफा र कोका-कोलाबीच पाँच दशक लामो साझेदारीको हिसा पनि हो।

नेपालमा पनि यो विश्वव्यापी रणनीति क्रमशः स्पष्ट देखिन थालेको छ। ठूलो फुटबल प्रतियोगिताका बेला फुटबल-थिममा आधारित एकाडेमि, QR कोडमार्फत सञ्चालन हुने प्रचार अभियान तथा सुदूर बजार केन्द्रित जातिविधिहरू देख्न सकिन्छ। विशेषगरी अन्तर्राष्ट्रिय फुटबल नजिकबाट पछ्याउने युवापुस्तालाई लक्षित गरी यस्ता अभियान सञ्चालन गरिन्छ। विश्व बजारको तुलनामा सानो स्तरमा भए पनि यस्ता जातिविधि फिफासँग सम्बन्धित अभियानहरू स्थानीय स्तरमै कति गहिरोसँग जोडिन थालेका छन् भन्ने देखाउँछ।

नेपाल अहिलेसम्म FIFA World Cup 26<sup>™</sup> मा छनोट हुन नसके पनि फुटबल समर्थकहरूको उत्साह सधैं रहने गरेको छ। प्रत्येक चार वर्षमा आयोजना हुने विश्वकप नेपालभरकै प्रसारको उत्सवजस्तै बन्दै गएको छ। जहाँ फुटबल सबै उमेर समूहका मानिसहरूको दैनिक कुराकानीको मुख्य विषय बन्छ। आफ्ना मनपर्ने खेलाडीको जर्सी लगाएर बालबालिकादेखि राति अबरसम्म जाग्राम बसेर खेल हेर्ने वृद्ध समर्थकसम्म, नेपालमा FIFA World Cup 26<sup>™</sup> प्रतियोगिताको इतिहासकै सबैभन्दा ठूलो संस्करणमध्ये एक हुने अपेक्षा गरिएको छ। अमेरिका, क्यानडा र मेक्सिकोले संयुक्त रूपमा आयोजना गर्ने यस विश्वकपमा पहिलो पटक ४८ राष्ट्रिय टोली सहभागी हुनेछन्। यसले प्रतियोगितालाई अझ प्रतियोगितात्मक र विश्वव्यापी विश्वास छ।

प्रत्येक चार वर्षमा आयोजना हुने विश्वकप नेपालभरकै प्रसारको उत्सवजस्तै बन्दै गएको छ। जहाँ फुटबल सबै उमेर समूहका मानिसहरूको दैनिक कुराकानीको मुख्य विषय बन्छ। आफ्ना मनपर्ने खेलाडीको जर्सी लगाएर बालबालिकादेखि राति अबरसम्म जाग्राम बसेर खेल हेर्ने वृद्ध समर्थकसम्म, नेपालमा फुटबलको विकास मात्र नभई मानवसँग जोडिएको ठूलो उत्सव बनेको छ। प्रतियोगिताको समयमा अर्जेन्टिना, ब्राजिल, पोर्चुगल, फ्रान्स जर्मनीजस्ता अन्तर्राष्ट्रिय टोलीप्रति समर्थकहरूले खुलेर समर्थन जनाउँछन्। त्यसैले फुटबल प्रतियोगिताको समर्थनले बन्दै गएको छ।

FIFA World Cup 26<sup>™</sup> बीचको सम्बन्ध अझ बलियो बन्दै गएको छ। विशेष गरी लामिन यमाल जस्ता खेलाडीहरूको उदयले फुटबलप्रतिको उत्साह बढाएको छ। युवा खेलाडीहरूको उदयले फुटबलको केन्द्रमा आफ्नो स्थान बनाइरहेको छ। यसको लागि फिफा र कोका-कोलाबीच पाँच दशक लामो साझेदारीको हिसा पनि हो।

काठमाडौं : FIFA World Cup 26<sup>™</sup> को माहोल बढ्दै जाँदा कोका-कोलाले एकपटक नेपालजस्ता बजारमा नयाँ आकारमा प्रवेश गर्न सक्ने अपेक्षा गरिएको छ। यसको लागि फिफा र कोका-कोलाबीच पाँच दशक लामो साझेदारीको हिसा पनि हो। यसको लागि फिफा र कोका-कोलाबीच पाँच दशक लामो साझेदारीको हिसा पनि हो।

विश्व फुटबलको केन्द्रमा आफ्नो उपस्थितिलाई बलियो बनाइरहेको छ। तर यो केवल केही समयका लागि गरिएको प्रचार अभियान मात्र नभई, आधुनिक फुटबल संस्कृतिलाई पाँच दशक लामो साझेदारीको हिसा पनि हो। यसको लागि फिफा र कोका-कोलाबीच पाँच दशक लामो साझेदारीको हिसा पनि हो।

नेपालमा पनि यो विश्वव्यापी रणनीति क्रमशः स्पष्ट देखिन थालेको छ। ठूलो फुटबल प्रतियोगिताका बेला फुटबल-थिममा आधारित एकाडेमि, QR कोडमार्फत सञ्चालन हुने प्रचार अभियान तथा सुदूर बजार केन्द्रित जातिविधिहरू देख्न सकिन्छ। विशेषगरी अन्तर्राष्ट्रिय फुटबल नजिकबाट पछ्याउने युवापुस्तालाई लक्षित गरी यस्ता अभियान सञ्चालन गरिन्छ। विश्व बजारको तुलनामा सानो स्तरमा भए पनि यस्ता जातिविधि फिफासँग सम्बन्धित अभियानहरू स्थानीय स्तरमै कति गहिरोसँग जोडिन थालेका छन् भन्ने देखाउँछ।

फुटबल विश्वेकहरूका अनुभवी टेलिभिजनको सहज पहुँच, सामाजिक सञ्जालको प्रभाव र अन्तर्राष्ट्रिय फुटबल लिग तथा प्रतियोगिताप्रति युवापुस्ताको बढ्दो आकर्षणका कारण नेपाल र FIFA World Cup 26<sup>™</sup> बीचको सम्बन्ध अझ बलियो बन्दै गएको छ। विशेष गरी लामिन यमाल जस्ता युवा खेलाडीहरूको उदयले विश्वभरका युवाहरूमा फुटबलप्रतिको उत्साह थप बढाएको छ। नेपालमा पनि युरोपियन फुटबल अत्यन्त लोकप्रिय भएकाले युवा समर्थकहरूमा यसको प्रभाव स्पष्ट रूपमा देखिन्छ।

प्रत्येक चार वर्षमा आयोजना हुने विश्वकप नेपालभरकै प्रसारको उत्सवजस्तै बन्दै गएको छ। जहाँ फुटबल सबै उमेर समूहका मानिसहरूको दैनिक कुराकानीको मुख्य विषय बन्छ। आफ्ना मनपर्ने खेलाडीको जर्सी लगाएर बालबालिकादेखि राति अबरसम्म जाग्राम बसेर खेल हेर्ने वृद्ध समर्थकसम्म, नेपालमा फुटबलको विकास मात्र नभई मानवसँग जोडिएको ठूलो उत्सव बनेको छ। प्रतियोगिताको समयमा अर्जेन्टिना, ब्राजिल, पोर्चुगल, फ्रान्स जर्मनीजस्ता अन्तर्राष्ट्रिय टोलीप्रति समर्थकहरूले खुलेर समर्थन जनाउँछन्। त्यसैले फुटबल प्रतियोगिताको समर्थनले बन्दै गएको छ।

FIFA World Cup 26<sup>™</sup> बीचको सम्बन्ध अझ बलियो बन्दै गएको छ। विशेष गरी लामिन यमाल जस्ता खेलाडीहरूको उदयले फुटबलप्रतिको उत्साह बढाएको छ। युवा खेलाडीहरूको उदयले फुटबलको केन्द्रमा आफ्नो स्थान बनाइरहेको छ। यसको लागि फिफा र कोका-कोलाबीच पाँच दशक लामो साझेदारीको हिसा पनि हो।

काठमाडौं : FIFA World Cup 26<sup>™</sup> को माहोल बढ्दै जाँदा कोका-कोलाले एकपटक नेपालजस्ता बजारमा नयाँ आकारमा प्रवेश गर्न सक्ने अपेक्षा गरिएको छ। यसको लागि फिफा र कोका-कोलाबीच पाँच दशक लामो साझेदारीको हिसा पनि हो। यसको लागि फिफा र कोका-कोलाबीच पाँच दशक लामो साझेदारीको हिसा पनि हो।

विश्व फुटबलको केन्द्रमा आफ्नो उपस्थितिलाई बलियो बनाइरहेको छ। तर यो केवल केही समयका लागि गरिएको प्रचार अभियान मात्र नभई, आधुनिक फुटबल संस्कृतिलाई पाँच दशक लामो साझेदारीको हिसा पनि हो। यसको लागि फिफा र कोका-कोलाबीच पाँच दशक लामो साझेदारीको हिसा पनि हो।

नेपालमा पनि यो विश्वव्यापी रणनीति क्रमशः स्पष्ट देखिन थालेको छ। ठूलो फुटबल प्रतियोगिताका बेला फुटबल-थिममा आधारित एकाडेमि, QR कोडमार्फत सञ्चालन हुने प्रचार अभियान तथा सुदूर बजार केन्द्रित जातिविधिहरू देख्न सकिन्छ। विशेषगरी अन्तर्राष्ट्रिय फुटबल नजिकबाट पछ्याउने युवापुस्तालाई लक्षित गरी यस्ता अभियान सञ्चालन गरिन्छ। विश्व बजारको तुलनामा सानो स्तरमा भए पनि यस्ता जातिविधि फिफासँग सम्बन्धित अभियानहरू स्थानीय स्तरमै कति गहिरोसँग जोडिन थालेका छन् भन्ने देखाउँछ।

## FIFA World Cup 26<sup>™</sup> अभियान नेपालमा सुरु, फुटबल पहुँच विस्तार गर्ने लक्ष्य

“आउँदै छ” भन्ने नारासहित FIFA World Cup 26<sup>™</sup> अभियान काठमाडौंमा औपचारिक रूपमा सुरु गरिएको छ। कोकाकोला नेपालद्वारा समर्थित यस अभियानको उद्देश्य विश्व फुटबलको उत्साहलाई नेपाली समर्थकसम्म अझ नजिक पुऱ्याउनु हो। अभियान अन्तर्गत देशभर विभिन्न कार्यक्रम, विशेष ब्राइडज र अन्तरक्रियात्मक जातिविधिमार्फत समर्थक सहभागीता बढाउने लक्ष्य राखिएको छ।

अभियानको सुरुवातसँगै कोका-कोलाले नेपालभर सीमित संस्करणका FIFA World Cup 26<sup>™</sup> थिममा आधारित पेट बोतल बजारमा ल्याएको छ। साथै कार्यक्रममा नयाँ टेलिभिजन विज्ञापन र आधिकारिक अभियान गीत पनि सार्वजनिक गरिएको थियो। कार्यक्रममा अभिनेता प्रदीप खड्का, फुटबल खेलाडी अजय विष्ट, अजयना रामाजरा साथै अभिनेत्री स्वस्तिमा खड्काको सहभागीताले विश्वकपतर्फ बढ्दो उत्साहलाई मजबुत गरेको थियो।

“Sip! Scan! Score!” अभियान पनि यस फिफा केन्द्रित कार्यक्रमको मुख्य आकर्षण बनेको छ। यसअन्तर्गत उपभोक्ताले QR कोड स्क्यान गर्न वा बोतलको ढक्की भित्र रहेको कोड प्रयोग गरेर विजयमा सहभागी हुन, अंक संकलन गर्न तथा फिफा सम्बन्धी पुरस्कार र अनुभव जित्ने अवसर पाउनेछन्। यही अभियानमार्फत नेपालभरबाट ११ जना सहभागीलाई विश्वकपसँग सम्बन्धित विशेष अनुभव र कोका-कोला उपहार ह्यामपेरका लागि छनोट गरिसकिएको छ।

उत्पादन प्रवर्द्धनमन्त्रालय बाहिर गएर यो अभियानले नेपालमा फुटबल संस्कृतिलाई अझ विस्तार गर्ने प्रयास पनि गरिरहेको छ। फ्यान जोन, प्रतियोगिता, साप्ताहिक खेल प्रदर्शन तथा डिजिटल अभियानमार्फत अन्तर्राष्ट्रिय फुटबल प्रतियोगिताप्रति दर्शक सहभागीता बढाउने लक्ष्य राखिएको छ। विश्वव्यापी रूपमा रेकर्ड स्तरको दर्शक आकर्षित गर्ने अपेक्षा गरिएको FIFA World Cup 26<sup>™</sup> नजिकिँदै जाँदा, यस अभियानले नेपाली फुटबल समर्थकहरूमा थप उत्साह सिर्जना गर्ने विश्वास गरिएको छ।

फुटबल विश्वेकहरूका अनुभवी टेलिभिजनको सहज पहुँच, सामाजिक सञ्जालको प्रभाव र अन्तर्राष्ट्रिय फुटबल लिग तथा प्रतियोगिताप्रति युवापुस्ताको बढ्दो आकर्षणका कारण नेपाल र FIFA World Cup 26<sup>™</sup> बीचको सम्बन्ध अझ बलियो बन्दै गएको छ। विशेष गरी लामिन यमाल जस्ता युवा खेलाडीहरूको उदयले विश्वभरका युवाहरूमा फुटबलप्रतिको उत्साह थप बढाएको छ। नेपालमा पनि युरोपियन फुटबल अत्यन्त लोकप्रिय भएकाले युवा समर्थकहरूमा यसको प्रभाव स्पष्ट रूपमा देखिन्छ।

काठमाडौं : FIFA World Cup 26<sup>™</sup> को माहोल बढ्दै जाँदा कोका-कोलाले एकपटक नेपालजस्ता बजारमा नयाँ आकारमा प्रवेश गर्न सक्ने अपेक्षा गरिएको छ। यसको लागि फिफा र कोका-कोलाबीच पाँच दशक लामो साझेदारीको हिसा पनि हो। यसको लागि फिफा र कोका-कोलाबीच पाँच दशक लामो साझेदारीको हिसा पनि हो।

विश्व फुटबलको केन्द्रमा आफ्नो उपस्थितिलाई बलियो बनाइरहेको छ। तर यो केवल केही समयका लागि गरिएको प्रचार अभियान मात्र नभई, आधुनिक फुटबल संस्कृतिलाई पाँच दशक लामो साझेदारीको हिसा पनि हो। यसको लागि फिफा र कोका-कोलाबीच पाँच दशक लामो साझेदारीको हिसा पनि हो।

नेपालमा पनि यो विश्वव्यापी रणनीति क्रमशः स्पष्ट देखिन थालेको छ। ठूलो फुटबल प्रतियोगिताका बेला फुटबल-थिममा आधारित एकाडेमि, QR कोडमार्फत सञ्चालन हुने प्रचार अभियान तथा सुदूर बजार केन्द्रित जातिविधिहरू देख्न सकिन्छ। विशेषगरी अन्तर्राष्ट्रिय फुटबल नजिकबाट पछ्याउने युवापुस्तालाई लक्षित गरी यस्ता अभियान सञ्चालन गरिन्छ। विश्व बजारको तुलनामा सानो स्तरमा भए पनि यस्ता जातिविधि फिफासँग सम्बन्धित अभियानहरू स्थानीय स्तरमै कति गहिरोसँग जोडिन थालेका छन् भन्ने देखाउँछ।



OFFICIAL PARTNER

## FIFA World Cup 26<sup>™</sup> ले नेपालमा बढाउँदै फुटबलप्रतिको आकर्षण

नेपाल अहिलेसम्म FIFA World Cup 26<sup>™</sup> मा छनोट हुन नसके पनि विशेषगरी शहर र साना बजार क्षेत्रका युवापुस्तामा फुटबल देशकै सबैभन्दा लोकप्रिय खेलमध्ये एक बन्दै गएको छ। धेरै समर्थकका लागि विश्वकप केवल अन्तर्राष्ट्रिय प्रतियोगिता मात्र होइन, साथीभाइ, परिवार र समुदायलाई राति अबरसम्म घुम्नै सक्ने रणनीति हो। काठमाडौं, पोखरा तथा अन्य शहरी क्षेत्रका क्याफे, रेस्टुरेन्ट र सार्वजनिक स्थानहरू ठूलो खेलका बेला अनौपचारिक दर्शकस्थलमा परिवर्तन हुने गरेका छन्। समूहमा नेता भएर आफ्ना मनपर्ने टोलीलाई समर्थन गर्ने, खेलको हरेक क्षणमा उत्साह व्यक्त गर्ने र साधारण रातलाई फुटबलमय माहौलमा बदल्ने दृश्य सामान्यजस्तै बन्दै गएको छ। विश्वकपबाहेकका अन्तर्राष्ट्रिय खेल र स्थानीय प्रतियोगिताहरूमा पनि दर्शक रंगशाला जस्ता रंगशालामा उल्लेखनीय दर्शक उपस्थिति देखिन गएको छ, जसले फुटबलप्रतिको रुचि केवल मौसमी नभई स्थायी रहेको संकेत गर्छ।

स्थानीय स्तरमा पनि फुटबल विस्तार भइरहेको छ। सिकपस फुटसल मैदानहरू व्यस्त देखिन्छन्, विद्यालय तथा स्थानीय प्रतियोगिताहरू बढिरहेका छन् र देशका विभिन्न भागमा युवाहरूको सहभागीता निरन्तर बृद्धि भइरहेको छ। पूर्वधार र अन्तर्राष्ट्रिय अनुभवका चुनौतीहरू अझै भए पनि फुटबलप्रतिको माहौल गहिरो र स्थायी देखिन्छ। धेरै हिसाबले हेर्दा नेपालमा फुटबल अब केवल खेल मात्र रहेन। विशेषगरी FIFA World Cup 26<sup>™</sup> को समय नजिकिँदा यो सामाजिक जीवनको हिस्सा, भेटघाटको माध्यम र विश्व खेलकुदसँग जोडिने एउटा साझा अनुभव बनिस्केको हो।