



Rock in Rio anuncia ganhadores do Prêmio Rock in Rio Atitude Sustentável 2022

Prêmio que visa dar visibilidade pública e expressão às entidades mais sustentáveis é entregue a patrocinadores e fornecedores no Palco Mundo

Rio de Janeiro, 11 de setembro de 2022 – No último dia do Rock in Rio 2022, a organização anunciou os ganhadores do Prêmio Rock in Rio Atitude Sustentável, que desde 2008 já premiou mais de 35 parceiros (patrocinadores e fornecedores) pelas suas práticas sustentáveis. Nesta edição, na categoria ‘stand’, o vencedor foi Doritos da PepsiCo Brasil, já na categoria ‘loja’, o vencedor foi a Americanas. A marca Rentokil foi a ganhadora na categoria ‘fornecedor’. O prêmio, distribuído nas categorias “operador de stand”, “loja” e “fornecedor”, visa reconhecer e dar visibilidade pública e expressão aqueles parceiros que implementam (dentro e fora da Cidade do Rock) medidas inovadoras e relevantes para a redução do impacto ambiental, contribuem para a justiça social e para o desenvolvimento econômico local e nacional.

Ciente de que o futuro deve ser construído agora, o Rock in Rio, há 37 anos, se propõe a dar palco a conversas relevantes que contribuem para a construção de um mundo melhor. O festival abraça a sustentabilidade e, desde 2001, passou a promover campanhas com um olhar voltado para a causa, sempre com ações facilitadoras que chamavam a atenção do público, da comunidade e dos parceiros, convocando-os para que se engajassem e somassem força junto ao festival. Além de dar continuidade à sua certificação na norma ISO 20121, o festival estabeleceu metas ambiciosas para 2030, que se concentram essencialmente nas temáticas que o Rock in Rio acredita serem as mais necessárias para alimentar conversas que serão cada vez mais relevantes: educação, sistemas alimentares, alterações climáticas, economia circular, inclusão e pluralidade.

“O Rock in Rio é um dos poucos eventos do mundo que detém a ISO 20121 de sustentabilidade. Está no nosso DNA assumir a responsabilidade sobre o espaço que vivemos e acreditamos muito em usar a força do festival para seguir promovendo o desenvolvimento de impactos positivos para a sociedade. Por isso, desde 1985 que o festival assume um compromisso: o de sermos agentes ativos na construção de um mundo melhor e levarmos isso conosco para qualquer lugar. Valorizar parceiros e fornecedores e engajá-los para tornar o evento ainda mais sustentável é um dos nossos compromissos”, conta Roberta Medina, vice-presidente Executiva do Rock in Rio.

Além de prepararem um plano especial para as ações de diversidade e inclusão a serem implementadas no Rock in Rio, a PepsiCo Brasil preparou um treinamento através de vídeo sensibilização, distribuiu brindes com materiais não descartáveis nos sete dias de festival e se uniu a Braskem no compartilhamento de práticas sustentáveis. O prêmio foi entregue à Patricia





Nagão e Livia Favaro, respectivamente gerente de Marketing de Doritos e gerente de Cidadania Corporativa da PepsiCo no Brasil, que deixaram mensagens: “Para nós de DORITOS® ganhar o Prêmio Atitude Sustentável por mais uma vez é gratificante, pois reforça a importância de gerar uma experiência, não só única, mas também inclusiva.”, afirma Patrícia Nagão. Livia Favaro reforça emocionada “Trazer propósito para o maior festival do mundo, o Rock in Rio, reforça nossos compromissos de PepsiCo Positive com a Sustentabilidade, Equidade, Diversidade e Inclusão, porque só é bom, se for para todo mundo.”

Ganhadora da categoria ‘loja’, a Americanas — patrocinadora e e-commerce oficial do evento — trouxe para o festival temas como diversidade, questão racial e uso consciente dos recursos naturais. A marca, que recebeu o prêmio por Marcelli Valle e Mariana Moragas, gerentes de Marketing, também criou espaços e ativações com as melhores práticas socioambientais, como acessibilidade, gestão de resíduos e diversidade. “Esse reconhecimento é resultado de um trabalho intenso para levar para o Rock in Rio um pouco da forte agenda de transformação socioambiental da Americanas, que já impactou mais de 1,7 milhão de pessoas ao longo do último ano. Nossos estandes destacaram nosso compromisso com a Agenda 2030 da ONU e com algumas das importantes pautas que acreditamos e investimos: a inclusão, diversidade, a promoção da igualdade de gênero e a redução dos impactos das mudanças climáticas. Com eles, reafirmamos o nosso propósito de somar o que o mundo tem de bom para melhorar a vida das pessoas. Somamos cultura, vozes e ação”, disse Washington Teothonio, CMO da Americanas S.A..

A marca Rentokil foi a ganhadora na categoria ‘fornecedor’. A companhia possui comprometimento com uma visão holística de sustentabilidade, além de se preocupar com o bem-estar dos colaboradores, bem como seu crescimento profissional. A Rentokil compartilhou práticas de sustentabilidade com os fãs do Rock in Rio, durante os sete dias de festival. Miriam Marcia Miranda, consultora comercial da Rentokil, recebeu o troféu no Palco Mundo e destacou: “Estamos honrados com a premiação de 2022. A Rentokil possui diversas práticas sustentáveis e trouxe para o Rock In Rio uma proposta que visa garantir ambientes livres de pragas urbanas, com condições adequadas e seguras de alimentos e higiene. “As ações da Rentokil vão de acordo ao sistema que o RIR solicita de seus fornecedores. O evento tem uma preocupação muito grande com toda essa parte de setor alimentar, saúde e bem-estar, e nós estamos junto com eles, auditando e monitorando todos os espaços, atuando com responsabilidade tanto social, quanto ambiental”

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

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

