



Para alavancar doações para o Natal Sem Fome, Rock in Rio, em parceria com Ação da Cidadania, sorteia 250 pares de ingressos para a edição de 2022

Aproveitando a ansiedade e desejo do público de estar presente na Cidade do Rock no ano que vem, o festival embarca na campanha para levar comida para a mesa de milhares de famílias. Aqueles que realizarem doações de R\$ 20, a partir do dia 7 de dezembro, já estarão concorrendo a ingressos para o evento

Rio de Janeiro, 7 de dezembro de 2021: O Rock in Rio preparou uma ação especial neste fim de ano que vai impulsionar ainda mais o combate a fome no país. Em uma parceria com a ONG Ação da Cidadania, o festival promove a campanha do Natal Sem Fome com o intuito de incentivar uma maior arrecadação de doações que vão levar alimentos a diversas famílias brasileiras. Entre os dias 7 e 25 de dezembro, aqueles que realizarem doações a partir de R\$ 20 para a campanha estarão concorrendo a um par de ingressos de gramado para a próxima edição do Rock in Rio, em setembro de 2022. Ao todo, a promoção vai premiar 250 pares de ingressos. Também para que mais pessoas possam se engajar nesta causa, a campanha estará presente para todo o país nas plataformas digitais do evento e ganhará as ruas do Rio de Janeiro pelas mídias out-of-home (OHH).

Para a organização do festival, com o grande aumento do número de pessoas passando fome no país, é fundamental colaborar para amenizar esta situação, afinal, como dizia Betinho, fundador da ONG Ação da Cidadania, “quem tem fome, tem pressa”. “Após um grande período que passamos com o distanciamento social, o Natal deste ano é ainda mais importante em nossas vidas, para celebrarmos e estarmos juntos de quem amamos. Mas além disso, precisamos fazer algo para minimizar um cenário que se agravou muito neste período, que é o das pessoas que passam fome. Queremos proporcionar um fim de ano melhor para diversas famílias que enfrentam dificuldades em seus lares. A ideia da doação de ingressos veio pelo grande número de pessoas que querem adquirir um bilhete para estar na Cidade do Rock, em 2022. Acreditamos que o sorteio dos ingressos, que são o nosso maior ativo, é uma boa forma de incentivar ainda mais os fãs do festival a participarem desta corrente pelo bem e levar os alimentos a quem precisa” conta Roberto Medina, presidente do Rock in Rio.





As doações para a ONG Ação da Cidadania em parceria com o Rock in Rio são feitas por meio do Natal Sem Fome, pelo site natalemfome.org.br/rockinrio. Desde o início da pandemia, em março de 2020, a entidade arrecadou cerca de 32 mil toneladas de alimentos que foram destinados a mais de 12,5 milhões de pessoas em todo o país. “A Ação da Cidadania sempre contou com a cultura e, mais uma vez, temos a parceria fantástica com o Rock In Rio. Neste momento de tragédia humanitária que estamos vivendo no Brasil, um mundo melhor passa pela cidadania e por reconhecer a importância de ajudar os que não têm o mais básico da vida, o alimento. Que essa campanha de solidariedade possa unir a sociedade para que tenhamos o maior Natal Sem Fome de todos os tempos.”, afirma Daniel Souza, presidente do Conselho da Ação da Cidadania.

Rock in Rio como canal de comunicação para potencializar a mensagem

Para gerar um engajamento ainda maior do público, o Rock in Rio vai ativar toda a sua rede de canais de comunicação e também espalhar pela cidade do Rio de Janeiro diversas mídias que vão relembrar e incentivar constantemente o carioca a fazer as doações para a ONG Ação da Cidadania. A ideia é acionar o maior número de pessoas para que todos possam ter um Natal feliz neste ano, sem faltar alimentos nos lares dos brasileiros.

No relógio instalado pelo Rock in Rio na Praia de Copacabana, que realiza a contagem regressiva para a edição de 2022 do festival, informações sobre as doações estarão passando pelo telão a todo o momento. Galhardetes e mídias em painéis digitais distribuídos por diversos bairros da cidade também espalharão a mensagem do combate à fome no Brasil.

Rock in Rio Cards esgotados em tempo recorde

Os 200 mil Rock in Rio Cards colocados à venda em 21 de setembro esgotaram em tempo recorde, 1h28. De acordo com a organização do Rock in Rio, o volume de acessos simultâneos ultrapassou a casa de 800 mil usuários únicos para a compra do Rock in Rio Card. Isso significa que se o festival tivesse aberto a venda oficial de ingressos na ocasião, teria público para encher duas edições inteiras de Rock in Rio, considerando que a média de vendas por pessoas é de 2 bilhetes.

Saiba mais sobre o que já foi anunciado para a edição de 2022 do Rock in Rio





Para 2022, a organização já divulgou nomes do line-up do Palco Mundo, como IRON MAIDEN, Dream Theater, Megadeth e Sepultura + Orquestra Sinfônica Brasileira, que se apresentam no dia 2; Post Malone, Marshmello, Jason Derulo e Alok, no dia 3; Justin Bieber, Demi Lovato e Iza, no dia 4; Guns N' Roses, Måneskin, no dia 8; Coldplay, Camila Cabello, Bastille e Djavan, no dia 10; e Dua Lipa e Ivete Sangalo fechando o festival no dia 11. Já no Palco Sunset, as atrações confirmadas são Joss Stone, Corinne Bailey Rae, Gloria Groove e Duda Beat que fazem shows no dia 8 de setembro; CeeLo Green no dia 10; e Ludmilla e Macy Gray, encerrando o dia 11. O Rock in Rio 2022 acontece nos dias 2, 3, 4, 8, 9, 10 e 11 de setembro de 2022, na Cidade do Rock, no Parque Olímpico do Rio de Janeiro.

Sobre o Rock in Rio

O Rock in Rio foi criado para dar voz a uma geração e promover experiências únicas e inovadoras. Em 1985, o evento foi responsável por colocar o Brasil na rota de shows internacionais. Batendo recordes de público a cada edição e gerando impactos positivos nos países onde é realizado, se consagrou como o maior festival de música e entretenimento do mundo. Consciente do poder disseminador da marca, hoje o Rock in Rio pauta-se por ser um evento com o propósito de construir um mundo melhor para pessoas mais felizes, confiantes e empáticas num planeta mais saudável.

A internacionalização da marca começou por Portugal, Lisboa, em 2004, onde o evento acontece até hoje, seguido por Espanha (Madri) e pelos Estados Unidos (Las Vegas). No Rock in Rio, os números não param de crescer. Pelas Cidades do Rock já passaram mais de 10 milhões de visitantes nestas 20 edições. Em 35 anos, o festival ganhou o mundo e tornou-se um verdadeiro parque de experiências, mas muito além disso, cresceu e ampliou a sua atuação, sempre com o olhar no futuro.

Adotando e incentivando práticas que apoiam o coletivo, o Rock in Rio preza pela construção de um mundo melhor e se une a empresas que possuem este mesmo olhar e diretriz. Em 2013, foi reconhecido por seu poder realizador ao receber a certificação da norma ISO 20121 – Eventos Sustentáveis. Desde a primeira edição, já gerou 237 mil empregos diretos e indiretos e investiu, junto com seus parceiros, mais de R\$ 110 milhões em diferentes projetos, passando por temas como sustentabilidade, educação, música, florestas, entre outros.

Sobre a Ação da Cidadania





A Ação da Cidadania foi fundada em 1993 pelo sociólogo Herbert de Souza, conhecido como Betinho, com o intuito de combater a fome e a desigualdade socioeconômica em nosso país e ajudar os mais de 32 milhões de brasileiros vivendo abaixo da linha da pobreza naquele ano. Desde sua criação, a ONG deu início a uma série de iniciativas, sendo o Natal Sem Fome a mais célebre delas. Após dez anos sem ser realizada, a campanha voltou em 2017 e, em 2020, ganhou força total para ajudar os agora dezenas de milhões de brasileiros que vivem abaixo da linha da pobreza, segundo dados do Cadastro Único do Governo Federal.

Informações para imprensa

PR Rock in Rio

Approach Comunicação

Jullia Bustamante (Atendimento): +55 21 99599-0015

jullia.bustamante@approach.com.br

Fabiana Guimarães (Diretora): +55 21 99476-4050

fabiana.guimaraes@approach.com.br



PATROCINADORES



americanas

Ipiranga



PATROCINADOR MASTER



PATROCINADOR INSTITUCIONAL



MEDIA PARTNERS



ASSESSORIA DE IMPRENSA



APOIADORES



APOIADORES

