**Coca-Cola celebra a sua ligação à música com uma parceria global histórica com o Rock in Rio Lisboa**

* **A Coca-Cola é o primeiro parceiro global da edição de 2026 do Rock in Rio Lisboa, abrindo um novo capítulo na comunicação do festival e reforçando o seu posicionamento global.**
* **Esta parceria, que abrange no mínimo duas edições — 2026 e 2028 — reforça o papel do Rock in Rio Lisboa como plataforma global de entretenimento e construção de marcas.**
* **O Rock in Rio Lisboa regressa ao Parque Tejo nos dias 20, 21, 27 e 28 de junho de 2026, com os Linkin Park confirmados como primeiros cabeças de cartaz. Os bilhetes já estão disponíveis em tickets.rockinriolisboa.pt (powered by Fever), feverup.com, lojas Worten e worten.pt.**

Lisboa, 8 de setembro de 2025: Após mais de três décadas de presença no Rock in Rio Brasil, a Coca-Cola junta-se agora ao Rock in Rio Lisboa, numa nova e entusiasmante parceria que une o poder de uma marca global icónica ao maior festival de música e entretenimento de Portugal. Pela primeira vez, a Coca-Cola reconhece o Rock in Rio Lisboa como uma das suas parcerias musicais globais mais prestigiadas, sublinhando o compromisso da marca em apoiar a música e as artes em todo o mundo. O anúncio é um marco importante na preparação para a 11.ª edição do festival, que regressa ao Parque Tejo em 2026.

Este movimento reforça ainda mais o papel do festival como uma das plataformas mais influentes de entretenimento, *storytelling* de marca e ativação cultural em escala global. Define também um novo precedente no mercado publicitário europeu de música e entretenimento, com Portugal na linha da frente, afirmando o Rock in Rio Lisboa como um palco global para marcas com ambição internacional e propósito emocional. Combinando presença digital, experiências no recinto e conteúdos memoráveis, o festival acolherá ativações exclusivas de marca — incluindo os muito aguardados “Only-Coke-Can-Do Moments”, que prometem surpreender o público dentro e fora da Cidade do Rock.

A 11.ª edição do Rock in Rio Lisboa marcará o regresso muito aguardado dos Linkin Park, que serão cabeças de cartaz a 21 de junho — 12 anos após a última atuação da banda no palco principal do Rock in Rio Lisboa. O grupo regressa com a digressão From Zero e apresenta o seu novo álbum, o primeiro com a nova vocalista Emily Armstrong.

Mas esta não é a única novidade. A edição de 2026 arranca já em 2025, com o lançamento do projeto Road to Rock in Rio — uma jornada de comunicação nacional e internacional que inclui experiências e ativações em várias cidades de Portugal e da Europa.

No centro desta jornada está a campanha ALL IN RIO, que gira em torno da cenografia icónica do Palco Mundo do festival, convidando o público a escrever mensagens de união, paz e esperança por um mundo melhor.

*“Esta aliança reforça a nossa visão de futuro: fazer de Lisboa o grande ponto de encontro do verão europeu em 2026 e 2028. A Coca-Cola junta-se a nós com a mesma ambição e energia que alimenta o Rock in Rio Lisboa — criar momentos únicos de felicidade, emoção e ligação com milhões de pessoas, dentro e fora da Cidade do Rock. É a combinação perfeita entre duas marcas globais que acreditam no poder da música, do entretenimento e das experiências para inspirar e transformar a forma como as pessoas se relacionam com as marcas. Esta parceria eleva ainda mais o Rock in Rio Lisboa como uma das plataformas mais relevantes do mundo para comunicação e experiências — e como um dos maiores embaixadores internacionais de Portugal.”* — **Roberta Medina, Vice-Presidente Executiva do Rock in Rio.**

*"Pela primeira vez, a Coca-Cola vai estabelecer parcerias com os festivais Rock in Rio da América Latina e da Europa, e é fantástico ver a ativação da nossa marca ganhar vida em diferentes continentes. Os festivais Rock in Rio proporcionam memórias incríveis aos frequentadores de festivais com gostos musicais variados, e tenho orgulho na Coca-Cola por criar experiências inesquecíveis para os consumidores e implementar a nossa estratégia musical global em toda a Europa."* **— Javier Meza, Diretor de Marketing EMEA, The Coca-Cola Company Europa.**

*“A música é uma linguagem universal que tem o poder de unir pessoas, e sempre foi uma parte importante da herança da Coca-Cola. Estar no Rock in Rio Lisboa é uma oportunidade para reforçar a nossa ligação com os consumidores, sublinhar o nosso compromisso com Portugal e celebrar um dos eventos culturais mais reconhecidos internacionalmente.”* — **Ana Cláudia Ruiz, Diretora-Geral da Coca-Cola Portugal.**

**Sobre a The Coca-Cola Company**

A The Coca-Cola Company é uma empresa de bebidas com produtos vendidos em mais de 200 países e territórios. O objetivo da nossa empresa é refrescar o mundo e fazer a diferença. Procuramos impactar positivamente a vida das pessoas, comunidades e o planeta através da reposição de água, reciclagem de embalagens, práticas de compra sustentável e redução de emissões de carbono nas nossas cadeias de valor. A nível global, Junto com os nossos parceiros de engarrafamento, empregamos mais de 700.000 pessoas, ajudando a trazer oportunidades económicas às comunidades locais em todo o mundo.

O nosso portfólio de marcas inclui Coca-Cola, Sprite, Fanta e outros refrigerantes gaseificados. As nossas marcas de hidratação, desporto, café e chá incluem Aquarius, Dasani, Smartwater, aquaBona, Vitaminwater, Topo Chico, BODYARMOR, Powerade, Costa, Georgia, Gold Peak, Nestea e Ayataka. As nossas marcas de nutrição, sumos, laticínios e bebidas à base de plantas incluem Minute Maid, Trópico, Simply, innocent, Del Valle, fairlife e AdeZ. Estamos constantemente a transformar o nosso portefólio, desde a redução de açúcar nas nossas bebidas até ao lançamento de produtos inovadores no mercado.

Para mais informação sobre a nossa companhia, visite o website [www.thecoca-colacompany.com](https://urldefense.com/v3/__http%3A/www.thecoca-colacompany.com/__;!!BiPlgCE7GXGj!0KwDV_LGlAO6s7iypS_5fkqHu6ZWJnUJxYwZ0UUNj2RwQFlnA4fVLG5T63_fuM-anBFTEGv8YkZKN4xaPwDAMDwDgusB$).

Para mais informações sobre a Coca-Cola em Portugal, por favor visite [www.cocacolaportugal.pt](https://urldefense.com/v3/__http%3A/www.cocacolaportugal.pt/__;!!BiPlgCE7GXGj!0KwDV_LGlAO6s7iypS_5fkqHu6ZWJnUJxYwZ0UUNj2RwQFlnA4fVLG5T63_fuM-anBFTEGv8YkZKN4xaPwDAMFEdwIk9$), siga-nos no Twitter, em [twitter.com/CocaCola\_PT](https://urldefense.com/v3/__https%3A/twitter.com/CocaCola_PT__;!!BiPlgCE7GXGj!0KwDV_LGlAO6s7iypS_5fkqHu6ZWJnUJxYwZ0UUNj2RwQFlnA4fVLG5T63_fuM-anBFTEGv8YkZKN4xaPwDAMFaiMXIn$), no Instagram, em [cocacolaportugal](https://urldefense.com/v3/__https%3A/www.instagram.com/cocacolaportugal/__;!!BiPlgCE7GXGj!0KwDV_LGlAO6s7iypS_5fkqHu6ZWJnUJxYwZ0UUNj2RwQFlnA4fVLG5T63_fuM-anBFTEGv8YkZKN4xaPwDAMJU6u8fS$), e no Facebook, em [https://www.facebook.com/cocacolaportugal/](https://urldefense.com/v3/__https%3A/www.facebook.com/cocacolaportugal/__;!!BiPlgCE7GXGj!0KwDV_LGlAO6s7iypS_5fkqHu6ZWJnUJxYwZ0UUNj2RwQFlnA4fVLG5T63_fuM-anBFTEGv8YkZKN4xaPwDAMDk1Psqa$).

**Sobre o Rock in Rio**

O Rock in Rio é a marca internacional responsável pelo maior evento de música e entretenimento do mundo. Criado em 1985 no Rio de Janeiro, é parte relevante da história da música mundial. O evento soma já 24 edições, 141 dias e mais de 4667 atrações musicais. Ao longo destes anos, mais de 12,2 milhões de pessoas passaram pelas Cidades do Rock em Portugal, no Brasil, em Espanha e nos Estados Unidos.
Em Portugal, foram realizadas, até hoje, dez edições e dos 48 dias de festival já passaram pela Cidade do Rock de Lisboa mais de 3 milhões de pessoas e mais de 1200 atrações musicais. O festival investiu mais de 250 milhões de euros, gerou mais de 101 mil empregos (diretos e indiretos), alocou cerca de 5,7 milhões de euros para causas socioambientais e promoveu inúmeras ações, entre as quais a instalação de painéis fotovoltaicos em escolas, projeto de reflorestação de floresta ardida, equipar hospitais e IPSS, construção de salas sensoriais para jovens, entre outros.Na última edição, de acordo com um estudo da Nova SBE, o Rock in Rio gerou um impacto equivalente a 120 milhões de euros para a economia nacional representando 11,8 milhões de euros em receita fiscal.
Em 2026, o festival está de volta ao Parque Tejo nos dias 20, 21, 27 e 28 de junho, com novos conteúdos e atrações, e um Road to Rock in Rio, com ações e ativações de norte a sul do país e nas principais cidades da Europa.

Site oficial do Rock in Rio-Lisboa: [http://rockinriolisboa.pt](http://ses.prsts.de/CL0/http%3A//rockinriolisboa.pt/1/010201909824fe4e-192a3696-79f3-4bf4-8c37-26b5ad11d7ec-000000/ahtqZkFR2DMd3QXU0PQ-XjIsxWrl837wVJb4XpRAKBM%3D360)

Bilhetes já à venda em [tickets.rockinriolisboa.pt](http://tickets.rockinriolisboa.pt) (powered by Fever), em feverup.com, lojas Worten e em [worten.pt](http://worten.pt)

**Press contacts:**

**Lift Consulting**

**Raquel Campos
918 654 931 |** **raquel.campos@lift.com.pt**

**Tânia Miguel**

**918 270 387 |** **tania.miguel@lift.com.pt**