

The Town 2025: Aplicativo oficial amplia funcionalidades com a operação de venda antecipada de bebidas e festival confirma nova operação de copos retornáveis

A partir da plataforma público consegue realizar a compra prévia de Eisenbahn, Coca-Cola, Água, Amstel Vibes e Red Bull, além de já conseguir garantir o copo retornável



São Paulo, 29 de agosto de 2025 – A partir de hoje, o público do The Town terá acesso a mais uma ferramenta que vai tornar a experiência na Cidade da Música ainda mais mágica. Neste ano, o festival ampliou as funcionalidades de seu aplicativo oficial e, agora, os fãs já podem realizar a compra antecipada de bebidas diretamente pelo app, disponível para iOS e Android. Além disso, o The Town também confirma uma nova operação de copos retornáveis em parceria com Eisenbahn, Coca-Cola, Red Bull e Amstel Vibes. A novidade, também já disponível para aquisição antecipada no aplicativo, oferece desconto nas próximas bebidas para quem adotar a prática sustentável de reutilizar ou devolver os recipientes.

Além de já poderem planejar a agenda personalizada dos mais de 100 shows, reservar lockers, ativar alertas de apresentações, acessar o plano de acessibilidade do festival, agora podem garantir bebidas antes mesmo de chegar na Cidade da Música. Nesta fase de venda antecipada estarão disponíveis Eisenbahn, Coca-Cola, Água, Amstel Vibes e Red Bull, sem variação de preço em relação ao que será praticado durante o The Town. A retirada dos produtos, mediante disponibilidade, será feita da seguinte forma: assim que a pessoa comprar aparece um QR Code, que deverá ser apresentado; no caso de chope e água, ambos poderão ser retirados em bares, restaurantes e também com ambulantes, enquanto Coca-Cola, Red Bull e Amstel Vibes estarão disponíveis apenas em bares e restaurantes, sem opção de retirada com ambulantes.

A compra antecipada segue aberta até as 10h da manhã de cada dia de evento. Após o encerramento de cada dia de festival, a pré-venda reabre às 6h da manhã seguinte. Já nos dias em que não há programação (8, 9, 10 e 11/09), a venda permanece disponível continuamente, até as 10h da manhã do próximo dia de evento (12/09). Outras informações podem ser consultadas no site do festival.

Nova operação de copos retornáveis reforça compromisso com a sustentabilidade e oferece desconto para quem adota atitude consciente

A segunda edição do The Town vai encantar o público não só com os grandes shows e experiências, mas também com o compromisso de fazer do mundo um lugar melhor. Em 2025, seguindo com o compromisso de fazer do mundo um lugar melhor, a organização do festival, ao lado das marcas Eisenbahn, Coca-Cola, Red Bull e Amstel Vibes, apresenta uma nova operação de copos retornáveis, que torna a experiência ainda mais prática e sustentável. Agora, além de poder reutilizar os copos do evento, o público poderá retorná-los para pegar a próxima bebida, evitando o acúmulo de recipientes. Aqueles que adotarem esta atitude sustentável, serão recompensados: ao retornar com o copo, os fãs ganham um desconto ao adquirir as próximas bebidas, independentemente da marca escolhida. A operação, que foi um sucesso em 2023 e reduziu 10 toneladas de resíduos, será ainda mais eficiente nesta edição. A meta é reduzir em 30% a quantidade de copos utilizados no festival.

“Os festivais da Rock World levam em seu DNA a busca por um mundo melhor. A operação de copos retornáveis no The Town reforça esse compromisso, mostrando que é possível criar experiências inesquecíveis enquanto geramos impacto positivo no planeta. Acreditamos na força da música como agente de transformação, mas sabemos que nenhuma mudança se faz sozinha. A parceria e a união com marcas que compartilham desse propósito são fundamentais para que ações como essa saiam do papel e se tornem realidade. E quando o público também faz a sua parte, reutilizando ou retornando seus copos, esse ciclo de transformação se fortalece. Quando caminhamos juntos, conseguimos ir mais longe e inspirar ainda mais pessoas a fazer parte dessa construção coletiva por um futuro melhor” afirma Roberta Medina, Vice-Presidente Executiva da Rock World.

Durante o festival, na primeira compra de bebida, o público recebe um copo retornável. Já nas compras seguintes, toda vez que o fã adotar a atitude sustentável de retornar com o copo para pegar uma nova bebida, ganha o desconto de R\$5,00 nas compras seguintes, válido para qualquer uma das marcas participantes. O fã poderá reutilizar o copo para obter o desconto ou, mediante disponibilidade, retorná-lo para pegar a nova bebida. Para o cliente que optar por retornar e pegar um novo copo, os recipientes passarão por um processo rigoroso de higienização antes de voltarem à operação.

Importante destacar: um novo copo limpo será recebido a título gratuito no momento da compra da nova bebida, mediante entrega do copo das marcas de bebidas parceiras do evento em bom estado pelo cliente. Os copos elegíveis para a mecânica de retorno do recipiente para desconto serão apenas os copos oficiais das marcas de bebidas do evento (Eisenbahn, Coca-Cola, Sprite, Amstel Vibes ou Red Bull), não havendo devolução em dinheiro ou outros formatos de compensação. Outra opção é para aqueles que já tiverem outros copos ou o copo oficial do The Town – que poderá ser adquirido em pontos de venda específicos na Cidade da Música, como a loja de produtos oficiais, por exemplo – que poderão reutilizá-los normalmente para obter o desconto nas bebidas.

Cidade da Música chega repaginada e com novidades para a segunda edição do The Town

Neste ano, a Cidade da Música vai proporcionar uma atmosfera emocionante, com diversas experiências que o público poderá viver nos 360 mil metros quadrados do Autódromo de Interlagos. Em 2025, o mapa do espaço terá mudanças com relação a 2023. Os palcos The One, Factory e São Paulo Square, além de espaços como o Market Square ganham novas localizações, visando uma visita ainda mais mágica à Cidade da Música. Além das mudanças de espaços já conhecidos pelo público, o The Town também ganhará novas experiências e atrações icônicas como o palco Quebrada e a The Tower Experience, refletindo o olhar da Rock World em sempre evoluir a cada nova edição de seus festivais.

Programado para receber quatro shows por dia de grandes artistas nacionais e internacionais, o gigante **Skyline**, que mantém o lugar que ficou na última edição e já chama atenção por si só com sua cenografia inspirada nos arranha-céus de São Paulo, chega ainda mais robusto, com 300m² de led, o dobro da quantidade da primeira edição. Já o **The One**, aonde a música vai além da música, trazendo artistas potentes, mais de 30 telões de LED e uma cenografia inspirada nos museus de arte de São Paulo, ganha uma nova localização. Ele estará no lugar em que em 2023 ficava o Megadrop, em frente onde era o The Town Club Lounge, e passa a contar com um amplo anfiteatro natural, garantindo uma visão privilegiada dos shows. Também será em frente ao The One que o Lounge Club, exclusivo para clientes The Town Club Rockstar, estará localizado.

O retorno triunfal do **São Paulo Square** terá uma novidade. O palco, sucesso na primeira edição, também ganhou uma nova localização e ficará no local onde estava o The One em 2023. Carregando uma trilha sonora composta, principalmente, de jazz e blues, gêneros que serão os mais presentes no palco, sua estrutura é inspirada em arquiteturas históricas marcantes da metrópole e na região em que a cidade foi fundada. Enquanto isso, o **Factory** passa a ocupar o espaço que era da São Paulo Square e ganha uma área de anfiteatro natural mais ampla para o público aproveitar cada segundo dos shows. Este icônico palco é inspirado nos antigos galpões das fábricas da zona industrial de São Paulo, se transformando em um verdadeiro espaço para grandes talentos da música nacional e internacional.

Em 2025, o The Town ganha um novo palco cheio de identidade: o **Quebrada**, que vai celebrar a força das periferias com muita música, cultura e arte. Inspirado no sucesso do Espaço Favela no Rock in Rio, o Quebrada chega como um território de representatividade e visibilidade para talentos da cena periférica paulistana e brasileira. Com uma programação potente ao longo dos cinco dias de festival, ele trará apresentações marcantes que vão emocionar o público.

O The Town acaba de ganhar um novo e inédito espaço que será o grande after da Cidade da Música: a **The Tower Experience**. A experiência começa logo após o encerramento do Palco Skyline e convida o público a mergulhar em uma fábula contemporânea onde fantasia e realidade se misturam, em um espetáculo com cenografia de tirar o fôlego. A Rock World, com o patrocínio da Eisenbahn, inova mais uma vez ao apresentar uma das experiências mais impactantes já vistas em um festival no mundo: serão 120 artistas em cena, incluindo a Orquestra Sinfônica Heliópolis, um corpo de balé com direção coreográfica de Mariana Barros, um coral com vozes potentes, além dos DJs Victor Lou, GBR, Cat Dealers, Dubdogz, Liu e ANNA, que assumem a música do local a cada noite.

O sofisticado **Market Square**, o espaço ideal no festival para quem busca uma experiência gastronômica diferenciada dentro do festival e que contará com um menu exclusivo criado especialmente pelo renomado chef Henrique Fogaça, também terá uma nova posição e ficará localizado próximo ao espaço que antes pertencia ao Factory. Com o melhor que a

Outra novidade para este ano será um espetáculo aéreo no céu da Cidade da Música: o **The Flight**. Responsável por proporcionar diversos espetáculos de tirar o fôlego, a Esquadrilha Céu executa demonstrações aéreas em vários eventos pelo Brasil, exibindo manobras acrobáticas de voo em formação. As atividades da marca tiveram início no ano de 2011, no antigo Clube Céu, às margens da Lagoa de Jacarepaguá, no Rio de Janeiro, e desde lá os pilotos já acumularam mais de 25.000 horas de voo. O público poderá conferir o espetáculo em todas as datas do The Town.

A venda geral de ingressos do The Town acontece exclusivamente online, por meio da plataforma Ticketmaster Brasil (thetown.ticketmaster.com.br).

- Maiores de 60 anos: Documento de identidade oficial com foto;
- Estudantes de ensino fundamental, médio ou superior da rede pública ou particular: Carteira de Identificação Estudantil (CIE), emitida pela ANPG, UNE, Ubes, entidades estaduais e municipais, Diretórios Centrais dos Estudantes, Centros e Diretórios Acadêmicos, conforme modelo único nacionalmente padronizado. Os elementos indispensáveis da CIE são: nome completo e data de nascimento do estudante; foto recente do estudante; nome da instituição de ensino na qual o estudante esteja matriculado; grau de escolaridade; e data de validade até o dia 31 de março do ano subsequente ao de sua expedição. Não serão aceitos em nenhuma hipótese boleto bancário ou comprovante de mensalidade;
- Jovens pertencentes a famílias de Baixa Renda (com idades de 15 a 29 anos): Carteira de Identidade Jovem, emitida pela Secretaria Nacional de Juventude a partir de 31 de março de 2016, acompanhada de documento de identidade oficial com foto;
- Pessoas com Deficiência (e um acompanhante): Documento de identidade oficial com foto e Cartão de Benefício de Prestação Continuada da Assistência Social da Pessoa com Deficiência ou documento emitido pelo Instituto Nacional do Seguro Social – INSS que ateste a aposentadoria de acordo com os critérios estabelecidos na Lei

Rock in Rio e, hoje, é uma área consistente dentro da Rock World. The Town foi pioneiro na utilização de 472 mil copos reutilizáveis durante os cinco dias de evento, evitando a geração de 10 toneladas de resíduos. Em parceria com a ONG Gerando Falcões, a Gerdau e a Fundação Grupo Volkswagen, o The Town lançou o projeto Favela 3D, voltado para o desenvolvimento social da Favela do Haiti, em São Paulo. Por meio de uma metodologia escalável e sustentável, 290 famílias estão sendo impactadas por ações que promovem o fortalecimento comunitário, empregabilidade, empreendedorismo, capacitações profissionais e acompanhamento individualizado, ao longo de dois anos. Ao completar um ano, a Favela do Haiti celebrou o pleno emprego.

A primeira edição do The Town teve um impacto econômico significativo, gerando R\$ 1,9 bilhão para a cidade e criando mais de 23,4 mil empregos. Com uma comunicação que atingiu 145 milhões de pessoas e provocou 2,21 milhões de conversas nas redes sociais, The Town se consolidou no calendário cultural e econômico do país.

Assessoria de imprensa

PR The Town

Approach Comunicação

thetown@approach.com.br

Guilherme Fontenelle (Assistente de Atendimento) | 21 99156– 0216

guilherme.fontenelle@approach.com.br

Maria Mariana Braga (Assistente de Atendimento) | 21 97925– 9113

mariamariana.braga@approach.com.br

Jullia Bustamante (Atendimento) | 21 99599– 0015

jullia.bustamante@approach.com.br

Marina Milhazes (Gerente) | 21 98810– 6760

marina.milhazes@approach.com.br

Fabiana Guimarães (Diretora) | (21) 98818– 4845

Patrocinador Master

Patrocinadores

Mídia Partners

Apoio Institucional

