



Rock in Rio 2022 terá mais de 500 produtos oficiais para a edição deste ano

Divididos em 14 categorias diferentes, os artigos vão desde produtos de casa e decoração até vestuário, acessórios para pets e alimentação

Book de produtos: [Aqui.](#)

Fotos da coletiva: [Aqui.](#)

[Site produtos oficiais](#)

Rio de Janeiro, 19 de julho de 2022 – Faltam apenas 45 dias para a tão esperada abertura de portas da nona edição do Rock in Rio Brasil e quem é fã já pode começar a entrar no clima do maior festival de música e entretenimento do mundo. Para a edição do reencontro, do abraço, a organização apresenta para 2022 uma variedade de mais de 500 produtos oficiais e licenciados com a marca do festival. Junto com a Angra Marcas, empresa parceira no licenciamento da Marca Rock in Rio, esse marco vem crescendo categoricamente desde 2001. Ao longo das edições no Brasil, o Rock in Rio já atingiu a marca de mais de 3.3 mil produtos licenciados.

A venda de produtos oficiais e licenciados supera a cada ano as expectativas não só do público, mas da própria organização, que busca novidades sempre atreladas a muita qualidade na entrega ao público. O sucesso ao longo das edições estimula a associação das marcas com o evento, além de impulsionar a criação cada vez maior de produtos que carregam todo o cuidado nos detalhes, características presentes no DNA do festival.

"A cada ano o Rock in Rio se consolida ainda mais como uma plataforma de comunicação, que busca dialogar com públicos variados e com uma pluralidade de conteúdos e experiências que vai muito além da música. Associar-se com a marca Rock in Rio entrega para as empresas uma conexão com os fãs do festival durante todo o ano e não somente nos dias de evento. A credibilidade do evento junto às marcas se comprova através dos relacionamentos de longo prazo que estabelecemos com as mesmas", avalia Luis Justo, CEO do Rock in Rio.





Os produtos estão divididos em 14 categorias, um acréscimo de seis categorias em comparação com a última edição: alimentos, vestuário, casa e decoração, utensílios domésticos, roupa íntima, viagem, maquiagem, enxaguante bucal, óculos e relógio, boné, calçados, acessórios PET, acessórios de celular e pin. A variedade e quantidade de itens se deve à parceria do festival com 24 marcas que, mesmo em um momento pós pandêmico, apostam no Rock in Rio por sua solidez e por entregar para seus fãs muito mais do que produtos, mas experiências.

As marcas que estarão no mercado brasileiro associadas ao Rock in Rio são: 3 Corações, Bob's, Boneleska, Cellairis, C&A, Chilli Beans, Colcci, Colgate, CVC, DORITOS®, Enfim, Ellus, FreeFaro, Glück, Iceberg, Ímãs do Brasil, KitKat, LPO, Lupo, Natura, Pierim, Reserva Go, Rochedo, Westwing. Elas comercializarão produtos que vão desde linha de maquiagem, chocolate KitKat, camisa, jaqueta, óculos de sol e de grau, enxaguante bucal, relógio, escova de dentes, boné, top, ímãs, casaco, chaveiro, calcinha, cueca, meia, passando por powerbanks, capa de celular, petisqueira, canecas, squeeze, coleira cães e gatos, até bowls e kit bebida. Este ano, o evento traz, ainda, uma linha exclusiva para bebês, com body, babador, almofada, além de uma linha de frigideiras da Rochedo.

Os preços dos produtos variam de R\$ 3,20 até R\$ 699,00 e alguns já podem ser encontrados nos pontos de venda físico e online de cada marca.

Lista com algumas das marcas presentes nesta edição:

Boneleska

A Boneleska, empresa com 30 anos no mercado de bonés, está situada na cidade de Apucarana/PR. Com experiência em atender grandes eventos, este é o 6º ano em que a Boneleska fabrica os bonés do Rock in Rio. Para nós é motivo de orgulho estar na cabeça de um dos maiores Festivais de música do Mundo.

C&A

A C&A patrocina, pela primeira vez, a edição deste ano do Rock in Rio. A varejista, que também será copatrocinadora do palco Sunset no festival, apresentou a coleção dos produtos licenciados – bonés, camiseta, cropped e jaqueta jeans - desenvolvidos exclusivamente para o evento. “A C&A traz o look oficial do Rock in Rio. São cinco peças que materializam a essência do festival, um evento





democrático que reúne diversas gerações, que assim como a C&A, faz parte da vida das pessoas”, afirma Mariana Moraes, head de Marketing da C&A.

Chilli Beans

Pioneira em temas como diversidade, varejo, desenvolvimento de marca, inovação e criatividade, a Chilli Beans se consolidou mercado através de quatro pilares: Moda, Música, Arte e Cultura Pop, lançando coleções icônicas em parceria com grandes estilistas, artistas, personagens, celebridades, fashionistas e festivais musicais de renome mundial.

Colgate

Pela terceira vez consecutiva, Colgate Plax é o enxaguante bucal oficial do Rock in Rio Brasil. Para este ano, em parceria com a VMLY&R, a marca criou uma campanha digital com o conceito “A Freshficácia vai tomar conta do Rock in Rio Brasil 2022, que também reforça atributos do produto, com edição especial e limitada para o evento”.

DORITOS®

Snack oficial do Rock in Rio, DORITOS® patrocina mais uma edição do evento levando toda sua personalidade "bold" para o festival. Além de promover a diversidade & inclusão por meio do patrocínio das ações de acessibilidade no festival, a marca prepara o lançamento de um novo produto para dar ainda mais sabor ao tão esperado Rock in Rio 2022.

FreeFaro

FreeFaro em parceria com o Rock In Rio criaram um universo do Rock in Rio pros pets na sua nova coleção. Inspirada na atitude do festival, a coleção utiliza o estilo sticker que representa o universo da linguagem Rock’n Roll para voltar a celebrar a música em um grande festival. Os adesivos contam histórias, comunicam e embelezam através de logos de bandas, revistas do gênero e agora estampam a nova coleção oficial Rock in Rio & FreeFaro. Essa colab inédita conta com coleiras, guias, peitorais e bandana.

Icebrg

Icebrg é uma marca brasileira focada no design e produção de pins de alta qualidade para que você possa se vestir de CULTURA-POP por onde quer que vá. Fundada em 2019 na cidade de São Paulo,





vem conquistando fãs brasileiros rapidamente e obtendo alto engajamento nas redes sociais. Em 2022 a Iceberg orgulhosamente se junta ao maior festival de música do planeta e lança a coleção de 5 pins oficiais do Rock in Rio.

KitKat

KitKat é uma marca global, lançada no Reino Unido em 1935. Hoje está presente em mais de 80 países, com chocolate Nestlé e wafer crocante. KitKat, o chocolate da Nestlé mais vendido em todo o mundo detentor do slogan “Have a Break. Have a KitKat” (“Dê um Tempo. Coma um KitKat”, na tradução livre para o português)

Lupo

A Lupo, empresa centenária e marca referência no mercado têxtil brasileiro, lançará uma coleção exclusiva de produtos para o Rock in Rio, fruto de um licenciamento inédito. A coleção Lupo Urban Rock in Rio unirá tecnologia, design, beleza e muito estilo, em produtos pensados para que todos possam curtir o festival com liberdade de movimentos e muito conforto.

Natura

Fundada em 1969, a Natura é uma multinacional brasileira de higiene e cosmética. Conta com mais de 2 milhões de consultoras na América Latina, sendo líder no setor de venda direta no Brasil. Faz parte de Natura &Co, resultado da combinação entre as marcas Avon, Natura, The Body Shop e Aesop. A Natura foi a primeira companhia de capital aberto a receber a certificação de empresa B no mundo, em dezembro de 2014, o que reforça sua atuação transparente e sustentável nos aspectos social, ambiental e econômico.

Pierim

A Pierim representa de forma autêntica e criativa as diversas regiões do Brasil, com suas cores e peculiaridades. Deixamos registrado, em produtos, um pouquinho de cada lugar. A coleção Rock in Rio não poderia ser diferente, somamos ícones * Rio + Festival * para criar uma coleção de artes modernas, cheias de brasilidade e muita cultura estampada. Nossos produtos coloremem experiências e transformam boas memórias em presentes para sempre.

Reserva Go





A Reserva Go, marca de calçados e acessórios da Reserva, entra na trend do maior festival de música e entretenimento do mundo e lança uma collab inédita com o Rock in Rio, trazendo produtos exclusivos e versões limitadas do tênis TypeR. Comercializados no e-commerce e nas lojas físicas da Reserva e Reserva Go, os produtos chegam com versões renovadas do tênis clássico da marca e chinelos, que carregam o logotipo do Rock in Rio em tiragem com poucas unidades para os fãs do festival.

Rochedo

Rochedo celebra o lançamento de sua incrível parceria com o Rock in Rio, evento que compartilha experiências inesquecíveis pelo mundo afora e que, agora, também pode estar presente na cozinha dos brasileiros. Unindo o melhor dos dois mundos – música e gastronomia, a marca criou uma linha oficial de frigideiras que unem atitude, design e qualidade, toda estilizada e com cores vibrantes. Além de trazer estilo, os itens também são ideais para quem busca praticidade e funcionalidades que facilitam o dia a dia, como a exclusiva base Limpa Fácil, que facilita a limpeza e não deixa as frigideiras mancharem nas chamas do fogão, e têm uma faixa antiderrapante que oferece mais firmeza e segurança no preparo, já que elas não deslizam na grade do fogão.

Westwing

Westwing é uma plataforma de casa, decoração e lifestyle. O modelo de negócios conhecido como shoppable magazine possibilita campanhas diárias de curta duração, milhares de novos produtos todos os dias no ar, marcas e oportunidades exclusivas, além de fartas doses de inspiração. Além deste, os clientes também têm acesso a uma curadoria de produtos diferenciada no WestwingNow. Desde março de 2020, a loja de decoração online oferece itens disponíveis a qualquer hora, por tempo ilimitado e com a garantia de uma entrega mais rápida.

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 21 edições. Em 37 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.

Informações para imprensa

PR Rock in Rio

Approach Comunicação

rockinrio@approach.com.br

Isabella Werneck (Assistente) - 21 97626-1837

isabella.werneck@approach.com.br

Jullia Bustamante (Atendimento) - 21 99599-0015

jullia.bustamante@approach.com.br

Camila Acatauassú Xavier (Coordenadora) – 21 98257-3800

camila.xavier@approach.com.br

Marina Milhazes (Gerente) - 21 98810-6760

marina.milhazes@approach.com.br

Fabiana Guimarães (Diretora) - 21 98818-4845

fabiana.guimaraes@approach.com.br

Credenciamento de Imprensa

credenciamento.rockinrio@approach.com.br

