



Natura e Rock in Rio anunciam colaboração inédita

Marcas pretendem mobilizar massivamente as pessoas para a construção de um futuro melhor ao longo de 2019

Natura e Rock in Rio se unem em uma colaboração inédita, somando anos de experiência das marcas em causas, iniciativas de sustentabilidade e inovação. O público será convidado a participar como protagonista da construção de um futuro melhor em uma nova atração na próxima edição do maior festival de música e entretenimento do mundo. O Rock in Rio 2019 acontece nos dias 27, 28 e 29 de setembro, 3, 4, 5 e 6 de outubro, na Cidade do Rock (Parque Olímpico, Barra da Tijuca, Rio de Janeiro) e deve receber cerca de 700 mil pessoas durante os sete dias do evento.

A Natura é referência em projetos de impacto positivo nas esferas econômica, social, ambiental e cultural e tem suas atividades certificadas e reconhecidas por diversos selos e organizações internacionais, como **B Corp** (rede global de empresas de impacto positivo) e **UEBT** (spin off da ONU que certifica cadeia produtiva). Para a vice-presidente de Marketing, Inovação e Sustentabilidade da Natura, Andrea Alvares, a parceria amplifica a visão de mundo da marca. “Natura é parte de um grupo global movido por propósito e impacto positivo, por isso, queremos ecoar nossos valores em plataformas massivas, engajadoras e relevantes como o Rock in Rio”, explica a executiva.

O festival, que surgiu em 1985 e já realizou 19 edições, tem entre suas diretrizes ajudar a transformar o planeta, não só por meio da música e do entretenimento, mas também por causas sociais, ambientais e culturais com o projeto “Por um Mundo Melhor”. “Nove milhões de pessoas já passaram pela Cidade do Rock e um bilhão de pessoas já assistiram às transmissões das 19 edições. No Rock in Rio, temos um embrião do que pode ser um mundo melhor. Com a parceria com a Natura, queremos ampliar a potência dessa visão com o nosso público”, afirma Roberta Medina, vice-presidente executiva do Rock in Rio.

Vem com a gente?

Para celebrar o anúncio da parceria entre a marca de cosméticos e o Rock in Rio, a Natura lança um vídeo que reafirma o seu compromisso com ações e em prol de uma sociedade mais consciente, diversa e igualitária, convidando as pessoas a acompanharem e participarem da ação.





“O que eu, você, o que nós podemos fazer pelo futuro? Não aquele futuro distante. Agora, nesse instante, o que fazer por esse mundo que tem tanta pressa que esquece o humano? Que toda ação tem uma reação? O planeta não é nossa propriedade, a comida não cresce na prateleira, a energia não vem da tomada. Dá para restaurar a conexão?”, questiona a peça publicitária, que tem narração da cantora Liniker, da banda Liniker e os Caramelows, patrocinada pela marca.

A campanha será veiculada nos canais do facebook, youtube e instagram da Natura. Assinam a criação do vídeo Carolina Albuquerque e Tais Okamura com direção de Isabel Nascimento Silva. A produção é da Hysteria, produtora de conteúdo formada por diretoras, produtoras e jornalistas. O núcleo, que faz parte da Conspiração Filmes, tem o objetivo de criar um ecossistema de apoio à projetos concebidos e realizados por mulheres, não necessariamente sobre temas femininos e se define como “a equidade de gênero saindo da teoria e partindo para a prática”.

Vídeo da campanha: <https://youtu.be/uEN7yDeeJiY>

Cliente: Natura

Concepção: Equipe Rock in Rio

Produção: Hysteria (Conspiração)

Diretora: Isabel Nascimento Silva

Diretora Executiva: Cris Lopes

Produtora Executiva: Luisa Barbosa

Diretora de Criação: Carolina Albuquerque

Coordenadora de Produção e Pós-produção: Marina

Pessoa

Roteiro: Tais Okamura

Pesquisadora: Camila Mouri e Leticia Souza





Gerente de Projeto e Atendimento: Rafaela Lima

Assistente de Produção: Carol Pardini

Editora: Sarah Trevisan e Guilherme Valente

Finalizadora: Marina Franzolim

Designer Gráfica: Renata Rico

Assistente Designer Gráfica: Luana Gonçalves

Narração: Liniker

Sobre a Natura

Fundada em 1969, a Natura é uma multinacional brasileira de higiene e cosmética. Líder no setor de venda direta no Brasil, com mais de 1,7 milhão de consultoras, faz parte da Natura &Co, resultado da combinação entre as marcas Natura, The Body Shop e Aesop – que registrou R\$ 9,9 bilhões de receita líquida em 2017. Foi a primeira companhia de capital aberto a receber a certificação B Corp no mundo, em dezembro de 2014, o que reforça sua atuação transparente e sustentável nos aspectos social, ambiental e econômico. Com operações na Argentina, Chile, Colômbia, Estados Unidos, França, México e Peru. Produtos da marca Natura podem ser adquiridos com as consultoras Natura, pelo Rede Natura, por meio do [app Natura](#) ou em lojas em São Paulo, Rio de Janeiro, Paris, Nova York, Santiago e Buenos Aires. Para mais informações sobre a empresa, visite www.natura.com.br e confira os seus perfis nas redes sociais: [LinkedIn](#), [Facebook](#), [Instagram](#), [Twitter](#) e [YouTube](#).

Sobre o Rock in Rio

O Rock in Rio é o maior evento de música e entretenimento do mundo. Criado em 1985, nasceu para dar voz a uma juventude e unir pessoas, de raças e credos diferentes, em paz e harmonia por meio da música. Após 33 anos, o evento é parte relevante da história da música mundial e uma plataforma de comunicação que amplifica discursos e usa o poder de sua marca como força motriz para atingir seu compromisso na construção de um mundo melhor.





O poder de alcance do Rock in Rio tem números impactantes. O evento já soma 19 edições, 112 dias e 2.038 atrações musicais. Ao longo destes anos, mais de 9,5 milhões de pessoas passaram pelas Cidades do Rock. Em 2017, 143 milhões de pessoas foram alcançadas por conversas espontâneas sobre o Rock in Rio e, somente durante os dias de evento, foram 41,9 milhões de visualizações de vídeos nas redes. Nascido no Rio de Janeiro, o Rock in Rio conquistou não só o Brasil como, também, Portugal, Espanha e Estados Unidos, sempre com a ambição de levar todos os estilos de música aos mais variados públicos.

Consciente do poder disseminador da marca, 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 em um planeta mais saudável. Em 2001, reafirmou o compromisso de mostrar às pessoas que pequenas atitudes no dia a dia são o caminho para fazer do mundo um lugar melhor para todos. Em 2013, o Rock in Rio foi reconhecido por seu poder realizador ao receber a certificação da norma ISO 20121 – Eventos Sustentáveis. Gerou 212,5 mil empregos diretos e indiretos em todas edições, mais de R\$ 97 milhões investidos – provenientes da organização do evento e de parceiros – em diferentes projetos passando por temas como sustentabilidade, educação, música, florestas e etc.

Em 2016, foi a vez de anunciar o Amazonia Live, projeto do Rock in Rio que já garantiu mais de 73 milhões de árvores para a Amazônia, com doações individuais e de parcerias, por meio de projetos de restauração e plantação. O Amazonia Live traz a importância das florestas para o equilíbrio climático mundial como tema para todas as edições do evento, pelo menos até 2019. O Rock in Rio também desenvolve um plano de sustentabilidade em que são definidas medidas para a redução de emissões e inclui uma correta gestão de resíduos, eficiência energética, compensação de emissões e correto consumo de recursos, entre outros. Este plano é desenhado para a organização, patrocinadores e fornecedores e vem sendo aperfeiçoado a cada edição, além de ser utilizado, até hoje, em todos os países onde o Rock in Rio é realizado.

Informações à Imprensa: Conteúdo Comunicação

Marilia Melhado – gerente de conta

marilia.melhado@conteudonet.com | (11) 5056-9816

Luciana Rabassallo – atendimento sênior

luciana.rabassallo@conteudonet.com | (11) 5056-9840





PR Rock in Rio

Approach Comunicação

+55 21 3461-4616 ramal 151 e 133

Marina Milhazes (Atendimento)

marina.milhazes@rockinrio.com

Fabiana Guimarães (Gerente)

fabiana.guimaraes@approach.com.br

+55 21 98818-4845

