



CÂMARA MUNICIPAL
DO RIO DE JANEIRO

PROJETO DE LEI Nº

EMENTA:
INCLUI NO GUIA OFICIAL E NO ROTEIRO TURÍSTICO DO MUNICÍPIO DO RIO DE JANEIRO A ORLA RIO

Autor(es): VEREADORA VERA LINS

A CÂMARA MUNICIPAL DO RIO DE JANEIRO

DECRETA:

Art. 1º Fica incluído no Guia Oficial e no Roteiro Turístico e Cultural do Município do Rio de Janeiro a Orla Rio.

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Plenário Teotônio Villela, 21 de outubro de 2025.

JUSTIFICATIVA

A presente propositura se justifica pela história da Orla Rio e seu valo na vida dos cariocas, bem como para a economia da nossa cidade. A primeira concessão ocorreu em 1992, mas para falar da origem é preciso voltar mais de 50 anos, quando João Barreto, fundador da empresa, instalou a Jonn's – uma barraquinha de cachorro-quente – na até então deserta Praia da Barra da Tijuca. Aos poucos, chegou a mais de 300 trailers e carrocinhas nas praias do Rio. Foram mais de 20 anos como referência nas praias do Rio vendendo cachorro-quente, sanduíches de sabores variados e o achocolatado Sustincau.

Em 1990, a Prefeitura criou o projeto Rio Orla, para substituir os trailers e carrocinhas pelo modelo de quiosques. Dois anos depois, a Jonn's deu origem à Orla Rio. Com a licitação a Prefeitura entregou à Concessionária apenas um dos 309 quiosques existentes, o QI 03 em Ipanema, deixando a cargo da Orla Rio a reintegração de posse dos demais pontos.

E assim iniciou a evolução da carrocinha de cachorro-quente para os atuais 309 quiosques, espalhados por 34km. Conhecedores de cada pedaço da praia, atendendo todas as tribos, de domingo a domingo, ano após ano. Além de administrar, a Orla Rio é responsável pela revitalização desses 309 quiosques e também de 27 postos de salvamento da orla carioca. São mais de 50 verões – em uma cidade na qual é verão o ano inteiro – acompanhando as tendências que nascem na areia e ganham o asfalto, cruzam fronteiras e conquistam o mundo.

Até 2018, foram investidos mais de 133 milhões de reais em obras para proporcionar aos cariocas e turistas uma nova experiência de consumo à beira-mar, com diversas opções de gastronomia, deixando um importante legado para a cidade. Com uma melhor infraestrutura, implementaram novas operações, gerando empregos diretos e indiretos e oferecendo novas opções de gastronomia para todos os gostos, estilos e perfis de consumo.

Atualmente, é o maior ecossistema de negócios e experiências ao ar livre, com a maior plataforma de





gastronomia, entretenimento e mídia de praia do país, conectando marcas, cariocas e turistas em experiências únicas, integrando sustentabilidade, lifestyle e negócios.

Por todo exposto, peço aos meus pares a aprovação da presente matéria.

