

Rock in Rio

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE

ROCK IN RIO POR UM MUNDO MELHOR DE 2001 A 2021

ÍNDICE



CARTA DE ROBERTA MEDINA 3 **20 ANOS DE PROJETOS SOCIOAMBIENTAIS NA OPINIÃO** **DE PESSOAS MUITO IMPORTANTES.....4**

ENQUADRAMENTO HISTÓRICO.....7
DO SONHO À REALIDADE.....8
ROCK IN RIO EM NÚMEROS.....9
POR UM MUNDO MELHOR 11
EVOLUÇÃO AO LONGO DOS ANOS..... 12
SELOS, PRÊMIOS E CERTIFICAÇÕES..... 16

CULTURA ORGANIZACIONAL17

CARTA DO CEO DO ROCK IN RIO..... 18
OS PILARES DA NOSSA CULTURA..... 19
POLÍTICA DE SUSTENTABILIDADE 21
MODELO DE GOVERNANÇA..... 24

PEOPLE..... 25

STAKEHOLDERS 26
EQUIPA..... 28
CARATERIZAÇÃO 29
ENVOLVIMENTO 32
VOLUNTARIADO..... 33
EQUIPE DE APOIO..... 34
PÚBLICO..... 37
PERFIL..... 38
CAMPANHAS 44
PARCEIROS 46
ENVOLVIMENTO PARCEIROS 47
CAMPANHAS INSPIRADORES DOS PARCEIROS 53
CONDIÇÕES DE TRABALHO..... 59
CADEIA DE VALOR 60
INCLUSÃO 63
INCLUSÃO SOCIAL 64
DOAÇÕES..... 65
ACESSIBILIDADE..... 66

PLANET.....71

PEGADA CARBÔNICA..... 72
GESTÃO DE RESÍDUOS 76
MOBILIDADE..... 87
ENERGIA..... 91
ÁGUA 95

PROFIT.....98

IMPACTO ECONÔMICO 99
ECONOMIA LOCAL E NACIONAL..... 100
RETORNO DE MEDIA 102

CAMPANHAS 103

HIGHLIGHTS 103
LINHA DO TEMPO 104
1985 A 2019..... 108

CARTA DE ROBERTO MEDINA 127



“ Temos que assumir não só as nossas próprias responsabilidades, mas um **compromisso coletivo**, enquanto cidadãos e profissionais, em cada atividade do nosso dia-a-dia, na busca e construção de um mundo mais sustentável. O desafio é nos mantermos **interessados, comprometidos e persistentes** em relação às nossas opções e alternativas para que mesmo em momentos onde pareçamos estar falando sozinhos, a gente não desista. ”

ROBERTA MEDINA

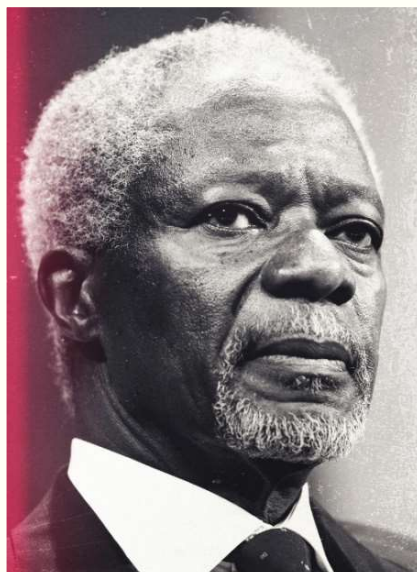
VICE PRESIDENTE EXECUTIVA DO ROCK IN RIO

VICE PRESIDENTE DE SUSTENTABILIDADE

ACIONISTA DA ROCK WORLD



20 ANOS DE PROJETOS SOCIOAMBIENTAIS NA OPINIÃO DE PESSOAS MUITO IMPORTANTES



KOFI ANNAN

Secretário Geral da ONU e prêmio Nobel da Paz 2001

My dear friends,
What could be better than a week of music in Rio [de Janeiro]? And the answer is, a week of music in Rio dedicated to making live better for people everywhere.

And that's what you're having. You've gathered to enjoy the music, but also to proclaim that we can make a better world if we work together for it.

You're wright! When the music is over you must go on thinking about the kind of world you want to live in, and you must work together to achieve it.

Declaração na abertura do Rock in Rio 2001.



JORGE SAMPAIO

Presidente da República de Portugal

Para resumir o essencial da atitude sustentável que hoje celebramos e que todos os premiados partilham entre si, apesar da diversidade dos seus perfis e dos domínios de atuação própria, penso poder dizer que os une e que, também a nós, nos traz aqui, é o desejo comum de construirmos um futuro com mais diversidade (no plano ambiental e cultural), com mais igualdade (de oportunidades, no plano do desenvolvimento económico e social) e mais solidariedade (entre gerações, no seio das nossas comunidades e entre todas as sociedades)!

Declaração no lançamento do prêmio Rock in Rio Atitude Sustentável, Rock in Rio Lisboa 2010.



RAMOS HORTA

Nobel da Paz 1996

Bom dia, Boa tarde, Boa noite a todos os participantes no Rock in Rio.
Iniciativa benemérita, iniciativa nobre do Rock in Rio de recolher os fundos vindos dos participantes no Rock in Rio, que são centenas de milhares, para projetos sociais, projetos nobres, para melhorar a qualidade de vida daqueles que são mais pobres do que nós, aqueles que vivem à margem das condições humanas mínimas dignas de um ser humano. É nossa solidariedade, é nossa responsabilidade ética e moral, contribuir para este projeto social do Rock in Rio.

Declaração na tenda Por Um Mundo Melhor, Rock in Rio Lisboa 2004.



NUNO CRATO

Ex Ministro Português da Educação

Tenho imenso gosto em contribuir para este prêmio, contribuir para esta iniciativa que vai destacar a gratidão pública, que todos nós temos, pelas pessoas que fazem algo que perdura, pessoas, instituições e iniciativas que fazem algo que perdura.

Eu julgo que a educação é, por natureza, algo sustentável porque aquilo que se educa, que se ensina, aquilo que se transmite a uns fica e esses transmitem a outros e por isso é uma atividade que sem gastar muita energia e sem desperdício se repercute pela nossa sociedade numa forma muito positiva. Julgo que todos nós estamos gratos a professores, iniciativas, escolas e a colegas, e é isso que este prêmio traduz.

Declaração no lançamento do prêmio Rock in Rio Atitude Sustentável, Rock in Rio Lisboa 2010.



GISELE BÜNDCHEN

Modelo e ativista ambiental

Eu sou a Gisele Bündchen. O Rock in Rio assumiu um papel importante como porta-voz das alterações climáticas.

O mundo vem sofrendo reações muito fortes da natureza e isso é sinal de que temos que tomar alguma atitude, já! Pode ser apagar a luz, fechar a torneira, ensinar alguém a fazer o mesmo, plantar uma árvore, agir com ética ou tomar um banho mais curto.

Nossos pequenos gestos juntos vão fazer a diferença no futuro do nosso planeta, eu estou fazendo a minha parte. Você faça a sua também!

Declaração na abertura do Rock in Rio 2017.



ZÉ PEDRO

Guitarrista dos Xutos & Pontapés

A intervenção e a doação de parte dos lucros para causas sociais é também um carimbo importantíssimo na filosofia que move esta equipe de excelentes profissionais [do Rock in Rio], que já conta com o contributo de muitos portugueses, mesmo nas edições realizadas em outros países.

Declaração in livro “EU FUI – as histórias do Rock in Rio por quem as viveu”, 2012, Guerra e Paz.





ENQUADRAMENTO HISTÓRICO

DO SONHO À REALIDADE

Em 1985, **Roberto Medina**, abriu pela primeira vez os portões da Cidade do Rock, o que parecia impossível naquela época marcada pelo final da ditadura, no Brasil.

Foi neste cenário que nasceu o Rock in Rio, com o objetivo de trazer para o país um evento de grande dimensão, para dar esperança e um futuro melhor a uma sociedade que estava se reerguendo, e assim se deu início à construção de um mundo melhor.

Com o objetivo de proporcionar ao seu público um mundo de experiências únicas utilizando o poder da música para unir pessoas, na sua terceira edição, em 2001, no Rio de Janeiro, nasce o projeto **POR UM MUNDO MELHOR**, que através da força do festival pretende motivar as pessoas a implementarem mudanças no seu dia a dia que resultem na adoção de boas práticas.



ROCK IN RIO EM NÚMEROS

20 EDIÇÕES

2.301 ARTISTAS

10 MILHÕES DE PESSOAS NO PÚBLICO





**110 MILHÕES DE REAIS | 35 MILHÕES DE EUROS
INVESTIDOS EM PROJETOS SOCIAIS E
AMBIENTAIS**

200

ENTIDADES APOIADAS ANUALMENTE

56.400 PESSOAS

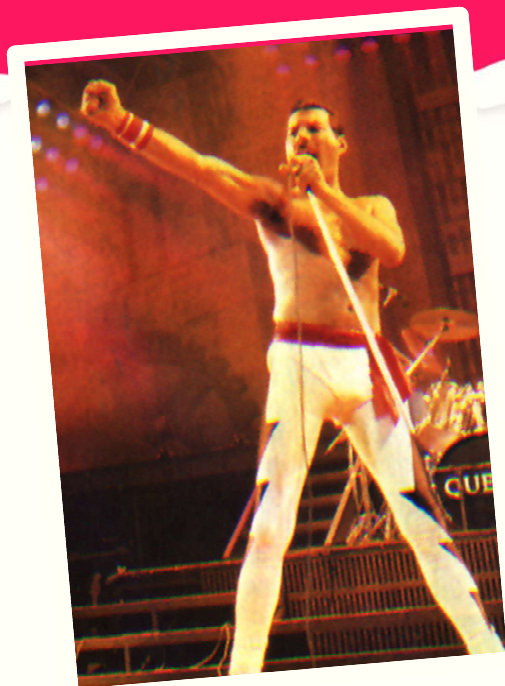
BENEFICIADAS TODOS OS ANOS

POR UM MUNDO MELHOR EM NÚMEROS



- **3.200 JOVENS** puderam terminar o ensino fundamental no Rio de Janeiro.
- **100 SALAS DE AULA** construídas em áreas carentes e pacificadas no Rio de Janeiro.
- **10 SALAS DE MÚSICA** criadas no Rio de Janeiro.
- **28 PROJETOS** financiados através da UNESCO.
- **1 ESCOLA** construída na Tanzânia.
- **43 PAÍSES** onde financiamos projetos através da PLAN INTERNATIONAL CHILD REACH.
- **1 CENTRO DE SAÚDE** construído no Maranhão, Brasil.
- **14 SALAS SENSORIAIS** equipadas em Portugal para jovens com deficiências motoras e mentais.
- **760 PAINÉIS FOTOVOLTAICOS** instalados em escolas portuguesas, que durante 15 anos vão gerar verbas para projetos sociais.
- **445.500 JOVENS** economizaram recursos avaliados em 1,8 milhões de euros na Gincana Rock in Rio lançada em Portugal, entre todas as escolas do país.
- **50.000 REFEIÇÕES** doadas em Lisboa e Las Vegas.
- **2.200 INSTRUMENTOS** recebidos por doação, recuperados e encaminhados para 150 ONG no Brasil.
- **160.000 €** em 80 bolsas de estudo no ensino da música em Portugal.

EVOLUÇÃO AO LONGO DOS ANOS



1985



ONDE TUDO COMEÇOU



1991



2ª EDIÇÃO
MARACANÃ



2001



NASCE O
POR UM MUNDO MELHOR



2004



1ª EDIÇÃO EM PORTUGAL
ESCOLA NA TANZÂNIA
CENTRO DE SAÚDE NO MARANHÃO

EVOLUÇÃO AO LONGO DOS ANOS



2006



1ª VEZ CARBONO ZERO
1º PROJETO DE reflorestação



2008



ROCK IN RIO ESCOLA SOLAR
1º MANUAL REDUÇÃO EMISSÕES
1ª EDIÇÃO EM MADRID



2010



ROCK IN RIO ESCOLA SOLAR
1º PLANO DE SUSTENTABILIDADE

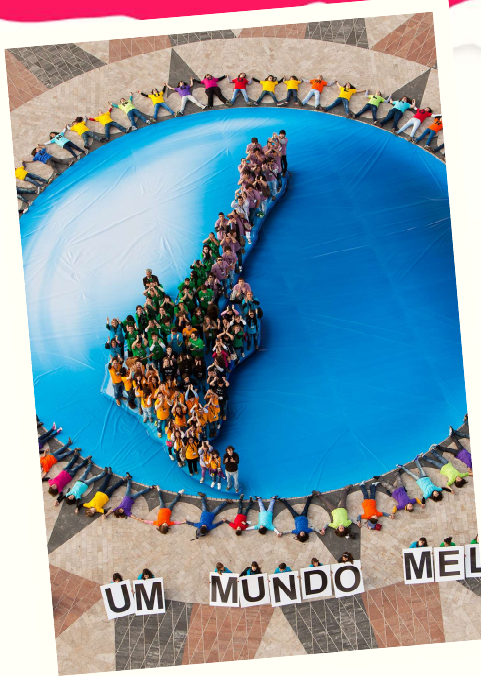


2011



REGRESSA AO BRASIL
10 SALAS DE MÚSICA NO RIO DE JANEIRO

EVOLUÇÃO AO LONGO DOS ANOS



2012



GINCANA ROCK IN RIO
80 BOLSAS NA ÁREA DA MÚSICA



2013



1ª CERTIFICAÇÃO ISO 20121 – EVENTOS
SUSTENTÁVEIS
CAMPANHA LIXO NO LIXO, RIO NO CORAÇÃO



2014



10 ANOS EM PORTUGAL



2015



reflorestação DAS MARGENS DO GUANDÚ
1ª EDIÇÃO EM LAS VEGAS

EVOLUÇÃO AO LONGO DOS ANOS



2016



AMAZONIA LIVE
100% RESÍDUOS RECICLADOS E VALORIZADOS



2017



PISO TÁTIL SINALÉTICA EM BRAILE



2018



ADOÇÃO DO COPO REUTILIZÁVEL
MENOS 10 TONELADAS DE RESÍDUOS



2019



PARCERIA COM ONU – OBJETIVOS
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
CAMPANHA TOD+S POR UM MUNDO MELHOR

SELOS, PRÊMIOS E CERTIFICAÇÕES



2006 Primeiro festival **100R**, em Portugal, selo que garante a valorização e reciclagem do lixo produzido.

2009 prêmio **Energy Globe Award** pelo projeto Rock in Rio Escola Solar que resultou na instalação de 760 painéis fotovoltaicos em escolas de Portugal.

2011 Primeiro festival **100R**, no Brasil, selo que garante a valorização e reciclagem do lixo produzido.

2012 prêmio europeu **EEMusic** na categoria de sustentabilidade.

2013 Um dos primeiros grandes eventos em todo o mundo a conseguir a certificação **ISO 20121 – Eventos Sustentáveis**.

2017 Global Conservation Hero Award da Conservation International, pelo projeto **Amazonia Live**

2018 **Sê-Lo Verde do Ministério do Ambiente**, pelas iniciativas desenvolvidas em mobilidade, eficiência energética e educação ambiental, tendo desenvolvido uma campanha para a valorização da floresta portuguesa.

2020 Assina o **Compromisso Verde** da Lisboa Capital Verde Europeia 2020, juntando-se à cidade de Lisboa no cumprimento das metas ambientais.



Energy globe award



certificado ISO





CULTURA ORGANIZACIONAL

R E L A T Ó R I O D E S U S T E N T A B I L I D A D E



“ O Rock in Rio, desde sua criação, sempre teve por trás um propósito maior: **usar a sua visibilidade como uma grande plataforma de comunicação para mobilizar a sociedade em direção ao mundo melhor.** Não existe melhor forma de mobilização se não o exemplo. O compromisso com a sustentabilidade do nosso evento é uma demonstração de que é possível desenvolver negócios, mobilizar pessoas, gerar empregos e impacto econômico, sem perder o enfoque de que tudo isso só faz sentido se em primeiro lugar vier a nossa dimensão de seres humanos que precisam conviver em uma sociedade mais justa, diversa e equalitária e em harmonia com a preservação de nosso planeta para a nossa e para as futuras gerações. ”

LUIS JUSTO
CEO DO ROCK IN RIO

SONHAR



CRIATIVIDADE

Somos inquietos e livres para sonhar. Desafiarmo-nos constantemente a criar, acertar e errar. Aprendemos juntos, sempre a provocar para tirar o melhor de cada um.



CORAGEM

O impossível não é para nós. Somos um grupo que transforma a nossa paixão e competência em coragem para atingir os nossos objetivos. O impossível é algo que nos move determinantemente dia após dia: a sua presença estimula-nos, a sua ausência assusta-nos.



PENSAR GRANDE

Somos ousados e por isso pensamos em ideias grandiosas, mesmo sabendo que venham acompanhadas de risco. Somos *experts* em criar soluções que mobilizam parceiros e que com as nossas plataformas viabilizam as nossas ideias de grande impacto.



EU FAÇO

Nossa história orgulha-nos e inspira-nos, o que nos torna uma equipe apaixonada. A nossa inspiração é transformar o mundo e assim ampliar o nosso legado a cada dia.

OS PILARES DA NOSSA CULTURA



FAZER



TODOS NA MESMA DIREÇÃO

Somos uma família. Sabemos onde queremos chegar. Trabalhamos em parceria e respeitamos uns aos outros. Juntos somos melhores.



INTEGRIDADE

Somos indivíduos íntegros, éticos e plenos. As nossas atitudes refletem sempre a premissa de que os nossos resultados nunca se sobreponham à construção de um coletivo saudável.



WORK HARD PLAY HARD

Nossa equipe alcança sempre os melhores resultados num contexto de superação e grande responsabilidade de entrega, sem nunca perder o ambiente de diversão em família. Com alegria e paixão, tudo é possível.



EXCELÊNCIA

Nosso compromisso é surpreender sempre, entregando mais que as expectativas. Somos obstinados pelos detalhes e assim garantimos que a próxima experiência será sempre a melhor.

POLÍTICA DE SUSTENTABILIDADE



Conduzidos pelo nosso propósito **Por um Mundo Melhor**, comprometemo-nos a deixar um legado positivo e duradouro na comunidade onde acontece o Rock in Rio.

Promovemos através do exemplo e da disseminação a construção de práticas sustentáveis que gerem valor económico, social e ambiental, directo ou indirecto, junto de todas as Partes Interessadas por forma a alcançarmos o nosso propósito de um **Rock in Rio Por Um Mundo Melhor**.

Promovemos um evento seguro, tendo em conta a saúde, segurança, conforto, acessibilidade, igualdade, inclusão e bem-estar de todos, cumprindo além todos os regulamentos aplicáveis aos Direitos Humanos, Legislação Laboral e outras Regulamentações pertinentes, com vista às melhores práticas.

Garantimos a elaboração e implementação de processos de envolvimento, programações de conteúdo, entretenimento e disponibilização de informação de forma a que seja inclusiva e acessível a todas as Partes Interessadas na experiência **Rock in Rio**.

Garantimos transparência e integridade nas nossas transações comerciais, relações institucionais e laborais.

Comprometemo-nos a longo prazo à promoção e manutenção de uma gestão baseada na melhoria contínua, fornecendo os recursos e os conhecimentos necessários para cumprir as metas de sustentabilidade do **Rock in Rio**.





CERTIFICAÇÃO INTERNACIONAL

O Rock in Rio recebeu em 2013, a primeira certificação na América Latina na norma internacional ISO 20121 e um dos primeiros grandes eventos em todo o mundo, logo a seguir às olimpíadas de Londres onde a norma nasceu e foi testada, certificação no âmbito da gestão sustentável do maior evento de música e entretenimento do mundo.

Esta certificação é o reconhecimento do poder realizador da marca que desenvolve diversas ações no âmbito do seu compromisso com a construção de um mundo melhor, assumindo a responsabilidade dos seus impactos, minimizando os negativos e potencializando os positivos, desenvolvendo ainda ações para a compensação dos impactos negativos sociais, ambientais e econômicos que sejam inevitáveis.

ISO 20121 – EVENTOS SUSTENTÁVEIS

Em cada edição do Rock in Rio, são avaliadas 15 questões identificadas como chave para garantir a sustentabilidade do Rock in Rio nos três pilares ambiental, social e económico



ACESSIBILIDADE E VISUALIZAÇÃO Questões de acessibilidades associadas ao contexto do local, instalações, adequações, serviços prestados, incluindo marketing e comunicação etc.



SUBORNO E CORRUPÇÃO Políticas anticorrupção, presentes e gratificações.



COMUNICAÇÃO Atividades relacionadas ao envolvimento das partes interessadas e a circulação das informações de forma clara e transparente.



COMUNIDADE LOCAL Impactos diretos e indiretos nas atividades do evento na comunidade, questões de entrada, operação e saída (ruídos, trânsito, iluminação etc.).



PRÁTICAS DO CONSUMIDOR Atividades em risco de não satisfazer as necessidades do público/consumidor em relação à segurança, liberdade de escolha, informação, direitos do consumidor e educação sobre os impactos da escolha do consumidor.



DISCRIMINAÇÃO E GRUPOS VULNERÁVEIS Atividades em risco significativo de discriminação, ou violação dos direitos de grupos vulneráveis e de povos indígenas.



DESEMPENHO ECONÓMICO Impactos económicos diretos e indiretos na comunidade.



AQUISIÇÕES E ESCOLHA DE MATERIAIS E SERVIÇOS Critérios de sustentabilidade com relação a consumíveis, considerando o uso eficiente de todos os materiais no ciclo de vida completo.



UTILIZAÇÃO DE RECURSOS Atividades em risco de utilização irresponsável e ineficiente de recursos, incluindo energia, água e materiais. Dever-se-á combinar ou substituir recursos não renováveis com recursos renováveis e sustentáveis, por exemplo, utilizando tecnologias inovadoras. Considerar também a conservação dos recursos.



ALIMENTOS E BEBIDAS Os serviços de fornecimento de alimentos e bebidas são acessíveis e oferecem escolha e equilíbrio e são seguros e higiénicos.



DESENVOLVIMENTO HUMANO E FORMAÇÃO Força de trabalho por tipo de emprego, contrato e região, e programas para gestão de competências e apoio contínuo da empregabilidade da força de trabalho e da cadeia de valor.



BIODIVERSIDADE E PRESERVAÇÃO Valorizar e proteger a diversidade da vida em todas as suas formas, protegendo e restaurando serviços de ecossistema e uso da terra e dos recursos naturais de forma sustentável em conexão com o local do evento, fornecimento de alimentos e bebidas (por exemplo, espécies ameaçadas de extinção) e utilização de materiais etc.



SEGURANÇA e BEM-ESTAR Políticas e procedimentos de segurança (sistemas de emergência e evacuação) e direitos humanos.

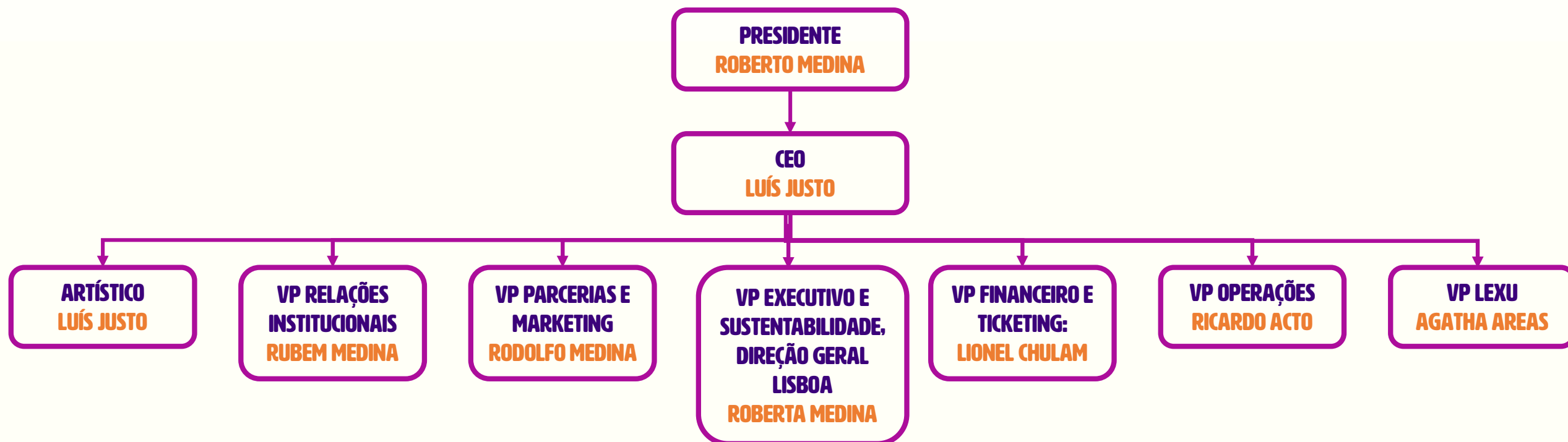


RESÍDUOS Prevenção, redução, deposição e gestão de resíduos.



TRANSPORTE E LOGÍSTICA Impactos do transporte de pessoas (acesso ao transporte para pessoas com deficiência) e mercadorias.

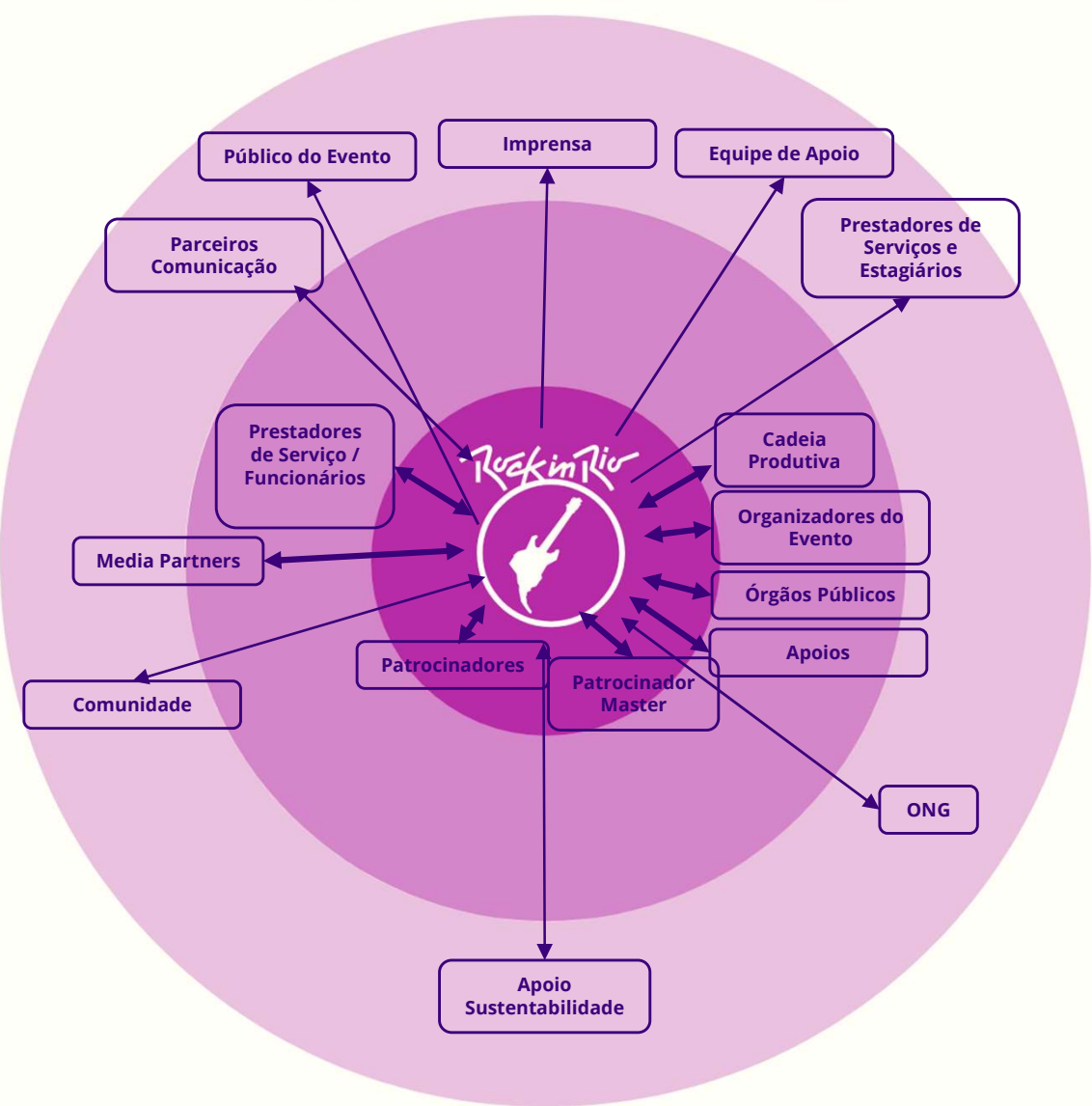
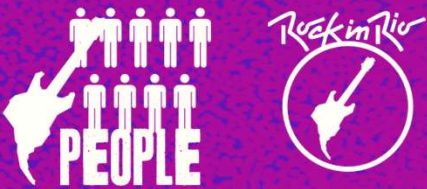
MODELO DE GOVERNANÇA





**TODOS OS PROJETOS QUE ABRAÇAMOS TÊM COMO OBJETIVO PRINCIPAL
MELHORAR A VIDA DO PRÓXIMO E PROVOCAR TRANSFORMAÇÕES NO
SEU DIA A DIA.**

STAKEHOLDERS



Estes são os nossos **STAKEHOLDERS**, que de forma direta ou indireta constroem o Rock in Rio connosco ou o impactam de alguma forma.

LEGENDA

Proximidade da Relação

- Próxima
- Média
- Distante

Força da Relação

- Forte
- Média

Tipo da Relação

- Bilateral
- Unilateral

STAKEHOLDERS



ORGANIZADORES DE EVENTOS

Acompanhamos o que se faz pelo mundo ao nível de festivais de música e do entretenimento. A nossa forma de sensibilizar e envolver a concorrência é através da disponibilização no nosso site dos nossos documentos de apoio, como o plano de sustentabilidade.



CADEIA PRODUTIVA

O nosso compromisso com os fornecedores é ajudar a que a sua atividade no Rock in Rio seja desenvolvida de forma mais sustentável, mostrando novas formas de fazer, melhores práticas, incentivando a uma melhoria não só no serviço que nos prestam, como para integração nas suas metodologias de trabalho internas.



PATROCINADORES

Partilham o sonho connosco de um mundo melhor e caminham lado a lado na construção de um evento mais sustentável. Com quem temos o compromisso a cada edição de superar a qualidade do nosso evento.



EQUIPE

Há um sentimento que é comum à equipe que trabalha no Rock in Rio, a entreajuda. Há um envolvimento da equipe na premissa da melhoria contínua através de iniciativas que premeiam os que mostram ter uma atitude mais sustentável quer na sua atividade profissional quer na sua vida pessoal.



COMUNIDADE LOCAL

Em Lisboa, a população de Marvila partilha connosco a afeição pelo parque pelo que assumimos um compromisso de grande proximidade com os moradores. Nos comprometemos a anular os impactos negativos e a melhorar as condições do parque de edição para edição e ainda chamamos a população para construir a cidade do Rock.



PÚBLICO DO EVENTO

Todas as ações são pensadas tendo por foco central o público. Antes do Rock in Rio acontecer e ao longo dos dias de evento são levadas a cabo ações de consciencialização que abordam variados temas desde a mobilidade, centrada na deslocação do público ao evento, a questões sociais prementes.



ARTISTAS

Demonstramos aos artistas que assumimos os impactos, através da atribuição de um certificado Carbono Zero, que certifica que as emissões da sua atuação foram compensadas pela organização, e envolvemo-los nas causas sociais que apoiamos, disponibilizando informação nos espaços por onde os artistas vão estar.



COMUNIDADE NACIONAL

Para além do estímulo à economia nacional e da promoção do país, o Rock in Rio lança ações de sensibilização para toda a comunidade tentando que se envolvam nas causas apoiadas pelo evento e também promovemos a adoção de boas práticas sociais e ambientais através da divulgação.



ORGANIZAÇÕES

Trabalhamos em parceria com instituições de solidariedade social enquanto beneficiárias, entidades privadas e públicas enquanto parceiros de apoio técnico e de desenvolvimento de ações para públicos específicos, escolas e universidades.



MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Desde sempre que o Rock in Rio estabelece parcerias com os meios de comunicação e comunica as suas ações relacionadas com todas as atividades do evento, incluindo as relacionadas à sustentabilidade.

EQUIPE

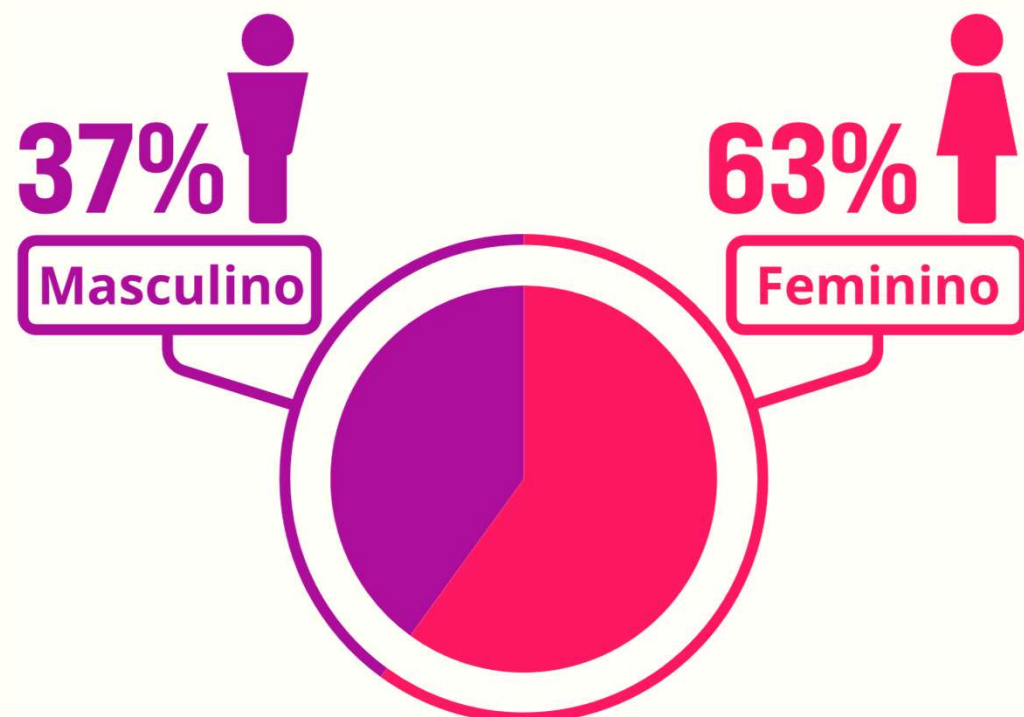


CARACTERIZAÇÃO DA EQUIPE

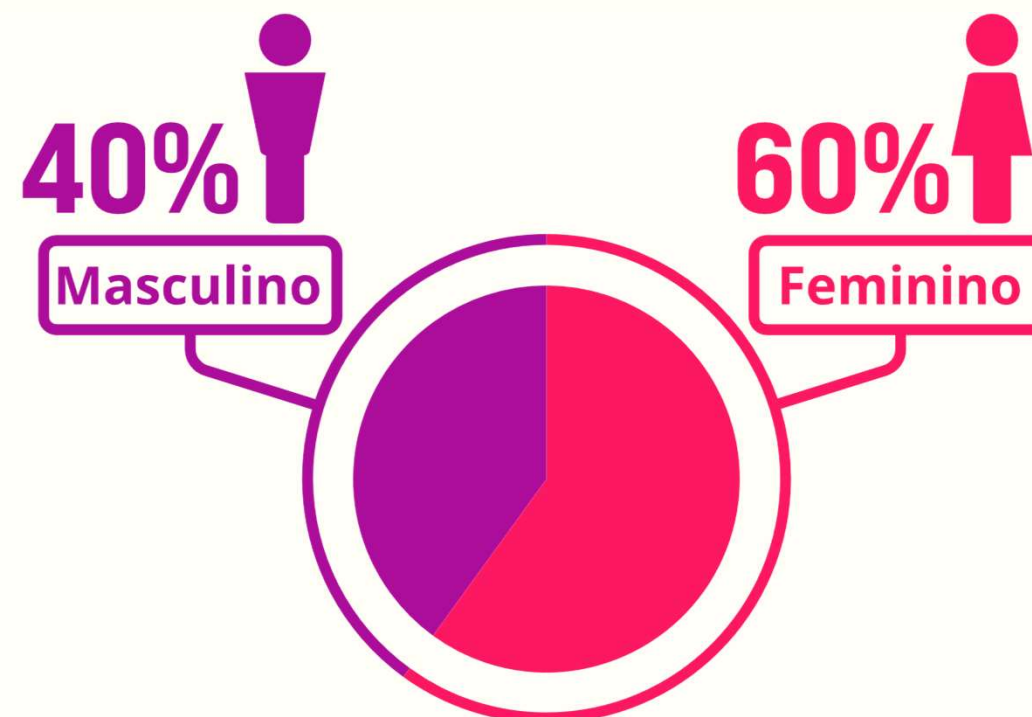


GÉNERO

RIO DE JANEIRO



LISBOA

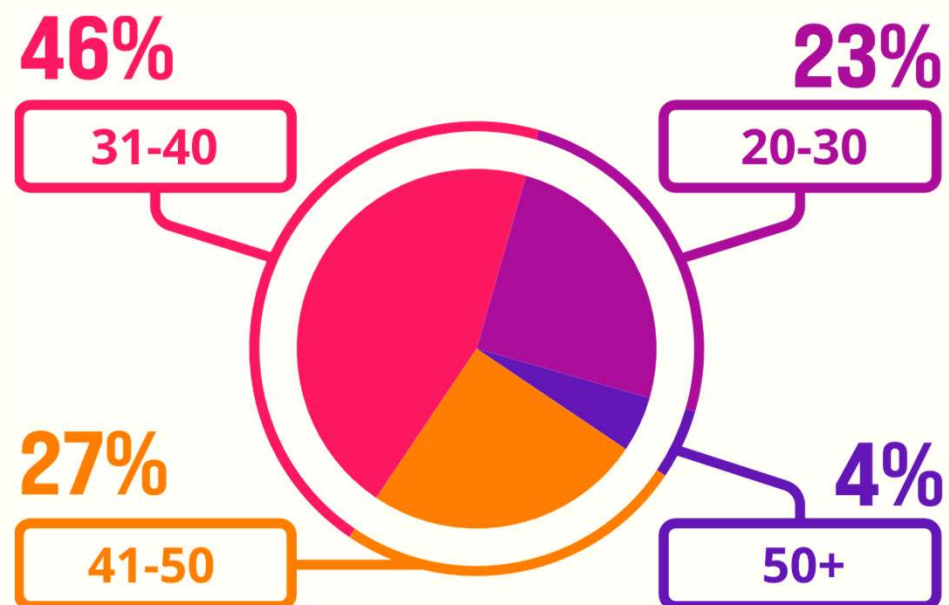


CARACTERIZAÇÃO DA EQUIPE

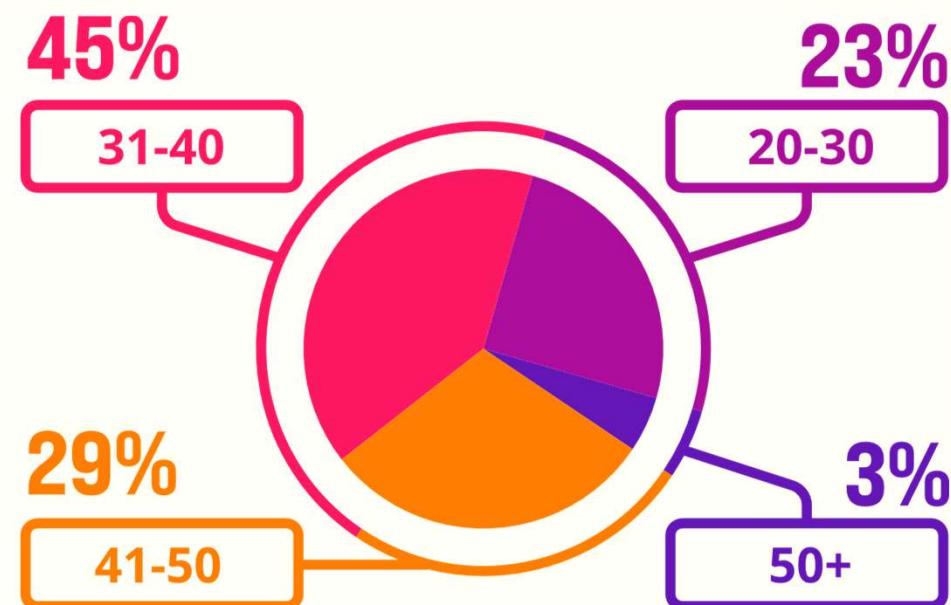


FAIXA ETÁRIA

RIO DE JANEIRO



LISBOA

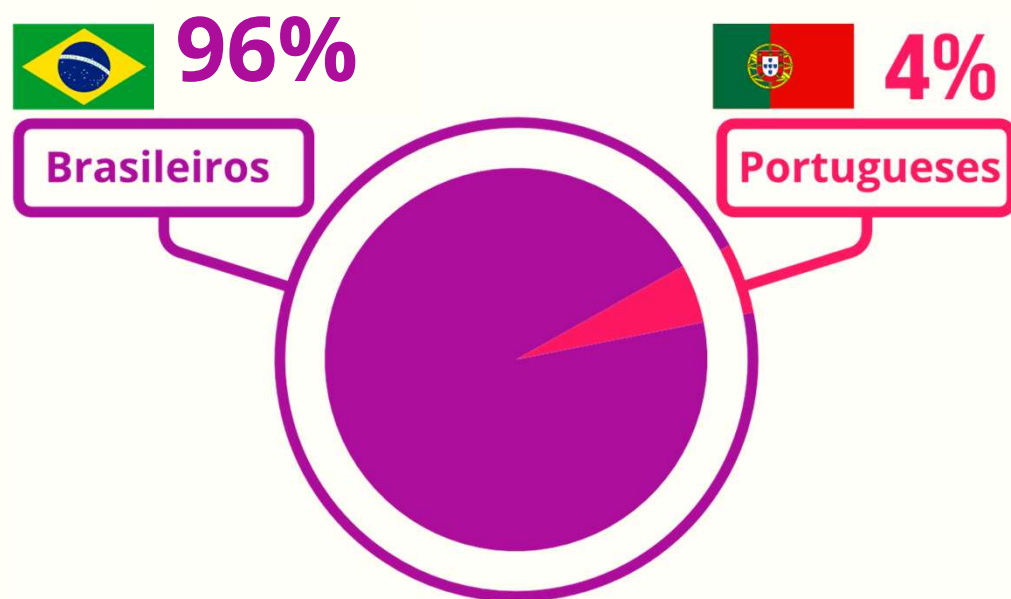


CARACTERIZAÇÃO DA EQUIPE

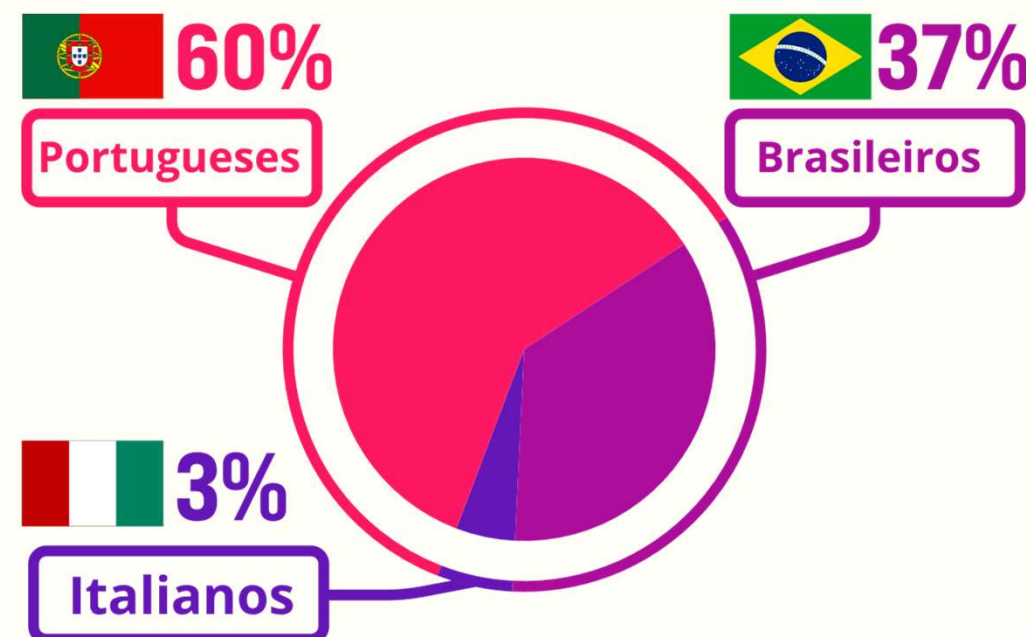


NACIONALIDADE

RIO DE JANEIRO



LISBOA



ENVOLVIMENTO DA EQUIPE



FORMAÇÃO

A equipe fixa tem todos os anos formação em sustentabilidade e em SGES (Sistema de Gestão de Eventos Sustentáveis), onde se pretende renovar a informação. Esta formação é depois estendida a cada pessoa nova que entra para fazer o Rock in Rio.

AÇÕES

Momento sorRIR – a equipe do Rock in Rio identifica no público momentos que se identificam com os valores do Rock in Rio e premia o público com brindes. Para incentivar atitudes que tornam o Rock in Rio um evento positivo, alegre e contagiante, através de um reconhecimento a gestos que normalmente passam despercebidos. A felicidade e surpresa dos premiados, que tiveram atitudes positivas sem esperar receber nada em troca, mas receberam.

A equipe é incentivada a participar ativamente na sustentabilidade do evento no dia a dia do seu trabalho, iniciativas como:

- **Premiação das melhores práticas;**
- **Desafio “O que você fez hoje por um mundo melhor?”;**
- **Ações de limpeza de praia**
- **Participação ativa nas campanhas como “Lixo No Lixo, Rio No Coração”.**



VOLUNTARIADO



Em Lisboa, de 2004 a 2014, o Rock in Rio abriu a possibilidade para cerca de 500 pessoas de todas as idades de fazerem parte do grupo de voluntários que depois de formados eram integrados nas diversas equipas da organização do evento. Estes participavam nas iniciativas do Rock in Rio num horário reduzido, podendo depois assistir os concertos e participar nas diversões da Cidade do Rock. O Rock in Rio recebia cerca de 10.000 candidaturas para 500 vagas, programa este que foi criado por um protocolo com o Instituto da Juventude.

Em 2012, desenvolveu-se um projeto de voluntariado sénior para a promoção do envelhecimento ativo, tendo criado uma bolsa específica só para séniores dentro da equipa de voluntariado.

Este projeto cessou em 2014, com a nova legislação sobre voluntariado, tendo sido muito impactante na vida de milhares de pessoas que puderam assim experimentar o interior do Rock in Rio e ter uma visão que só a equipa tem e ainda desfrutar da diversão que o evento proporciona e do espírito da equipa Rock in Rio.



EQUIPE DE APOIO



Desenhada como um projeto com voluntários, a operação cresceu e tornou-se um grande processo seletivo com contratação temporária de mão de obra para diversos setores do evento. As possibilidades vão desde a orientação do público na chegada, à orientação das filas, até ao atendimento aos *headliners* nos camarins, a recolha de autógrafos nas guitarras a serem leiloadas, acompanhar vencedores de concursos na área VIP, as oportunidades são infinitas!

Por ser um trabalho temporário, com salário compatível com o do mercado, a equipe de apoio acabou por se tornar uma grande oportunidade para pessoas que procuram o seu primeiro emprego, que tenham alguma necessidade especial, ou ainda que precisem se reinserir no mercado de trabalho.

No Brasil, nas primeiras edições, a equipe de apoio era recrutada entre os alunos de uma universidade parceira, a Estácio de Sá. Em 2019, foi a primeira vez que este processo foi aberto ao grande público. Foram 18.000 inscritos para a seleção de 900 pessoas.

O processo seletivo durou aproximadamente três meses, e contou com as fases de entrevista e avaliação do perfil, experiência, motivação e comportamento.

Depois de selecionados, os candidatos faziam um exame médico e todo o processo de admissão, além de receberem uma formação específica já na sua área de atuação.

Em Portugal, contamos com o apoio da ETIC para a integração dos jovens recém formados na equipe do Rock in Rio.

Além da experiência de trabalhar no Rock in Rio, esse processo abre a oportunidade dos profissionais trabalharem noutros eventos do grupo, como a Game XP e a CCXP, para além de outras edições e parceiros do Rock in Rio.



EQUIPE DE APOIO

Temos exemplos de pessoas que se destacaram de tal forma nas suas funções, que acabaram incorporados na equipe do Rock In Rio



“A minha história profissional com o Rock in Rio começou em 2013. Na época eu entrei através de uma parceria com a faculdade em que eu estudava. Confesso que na época com 23 anos e com nada na cabeça só pensava nos shows e na diversão rs, porém com início do trabalho, eu havia ficado encantado com a entrega dos profissionais envolvidos e com o espírito de equipe que todos tinham. Isso servia de motivação para nós que éramos da equipe de apoio. Eu fazia parte da equipe de gestão de público, e ficava posicionado na entrada da cidade do rock, mas sempre estava disposto a ajudar; seja carregando cadeira de rodas nas costas, distribuindo kit lanches ou até mesmo ajudando a limpar o esgoto que tinha vazado. Isso fez que com meus coordenadores na época gostassem do meu trabalho e acabassem me chamando em 2015 e dessa vez seria para ser monitor da equipe de apoio. Ter trabalhado no Rock, me abriu portas e me fez ser contratado para trabalhar nos Jogos Olímpicos. Em 2017 fui chamado para integrar a equipe de operações, o que seria minha primeira experiência como produtor direto do Rock in Rio, e foi a realização de um sonho. Retornei em 2019 e sigo na equipe.

Meus pais sonhavam que eu me formasse e trabalhasse em uma grande empresa corporativa. Muitas vezes me questionei se eles não teriam razão. Apesar de saber que eles só queriam o meu bem, eu afirmo com toda certeza do mundo que eles estavam equivocados. Fazer o que amamos é o combustível que nos faz seguir sempre em frente.”

DANIEL FERNANDEZ – OPERAÇÕES/ACESSOS



EQUIPE DE APOIO

Temos exemplos de pessoas que se destacaram de tal forma nas suas funções, que acabaram incorporados na equipe do Rock In Rio



"Trabalho na equipe de Operações do Rock in Rio e a minha "história" começou em 2017, quando vi uma oportunidade de trabalhar no Rock como equipe de apoio.

Me inscrevi pra 3 vagas distintas e acabei sendo selecionado pra Gestão de Público. Faltando 2 meses pro festival, fui indicado pra um processo de monitor da equipe de apoio e fui selecionado.

Com isso, passei a acompanhar mais a montagem da cidade do rock e a conhecer mais as equipes, as pessoas e a fazer grandes amizades.

O tempo passou, e chegou a operação de Gestão de Público. foram 7 dias intensos de muito trabalho, diversão, tensão e de muita alegria por estar fazendo parte do Rock in Rio

Em 2019 fui convidado a participar do Game XP e na sequência fui incorporado à equipe de acessibilidade do Rock in Rio, uma grande felicidade e um baita desafio! fomos planejando a operação de acessibilidade, integrando a equipe e entregamos uma grande operação com um ótimo resultado para 2019...e após isso tudo, pensei que só voltaria a integrar a equipe em 2021, mas, fui surpreendido e acabei sendo convidado para integrar a equipe fixa do Rock in Rio, junto de um time incrível que me ensina a cada dia.

Se foi sorte? não sei, mas, sou grato demais por poder fazer parte dessa equipe, e poder ajudar a planejar o maior festival do mundo."

KAUÊ LIMA - ACESSIBILIDADE



PÚBLICO



PERFIL DO PÚBLICO



LISBOA – PERFIL 2018

O nosso público é muito heterogéneo, temos desde jovens a séniores, grupos de amigos a famílias.

97% VEM ACOMPANHADO

Família 42%

Amigos 38%

33 ANOS É A MÉDIA DE IDADE



68%



32%



PERFIL DO PÚBLICO



LISBOA – ORIGEM

Do público Estrangeiro (16.000 ingressos vendidos em 2018), cerca de três quartos reside na Espanha, sendo o restante dividido entre outros países, dentre os quais o Brasil detém a maior parcela.

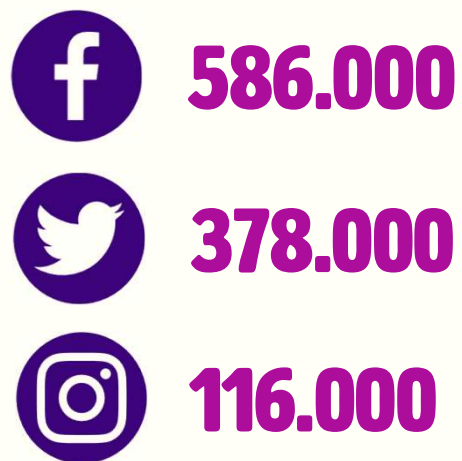
A maioria do público é nacional e distribui-se da seguinte forma:

50%	GRANDE LISBOA
13%	NORTE
8%	SUL (ALENTEJO E ALGARVE)
8%	CENTRO DO PAÍS

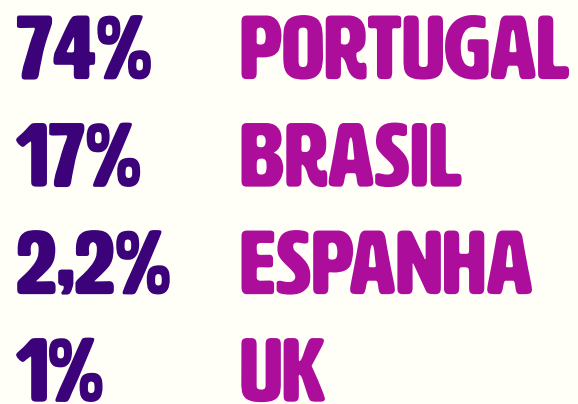


LISBOA - DIMENSÃO DAS REDES SOCIAIS

MEDIAS SOCIAIS



TOP LOCAIS



GÉNERO



IDADE



PERFIL DO PÚBLICO



RIO DE JANEIRO | PERFIL 2019

Também no Rio de Janeiro nosso público é muito heterogêneo.

90% VEM ACOMPANHADO

Família 49%

Amigos 41%

30 ANOS É A MÉDIA DE IDADE



53%



48%



PERFIL DO PÚBLICO



RIO DE JANEIRO - ORIGEM

A maioria do público é nacional e distribui-se da seguinte forma:

47% RIO DE JANEIRO
10% SÃO PAULO



RIO DE JANEIRO - DIMENSÃO DAS REDES SOCIAIS

MEDIAS SOCIAIS



3.900.000



4.100.000



1.000.000

GÊNERO



42%



58%

IDADE

40% 25-34 ANOS

26% 18-24 ANOS

31% 35-44 ANOS

CAMPANHAS DE GESTÃO DE RISCO

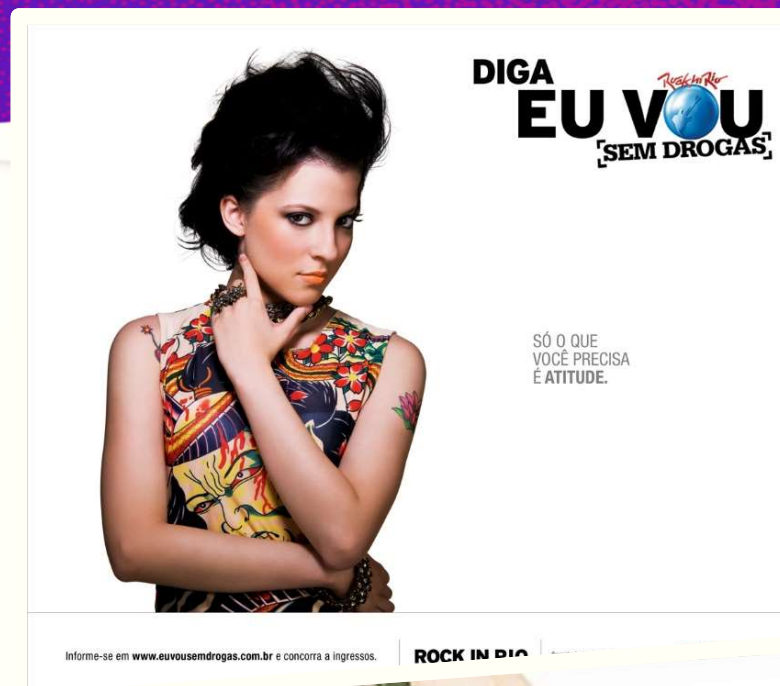
RIO DE JANEIRO

Em 2011, foi lançada no blog oficial do Rock in Rio, uma campanha “EU VOU Sem Drogas”. Com o objetivo de prevenir ao máximo o uso de drogas ilegais no evento.

A ação é fruto de uma parceria entre a Secretaria Nacional de Políticas sobre Drogas (Senad) e a organização do festival. Para a sua divulgação, foi gravado um vídeo com a colaboração de artistas. Fizeram parte do vídeo os atores Marcos Frota, Paola Oliveira, Thiago Lacerda e Vanessa Lóes.

Além do vídeo, foi criado um site para que os interessados possam aceder e tirar dúvidas, de forma anónima, com vários especialistas nos assuntos que envolvem os prejuízos que as drogas podem causar.

Ações como esta premeiam o evento, em qualquer país onde ocorra o Rock in Rio estabelece parcerias com as entidades responsáveis para debater consumos excessivos e comportamentos aditivos, tentando reduzir os riscos e que o seu público tenha uma experiência plena sem incidentes.



CAMPANHAS DE GESTÃO DE RISCO



LISBOA

Em Portugal, este tema é trabalhado em parceria com a **DICAD - DIVISÃO DE INTERVENÇÃO NOS COMPORTAMENTOS ADITIVOS E NAS DEPENDÊNCIAS**.

Em 2018, a DICAD abordou 5.681 pessoas durante os quatro dias de festival e realizou 654 testes de alcoolémia, além de 114 testes de monóxido de carbono, foram também distribuídos 982 preservativos masculinos, 203 femininos e 750 pacotes de gel lubrificante, além de 946 pirulitos, utilizados para repor os níveis de açúcar no sangue de festivaleiros que tivessem ingerido substâncias psicoativas.

Esta entidade tem a seu cargo a operação 18+ no Rock in Rio que sensibiliza para a não disponibilização de álcool a menores de idade, o objetivo é identificar as pessoas maiores de idade que levantem dúvidas quanto à sua idade para poderem consumir álcool dentro do recinto. A distribuição ficou a cargo de 78 estudantes universitários que abordavam as pessoas no recinto, tendo entregue 9.538 pulseiras durante o festival - 6.228 a mulheres e 3.310 a homens. Esta operação era feita a partir de uma campanha de sensibilização para consumo responsável de álcool, que incluía a realização de testes de alcoolemia com a intenção de identificar situações de risco que eram depois encaminhadas para um táxi ou para o hospital do Rock in Rio, quando necessário.



PARCEIROS



PARCEIROS



Em todo o processo de construção do Rock in Rio, os nossos parceiros têm um papel fundamental. Assim temos muita atenção com o envolvimento, para que todos sintam que fazem parte da equipe, e que tenham a formação e informação necessária para que todos estejam alinhados sob os mesmos princípios de construção de um mundo melhor. Começando pela tomada de consciência do nosso impacto e implementação de medidas para evitar e minimizar quando não as pudermos evitar.

Nesse sentido desenvolvemos as iniciativas que descrevemos a seguir:

CAMPANHAS

SESSÕES DE ESCLARECIMENTO

FORMAÇÕES SEGURANÇA NO TRABALHO

FORMAÇÃO SOBRE A GESTÃO DE RESÍDUOS NO ROCK IN RIO

FORMAÇÃO +18

PRÊMIO ROCK IN RIO ATITUDE SUSTENTÁVEL



PARCEIROS



CAMPANHAS

Todos os nossos Parceiros são convidados a participar nas campanhas.



SESSÕES DE ESCLARECIMENTO

Em todas as edições são desenvolvidas Sessões de Esclarecimento para todos os parceiros.

Estas sessões são divididas por temas e por grupos de interesse.

O objetivo das sessões de esclarecimento é informar sobre as nossas regras e objetivos, mas também esclarecer sobre questões legais que estão diretamente ligadas às atividades dos nossos parceiros. Para estas sessões são convidadas entidades reguladoras e fiscalizadoras com o intuito de informar e esclarecer sobre as obrigações de cada um no evento.

Temas abordados nas Sessões de Esclarecimento:

- SGSE - Envolvimento dos Parceiros nos Princípios, Valores, Política e Objetivos de Sustentabilidade
- Higiene, Segurança e Saúde do Trabalho
- Manual de Relacionamento e de Credenciamento – Regras Operacionais do Rock in Rio
- Plano de Sustentabilidade
- HACCP - Segurança Alimentar

E muitos outros que são definidos de acordo com a relevância do tema nessa edição. Por exemplo: sempre que há uma alteração legal e percebemos que será um tema sensível para o evento.



FORMAÇÕES EM SEGURANÇA DO TRABALHO

Para cada edição é criada uma equipe responsável pelo cumprimento dos requisitos de Higiene e Segurança do Trabalho. Esta equipe garante que todos os trabalhadores recebem a formação necessária para que o seu trabalho decorra em segurança.

Estas formações são dadas no primeiro dia de cada trabalhador na Cidade do Rock.

Nestas formações é apresentada a Cidade do Rock e todos os trabalhos que estão sendo desenvolvidos, quais os riscos associados às suas atividades e quais as medidas de proteção coletiva que estão implementadas e que devem ser cumpridas e respeitadas para que os trabalhos ocorram de forma segura.

Os trabalhadores são ainda informados e sensibilizados para o uso dos equipamentos de proteção individual.

Este é um trabalho permanente e com acompanhamento no local onde as atividades estão sendo desenvolvidas.



FORMAÇÃO EM GESTÃO DE RESÍDUOS NO ROCK IN RIO

Em todas as edições é dada formação a todos os colaboradores dos espaços dentro da Cidade do Rock, os espaços recebem sinalização sobre a correta separação de resíduos para o público e para os colaboradores; em todas as fases, montagem, evento, desmontagem é feita fiscalização para detecção do que se tem a melhorar e prestar apoio aos espaços.

FORMAÇÃO +18

Os vendedores de bebidas recebem formação sobre a proibição de disponibilização de Alcool a menores de idade. Temos uma equipe que acompanha este serviço de forma a garantir a sensibilização contínua e também o desincentivo aos menores de consumirem álcool, assim como aos adultos para a não disponibilização de álcool a menores que estejam na sua companhia. Disponibilizamos sinalização com informação para os operadores dos espaços e para o público. A ARSLVT contactou 281 bares, nos dois fins de semana de 2018, para fazer sensibilização relativamente à venda de bebidas alcoólicas a menores, contactando com 717 funcionários desses estabelecimentos.



PARCEIROS



PRÊMIO ROCK IN RIO ATITUDE SUSTENTÁVEL

Para premiar as melhores práticas de sustentabilidade na Cidade do Rock e incentivar cada vez mais a adoção das mesmas, nas categorias de Stand, Loja e Fornecedor. Foram premiados mais de 30 Parceiros em Lisboa, Rio de Janeiro, Madrid e Las Vegas.

Em Lisboa, em 2018, os vencedores foram: AFONSO DOS LEITÕES (loja); SIC-CENTURY 21 (stand) e TALENTER (fornecedor).

No Rio de Janeiro, em 2019, os vencedores foram: NATURA COSMÉTICOS, SA (loja); DORITOS RAINBOW - PEPSICO BRASIL (stand); RENTOKIL (fornecedor) e Menção Honrosa entregue a STEFFEN (fornecedor).



CAMPANHAS INSPIRADORAS DE PARCEIROS



ENTRETENIMENTO

Doritos leva diversidade ao Rock in Rio

OTAVIO FURTADO - 29/09/2019



Se o dia 05 de outubro deve ser o mais procurado pelo público LGBT na edição 2019 do Rock in Rio, com os shows de Anitta e Pink, o espaço do Doritos certamente será o point desse público



CAMPANHAS INSPIRADORAS DE PARCEIROS



Natura, Heineken e Rock in Rio transformam copos plásticos do festival em embalagens de cosméticos

Iniciativa resultou na produção de 670 mil unidades de tampas de novo desodorante e evitou a emissão de 15 toneladas de CO² no meio ambiente



Essa resina reciclada foi trabalhada e modelada na forma de tampas das embalagens da linha Natura Humor.

670 mil tampas foram produzidas.

O tempo de vida da tampa pode ser estendido usando o refil Natura por 10 vezes.

A Silgan foi a parceira responsável por essa etapa.



No festival, os copos plásticos foram separados e enviados para reciclagem
10 toneladas de copos a menos no planeta.

1

3



2

O material passou pelo processo de seleção e conversão dos resíduos em resina reciclada.
15 toneladas de CO₂ deixaram de ser emitidas.

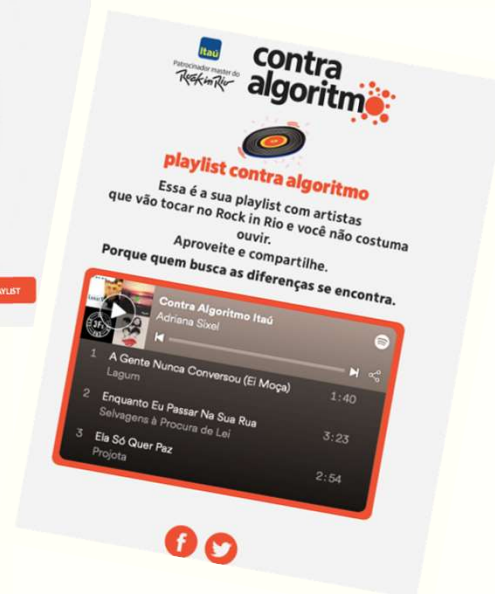
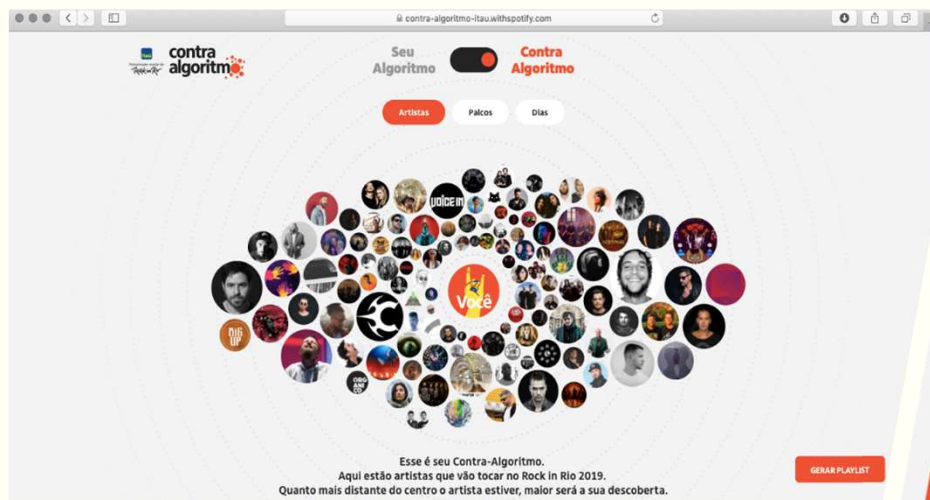
A Braskem foi a parceira responsável por essa etapa.



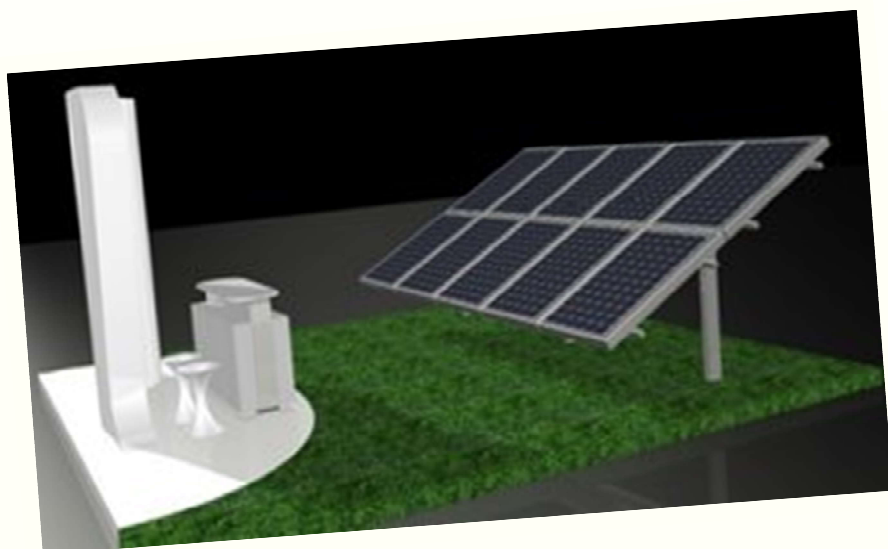
CAMPANHAS INSPIRADORAS DE PARCEIROS



Itaú lança 'Contra-Algoritmo' para pessoas conhecerem novas músicas



CAMPANHAS INSPIRADORAS DE PARCEIROS



HOME ENERGY

Todo o stand era alimentado a painéis solares, e o excedente de energia produzido injetado na rede.



ADENE

Piso gerador de energia para alimentar o stand.

CAMPANHAS INSPIRADORAS DE PARCEIROS



CAIXA GERAL DE DEPÓSITOS

angariação de fundos, para a criação ou reforço de salas de estudo em Instituições de Solidariedade Social (IPSS) de norte a sul do país.



EDP

substituição da iluminação pública no Parque da Bela Vista (170 lâmpadas) por lâmpadas economizadoras, de baixo consumo e mais resistentes.

CAMPANHAS INSPIRADORAS DE PARCEIROS



Conheça a Nave, o novo espaço sensorial e imersivo da Natura no Rock in Rio 2019

Ao ocupar o velódromo do Parque Olímpico, a Nave será a primeira atração a ser encontrada pelo público



CONDIÇÕES DE TRABALHO



A cada edição do Rock in Rio trabalhamos o objetivo de garantir e melhorar as condições de segurança do trabalho de todos os envolvidos no evento, com foco nestas ações:

FOMENTAR A SEGURANÇA, SAÚDE E BEM-ESTAR

Garantir nos contratos que estão definidas as responsabilidades em termos de condições de segurança, saúde e bem-estar no cumprimento da legislação em vigor e nas melhores práticas, e que serão garantidas para todos os envolvidos no evento.

FORMAR E INFORMAR PARA AS CONDIÇÕES DE SEGURANÇA, SAÚDE E BEM-ESTAR

Recolher toda a informação necessária para formar e informar todos os envolvidos no evento para garantir que são implementadas todas as condições para o cumprimento da legislação e outros compromissos. Desenvolver sessões de esclarecimento e formações para todos que estiverem a operar na Cidade do Rock nas diversas fases.

SINALIZAR, ACOMPANHAR E FISCALIZAR

Sinalizar, delimitar e criar mecanismos para acompanhar e fiscalizar os trabalhos e garantir a implementação das medidas de segurança, nas diversas fases do evento.



PROCESSO DE SELEÇÃO DOS FORNECEDORES

Para garantir a melhor gestão e seleção de fornecedores e serviços existe um Manual de Compras do Rock in Rio.

O Manual de Compras visa documentar o processo de compras da empresa organizadora do Rock in Rio, e ao mesmo tempo servir de guia para a equipe, definindo o processo e uniformizando procedimentos e documentos internos.

O processo de compras está definido da seguinte forma:



Após o fornecimento ou prestação de serviços, o fornecedor é avaliado de acordo com critérios de qualidade, cumprimento de prazos e da entrega, cumprimento de requisitos e envolvimento na política do Rock in Rio.

Com esta medida, pretende-se identificar de que forma podemos trabalhar para a melhoria deste fornecedor. Confirmamos a cada edição que quando mantemos os mesmos fornecedores, eles crescem conosco.

CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DOS FORNECEDORES

Qualidade comprovada do produto/serviço e capacidade de escala

Valor da proposta e condições de pagamento

Assistência técnica

Experiência em eventos

Capacidade de deslocação

Economia da Experiência

Ética empresarial

Grandes quantidades

Eficiência energética

Composição dos produtos



CADEIA DE VALOR



AVALIAÇÃO DE PROJETOS E SISTEMA DE NOTIFICAÇÕES

A equipe do Rock in Rio trabalha com os seus fornecedores e parceiros para melhorar a qualidade da entrega ao público e certificar-se de que toda a legislação, normas e regulamentos estão a ser cumpridos.

Por isso, todos os projetos da Cidade do Rock passam pela avaliação de profissionais das áreas de Operações, Sustentabilidade, Produção, Engenharia, Gestão de Projetos e Legalizações. Em 2019, houve 182 projetos avaliados, em três fases de avaliação cada.

A equipe Rock in Rio promove três sessões de esclarecimento chamando os órgãos públicos nacionais responsáveis pelos temas para explicar os procedimentos e tirar dúvidas de parceiros e fornecedores.

UM MERCADO MAIS JUSTO

Em 2019, implementamos o sistema de notificações, que visa alertar e educar os parceiros e fornecedores sobre irregularidades identificadas na área de segurança do trabalhador. Este sistema possibilitou melhores condições de trabalho para milhares de credenciados no evento. Foram emitidas 280 notificações.

Com estas e outras medidas o Rock in Rio impacta empresas que atuam no mercado dos eventos, exigindo, mas também ensinando e ajudando a entregar serviços de qualidade.

As exigências e os critérios de avaliação favorecem empresas que cumprem os requisitos legais, contribuindo para a formação de um mercado mais justo.



INCLUSÃO



INCLUSÃO



APERCIM

O Rock in Rio desde 2012 integra na sua equipe de catering do staff um grupo de jovens da APERCIM - Associação Para a Educação e Reabilitação de Cidadãos Inadaptados de Mafra. Estes jovens desempenham funções no espaço de catering na hora do almoço, adaptadas às suas capacidades e ainda usufruem do evento.

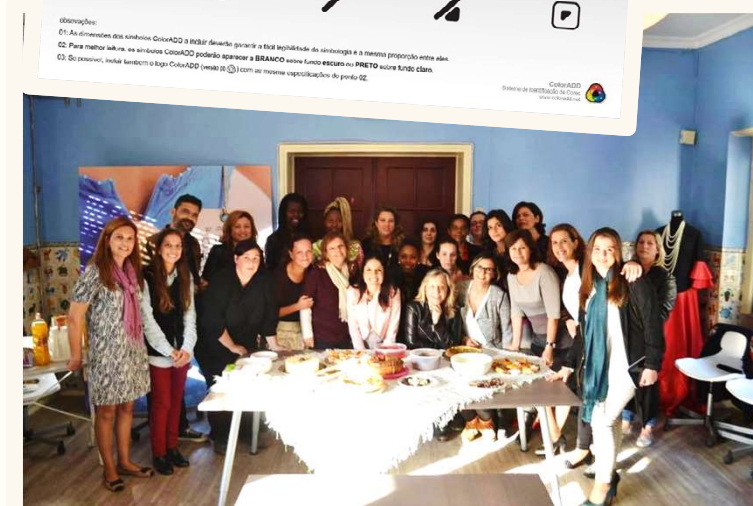
É previamente acordado com a empresa de catering a inserção destas pessoas no seu staff. Elas são formadas e integradas na equipe pela empresa, sempre acompanhadas por uma equipe de coordenadores da APERCIM.

COLOR ADD

De forma a incluir cada vez mais pessoas o Rock in Rio associou-se à Color Add sistema de identificação de cores para daltônicos. O sistema de cores esteve presente em 2016 nos ingressos, nas pulseiras e no site constava a informação de como identificar as cores.

DRESS FOR SUCCESS

No seguimento do projeto apoiado em 2014, em que se apoiou a formação de 60 mulheres da freguesia de Marvila (Lisboa) através da associação Dress for Success, na edição de 2016 os currículos destas mulheres foram enviados para a Talenter e algumas foram incorporadas às equipes do Rock in Rio.



DOAÇÃO DE ALIMENTOS

O Rock in Rio, através dos seus parceiros Refood4Good e Zero Desperdício em Lisboa e Three Square de Las Vegas já apoiou mais de 11.000 pessoas com a doação de mais de 55.000 refeições. Estes alimentos são excedentes em boas condições, dos caterings da VIP, dos artistas, do staff e ainda das marcas de F&B presentes na Cidade do Rock que se associam a este movimento.

DOAÇÃO DE MATERIAIS

No final de cada evento o Rock in Rio armazena muitos dos seus materiais para reutilização, como cenários, palcos, tecidos, etc. e ainda promove a doação de materiais que não têm aproveitamento para as futuras edições. Escolas, companhias de teatro, festivais, e associações são algumas das entidades que todos os anos se inscrevem para receberem estes materiais. Numa parceria de longa data, o Boom Festival é o primeiro a entrar na Cidade do Rock em Lisboa para recolher cerca de 70 a 80% da nossa grama sintética, e ainda lonas, material cenográfico, tecidos, madeiras e outros, em seguida outras entidades recolhem o que ainda sobra. Também algum merchandising que sobra de edições passadas como t-shirts, já foi doado para uma associação que trabalha com famílias desfavorecidas da Guiné. No Rio de Janeiro 90% dos materiais excedentes são doados à Comlurb, nossa parceira na gestão de resíduos, que distribui os materiais pelas várias Cooperativas de Catadores com quem trabalha.

DOAÇÃO DE INGRESSOS

Através da doação de entradas o Rock in Rio pretende tornar a cultura acessível e mais democrática, escolhendo algumas associações que trabalham com pessoas com deficiência e/ou em situação de dificuldades financeiras. Mais de 300 instituições já foram apoiadas com esta doação.



INCLUSÃO



ACESSIBILIDADE

Com o objetivo de oferecer experiências inesquecíveis para todos os públicos, o Rock in Rio investe num projeto de acessibilidade, com reconhecimento do público específico e da imprensa.

O projeto tem como objetivo, não só garantir a acessibilidade no espaço físico da Cidade do Rock com conforto e segurança, mas também proporcionar uma experiência única para a pessoa com qualquer tipo de limitação, tais como: deficientes físicos, auditivos, visuais e intelectuais, assim como idosos, gestantes, obesos e pessoas com mobilidade reduzida.

No Brasil, conseguimos atingir acessibilidade total, em termos físicos, pela característica plana do parque. Em Portugal, o parque da Bela Vista tem na sua beleza muitos declives e caminhos sinuosos que não nos permitem garantir 100% de acessibilidade física a todos os espaços.



RIO DE JANEIRO

São instalados pisos e mapas táteis em locais estratégicos.

Palcos Mundo e Sunset, possuem plataformas elevadas para garantir a boa visibilidade de todos.

Tradutores de linguagem gestual garantem a comunicação e até a transmissão de alguns shows para surdos. Esse público também conta com o espaço “Sinta o som”, cuja vibração dos shows pode ser sentida, através da proximidade com as caixas de som.

O público também pode vivenciar as experiências dos brinquedos da Cidade do Rock. Para pessoas em cadeiras de rodas, a Roda Gigante conta com uma cabine acessível, a tirolesa usa uma cadeira motorizada para facilitar a subida e descida das escadas das torres, a Montanha Russa e o Mega Drop contam com um cinto especial para garantir maior segurança do passageiro com deficiência física para aproveitar sem riscos.

Os 26 WC de uso exclusivo, contam com barras de auxílio, rampas e trincos acessíveis, além de serem de uso unissexo, facilitando que pessoas de sexo diferentes possam entrar juntas, caso seja necessário um auxílio.

Disponibilizamos a venda de meia entrada para pessoas com deficiência e o seu acompanhante.

As filas de revista e entrada são feitas por uma entrada prioritária, sinalizada e com rampas.



INCLUSÃO



RIO DE JANEIRO

Para facilitar a locomoção entre as principais atrações do Rock in Rio, disponibilizamos carrinhos de golfe com rampa e espaço para cadeiras de rodas.

Todos os restaurantes contam com balcões rebaixados para atendimento prioritário, na Gourmet Square, são oferecidas mesas exclusivas.

Durante o Rock in Rio 2019, também foi disponibilizado um serviço de transporte exclusivo para pessoas com deficiência ou dificuldade de locomoção e um acompanhante, saindo da estação BRT e do Shopping Metropolitano Barra em direção ao festival.

Quem tem o cartão de estacionamento para vagas especiais pode solicitar entrada no estacionamento exclusivo via e-mail.

O centro de serviços é o ponto de informações, apoio e atendimento ao segmento nos dias de festival. Nele estão a oficina para reparar possíveis danos em cadeira de rodas; o ponto de retirada do Kit Livre, equipamento que se adapta à cadeira de rodas, tornando-se um triciclo elétrico; a base de empréstimo de cadeira de rodas e o ponto de apoio para cão guia. Todos os serviços são gratuitos.

A grande novidade de 2019 ficou a cargo do App Veever que auxiliou deficientes visuais na locomoção pelas diversas atrações do festival. O serviço de microlocalização, operado através da tecnologia de beacon. Ele fornecia informações de dentro da Cidade do Rock de forma a orientar no deslocamento de pessoas com necessidades especiais.



INCLUSÃO



RIO DE JANEIRO 2019

26	WC ADAPTADOS
14.000	ATENDIMENTOS
665	CADEIRAS DE RODAS EMPRESTADAS
4.200	PLATAFORMAS SUNSET E MUNDO
1.400	TRANSFERS SHUTTLE ACESSÍVEL
560	ATENDIMENTO PRIORITÁRIO NOS BRINQUEDOS



LISBOA

Com base em parcerias com entidades que trabalham a temática no seu dia a dia temos implementado os seguintes serviços e apoios:

- Estacionamento dedicado a pessoas com mobilidade reduzida, devidamente identificadas
- Quando a limitação é temporária, basta apresentar um documento legal médico e é permitido trazer o veículo até o estacionamento, que fica em frente à entrada do local
- Entrada prioritária e em rampa no parque da Bela Vista
- equipe de apoio técnica na entrada do local
- Palcos Mundo, e Music Valley possuem plataformas elevadas para garantir a boa visibilidade de todos
- Estas plataformas possuem WC adaptados e energia elétrica disponível para carregamento de carros elétricos ou outros equipamentos necessários
- Os mochileiros passam frequentemente nestas plataformas para que os utilizadores não precisem sair das mesmas, assim como uma equipe de apoio que recolhe alguns brindes pelos parceiros e os distribui nestas plataformas
- A roda gigante tem uma cabine acessível
- Os pontos de emergência estão acessíveis, como o Hospital, o ponto de informação da segurança privada do evento, sendo que à entrada de cada plataforma encontra-se um segurança e temos sempre equipe técnica de apoio aos utilizadores nas plataformas acessíveis dos palcos





SABEMOS QUE O PLANETA TERRA TEM UMA GRANDE CAPACIDADE DE SE REGENERAR. POR ISSO O NOSSO FOCO NO PLANETA TRADUZ-SE NA NECESSIDADE DE ALTERAÇÃO DE COMPORTAMENTOS PARA A CONTINUAÇÃO DA ESPÉCIE HUMANA.

PEGADA CARBÔNICA



PEGADA CARBÔNICA



O Rock in Rio contabiliza a sua pegada carbônica desde 2006, tendo sido o primeiro grande evento a contabilizar e compensar a sua pegada carbônica.

Nesta conta entram as emissões associadas à deslocação do público, artistas, organização e parceiros; o consumo de energia; o tratamento dos resíduos gerados; o transporte de carga dos artistas, organização e parceiros; e o alojamento dos artistas e da organização.

De 2006 a 2015, as emissões foram compensadas através de projetos de reflorestação e de adaptação industrial de fábricas poluentes investindo na sua descarbonização. Todos os projetos sempre estiveram associados a uma vertente social muito forte. A partir de 2016, inclusive, após o investimento na plantação de 1 milhão de árvores na Amazônia, com o potencial de captação de carbono de 150.000 toneladas de carbono equivalente, o Rock in Rio assumiu este investimento como uma medida mitigadora das emissões geradas.

As realidades vividas no Rock in Rio Lisboa e Rio de Janeiro são muito diferentes, a carga carbônica no Rio de Janeiro é maior, pois são 7 dias de evento e em Lisboa são 4, no Rio de Janeiro temos uma média de público de 100.000 pessoas por dia e em Lisboa são cerca de 70.000 pessoas. No entanto, como mostramos a seguir, os comportamentos são muito idênticos.



1ª PROJETO DE REFLORESTAÇÃO DO ROCK IN RIO
1ª COMPENSAÇÃO DAS EMISSÕES ATRAVÉS DA PLANTAÇÃO DE 19.000 ÁRVORES, NUMA ÁREA DE FLORESTA ARDIDA

PEGADA CARBÔNICA



Mais de metade da pegada carbônica associada ao Rock in Rio está relacionada ao deslocamento do público.

Toneladas de CO₂ equivalente contabilizados nas últimas edições em Lisboa e no Rio de Janeiro:

LISBOA 2018

4.376 TON

DESLOCAÇÃO DO PÚBLICO

430 TON

DESLOCAÇÃO DE EQUIPE RIR, PATROCINADORES E FORNECEDORES

390 TON

TRANSPORTE DE EQUIPEMENTO DE ARTISTAS E DE CARGA

203 TON

CONSUMO DE COMBUSTÍVEL

41 TON

CONSUMO DE ENERGIA

3 TON

TRATAMENTO DE RESÍDUOS

RIO DE JANEIRO 2019

35.995 TON

26.925 TON

370 TON

336 TON

185 TON

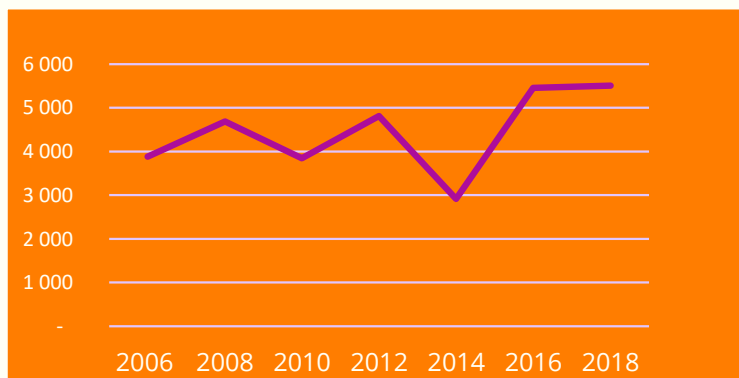
836 TON

PEGADA CARBÔNICA

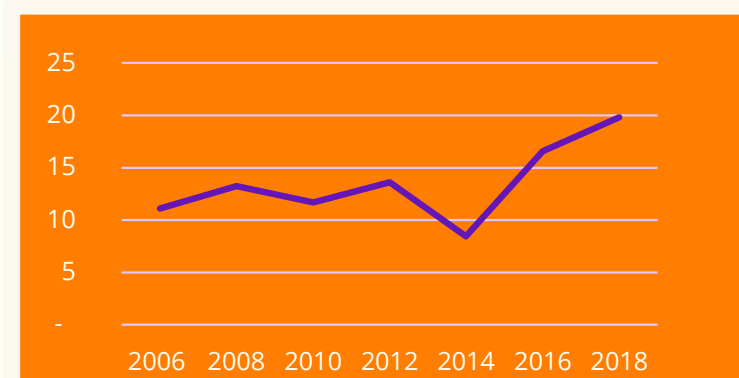


LISBOA (TONELADAS)

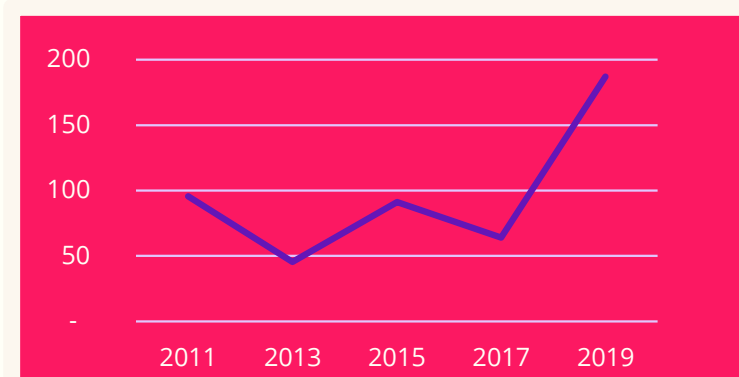
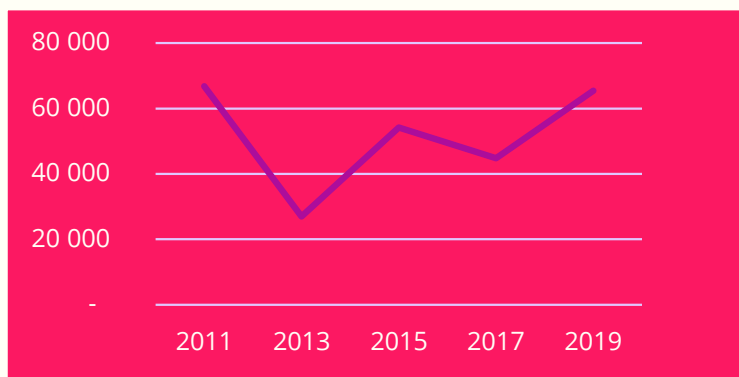
TOTAL DE EMISSÕES POR EDIÇÃO



EMISSIONES MÉDIAS POR PESSOA



RIO DE JANEIRO (TONELADAS)



Ainda que o Rock in Rio venha a implementar medidas de redução de emissões, verificamos que não conseguimos ter uma tendência de diminuição da pegada carbônica. Seja porque o número de público aumenta, ou porque procuramos sempre que as próximas edições sejam cada vez maiores e com maior oferta de experiências para o nosso público.

GESTÃO DE RESÍDUOS



GESTÃO DE RESÍDUOS



Entre todos os desafios que o festival impõe à organização, certamente a gestão de resíduos é um dos mais grandiosos. Isto porque é um assunto que não depende apenas do empenho da equipe interna e dos contratados que executam o serviço; mas também de todos os fornecedores e principalmente do público que frequenta o festival.

Ao longo de todas as edições, tivemos diversos parceiros que sempre nos ajudam nesta empreitada. Em Lisboa podemos citar a sociedade Ponto Verde, a Ponto Verde Serviços, a Câmara de Lisboa e a Valorsul; já no Rio de Janeiro não tem como não mencionarmos a Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, na figura da COMLURB (Companhia Municipal de Limpeza Urbana), que é nossa fornecedora e grande parceira; e algumas empresas, como foi o caso da Heineken e da Natura na edição de 2019, que gerou inclusive um ótimo case de sucesso que vai ser contado a seguir.

Estas parcerias são de extrema importância para a criação de um plano de gestão de resíduos que permita o sucesso desta operação, tendo como objetivo gerir uma situação que pode se tornar uma questão de saúde pública e dar um fim adequado aos resíduos gerados, reduzindo seu impacto ambiental.



GESTÃO DE RESÍDUOS



Para o sucesso desta operação é necessário envolver, formar e informar todas as pessoas que podem impactar a mesma. Assim desenvolvemos uma série de iniciativas, como por exemplo:

- Sessões de esclarecimento para todos os parceiros para a correta identificação e deposição dos resíduos
- Sessões de esclarecimento dedicadas aos parceiros de alimentação
- Sessões de formação com os operadores dos espaços
- Instalação de sinalização nos espaços onde haja produção de resíduos com a informação sobre a correta disposição
- Fiscalização nas fases de montagem, evento e desmontagem para identificação de pontos a melhorar
- Colocação de contentores de separação de resíduos em locais estratégicos e em quantidade mais que suficiente para poder garantir uma correta separação
- Campanhas de informação e sensibilização para o nosso público, para que saibam onde depositar os seus resíduos corretamente

Complementando a gestão dos resíduos, implementamos medidas para a redução de geração de resíduos, como foi adoção do copo reutilizável em 2018 em Lisboa; o aluguel de muitas das estruturas (estruturas de palco, contentores); proibimos a construção na Cidade do Rock para diminuir a geração de resíduos na montagem; incentivamos as estruturas modulares para que os nossos parceiros possam usar os seus stands em outros eventos; não permitimos a distribuição de flyers na Cidade do Rock; avaliamos os nossos brindes de forma a que os patrocinadores possam fazer a melhor escolha em termos de materiais e de utilidade do brinde, para que esse não se torne no final do dia um resíduo do evento.



GESTÃO DE RESÍDUOS



Num festival de superlativos, os números referentes a resíduos também são gigantescos.

Em Lisboa, a partir da edição de 2008, o festival conquista o selo 100R, da Sociedade Ponto Verde, atestando que 100% dos resíduos do evento são corretamente encaminhados. A partir daí, isso passa a ser um compromisso também da edição brasileira, que conquista o selo na edição de 2011.

Em 2013, a gestão de resíduos conquista o espaço de tema da campanha Por um Mundo Melhor, com o lema Lixo no Lixo, Rio no Coração. A melhoria contínua tem sido uma premissa assumida desde sempre no Rock in Rio, coroada pela certificação obtida na ISO 20121 em 2013, e é isto que vem sendo feito e com o passar das edições foi sendo levado cada vez mais a sério, sendo que desde 2016 as edições de Lisboa são "zero waste to landfill", o que significa que 100% dos resíduos gerados são reutilizados pela organização ou por outros, reciclados ou valorizados orgânica ou energeticamente, não indo nada para aterro.

**100% DOS
RESÍDUOS SÃO
APROVEITADOS
EM LISBOA**

**80% DE MÉDIA
RECICLAGEM
NO RIO DE JANEIRO**

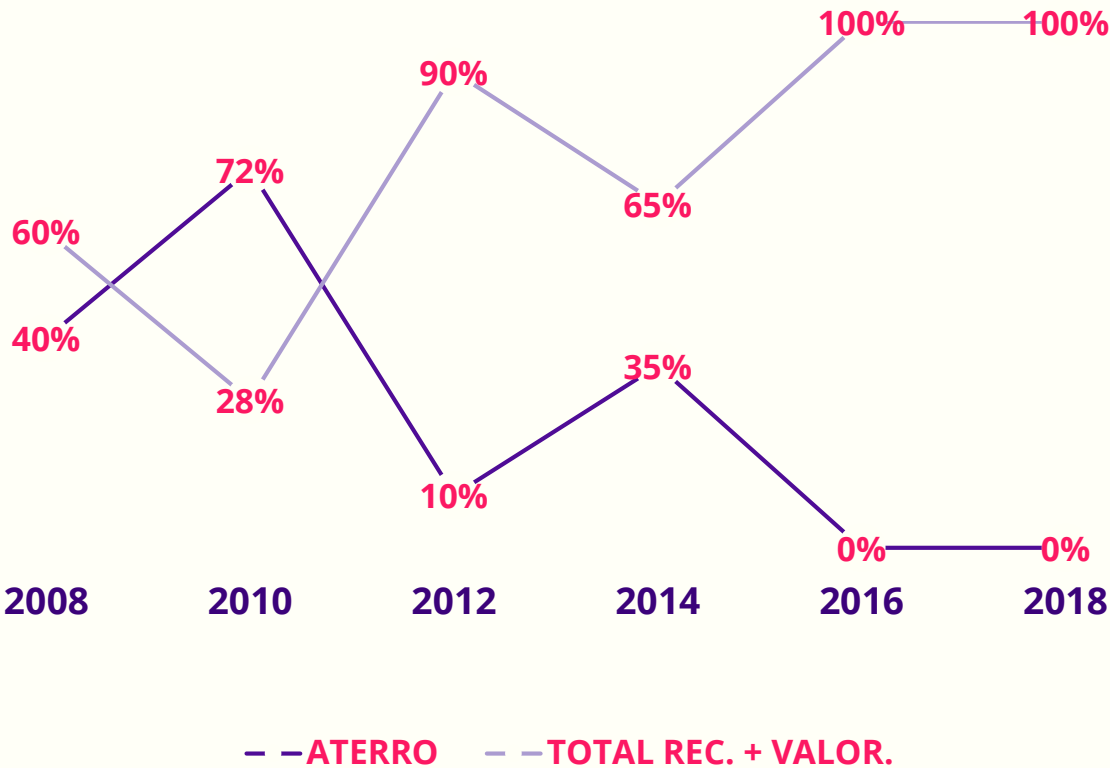


LISBOA RESÍDUOS GERADOS AO LONGO DAS EDIÇÕES

A contabilização dos resíduos no Rock in Rio inicia-se em Lisboa no ano de 2008, com a parceria com a SPV e a certificação 100R obtida neste mesmo ano, pelo que em 6 edições do Rock in Rio em Lisboa contabilizou a produção de:

- 863 TONELADAS DE RESÍDUOS, SENDO QUE DESTES
- 430 SÃO INDIFERENCIADOS
- 433 RECICLADOS OU VALORIZADOS ORGÂNICA OU ENERGETICAMENTE

Com uma taxa de valorização e reciclagem média de 51% pode ler-se no gráfico que desde 2016 este valor passou para 100% uma vez que todo o resíduo gerado foi aproveitado de alguma forma indo 0% para aterro.



LISBOA COPOS REUTILIZÁVEIS

Em 2018, em Lisboa, implementamos pela primeira vez o copo reutilizável. Produzimos 500.000 de copos que foram usados na Cidade do Rock.

Complementando esta ação, tínhamos 10 pessoas que circulavam pelo evento para avaliar se teríamos copos a sendo jogados nas lixeiras. Concluímos que apenas 2.000 copos foram parar nas lixeiras (o que se revela bastante residual); sendo o restante tendo sido levado para casa pelo público. Isso é a prova de que o público colaborou com a iniciativa, levando o copo para casa para reutilizar.

Com esta ação conseguimos reduzir em 10 toneladas a produção de resíduos no total, e tanto a Sociedade Ponto Verde como a Valorsul relataram que os resíduos estavam melhor separados nesta edição, pois o plástico dos copos deixou de existir como resíduo. o resíduo dito "indiferenciado" passou a ser mais orgânico, sendo que as garrafas de plástico são mais facilmente depositadas no contentor dos plásticos.





RIO DE JANEIRO RESÍDUOS GERADOS AO LONGO DAS EDIÇÕES

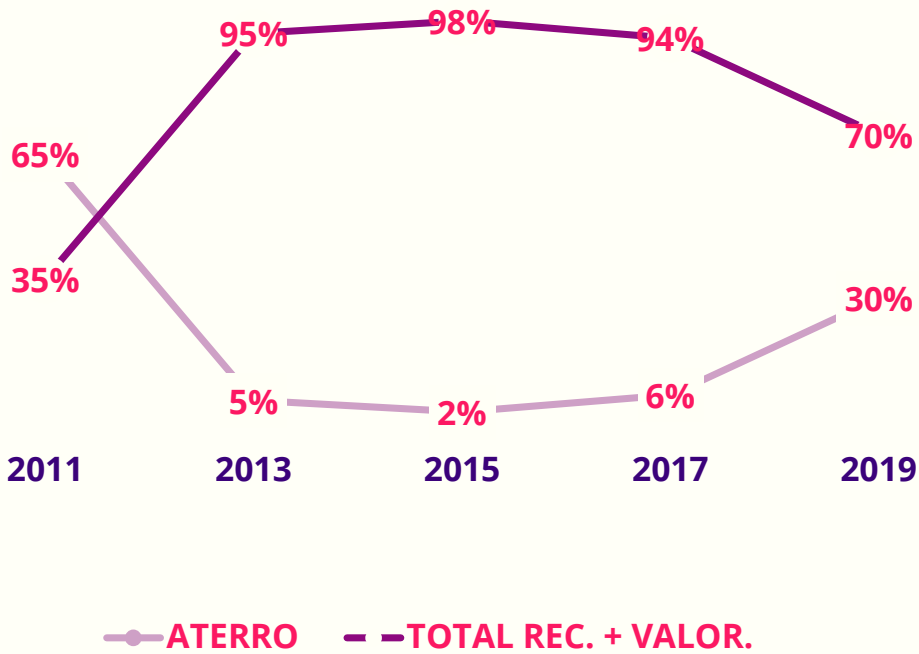
Da experiência ganha em Lisboa na gestão de resíduos, levamos as boas práticas para o Rio de Janeiro, um projeto mais desafiante pela dimensão, mas também pelo fato de que a separação de resíduos não é um tema que esteja amadurecido no dia a dia das pessoas.

Assim, em 5 edições do Rock in Rio no Rio de Janeiro, contabilizamos a produção de:

- 1.933 TONELADAS DE RESÍDUOS, SENDO QUE DESTES:
- 418 SÃO INDIFERENCIADOS
- 1.515 RECICLADOS

Com uma taxa de valorização e reciclagem média de 80%, este fato se deve à parceria com cooperativas de catadores que fazem uma afinação da separação de resíduos em estações de triagem, permitindo que a taxa da reciclagem chegue a este valor. Estes resíduos recicláveis são depois vendidos pelas cooperativas às empresas recicladoras, gerando rendimento para os catadores.

Em 2019, ocorreu um menor aproveitamento dos resíduos por extrema contaminação, fato que gerou já a definição de melhorias a implementar em 2021.



GESTÃO DE RESÍDUOS



RIO DE JANEIRO INICIATIVA PARCEIROS

Heineken e Natura uniram-se ao festival de 2019 comprometeram-se a reciclar os copos de cerveja, para que se tornassem tampas de desodorizante. Com isso, tivemos um exemplo claro de economia circular, que mostrou qual o destino final que se pode dar ao plástico do evento.



Além destas marcas, a Nissin também realizou logística reversa das suas próprias embalagens de “cup noodles” e recolheram praticamente 100% dos copinhos que foram comercializados.

Parceria que transforma

Descubra como a Natura e a Heineken® deixaram de emitir 15 toneladas de CO2 após o *Rock in Rio* 2019.

Aproxime a câmera do seu celular para saber mais sobre essa iniciativa

Aperte o botão para abrir a câmera. Escaneie o código QR. Ative o recurso de realidade aumentada.

Ou acesse www.natura.com.br/riroeco-400

10 toneladas de copos a menos no planeta.

3 Essa resina reciclada foi trabalhada e modelada na forma de tampas das embalagens da linha Natura Humor.

670 mil tampas foram recicladas

O tempo de vida da tampa pode ser estendida usando o refil Natura por 10 vezes.

2 O material passou pelo processo de seleção e conversão dos resíduos em resina reciclada.

15 toneladas de CO2 deixaram de ser emitidas

O mundo é mais bonito com você

GESTÃO DE RESÍDUOS



LISBOA INICIATIVA PARCEIROS

A Sociedade Ponto Verde, parceira do Rock in Rio Lisboa desde a primeira edição, incentiva as boas práticas de reciclagem dentro da Cidade do Rock, com campanhas de entrega de resíduos, de informação sobre como separar corretamente e mochileiros espalhados pelo evento recolhendo plástico entre o público.



A Heineken, além da campanha de 2019, promoveu no Rock in Rio Lisboa e Rio de Janeiro, a coleta de copos de plástico em troca de brindes.



GESTÃO DE RESÍDUOS – IMPACTOS POSITIVOS



JÁ RECICLAMOS

42 TONELADAS DE VIDRO

449 TONELADAS DE PLÁSTICO

531 TONELADAS DE PAPEL/CARTÃO

408 TONELADAS DE MADEIRA

568 TONELADAS DE ORGÂNICO

9 TONELADAS DE ÓLEO DE COZINHA

AO RECICLAR POUPAMOS

ENERGIA

Poupamos O equivalente a alimentar **16.000 CASAS** DURANTE 6 MESES.

CARBONO

Evitamos a emissão de **2.192 TONELADAS DE CO2 NA ATMOSFERA** = emitido por um veículo a gasolina dar mais de 400 voltas à superfície da terra

ÁRVORES

Com a reciclagem do papel e plástico evitamos o abate de **212 HECTARES DE FLORESTA, 10.620 ÁRVORES.**

AREIA

Ao reciclar **42 TONELADAS DE VIDRO, TEMOS 42 TONELADAS DE VIDRO NOVO**, uma vez que ele se renova 100%. Essa mesma quantidade de vidro, evitou a extração de 54,6 de toneladas de areia.

ÁGUA

EVITAMOS A CONTAMINAÇÃO DE **282 MILHÕES** de litros com a separação do óleo.

Poupamos **52 MILHÕES DE LITROS** na produção de novos materiais.

PETRÓLEO

EVITAMOS O CONSUMO DE **68 TONELADAS.**

DESAFIOS E O QUE QUEREMOS MELHORAR NO FUTURO

No Brasil, o nosso grande desafio continua a ser envolver o público, para que a separação seja mais efetiva e não tenhamos tanta perda na separação dos resíduos feita pelas cooperativas, que acabam por encaminhar para aterro mais resíduos do que gostaríamos, por não terem sido bem separado pelo público, contaminando o que poderia ser reciclado. Além disso, uma ótima saída é o que foi feito pela Heineken, Natura e Nissin, que é conseguir de antemão já ter definido o destino final de todos os resíduos do festival, para que não tenhamos a variável de depender do mercado consumidor de resíduos recicláveis, que influencia no valor dos resíduos e indiretamente no interesse das cooperativas em separá-los.

Sabemos que a contratação das cooperativas vai além dos impactos ambientais positivos, passando também pelos impactos sociais, de inclusão de pessoas menos favorecidas na cadeia. Com isso, pretendemos que essa contratação seja cada vez mais justa, de forma a remunerá-los pelo serviço e não apenas pelo material separado, conseguindo, inclusive, que mesmo o material sem grande valor comercial seja separado e comercializado. Além disso, a definição de toda a logística reversa e da economia circular é primordial para o sucesso do sistema.

Incluir o público e todos os fornecedores nessa gestão é importantíssimo, e as ações educativas têm que ser cada vez mais encorajadas.

Em Portugal, o envolvimento do público é também o maior desafio. Como fazer com que o público separe corretamente os resíduos? Acreditamos que a solução seja simplificar e por isso em 2022 continuaremos a ter apenas 2 tipos de resíduo no público, plástico e indiferenciado, mas que o plástico sendo apenas das garrafas de plástico e seja 100% separado através de ações de sensibilização e campanhas desenvolvidas em parceria e que o restante seja maioritariamente orgânico, para reduzirmos a taxa de valorização energética e aumentar a orgânica.

Pretendemos aumentar a economia circular entre os nossos parceiros e contabilizar os resíduos que doamos, comparando com a entrada de materiais para termos uma noção mais exata da percentagem de reutilização de materiais. Por outro lado, vamos apostar na redução de resíduos através da proibição de embalagem primária sempre que possível, ou seja evitar embalagens individuais dos produtos que entrem na Cidade do Rock.



MOBILIDADE



MOBILIDADE



Em todas as edições trabalhamos para garantir um Plano de Mobilidade integrado, que garanta a segurança e comodidade do nosso público desde que sai de casa até o seu regresso.

Criamos parcerias com os operadores de transportes coletivos de forma a criar rotas e horários adequados às necessidades do público do Rock in Rio.

Este plano de mobilidade tem sempre diversas campanhas de comunicação que envolvem vários parceiros, inclusive os parceiros de mobilidade.

A assinatura “EU VOU” é associada a estas campanhas “EU VOU DE TRANSPORTES”, “EU VOU DE BRT”.

Fazemos ainda conferências de imprensa com este tema próximo da data do evento, para que as pessoas tenham a informação mais completa na hora de tomar a decisão de como chegar e sair da Cidade do Rock e disponibilizamos toda a informação no site.





RIO DE JANEIRO 2019

Na edição de 2019 cerca de 78% do público usou o nosso Plano de Mobilidade:

- BRT + METRO: 54%
- OUTROS TRANSPORTES: 24%

LISBOA 2018

Na edição de 2018 o carro continuou a ser o meio de transporte mais escolhido, no entanto, cerca de 40% do público usou o Plano de Mobilidade:

- METROPOLITANO DE LISBOA: 27%
- OUTROS TRANSPORTES: 13%

Para as próximas edições, estão previstas melhorias na comunicação do Plano de Mobilidade, levando em conta a sensibilização do público para que façam escolhas mais conscientes dos seus impactos.



ENERGIA



ENERGIA



O consumo de energia e de combustível para gerar energia no Rock in Rio é em média 6% das emissões de gases de efeito estufa emitidas por todo o festival ao longo dos dias de evento. O que significa que qualquer otimização que se faça terá pouca representatividade na conta final da pegada carbônica. Ainda assim, o Rock in Rio com os seus parceiros implementa ações para a redução de consumo de energia, de monitoramento para melhor controle do consumo e conscientização, e adota alternativas renováveis sempre que possível.

Já tivemos piso gerador de energia, painéis fotovoltaicos, bicicletas que geram energia e geradores de energia eólica instalados em stands; painéis fotovoltaicos que produzem energia solar para carregamento de celulares.

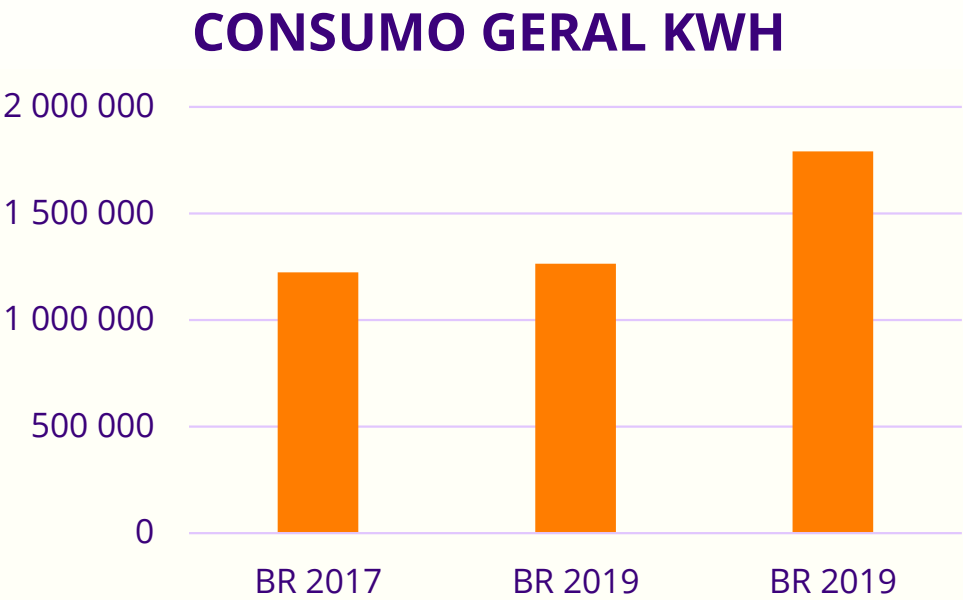
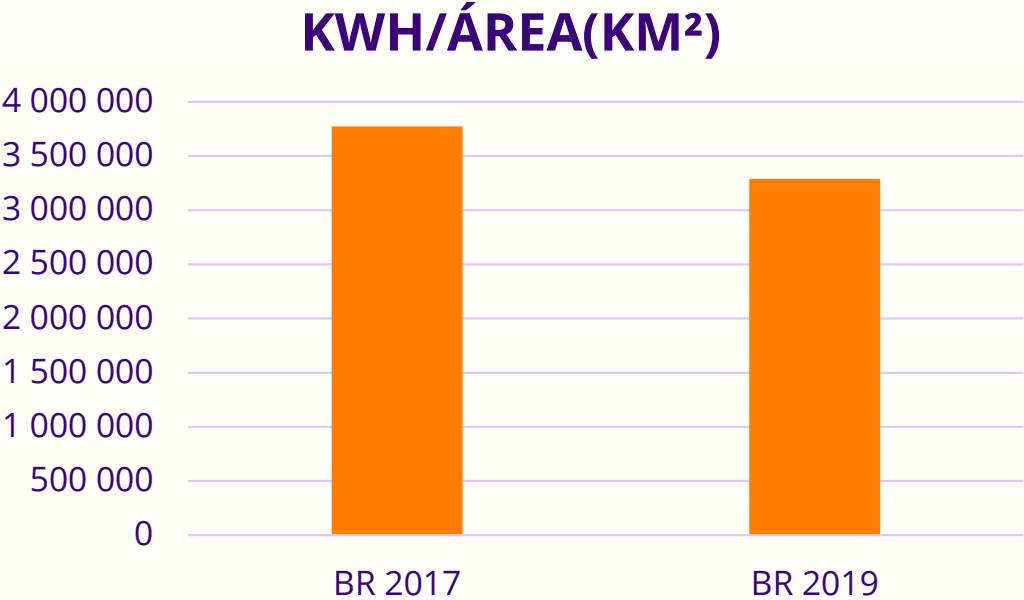
A alimentação das grandes fontes de consumo necessitam de um abastecimento contínuo e que não tenha falhas nem oscilações, por isso a energia da rede e de geradores continuam a ser a opção mais viável para o abastecimento da Cidade do Rock.

Com a auditoria energética no evento em Lisboa, em 2014, e através do projeto Smart City que monitora os fluxos e consumos na Cidade do Rock foi possível otimizar o parque de geradores, reduzindo de 40 para 15 geradores em 2018.

De 2015 para 2019, apesar de ter duplicado o tamanho do festival, o Rock in Rio reduziu em 60% o seu consumo de combustível – contrariando o aumento que poderia ser esperado, e gerando inclusive uma redução.

De 2010 a 2018, conseguiu-se uma redução de 25% na pegada carbônica associada ao consumo de combustível em Lisboa, sendo que o evento tem crescido.





No gráfico da esquerda, foi comparado o consumo de energia por área, pois entende-se que com o aumento da área de evento, seria normal o aumento no consumo de energia (vide gráfico “Consumo Geral KWh”). Portanto, ao comparar o consumo geral absoluto (KWh) houve um aumento, mas analisando o consumo per capta é observado uma diminuição do consumo (que reflete a utilização de equipamentos com maior eficiência energética).

*em 2017, foram utilizadas 2 Arenas, já em 2019 utilizamos 3, sendo uma delas o Velódromo que, devido à pista, necessita de refrigeração ininterrupta, o que faz com que o consumo de energia aumentasse consideravelmente. Nota-se que só pela inclusão desta arena já teríamos um consumo maior, além disso, a arena que entrou foi o velódromo, que tinha essa particularidade.

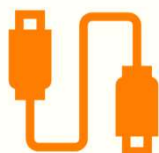
ENERGIA



**ENERGIA DISPONÍVEL | 34.000KW
10 MARACANÃS**



**CONSUMO DE ENERGIA | 2.460.971 KWH
7.000 CASAS DURANTE 1 MÊS**



**CABOS ELÉTRICOS
110 KM**



**CONSUMO DE ÁGUA | 16.200M³
3.600 CASAS DURANTE 1 MÊS**



**PONTOS DE ENERGIA
4.350 PONTOS**



**CONSUMO DE DIESEL
239.000 LITROS EM 2015
147.477 LITROS EM 2019**



**TUBOS HIDRÁULICOS
40 KM**

Os números se referem ao Rio de Janeiro e são impressionantes, mas ainda assim as emissões de carbono associadas ao consumo de energia correspondem em média, no Rio de Janeiro, a apenas **2% da pegada carbônica** do evento.

ÁGUA



CONSUMO DE ÁGUA



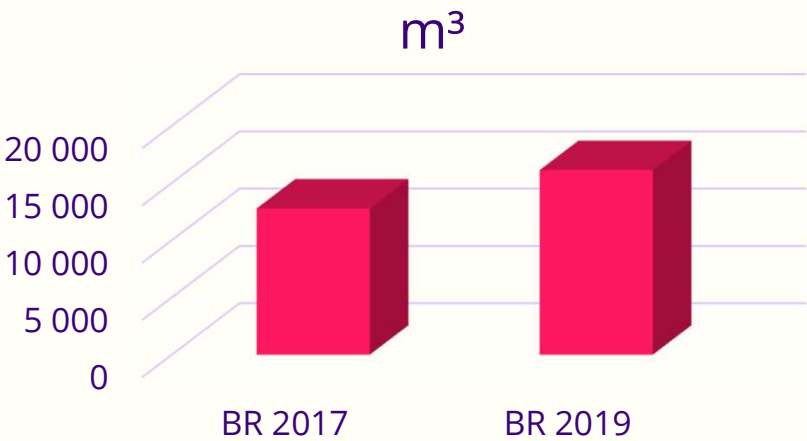
Os consumos de água são monitorizados no Rio de Janeiro através de hidrómetros que nos dão a real dimensão do consumo. Em Lisboa, vão passar a ser a partir da próxima edição. O fornecimento de água é muito importante para o Rock in Rio, pois quer em Lisboa, quer no Rio de Janeiro, as temperaturas são altas e o público passa muitas horas na Cidade do Rock, assim como todos os que a constroem.

Existe uma grande preocupação na qualidade da água fornecida ao nosso público e a todos os que estão presentes na Cidade do Rock. Por isso, realiza-se análises da qualidade da água regularmente, avaliando a sua potabilidade.

Nos dias de maior calor fazemos distribuição de água na frente de palco ao público que aguarda horas pelos seus ídolos.

Em Lisboa, o Rock in Rio construiu uma rede de saneamento permanente da Cidade do Rock, passando todos os WC a estarem ligados a uma rede de saneamento que liga à estação de tratamento de águas residuais. Este sistema traz comodidade e maior bem estar na utilização dos WC, como assegura um tratamento adequado e menos nocivo para o ambiente.

O consumo de água potável pelo público é maioritariamente feito através de água engarrafada, no entanto, existe disponibilização de água potável ao longo da Cidade do Rock.



O aumento do consumo deveu-se a um vazamento da rede, mas também a um maior monitoramento dos pontos de consumo.



O ROCK IN RIO TRAZ UM RETORNO FINANCEIRO PARA AS MARCAS, PARA A ECONOMIA LOCAL E NACIONAL, ATRAVÉS DO INVESTIMENTO, DA CONTRATAÇÃO DE FORNECEDORES E DA GERAÇÃO DE EMPREGO DE EXTREMA RELEVÂNCIA PARA CADA PAÍS ONDE OCORRE.

IMPACTO ECONÓMICO



O ROCK IN RIO GERA IMPACTO ECONÓMICO POSITIVO. O EVENTO FOMENTA O TURISMO, ESTIMULA A RECEITA, GERA EMPREGOS E MOVIMENTA A ECONOMIA NAS CIDADES ONDE SE REALIZA.

- Em 1985, depois da primeira edição do Rock in Rio no Rio de Janeiro, a indústria fonográfica brasileira **cresceu 180%**.
- Em 2001, o Rock in Rio foi responsável por gerar **300 milhões de dólares** para a economia da cidade do Rio de Janeiro.
- Desde que chegou a Portugal, o Rock in Rio-Lisboa gerou **mais de 50.000 postos de emprego**, entre diretos e indiretos. Nestes 12 anos, a organização do evento investiu cerca de **150 milhões de euros** no país.
- Em 2010, um estudo realizado pela Universidade Católica de Lisboa revelou o impacto direto do evento: **102 milhões de dólares**.
- Em 2011 e 2013, o evento teve um impacto económico de **mil milhões de dólares** na economia do Rio de Janeiro.
- Em 2013, segundo uma estimativa da Secretaria de Turismo do Rio de Janeiro (Riotur), o evento gerou um impacto de **420 milhões de dólares** e contribuiu para uma **ocupação hoteleira de 90%**.
- Em cada edição em **Lisboa emprega 9.000 pessoas e no Rio de Janeiro 15.000**



ECONOMIA LOCAL E NACIONAL



LISBOA

- **63.000.000€** de impacto económico por cada edição (estudo Católica)
- **46.625.038€** impacto direto - investimento da organização, parceiros e Patrocinadores, receitas de produtos associados ao evento e dos projetos sócio ambientais
- **16.931.955€** impacto indireto - receitas de deslocação e estadia de público e dos artistas
- **10.000 PESSOAS** credenciadas em 2018

RIO DE JANEIRO

- **1,7 BILHÕES* DE REAIS** impacto económico na edição de 2019
- **1,4 BILHÕES* DE REAIS** na edição de 2017
- **80%** de ocupação hoteleira
- **23.000 PESSOAS** credenciadas 2019.

*mil milhões em Portugal

ALGUNS NÚMEROS



LISBOA

MAIS DE 2 MILHÕES DE PESSOAS

8 EDIÇÕES

40 DIAS DE MÚSICA

4,5 MILHÕES DE EUROS INVESTIDOS EM PROJETOS SÓCIOAMBIENTAIS

RIO DE JANEIRO

MAIS DE 6,5 MILHÕES DE PESSOAS

8 EDIÇÕES

61 DIAS DE MÚSICA

75 MILHÕES DE REAIS INVESTIDOS EM PROJETOS SÓCIOAMBIENTAIS

OUTRAS CIDADES

MAIS DE 890.000 PESSOAS

4 EDIÇÕES (3 EM MADRID E 1 EM LAS VEGAS)

18 DIAS DE MÚSICA

4 MILHÕES DE EUROS INVESTIDOS EM PROJETOS SÓCIOAMBIENTAIS



RETORNO DE MEDIA



LISBOA

- Retorno média espontânea 2018: **47M€**
- Investimento publicitário nacional 2018: **37M€**
- Retorno média espontânea internacional 2018: **1,7M€**

RIO DE JANEIRO

- Mídia espontânea 2019: **R\$2.773M**
- Investimento publicitário nacional 2019: **R\$107M**
- Retorno média espontânea nacional 2019: **R\$2.773M**



CAMPANHAS



HIGHLIGHTS



1985

Contribuiu para o aumento de 180% da indústria fonográfica nacional.



2001

Todas as televisões e rádios do país fizeram silêncio durante 3 longos minutos e nesse mesmo dia todos os jornais transformaram as suas manchetes numa pomba branca. Foi um momento importante para que cada pessoa refletisse sobre o que pode fazer por um mundo melhor!



2008

Instalou 760 painéis fotovoltaicos em escolas portuguesas. Durante 15 anos a energia produzida é vendida à EDP e a verba reverte para causas sociais e ambientais das escola e da SIC esperança. Até hoje mais de 120.000€ foram investidos.



2013

Lixo no Lixo, Rio no Coração, campanha que coincidiu com o programa Programa Lixo Zero da prefeitura do Rio de Janeiro.



2016

Maior projeto de reflorestação, financiou a plantação de 1 milhão de árvores, angariou mais 2,5 milhões e participou num projeto de restauro florestal que em 6 anos espera a recuperação de cerca de 28.000 ha de floresta.

LINHA DO TEMPO



2001



3.200 jovens formados
100 salas de aula em
comunidades carentes
do Rio de Janeiro
29 projetos financiados
através da UNESCO



2004



1 Escola na Tanzânia
1 Centro de saúde no
Maranhão, Brasil
28 projetos em 43
países através da Plan
Internacional Child
Reach



2006



14 salas sensoriais na
ACAPO
19.000 árvores
plantadas na Floresta
Rock in Rio
100% das emissões de
CO2 compensadas
(Brasil, Portugal e
Espanha).



2008



400 painéis fotovoltaicos
em 20 escolas
vencedoras de Portugal
Prêmio internacional
"Energy Globe Awards"



2010



Prêmio "Rock in Rio
Atitude Sustentável"
premiou pessoas e
organizações
360 painéis fotovoltaicos
em 18 escolas
vencedoras de Portugal.

LINHA DO TEMPO



2011



2.200 instrumentos doados.
150 ONG benef40 jovens
formados em assistente de
luthier



2012



Gincana Rock in Rio:
263.000€ para 80 bolsas de
estudo na área da música
900.000€ poupados na
fatura energética, pelas 572
escolas a concurso
1.8 milhões de euros de
impacto na economia
nacional pelos 445.500
alunos envolvidos



2013



Lixo no Lixo, Rio no
Coração – mais de 4 bilhões
de pessoas impactadas pela
campanha digital em prol da
correta separação de
resíduos
Primeiro evento na América
do Sul com a certificação na
norma ISO 20121 – eventos
sustentáveis



2014



Projeto de formação e
capacitação de 60 mulheres
desempregadas, com
aconselhamento em
apresentação e imagem com
vista a melhorar a sua auto
estima e consequentemente
a sua vida e apoio à sua
empregabilidade



2015



86.000 árvores plantadas na bacia
do rio Guandu de extrema
importância para o fornecimento
de água da área metropolitana do
Rio de Janeiro
35.000 sacos biodegradáveis
distribuídos pelo público para
recolha de resíduos
R\$ 300.000 investidos no projeto
Rede da Maré que apoia jovens
moradores das favelas da Maré

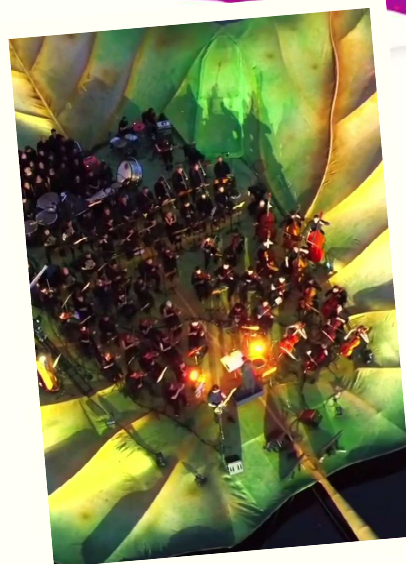
LINHA DO TEMPO



2016



40.000 árvores arrecadadas para a amazônia, no âmbito da campanha de arrecadação de verbas para o projeto Amazonia Live Show no palco flutuante na amazônia assistido online por 90 milhões de pessoas



2017



Amazonia Live parceiro do Paisagens Sustentáveis da Amazônia



2018



Mais de 800.000 pessoas impactadas nas redes pelo projeto Está Tudo Conectado



2019



Campanha TOD+S POR UM MUNDO MELHOR Fans For Change: ao leilão de guitarras

1985 – O PRIMEIRO ROCK IN RIO

Acreditamos que na primeira edição do Rock in Rio aconteceu a primeira grande campanha POR UM MUNDO MELHOR, sem ainda estar identificada como tal.

Nasce um evento que veio trazer ao Rio de Janeiro desenvolvimento do mercado dos eventos, autoestima para a comunidade, trabalho e forma de festejar a saída da ditadura com muita alegria e emoção.



ROCK IN RIO 2001 - POR UM MUNDO MELHOR

Em 2001, não era somente música e entretenimento que estavam em jogo: a principal vertente do novo evento era o seu papel social.

Roberto Medina viu no festival a melhor oportunidade de mobilizar pessoas e ajudar a construir um MUNDO MELHOR. Assim nasce o projeto POR UM MUNDO MELHOR, em que parte de todo faturamento obtido nesta edição foi destinada a projetos sociais focados na educação e no apoio aos jovens. Com isso mais de 3 mil jovens, entre os 17 e os 29 anos, de favelas e comunidades carentes do Rio de Janeiro puderam concluir os seus estudos (ensino básico) nas 100 salas de aula e 35 postos de Internet criados pela ONG "Viva Rio" com a verba de 5% de todo o dinheiro arrecadado no evento. Além desses jovens, milhares de pessoas foram beneficiadas pelos 28 projetos no âmbito da educação financiados pelo festival através da Unesco com o tema "Cultivando vidas, desarmando a violência" em todo o território brasileiro.

Às 19 horas do dia 12 de Janeiro de 2001, a Orquestra Sinfónica abriu o evento, na Cidade do Rock, com a música "Imagine", de John Lennon. Depois deste momento de abertura do evento, todas as televisões e rádios do país fizeram silêncio durante 3 longos minutos e nesse mesmo dia todos os jornais transformaram as suas manchetes numa pomba branca. Foi um momento importante para que cada pessoa refletisse sobre o que pode fazer por um mundo melhor!

O total doado para o projeto social, em 2001, foi de 2,8 milhões de reais.



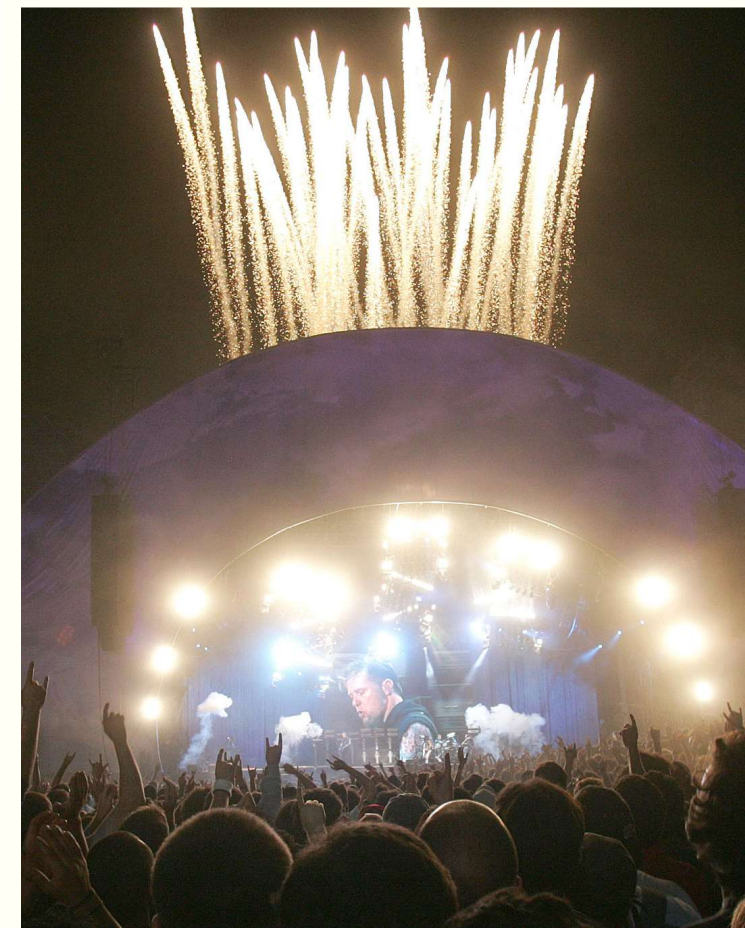
ROCK IN RIO LISBOA 2004 - POR UM MUNDO MELHOR

“Rock in Rio-Lisboa: Por Um Mundo Melhor” foi o tema subjacente ao Projeto Social da primeira edição portuguesa, que tinha como objetivo sensibilizar o público do evento e o mercado em geral para a importância da ação direta de indivíduos e empresas no desenvolvimento de um mundo com melhores condições sociais e pessoais.

Como Um Mundo Melhor não se constrói apenas com recursos materiais, mas também através da conscientização das pessoas, dentro da “Cidade do Rock” a tenda “Por Um Mundo Melhor” promoveu o debate e a reflexão sobre a Paz através de palestras e de documentários, com grandes figuras públicas nacionais e internacionais, nomeadamente Eveline Herfkens, Coordenadora Executiva para a Campanha dos Objetivos do Milênio das Nações Unidas, Olara Otunnu, Secretário-geral adjunto da ONU, José Ramos Horta, Ministro dos Negócios Estrangeiros de Timor e Prêmio Nobel da Paz, entre outros.

Neste ano, a verba destinada ao projeto social teve como fonte uma percentagem das receitas de bilheteria e iniciativas desenvolvidas com os patrocinadores do evento, destinadas, através da SIC Esperança e da Plan International Childreach, a melhorar as condições de vida de crianças e jovens em Portugal e no resto do mundo.

Tendo resultado num investimento de 663.788,43 euros.



ROCK IN RIO LISBOA 2006 - POR UM CLIMA MELHOR

Dado o sucesso resultante da forte adesão dos portugueses ao projeto – 20% do público que foi ao Rock in Rio-Lisboa indica o Projeto Social como um dos fatores mais relevantes do evento.

O conceito do Projeto Social do Rock in Rio-Lisboa 2006 foi desenvolvido sob o mote “Todos Sob a Mesma Bandeira”, tendo apoiado projetos inovadores em Portugal e com sucesso comprovado nas respetivas áreas, designadamente a ACAPO - Associação de Cegos e Amblíopes de Portugal e a FENACERCI – Federação Nacional de Cooperativas de Solidariedade Social, construindo 14 salas Snoezelen para apoio aos utentes destas entidades espalhadas por Portugal.

Além de iniciativas de envolvimento direto da população, a organização assumiu a responsabilidade de ser Carbono Zero, investindo num plano de redução de emissões de gases de efeito estufa, desenvolvido pela E-value, para aplicação a partir da edição seguinte.

Tendo sido o primeiro grande evento a nível mundial a compensar a pegada carbônica, através da plantação de 19.000 árvores numa zona de floresta queimada, na Tapada Militar de Mafra, em Portugal.

Capitalizando o poder de mobilização da marca Rock in Rio e a criatividade e dinamismo da equipe, para além da receita de bilheteria, foram criadas fontes originais de receita, incluindo, entre outras, a produção e venda de fitinhas de pulso “Por Um Mundo Melhor” nas bombas BP, na Cidade do Rock e diretamente às empresas associadas ao Rock in Rio-Lisboa 2006, e um passatempo de fotografia – “Fotografe Um Mundo Melhor” – em conjunto com a revista Caras.

Neste ano o investimento foi de mais de 550 mil euros.



ROCK IN RIO LISBOA 2008 - ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS

Em 2008, o Projeto Social envolveu-se com a causa ambiental adotando como tema as “Alterações Climáticas”.

O Rock in Rio, juntamente com os seus patrocinadores, parceiros e com personalidades formadoras de opinião, se transformou em um grande veículo de comunicação para conscientizar a sociedade portuguesa de que as menores mudanças de atitude e comportamento no dia-a-dia têm impacto sobre o futuro do planeta, futuro esse que é da responsabilidade de todos.

O projeto “Rock in Rio Escola Solar” foi a espinha dorsal de uma aposta que o Rock in Rio vinha a fazer em prol das questões ambientais. Este projeto colocou 400 painéis solares em 20 escolas espalhadas por Portugal, que durante 15 anos gerarão verba através da venda de energia à EDP, sendo esta verba aplicada em projetos sociais ou ambientais, numa média de 20.000 a 30.000 euros por ano. Tendo a SIC Esperança ficado com a responsabilidade de identificar e financiar projetos com a verba gerada. A primeira tranche permitiu a criação de um jardim-de-infância no Centro Paroquial do Juncal, que beneficiou cerca de 220 crianças na freguesia. Ao longo dos anos já foram apoiados projetos como cozinhas comunitárias, projetos de apoio a idosos, criação dos principais monumentos nacionais em modelos 3D para que os cegos possam ter noção dos mesmos, projetos de reaproveitamento de águas residuais para descargas nas privadas, etc.

O projeto ROCK IN RIO ESCOLA SOLAR recebeu em 2009 o prêmio Energy Globe Award, um dos principais prêmios de energia europeus.

A organização voltou a assumir a sua responsabilidade através de um plano de redução de emissões de CO2 que incluía um Manual de Boas Práticas para fornecedores e parceiros; chamou a atenção para as alterações climáticas através da utilização de painéis fotovoltaicos como cenário do Palco Mundo; promoveu a utilização de transportes públicos para acesso à Cidade do Rock, resultante de protocolos estabelecidos com os Ministérios dos Transportes e da Educação; colocou equipamentos para coleta seletiva de resíduos no evento, tornando-se o primeiro Evento 100R em Portugal, o que significa que os resíduos produzidos durante a montagem, evento e desmontagem foram recolhidos e reciclados posteriormente, numa parceria com a Sociedade Ponto Verde; e compensou as emissões de gases de efeito estufa inevitáveis.

Um investimento global de 562.500€.



ROCK IN RIO LISBOA 2010 - DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Dando continuidade ao projeto iniciado em 2008, o Rock in Rio, juntamente com a SIC Esperança, ADENE – Agência para Energia, Home Energy, Ministério da Educação, Secretaria de Estado da Energia e Inovação, Prosegur e o Instituto da Segurança Social, se transformou, em 2010, num grande veículo de comunicação para conscientizar a sociedade portuguesa sobre a Sustentabilidade. Neste sentido, foi desenvolvida a 2ª edição do Concurso “Rock in Rio Escola Solar”, dirigido às escolas de todo o país, que apresentaram projetos que conjugavam benefícios de caráter ambiental e social com aplicabilidade nas suas comunidades. Com a segunda edição desta iniciativa, totalizaram-se 760 painéis solares em 38 escolas nacionais abrangendo todos os 18 distritos e 2 regiões autónomas.

Foi criado o Prémio Rock in Rio Atitude Sustentável com o intuito de homenagear pessoas e organizações – públicas e privadas – que se distinguiram pelo comportamento e empenho na melhoria da qualidade de vida da comunidade, ao nível local e/ou nacional, em torno do desenvolvimento sustentável e tendo como base três pilares – ambiental, social e económico.

Para além de iniciativas de envolvimento direto com a população, a organização assumiu uma vez mais a sua responsabilidade antes, durante e depois do evento através de um plano de redução de emissões de gases de efeito estufa, mantendo o Manual de Boas Práticas para fornecedores e parceiros, a eleição do fornecedor e patrocinador mais sustentável, a promoção da utilização de transportes públicos para acesso à Cidade do Rock, a colocação de recipientes para colet seletiva no evento, voltando a ser um evento 100R e Carbono Zero.

2010 Foi o ano em que a organização identificou o desenvolvimento sustentável como mote do Projeto Social e foi também o ano do reconhecimento de que o evento já desenvolvia as suas atividades com critérios de sustentabilidade.

Tendo investido 512.000 euros.



ROCK IN RIO 2011 - A MÚSICA TRANSFORMA

Por acreditar que a música é um verdadeiro veículo de transformação social, o Rock In Rio promoveu uma grande Campanha de Arrecadação de Instrumentos Musicais em todo o Brasil.

Para garantir que todos os instrumentos arrecadados durante a Campanha Nacional de Doação de Instrumentos Musicais fossem entregues às instituições sem fins lucrativos em perfeito estado, o Rock in Rio, em parceria com a Secretaria de Assistência Social e Direitos Humanos, montou uma Oficina de Assistente de Luthier (profissional que conserta e constrói instrumento musical) tendo dado formação nesta profissão a 40 jovens, ficando assim com uma formação para um futuro profissional.

Vik Muniz, artista plástico brasileiro, fez uma obra de arte com os instrumentos arrecadados através da Campanha do Rock in Rio. Os 2.200 instrumentos arrecadados foram doados a 150 instituições sem fins lucrativos que trabalham a música como ferramenta de inclusão e transformação social.

O Rock in Rio convocou todos os alunos de escolas públicas do Estado do Rio de Janeiro a criarem um Manifesto “Por Um Mundo Melhor”, com o Concurso 1 Ingresso por 1 Mundo Melhor. As ideias mais criativas e impactantes foram premiadas com 2070 ingressos para o Festival.

Premiou 10 escolas municipais com salas de música equipadas com instrumentos e toda infraestrutura (acústica, TV, Dvd, Cd player) necessária para o bom funcionamento das aulas. Para garantir a boa qualidade do ensino, os seus professores receberam a formação de uma nova metodologia de música, chamada “O Passo”.

Promoveu uma Rifa dentro da área VIP e o valor arrecadado foi revertido para o Projeto Por Um Mundo Melhor. Diversos artistas autografaram os instrumentos e aderiram ao projeto. Foi arrecadado R\$ 18.625,10 com essa ação.

Foi realizado um leilão virtual com 7 quadros que foram grafitados durante o Rock in Rio. A verba arrecadada de R\$38.156,50, foi revertida para ações do Projeto Social do Rock in Rio.

O Rock in Rio, pela primeira vez, foi transmitido ao vivo de dentro de uma comunidade pacificada do Rio de Janeiro, Cidade de Deus. No primeiro final de semana tivemos show da Sandra de Sá e no Segundo da banda Cidade Negra. A média de público por noite foi de 3.500, e o atendimento diurno teve cerca de 300 pessoas por dia de atendimento.

Num investimento total de 16,6 milhões de reais.



ROCK IN RIO LISBOA 2012 - GINCANA ROCK IN RIO



Para a edição de 2012, a organização criou uma iniciativa inédita, a Gincana Rock in Rio, que mobilizou toda a sociedade, através das escolas, em torno de ações que concretizassem, de forma prática e divertida, os três pilares do desenvolvimento sustentável: economia, meio ambiente e social.

Através desta iniciativa, pretendeu-se promover a adoção de boas práticas de sustentabilidade, contribuir para a luta contra o abandono escolar, promover o cálculo mental e incentivar a leitura promovendo deste modo as diretrizes do Ministério da Educação e Ciência.

Ao todo, participaram na Gincana Rock in Rio 575 escolas, 445.506 alunos e 51.915 professores. As 20 melhores escolas a nível nacional (uma por Distrito e Região Autónoma) receberam 25 t-shirts e 25 bilhetes para o Rock in Rio-Lisboa 2012. No total foram premiadas 63 escolas, entregues 1.300 bilhetes para o Rock in Rio-Lisboa 2012, 1.300 t-shirts, 16 prêmios alusivos às tarefas, 3 placas de condecoração e 22.000€ para as três melhores escolas a nível nacional aplicarem em projetos de cunho social na escola ou na comunidade.

As escolas participantes conseguiram poupar mais de 1 milhão de Euros (valor faturado de água e de energia), através da realização das tarefas da Gincana Rock in Rio.

Para além desta iniciativa de envolvimento direto com a população, a organização assumiu uma vez mais a sua responsabilidade social e ambiental através da doação de sobras alimentares ao Banco Alimentar, à ReFood e projeto Desperdício Zero. Estas sobras foram, posteriormente, distribuídas por várias instituições.

Desde a primeira edição em Portugal que o Rock in Rio doa os materiais que não pode reutilizar em futuras edições. Estes materiais têm sido recolhidos por outros eventos, como o Boom Festival e o Festival Andanças, também por escolas, associações e companhias de teatro.

O investimento global foi de 586 mil euros.

ROCK IN RIO 2013 - LIXO NO LIXO, RIO NO CORAÇÃO



De que adianta o Rio de Janeiro ser a cidade mais linda do mundo se também é a nona cidade mais suja?

A partir deste dado o Rock in Rio lançou a campanha "Lixo no Lixo no Lixo, Rio no Coração", com o objetivo de conscientizar a população do Rio de Janeiro para a temática da correta disposição de resíduos, e consequentemente como resultado garantir uma melhora significativa na limpeza da cidade.

A campanha teve o seu lançamento com uma coletiva de imprensa no MAR - Museu de Arte do Rio, uma sessão de fotos com artistas com t-shirts da campanha e posteriormente, ações de rua para convocar a população para participar na campanha.

A coletiva de lançamento rendeu em mídia espontânea R\$ 675.317,00, RP digital 4.126.700 pessoas impactadas.

A Comlurb, aproveitou a Campanha Lixo Zero e em parceria com a campanha do Rock in Rio, deixou de recolher os resíduos de alguns bairros da cidade do Rio de Janeiro por um dia. No dia seguinte foi feita a recolha destes resíduos, tendo ficado acumulado em determinadas regiões para que a população e a imprensa vissem o lixo que as pessoas jogam no chão.

Foram recolhidos 250kg de lixo jogado fora de forma incorreta na Av. Rio Branco, entre Rua do Ouvidor e Av. Almirante Barroso, depois de apenas um dia sem limpar.

Foram recolhidos 2,7 toneladas de lixo jogado fora de forma incorreta na Praia de Ipanema, entre as ruas Garcia D'Ávila e Maria Quitéria depois de um domingo de sol em que a Comlurb deixou a praia sem limpeza.

A conclusão do projeto foi dentro da própria Cidade do Rock, onde durante os dias de evento foram realizadas diversas ações para as 600.000 pessoas que estiveram no festival.

Durante os sete dias do evento, foram vendidas rifas na Área VIP para realização do sorteio de 29 guitarras assinadas pelos artistas que se apresentaram no festival.

Arrecadamos R\$ 43.880,00, para a compra de contêineres de lixo doados a comunidade carentes indicadas pela Comlurb.

2013, foi também o ano em que o evento conseguiu a sua 1ª certificação na norma ISO 20121 – Eventos Sustentáveis. Um marco histórico no percurso de sustentabilidade do Rock in Rio, tornando-se um dos primeiros grandes eventos a nível mundial a conseguir este feito.

o investimento deste ano foi de mais de 14 milhões de reais.

ROCK IN RIO LISBOA 2014 - 10 ANOS POR UM MUNDO MELHOR

A edição dos 10 anos do Rock in Rio-Lisboa ficou marcada pela certificação da norma ISO 20121 – Eventos Sustentáveis, obtida em 2013 no Rio de Janeiro, tornando-se no primeiro evento em Portugal com esta certificação.

Nesta edição, a organização do Rock in Rio-Lisboa e um parceiro levaram a cabo um passeio de bicicleta para promover o uso de meios de transportes mais ecológicos, que teve lugar no dia 12 de abril, com partida do Marquês de Pombal e passagem por vários pontos da cidade. O passeio teve o apoio da Lisbon Cycle Chic, Federação Portuguesa de Cicloturismo e Utilizadores de Bicicleta e da Câmara Municipal de Lisboa.

Durante os cinco dias de evento, foi disponibilizado ao público da Cidade do Rock um espaço de 50m2 para estacionamento das bicicletas. A Federação Portuguesa de Cicloturismo e Utilizadores de Bicicleta esteve também realizando pequenos reparos, de forma gratuita, a quem deixou o seu veículo de transporte naquele local.

A doação de sobras alimentares foi um projeto iniciado na edição de 2012 e desde então já foram doadas mais de 15.000 refeições, entre as edições do Rock in Rio-Lisboa e Las Vegas.

Foi feita pela primeira vez uma auditoria energética no evento e esta iniciativa permitiu reduzir o número de geradores a instalar na Cidade do Rock em 2016.

Neste ano o investimento foi de 200 mil euros.



ROCK IN RIO 2015 - REFLORESTAÇÃO NA BACIA DO RIO GUANDÚ

Sendo um ano de seca no Rio de Janeiro o Rock in Rio adotou o tema da preservação da água, associou-se à Conservação Internacional-Brasil e ao Instituto e numa campanha de sensibilização do público do evento. Esta parceria envolve um projeto de REFLORESTAÇÃO NA BACIA DO GUANDU, de vital importância para o abastecimento de água para a cidade do Rio de Janeiro e para a sua região metropolitana.

Foram plantadas 86.000 árvores na bacia do rio Guandu, responsável pelo abastecimento de mais de 10 milhões de pessoas e diversos setores produtivos, englobando parcial e integralmente 12 municípios fluminenses. Estas árvores foram possíveis através de um leilão online de guitarras assinadas pelos artistas que passaram pelo evento neste ano e ainda de doações de empresas.

Os resíduos recicláveis recolhidos durante os dias de evento foram doados à cooperativa de catadores Socitex que arrecadou R\$ 32.000.

A matéria orgânica foi enviada para a estação de triagem de compostagem de Caju que foi transformada em adubo orgânico e utilizado nos projetos de reflorestação da Mata Atlântica na cidade do Rio de Janeiro.

Para sensibilizar para a correta deposição dos resíduos foram distribuídos pelo público 35.000 sacos biodegradáveis à entrada do evento para recolha de resíduos.

Foram ainda investidos R\$ 300.000 no projeto Rede da Maré que apoia jovens moradores das favelas da Maré.

Com o objetivo de transformar sonhos em realidade criámos o 30 anos, 30 sonhos, o projeto destinava-se a tornar realidade desejos que, para muitos, pareciam impossíveis. Aline, uma jovem tetraplégica tinha o sonho de sobrevoar Las Vegas e ir ao Rock in Rio, em 2015 não só

concretizou o seu sonho como festejou o seu 30º aniversário no Rock in Rio USA 2015.

Michel - Um artista de circo que sonhava estagiar no Cirque du Soleil, o Rock in Rio levou-o a Las Vegas para realizar o seu sonho.

Mais de 6 milhões de reais investidos.



ROCK IN RIO LISBOA 2016 - AMAZONIA LIVE

Em 2016 foi lançado o projeto Amazonia Live, que visa a reflorestação da Amazônia, é o primeiro projeto socioambiental global do Rock in Rio.

Com o objectivo é plantar 3 milhões de árvores numa das zonas mais afectadas pela deflorestação: no rio Xingú, em que o Rock in Rio se comprometeu a plantar 1 milhão de árvores. O Banco Mundial mostrou interesse pelo projeto e plantou mais um milhão de árvores através do projeto ARPA, a Estácio de Sá, uma universidade brasileira também garantiu mais 100 mil árvores, e a Conservação Internacional-Brasil financiou outras 800.000 árvores. O mundo funciona a um só ritmo e a desflorestação da floresta amazônica influencia as alterações climáticas nos quatro cantos da Terra.

O 1 milhão de árvores que o Rock in Rio financiou e plantadas pelo Instituto Socioambiental nas cabeceiras do rio Xingú geraram R\$700.000 para as famílias indígenas locais que recolhem as sementes, criou 50 empregos diretos e dinamizou a economia regional em R\$3.000.000.

No seguimento do projeto apoiado em 2014, a formação de 60 mulheres da freguesia de Marvila através da associação Dress for Success, na edição de 2016 os currículos destas mulheres foram enviados para a Talenter e algumas foram integradas nas equipes do Rock in Rio.

Enquanto isso no Rio de Janeiro, em agosto de 2016, tinha lugar um show na Amazônia num placo flutuante em forma de folha, para chamar à atenção para as necessidade de cada um de nós participar ativamente na luta contra as alterações climáticas, nem que seja através da plantação de uma árvore na Amazônia. este show foi acompanhado online por 90 milhões de pessoas, tendo assistido no local 200 convidados.



Em Lisboa o investimento foi de 287.000 euros.

ROCK IN RIO 2017 - AMAZONIA LIVE

Em 2017 continuou com o projeto Amazonia Live, chegando ao final do evento com a promessa de restaurar 28.000 ha de floresta, através do projeto Paisagens Sustentáveis da amazônia, numa parceria com o Banco Mundial e o GEF, entre outros.

A modelo Gisele Bündchen abriu o primeiro dia de shows do Palco Mundo, no Rock in Rio. A modelo entrou para lançar a campanha Belive.earth. Após discursar pela paz no mundo arriscou uns versos de "Imagine", de John Lennon, ao lado da cantora Ivete Sangalo.

Rock in Rio recebeu em Los Angeles o "GLOBAL CONSERVATION HERO AWARD" da CONSERVATION INTERNATIONAL, pelo projeto AMAZONIA LIVE.

Com quase 32 milhões de reais investidos.



ROCK IN RIO LISBOA 2018 - ESTÁ TUDO CONECTADO

O Rock in Rio desde 2006, que investe em projetos de reflorestação em Portugal, Brasil e EUA.

Em 2016 criou o projeto Amazonia Live que já permitiu garantir mais de 3,6 milhões de árvores para a amazónia.

Com os incêndios de 2017 em Portugal, pretendeu sensibilizar para a importância da floresta nos nossos dias, mostrar que mesmo a população urbana deve preservar a floresta, demonstrando que está tudo conectado. A madeira dos instrumentos musicais, o papel usado nas pautas musicais, nos suportes de comunicação, o carpete, os tecidos e os medicamentos que usamos na Cidade do Rock, todos estes materiais têm origem em recursos da floresta.

“Está tudo Conectado”, uma campanha de sensibilização que culminou com uma arrecadação de verbas para ajudar a restaurar a floresta nacional, em parceria com a Liga para a Proteção da Natureza que fez toda a gestão das verbas, através de um projeto integrado não só de reflorestação, mas também de criação de condições para a recuperação de espécies animais. Pretendemos recuperar o ecossistema.

Através de leilões, de venda de pulseiras, e da comercialização de uma canção criada com o propósito de apoiar a campanha “Respirar” por Agir, Carolina Deslandes e Diogo Piçarra foi possível arrecadar mais de 30.000 euros, investidos no projeto de restauração florestal que incluía sessões de formação à comunidade e recuperação de habitats para a fauna.

Com um investimento de 1,1 milhões de euros.



ROCK IN RIO 2019 - TOD+S POR UM MUNDO MELHOR

Ano em que terminamos o Amazonia Live com cerca de 3,6 milhões de árvores arrecadadas e o compromisso de restauro de 28.000 hectares de floresta através do projeto Paisagens Sustentáveis da amazônia, num total de mais 30.000 hectares de floresta recuperados. Este projeto termina não só com impacto ambiental positivo para a floresta, para a qualidade da água do rio Xingú, para a diversidade de flora mas também de fauna que é possível depois da restauração do ecossistema, mas também com impacto social para as comunidades da Reserva Indígena do Xingú, de onde são oriundos os coletores de sementes que vão dar origem às árvores arrecadadas, onde 1 milhão de árvores representa um impacto econômico de 3 milhões de reais.

Desde 2015, o Rock in Rio convida artistas do seu line-up a assinarem guitarras e doarem itens pessoais para serem leiloados no Fans for Change – um leilão por um mundo melhor. Todo o dinheiro arrecadado foi revertido em árvores para o projeto Amazonia Live.

21 Desafios - Em conjunto com a Natura, foram criados 21 desafios em 7 dias para o público participar e fazer a sua parte para a construção de um Mundo Melhor. Além dos utilizadores das nossas redes, artistas como Toni Garrido, Thiago Lacerda, Lelê e Tico Santa Cruz participaram nos desafios.

Podcast Nave - 5 episódios, cada um com um convidado especial e um tema a ser conversado. Os episódios foram lançados no Spotify.

Twittaço - No twitter oficial do Rock in Rio, foi postado um post participativo para saber o que as pessoas fazem por um mundo melhor. A partir disso, várias marcas parceiras do Rock in Rio entraram nesse flow e twittaram o que estão a fazer nesse sentido dentro e fora da Cidade do Rock.

Espaço Favela, foi um espaço criado para dar voz e visibilidade a tudo que rola nas comunidades. Cultura, Empoderamento, empreendedorismo, cultura, arte, dança e música. Parcerias com SEBRAE na capacitação



ROCK IN RIO 2019 - TOD+S POR UM MUNDO MELHOR

Adotamos os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas no nosso plano de Sustentabilidade. Apresentamos um spot nos telões do palco Mundo sobre os ODS para envolvimento do público, numa parceria com a ONU.

Pró-Medula, promotores captaram possíveis doadores de medula durante o evento em 2017 e em 2019.

Visita da ONG Sonhar Acordado, abrimos as portas da Cidade do Rock a um grupo de crianças e a um grupo de portadores de Síndrome de Down, no evento teste, eles puderam experimentar o Rock in Rio de uma maneira mais tranquila e aproveitar todos os brinquedos.

Lançamos um concurso de redação, um do Município e outro do Estado que tiveram como premiação 250 pares de ingresso.

3ª edição do Rock in Rio Escola Solar, e primeira em solo brasileiro. Doação de painéis solares para escolas municipais do Rio de Janeiro, que vão gerar verbas durante

25 anos para a implementação de melhorias nas escolas onde foram instalados.

Campanha TOD+S POR UM MUNDO MELHOR, para revitalizar o mote do Rock in Rio adotado em 2001, POR UM MUNDO MELHOR centrando a importância de todos colaborarem na construção de um mundo melhor.

Tendo investido mais de 7,7 milhões de reais.



ROCK IN RIO 2019 - ESPAÇO FAVELA

O Espaço Favela trouxe foco para as comunidades, retratando a alegria dos seus moradores.

Mais que uma apresentação no Rock in Rio, foi um movimento de esperança e oportunidades para quem vive nas comunidades.

Reconhecer o talento e a criatividade nos negócios que existem nas favelas, a geração de emprego, os caminhos para se contornar a crise foram alguns dos objetivos deste espaço.

O Sebrae ofereceu cursos, para orientar como montar o negócio e facilitar o acesso ao crédito. Levaram a estes microempreendedores as “fintechs”, pequenas empresas tecnológicas que podem ajudar na concessão de crédito. É cada vez mais necessário acreditar no potencial empreendedor e realizador das favelas do Rio, unindo forças com parceiros estratégicos, para contribuir para a geração de trabalho e rendimento nas comunidades das sete maiores cidades da região metropolitana do Estado do Rio de Janeiro.



MADRID

O Rock in Rio, além de Lisboa e Rio de Janeiro, teve 3 edições em Madrid, em 2008, 2010 e 2012, onde o projeto Por um Mundo Melhor também esteve presente.

Em 2012 a taxa de reciclagem foi de 94% sendo apenas 6% enviado para valorização energética e orgânica. Neste ano fez-se uma campanha sobre correta separação de resíduos, com a participação de vários artistas.

Numa parceria com a Plan International Child Reach apoiamos vários projetos, sendo que em 2012 o tema adotado foi o dos direitos das jovens em países carentes.

Mais uma vez apostou-se na redução da pegada carbônica, tendo em 2010 disponibilizado 300 automóveis para transporte do público de uma forma mais sustentável.

A compensação da pegada carbônica foi feita através da aquisição de créditos de carbono de indústrias de forma a que se tornassem menos poluentes. Também entregamos o prêmio Rock in Rio Atitude Sustentável aos parceiros com presença mais sustentável.



LAS VEGAS

Em 2015, nos EUA, doamos bilhetes para a MAKE A WISH FOUNDATION que realiza os desejos de crianças com doenças terminais, à DO IT FOR THE LOVE FOUNDATION, que ajuda pessoas através da música e à MUSIC FOR RELIEF, fundação da banda Linkin Park, que atua em zonas de catástrofes.

Também nesta edição mantivemos os padrões do Rock in Rio e doamos 10.000 refeições através da Three Square a pessoas carentes. Através do leilão online de guitarras asinadas pelos artistas que atuaram em Las Vegas, arrecadamos verbas para plantar 60.000 árvores numa área de floresta queimada na Califórnia, através da Music for Relief. Doamos 50.000 USD à keep Memory Alive que apoia doentes e familiares com doenças mentais. Compensamos a pegada carbônica e premiamos os parceiros mais sustentáveis na sua presença na Cidade do Rock.

Com isto investimos mais de 97 mil USD em Projetos sociais e ambientais.





“

O Rock in Rio tem o Por Um Mundo Melhor em seu DNA. Estamos falando de um festival que nasce para dar voz à uma geração que buscava ser ouvida, que lutava por ideais após um longo período reclusa. Nossa história no social nasce neste momento, oferecendo ao público a possibilidade de sonhar junto e construir um futuro melhor a partir das iniciativas que abraçamos. De lá para cá, investimos em inúmeras ações socioambientais. Ecoamos o que o mundo precisa para que possamos de mãos dadas ajudar na modificação de cenários.

Isso é o Rock in Rio, um amplificador da comunicação que usa a música como um instrumento pelo bem.”

ROBERTO MEDINA
FUNDADOR DO ROCK IN RIO



POR UM MUNDO MELHOR

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE

SUSTENTABILIDADE@ROCKINRIO.COM