

The Town celebra sucesso de sua primeira edição e passa oficialmente o bastão para o Rock in Rio 40 anos

Rock in Rio Brasil anuncia datas e será realizado nos dias 13, 14, 15, 19, 20, 21 e 22 de setembro de 2024. O ano terá comemoração dobrada com os 20 anos da primeira edição de Lisboa

São Paulo, 10 de setembro de 2023: A festa não tem fim para a Rock World – empresa que organiza e produz o The Town e o Rock in Rio. Mal terminou a primeira e histórica edição do The Town, a marca já começa a se preparar para o ano de 2024 – em que vai celebrar as edições de 40 anos do Rock in Rio no Brasil e 20 anos do Rock in Rio Lisboa. Durante a coletiva de imprensa que aconteceu hoje, na Cidade da Música, os organizadores do The Town divulgaram um balanço do festival que teve meio milhão de ingressos esgotados, e reuniu milhares de pessoas durante estes cinco dias de magia, em mais de 235 horas de muita música, nos seis palcos do espaço. Na ocasião, Roberta Medina também confirmou a próxima edição do maior festival de São Paulo para 2025.

“Chegar em São Paulo é um marco. Nos inspiramos na Cidade e realizamos o maior evento já visto por aqui. Foi de fato emocionante ver tudo isso nascer e as pessoas vivenciarem tudo o que construímos. Como diz o Roberto, chegamos para ficar e em 2025 retornaremos com tudo para a segunda edição do The Town, trazendo um olhar especial para todos os aprendizados e como podemos trazer uma experiência ainda melhor para nossos fãs. O público mal pode esperar para o que estamos preparando” comentou Roberta Medina, vice-presidente de reputação de marca da Rock World, empresa que criou e organiza o The Town e o Rock in Rio e produz o Lollapalooza. Ela reforça ainda que “a partir de agora, todo ano teremos ao menos dois grandes festivais acontecendo pela Rock World. E o ano de 2024 promete muitas surpresas e novidades. Vamos celebrar marcos importantes: Rock in Rio Brasil e Rock in Rio Lisboa celebram 40 e 20 anos, respectivamente. Teremos muita história para construir e para contar”, comemora.

Logo no início da coletiva, Roberta destacou os resultados conquistados pelo The Town até o fim do dia de sábado e algumas projeções - que serão confirmadas após o festival. Foram meio milhão de ingressos vendidos para um público que está comparecendo em massa nestes dias de evento. Falando de transportes com a operação inédita de trem e metrô funcionando por 24h, 237 mil pessoas optaram por ir e voltar por esses meios. Já o The Town Express recebeu com 210 mil usuários. Dentro da Cidade da Música, até o fim do dia do sábado, o The Town – O Musical se consagrou com uma das grandes atrações do espaço e, até o sábado (10), 460 mil copos reutilizáveis foram vendidos, somando aproximadamente 10 toneladas de resíduos economizadas. Na loja de produtos oficiais 100 mil itens foram vendidos. Na parte de tecnologia foram 300 mil downloads de aplicativo e o público deu nota 9.5 para o sinal 5G da Vivo. Nas redes sociais o sucesso foi enorme: também até ontem, foram mais de 270 mil novos seguidores nas redes do festival, mais de 80 milhões alcançados pelas campanhas de TV, 22 milhões de conversas geradas e 146 horas nos trending topics do Twitter.

Em levantamento feito pela Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Estado de São Paulo (Abih-SP), a ocupação dos hotéis na capital paulista entre os dias 2 e 10 de setembro, quando acontece o festival, passa dos 85%, número 25,5% maior do que o registrado no mesmo período do ano passado. A organização do The Town também destacou que o impacto econômico em São Paulo é de R\$ 1.7 bilhão.

O Prefeito de São Paulo, Ricardo Nunes, destacou o sucesso da primeira edição do The Town e celebrou o retorno do festival em 2025. “Eu quero registrar a nossa felicidade de ter trabalhado ao lado de profissionais tão capacitados como é a equipe do Roberto Medina. Vocês são muito bons e tudo isso fez com que a gente conseguisse ter na cidade de São Paulo o maior evento de todos os tempos” agradeceu Nunes. “A gente precisa continuar avançando. A gente fez essa primeira etapa de investimento da Prefeitura com relação à adequação dos espaços para receber esse evento maravilhoso. A repercussão da cidade de São Paulo e do Brasil no mundo foi muito positiva. A gente vai continuar agora com as obras de adequação para poder ter aqui em São Paulo eventos ainda maiores”, ressaltou o Prefeito Ricardo Nunes.

Já Roberto Lucena, Secretário de Turismo, participou como representante do Governo do Estado de São Paulo, ressaltando a alegria e o sucesso do festival. “O sucesso do The Town foi construído, evidentemente, com a competência, liderança e expertise do Roberto Medina e todo o seu time. Isso não seria possível também sem essa sintonia fina que existe entre o Governo do Estado de São Paulo e a Prefeitura Municipal de São Paulo, entre o governador Tarcísio de Freitas e o prefeito Ricardo Nunes. Nós tivemos um evento extraordinário que sobe a régua dos eventos no Brasil”, acredita.

The Town 2025 já tem patrocinador Master confirmado: Heineken assina o evento pela segunda edição

Patrocinadora master do The Town 2023, a Heineken também foi a primeira marca confirmada na edição de 2025 e seguirá com o posto de patrocinadora master do festival. Eduardo Picarelli, diretor da Unidade de Negócios da Heineken, comemorou a parceria com a Rock World que vem desde o Rock in Rio de 2011 e falou sobre a operação. “Eu queria começar dando parabéns pela primeira edição que foi fantástica. Eu lembro de quando a gente falou a primeira vez sobre esse sonho e é muito legal ver no que se transformou o The Town. A gente sempre fala em cerveja, mas o The Town já é a maior operação de cerveja da Heineken num festival em São Paulo. Então, é algo que começou grande já”, conta. “Me dá orgulho de ver a usina de energia solar que a gente construiu para Fórmula 1, para alimentar os nossos stands, e que a gente usou também no festival. Então, a gente vê esse legado cultural que a gente vai deixando num centro cultural de São Paulo, que é o Autódromo de Interlagos”, celebra.

The Town passa oficialmente o bastão para o Rock in Rio. Edição comemorativa de 40 anos acontecerá nos dias 13, 14, 15, 19, 20, 21 e 22 de setembro de 2024 no Rio de Janeiro

A primeira edição do maior festival de São Paulo ainda não terminou, mas a Rock World já está pensando nas próximas edições do Rock in Rio no Brasil e em Lisboa. Logo após o fechamento dos portões da Cidade da Música neste último dia do The Town, a chave já começa a virar para o próximo ano que será de grandes celebrações. Em 2024 serão celebrados os 40 anos do Rock in Rio, no Rio de Janeiro, e os 20 anos do Rock in Rio Lisboa. A organização confirmou as datas da próxima edição no Brasil nos dias 13, 14, 15, 19, 20, 21 e 22 de setembro de 2024, no Rio de Janeiro, e reforçou as datas já anunciadas de Lisboa, que acontece nos dias 15, 16, 22 e 23 de junho de 2024.

“Se 2023 marcou a construção de uma nova história e vi ficar de pé meu novo sonho, o The Town, para 2024 vamos celebrar também em grande estilo os 40 anos do maior festival de música e entretenimento do mundo e será imperdível. Já temos data e já estamos debruçados na construção de tudo o que o público encontrará na Cidade do Rock. Podem se preparar. Será gigante”, afirmou Roberto Medina, criador e presidente da Rock World.

Rock in Rio confirma patrocinador Master: Itaú assinará o evento

Presente no Rock in Rio desde 2011 assinando o evento como patrocinador Master do festival, o Itaú mantém seu posto e, pela sétima edição consecutiva, segue de mãos dadas com a organização. Durante a coletiva, Rodrigo Montesano, superintendente de Brand Experience & Patrocínios do Itaú, celebrou mais um ano de parceria com o Rock in Rio e lembrou que o trabalho para o próximo já começa. “Essa é uma edição especial para nós, pois, assim como o Rock in Rio celebra os seus 40 anos, o Itaú comemora seu centenário”, conta. O Rock in Rio é em setembro do ano que vem, mas a jornada começa antes, né? Já começa com a pré-venda. Então aqui, terminou o The Town, semana que vem a gente já começa o projeto Rock in Rio. É muito bom!”, conta.

Organização do Rock in Rio reforça Ludmilla como primeiro nome anunciado do line up de 2024

O primeiro nome anunciado para se apresentar no festival carioca acabou de fazer um show arrebatador no The Town. Ludmilla irá se apresentar no Palco Mundo, na próxima edição do Rock in Rio, em 2024. A cantora, que também fez uma performance histórica no Rock in Rio em 2022 como headliner do Palco Sunset, conquistou a maior audiência do Multishow entre os nacionais daquela edição, além de ter dominado as redes sociais do festival, garantindo a maior repercussão em todos os pontos, seja maior audiência, menções, citações e ainda se tornou 1o lugar nos trending topics Brasil e mundo.

Ela promete agitar o público do Palco Mundo com os sucessos “Rainha da Favela”, “A Danada sou eu”, “Deixa de Onda”, “Invocada”, “Verdinha” e “Hoje”, entre outras faixas. Lud já foi indicada duas vezes ao Grammy Latino — vencendo uma, com seu quarto álbum de estúdio “Numance 2” (2022) — seis vezes ao MTV Europe Music Award para Melhor Artista Brasileiro e diversas vezes ao Prêmio Multishow de Música Brasileira, saindo duplamente vitoriosa em 2019.

Sobre o The Town

Dos mesmos criadores do Rock in Rio, The Town estreou na grande metrópole no dia **2 de setembro de 2023**, e seguiu durante os dias **3, 7, 9 e 10, no Autódromo de Interlagos, em uma área de 360 mil m²**, que passou por diversas transformações. O novo festival já se posiciona como um evento de grande relevância, não apenas para a capital paulista, como também para todo o Brasil.

Com 500 mil ingressos vendidos, o evento tem mais de 235 horas de música, conta com seis palcos, onde o público pode imergir em novas e inesquecíveis experiências. Com cenografia inspirada em ícones da arquitetura paulistana e apresentando uma diversidade única de ritmo e união de tribos, The Town chegou a São Paulo com apoio, força e empoderamento de gente grande. De acordo com uma pesquisa realizada pela Fundação Getúlio Vargas, está previsto um impacto econômico de R\$1.7 bilhão, o maior já visto na capital, além de uma geração de mais de 19 mil empregos diretos.

Sobre o Rock in Rio

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

A internacionalização da marca começou por Portugal, Lisboa, em 2004, onde o evento acontece até hoje, seguido por Espanha (Madri) e pelos Estados Unidos (Las Vegas). No Rock in Rio, os números não param de crescer. Pelas Cidades do Rock já passaram mais de 10.5 milhões de visitantes nestas 22 edições. Desde 1985, o festival ganhou o mundo e tornou-se um verdadeiro parque de experiências, mas muito além disso, cresceu e ampliou a sua atuação, sempre com o olhar no futuro.

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

Sobre a Rock World

A Rock World é a empresa criadora de experiências que nasceu do maior festival de música e entretenimento do mundo, o Rock in Rio. Com a missão de proporcionar experiências inesquecíveis através da música e do entretenimento, a marca tem como base de sua cultura corporativa a arte de sonhar, de fazer acontecer e inspirar as pessoas através da filosofia de construir um mundo melhor.

Hoje, além do Rock in Rio, a Rock World expandiu sua área de atuação para outros projetos de produção de experiências que abrangem diferentes áreas. No Live Entertainment, a marca possui o The Town, o novo e maior festival de música, cultura e arte de São Paulo, que acontecerá no Autódromo de Interlagos, em setembro de 2023. A partir de 2024 a Rock World assume, em parceria com a C3, a produção e operação do Lollapalooza no Brasil.

Na área de Conteúdo, o Rock in Rio Studios é o produto que reforça o DNA da companhia para a criação de conteúdos audiovisuais originais e o posicionamento no mercado como uma marca ainda mais poderosa e potente de comunicação. A Rock World também atua na produção de espetáculos originais, os Originals. O primeiro deles foi desenvolvido em 2022 para o Rock in Rio, o Uirapuru, e para 2023 lança o The Town O Musical.

E para a área de Educação, o Humanorama, o Rock in Rio Academy e o The Town Learning Journey buscam ativar a potência das pessoas para contribuir na construção de um mundo melhor. Ao ampliar

sua atuação para tantos campos e diferentes negócios, a Rock World é hoje uma das maiores empresas de criação e produção de conteúdo proprietário de Live Experience no mundo.

Assessoria de imprensa

PR The Town

Approach Comunicação

thetown@approach.com.br

Julia Bustamante (Atendimento) | 21 99599-0015

julia.bustamante@approach.com.br

Camila Acatauassú Xavier (Coordenadora) | 21 98257-3800

camila.xavier@approach.com.br

Marina Milhazes (Gerente) | 21 98810-6760

marina.milhazes@approach.com.br

Fabiana Guimarães (Diretora) | 21 98818-4845

fabiana.guimaraes@approach.com.br