

Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Comunicação, Mercados e Tendências

Ciências da Comunicação | 3ºano | Ano letivo 2018/2019

Professora: Elsa Costa e Silva

Análise de Mercado: Ritmos & Blues



Henrique Ferreira A81357

Mafalda Souto A83213

Mara Ribeiro A80898

Rafael Borges A77569

Sofia Moreira A80723

Índice

Introdução.....	3
Análise do mercado dos espetáculos ao vivo, em Portugal.....	4
- Trajetória ao longo do tempo.....	4
- A concorrência entre empresas do mercado da música ao vivo.....	5
- Volume de negócio do mercado de música ao vivo.....	6
- Pessoas empregadas no mercado.....	7
- Estrutura do mercado.....	7
- Constrangimentos, novas oportunidades e desafios do mercado.....	8
Cultura.....	10
Publicidade e cobertura noticiosa de espetáculos ao vivo.....	12
Legislação aplicável e regime fiscal.....	15
Ritmos & Blues.....	17
- Posição no mercado e evolução.....	18
- Disponibilidade de matéria prima e recursos humanos.....	19
- Identificação dos produtos, dos modelos de negócio, dos Stakeholders..	20
- Publicidade e cobertura noticiosa de espetáculos ao vivo.....	21
Conclusão.....	24
Bibliografia.....	25



Introdução

Este trabalho, realizado no âmbito da unidade curricular Comunicação, Mercados e Tendências, tem como objetivo a análise de um mercado e a inserção de uma empresa neste setor. O nosso grupo analisou o mercado de espetáculos ao vivo, mais concretamente o grupo “Ritmos & Blues”, uma das empresas portuguesas mais conhecidas desta área.

Através da análise do mercado dos espetáculos ao vivo, em Portugal, e do estudo da atividade da empresa “Ritmos & Blues” neste setor, pretendemos pesquisar e averiguar as características envolventes desta área.

Com a tecnologia e o digital em constante desenvolvimento, é importante a atualização simétrica do mercado em questão. A competitividade é um fator inerente às empresas deste setor, que se renovam regularmente para conquistar novos públicos e satisfazer os já conquistados.

Para melhor compreender o mercado dos espetáculos ao vivo, analisaremos as várias vertentes que constituem o mesmo: a trajetória histórica ao longo do tempo; os constrangimentos, novas oportunidades e desafios do mercado; a cultura, publicidade e cobertura noticiosa dos espetáculos; a legislação aplicável e o regime fiscal.

Relativamente à Ritmos & Blues avaliaremos a sua evolução e posição no mercado (localização, volume de negócios, número de pessoas empregadas); a identificação dos produtos, dos modelos de negócio e *stakeholders*; a disponibilidade de matéria prima e recursos humanos; a publicidade e cobertura noticiosa da empresa.



Análise do mercado dos espetáculos ao vivo, em Portugal

- Trajectoria ao longo do tempo

O mercado da música ao vivo é dominado por um pequeno número de empresas, que controlam o setor. Para além de concertos em salas de espetáculo, o mercado da música ao vivo em Portugal rege-se muito pela organização dos festivais de verão. E, neste segmento, as produtoras têm um papel preponderante, controlando o negócio que envolve os espetáculos de grandes artistas nacionais e internacionais. Neste mercado destacam-se as produtoras Everything is New, Música no Coração, Ritmos, UAU e a produtora trabalhada no presente relatório, Ritmos & Blues.

O crescimento do papel das produtoras de música ao vivo remonta aos anos 90 com o aparecimento de várias empresas com vontade de controlar este mercado. Embora este negócio tenha surgido logo após o 25 de abril, apenas começou a dar os primeiros passos nos anos 80, acabando por explodir já no final do século.

O concerto dos Genesis, a 6 de março de 1975, em Cascais, pode ser considerado como o arranque dos grandes concertos em Portugal. No entanto, foi um conjunto de artistas brasileiros, entre os quais Chico Buarque e Gilberto Gil, que fez rebentar o negócio da música ao vivo. Estes músicos, que durante toda a década de 80 encheram coliseus, “ensinaram” as produtoras portuguesas os cuidados necessários a ter com aspetos técnicos como a iluminação, o som ou os cenários.

A Ritmos & Blues iniciou atividade exatamente no ano de 1990 com o seu primeiro concerto, da artista Tina Turner no Estádio de Alvalade. Em 1991 surge a Música no Coração e a presença de artistas internacionais começou a ser muito mais frequente nos palcos portugueses. O Verão mantém-se a época alta deste negócio, altura em que

há sempre um maior fluxo de espetáculos. Em 1996 a empresa avança com a produção do Festival Vilar de Mouros, evento que levou o país ao Minho, naquele que foi festival molde do tipo de eventos a que estamos habituados, nos dias de hoje. No ano seguinte, em 1997, surge o Festival Sudoeste, até hoje um dos festivais mais populares em Portugal.

Embora nos últimos anos se tenha verificado o aparecimento de um conjunto de novas produtoras de espetáculos ao vivo, o mercado continua a ser dividido pelas duas empresas de maior dimensão, a Música no Coração e a Everything is New. O negócio da promoção musical movimenta, anualmente, cerca de 33 milhões de euros e mais de três milhões de pessoas. As duas empresas mencionadas anteriormente são representadas por dois dos maiores empresários deste mercado. Luís Montez e Álvaro Covões são os principais rostos deste negócio.

Esta é considerada uma atividade em pleno crescimento, com grandes probabilidades de lucro e, aparentemente, sem repercussões da crise económica que abalou o país. Nos dias de hoje existem mais de uma dezena de festivais de verão em simultâneo com concertos a encher estádios e salas de diferentes dimensões, numa oferta quase diária de música ao vivo.

- A concorrência entre empresas do mercado da música ao vivo

O mercado dos espetáculos de música ao vivo é composto por 767 empresas, tendo em conta que as principais são a Ritmos & Blues, Música no Coração, Everything is New, Ritmos e UAU, como mencionado anteriormente. Das 767 empresas desta área de mercado a maior parte localiza-se na Área Metropolitana de Lisboa e do Porto, como se pode verificar no gráfico abaixo.

Distribuição por localização da sede (NUTS III)



A Everything is New organiza o NOS Alive, considerado atualmente o melhor festival de música da Europa, e produz espetáculos com grandes nomes internacionais, do momento. A Música no Coração produz o Sumol Summer Fest, MEO Sudoeste, Nova Era Beach Party e Super Bock Super Rock. Destaca-se pela produção de alguns dos festivais mais importantes do país. A UAU é uma produtora que se foca mais em espetáculos com artistas nacionais.

Tendo em conta estas quatro principais empresas do mercado de produção e promoção de espetáculos, a Everything is New e a Música no Coração são as empresas que se destacam em Portugal, com maiores lucros no mercado. A Ritmos & Blues, apesar de ser uma das mais antigas empresas do ramo e ser das principais produtoras de espetáculos, ainda necessita de percorrer um longo caminho para chegar ao mesmo patamar das empresas concorrentes.

- Volume de negócio do mercado de música ao vivo

O volume de negócios das várias empresas do mercado de produção de música ao vivo é difícil de definir, uma vez que estamos perante um setor de grandes dimensões e que gera grandes volumes de capital. Analisando o volume de negócios da Ritmos & Blues, empresa sobre a qual recai este trabalho, é possível perceber alguns pontos interessantes sobre o funcionamento deste mercado. Falaremos então de alguns dados pertinentes sobre as movimentações financeiras do negócio da música ao vivo.

Segundo dados fornecidos pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), o volume de negócios das empresas do setor cultural e criativo, em que se insere o mercado da produção de espetáculos ao vivo, atingiu 4,7 mil milhões de euros em 2015, um crescimento de cerca de 5% face ao ano anterior.

As receitas de bilheteira dos espetáculos ao vivo aumentaram cerca de 42,6%, atingindo um valor total de 85 milhões de euros em 2016, face ao ano anterior. No que diz respeito ao número de espetadores verificou-se um aumento de mais de 18%, totalizando mais de 14 milhões. Podemos assim perceber que a participação das pessoas neste tipo de espetáculos aumentou significativamente. Da população residente, entre os 18 e os 69 anos, 67,2% assistiu a pelo menos um espetáculo ao vivo, no ano de 2016. O aumento destes indicadores resultou num gasto médio, por parte das famílias, de 845 euros por

ano em atividades de lazer, recreativo e cultura. Este gasto representa cerca de 4% da despesa total dos agregados familiares.

- Pessoas empregadas no mercado

Apesar do rápido crescimento que se verificou no mercado dos espetáculos ao vivo em Portugal e de, aparentemente, este setor ter passado ao lado da crise financeira que abalou o nosso país, quando falamos na população empregada neste negócio, verificou-se uma descida significativa. Em 2016 trabalhavam no setor cultural e criativo 81,7 mil pessoas, o que reflete uma diminuição 4,1%, face ao ano anterior, segundo dados do Instituto Nacional de Estatística (INE).

- Estrutura do mercado

Mas como funciona este negócio? Como consegue uma produtora reinventar-se e ter acesso aos principais artistas internacionais, capazes de juntar grandes plateias? O primeiro passo é, segundo as principais empresas do meio, construir uma relação de confiança com os agentes. Para isso é necessária uma organização irrepreensível, um trunfo das principais produtoras portuguesas, grupo onde se insere a Ritmos & Blues. Com os agentes conquistados é, sobretudo, necessário conquistar o público, uma vez que as promotoras vivem das receitas de bilheteira dos espetáculos que produzem. Depois existem os patrocinadores, elemento fundamental para a realização dos eventos. Ao contrário de outros mercados, a música ao vivo tem um prazo de validade muito curto e é preciso convencer os patrocinadores que, mesmo com essa condicionante, o produto que estão a vender tem valor.

Tal como acontece noutros mercados, o negócio da música ao vivo sentiu necessidade de criar uma associação que protegesse as empresas que dele fazem parte. A APEFE (ASSOCIAÇÃO PROMOTORES ESPECTÁCULOS, FESTIVAIS E EVENTOS) foi constituída formalmente em novembro de 2017. Os 26 promotores que fazem parte desta associação representam 90% dos espetáculos de música ao vivo em Portugal. Para além de fazer estudos de mercado, a APEFE tem como objetivo criar grupos de trabalho que sirvam de interlocutores junto do Governo e de entidades ligadas ao setor, relacionadas com a fiscalidade, segurança e direitos de autor e regulamentação da atividade.

- Constrangimentos, novas oportunidades e desafios do mercado

As principais produtoras e promotoras de espetáculos, em Portugal, enfrentam atualmente alguns desafios cruciais para o mundo da cultura. Desde o início de 2000, que Portugal tem aumentado o número de espetáculos. A própria participação do público português tem vindo a aumentar.

Contudo, ainda são vários os constrangimentos e obstáculos:

- Um deles prende-se com o valor do IVA. O valor de um bilhete fica extremamente mais caro com o valor acrescido do IVA. Atualmente, e graças a uma reivindicação por parte da Associação de Promotores de Espetáculos e Festivais em Portugal (APEFE), conseguiram baixar o valor de 13% para 6%.
- As redes sociais são a melhor forma de interagir com o público e de divulgar conteúdo. Permite criar conteúdos personalizados consoante os públicos, o que é bastante favorável para qualquer negócio. Porém, excetuando uma ou outra empresa, as produtoras apostam meramente na divulgação dos espetáculos e o seu conteúdo é muito pouco interativo. Esta pode ser considerada uma fragilidade, visto que a imagem da empresa poderia ser melhor e ser um fator distintivo entre as várias empresas desse mercado.
- A atração de patrocinadores é crucial e fundamental para a realização dos eventos, uma vez que estes contribuem financeiramente para cada projeto. Contudo, esse é um trabalho complicado, pois é um produto tão curto que se torna complicado mostrar aos patrocinadores que aquilo tem valor.

As oportunidades são:

- Apesar de vivermos cada vez mais num mundo digital e a música estar constantemente a adaptar-se, ouvir música ao vivo é uma experiência única e que ainda não é possível recriar essa sensação através da Internet. Isto permite que as produtoras continuem a lucrar e apostar em espetáculos novos e desafiantes.

- Cada vez mais observamos a variedade cultural na sociedade e isso começa a refletir-se nos seus gostos musicais. Começam a surgir culturas e mercados de nicho, que apostam em produtos especializados para um determinado público.
- Os espetáculos e festivais atraem cada vez mais e mais turistas, sendo hoje um dos principais conteúdos que valorizam o nosso país e a sua economia. Os promotores, enquanto empresários e agentes culturais, têm feito um esforço por manter os preços dos bilhetes entre os mais baixos da Europa, de forma a garantir o acesso a espetáculos a todos os públicos.

Este negócio pode apresentar alguns desafios, que poderão ser cruciais para o sucesso de uma empresa:

- A concorrência é outro grande constrangimento, uma vez que todas as empresas tentam destacar-se de alguma forma e todos “lutam” pelo artista que consiga trazer mais espetadores, logo mais lucro para a empresa.
- A própria situação económica do país é considerada um desafio, uma vez que a situação financeira de uma produtora e promotora depende bastante da compra de bilhetes e do financiamento dos patrocinadores e parceiros.



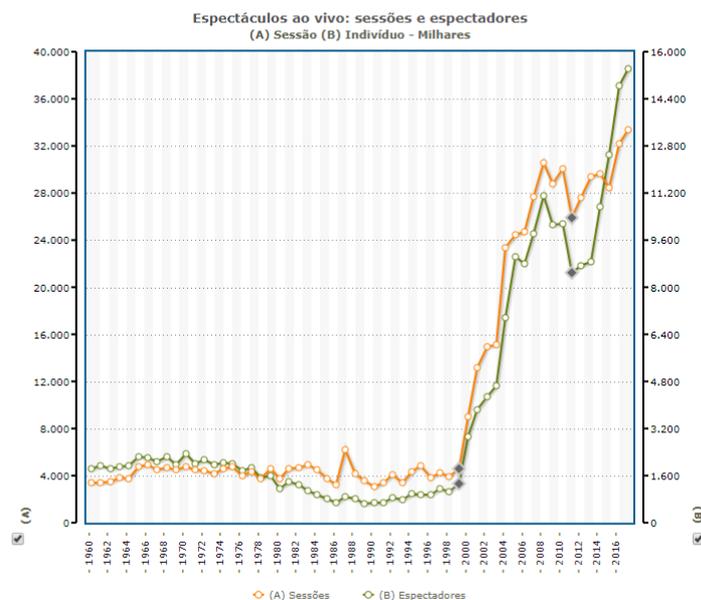
- Cultura

Quando se menciona o conceito de Cultura e a adesão e participação na mesma, em Portugal, assume-se geralmente a falta de interesse por parte dos portugueses neste setor. É comum a queixa de que não é dada a devida importância à cultura portuguesa, mencionando-se por diversas vezes que se concede maior valor aos produtos culturais internacionais.

Esta ideia transparece-se para praticamente todas as áreas ligadas ao setor cultural, incluindo o dos espetáculos ao vivo, onde a empresa Ritmos & Blues se insere. De facto, pode verificar-se que esta ideia não passa somente disso mesmo, uma ideia.

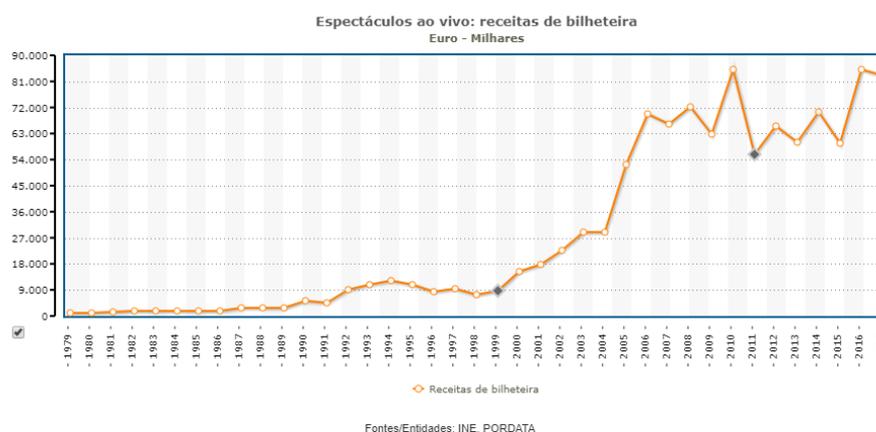
Ao analisar vários dados relativos aos espetáculos ao vivo, mais concretamente o número de sessões, espetadores e receitas de bilheteiras ao longo do tempo, verifica-se que a tendência é o aumento, com uma subida mais acentuada desde o início do século XXI.

Segundo dados retirados do PORDATA, o número de sessões e espetáculos tem assistido a um aumento relativamente progressivo. Ao analisar o gráfico relativo à quantidade de “exibições de teatro, concertos e outros eventos artísticos ao vivo”, bem como quanto à quantidade de público presente nesses eventos, constata-se que no ano de 1960 o número de sessões foi de 3.380 e de espetadores foi de 1.831. No ano de 2007, verificaram-se 27.650 espetáculos ao vivo, com 9.805 espetadores. Dez anos mais tarde, em 2017, as sessões foram 33.404 e espetadores 15.407, constatando-se, desta forma, um aumento progressivo da adesão e produção de espetáculos ao vivo em Portugal.



Espectáculos ao vivo: sessões e espectadores. “Quantas são as exibições de teatro, concertos e outros eventos artísticos ao vivo e quanto público têm?” (PORDATA)

Relativamente às receitas das bilheteiras, os dados disponibilizados pelo PORDATA relatam, mais uma vez, um aumento progressivo ao longo do tempo. O primeiro ano, 1979, dá conta de 1.176 euros de lucro em vendas de bilhetes. Já em 2007, verificou-se um aumento para 66.414,5 euros. No ano de 2017, dez anos depois, continuou-se a assistir a uma subida do lucro para 82.910,9 euros.



Espectáculos ao vivo: receitas de bilheteira. “Quais as receitas da venda de bilhetes para teatro, concertos e outros eventos artísticos?” (PORDATA)

Embora esta subida não tenha sido sempre certa, tendo em conta algumas descidas verificadas entre 2008 e 2014/2015, devido à crise económica que se verificou a nível global, a tendência está inclinada para a subida progressiva. Com a descida da percentagem do IVA sobre os bilhetes para os espetáculos ao vivo, introduzida no Orçamento do Estado de 2019, espera-se uma contribuição positiva para as receitas das bilheteiras.

Para além disto, é também importante mencionar a contribuição das novas gerações que aderem cada vez mais a festivais de música e concertos ao vivo. Pode dizer-se, até, que é uma tendência, quase uma moda, participar neste tipo de eventos, o que explica parte deste aumento continuado.

- Publicidade e cobertura noticiosa de espetáculos ao vivo

No ano de 2018 até ao mês de abril de 2019, a cobertura noticiosa relacionada com os espetáculos ao vivo foi efetuada de forma constante devido a várias alterações efetuadas neste mercado.

A proposta de Orçamento do Estado para 2019, aprovada em outubro de 2018, o crescimento de espetadores e o aumento na venda de bilhetes, em 2017, foram alguns dos principais temas noticiados nos últimos dois anos.

Segundo a notícia intitulada “Novo IVA reflete-se nos preços dos espetáculos a 01 de janeiro”, publicada a 29 de novembro de 2018, no Jornal de Notícias, “a proposta de Orçamento do Estado para 2019 (...) previa uma descida do IVA de 13% para 6% de espetáculos de ‘canto, dança, música, teatro e circo’. No entanto, esses espetáculos teriam de acontecer em ‘recintos fixos de espetáculo de natureza artística ou em circos ambulantes’”. A APEFE (Associação Promotoras Espetáculos, Festivais e Eventos) contestou essa discriminação, pelo facto de o mesmo conteúdo artístico ter taxas diferentes de IVA, “dependendo do local onde é apresentado”.

Na altura da publicação da notícia, surgiram propostas de alteração do PSD, do CDS-PP e PCP que, posteriormente, foram aprovadas. “A redução do IVA para 6% passa a ser nas ‘entradas em espetáculos de canto, dança, música, teatro, cinema, tauromaquia e circo’, excetuando-se ‘as entradas em espetáculos de carácter pornográfico ou obsceno, como tal considerados na legislação sobre a matéria’, desaparecendo assim a referência a ‘recintos fixos’”.

Novo IVA reflete-se nos preços dos espetáculos a 01 de janeiro

OE2019

Novo IVA reflete-se nos preços dos espetáculos a 01 de janeiro

29 Novembro 2018 às 00:45



COMENTAR

TÓPICOS

Nacional

IVA

OE2019



A notícia “Espetáculos tiveram mais público em 2017 porque houve mais oferta de bilhetes”, também lançada pelo JN, no dia 12 de dezembro de 2018, relatou um aumento, em 2017, de 3,9% de espetadores em espetáculos em relação ao ano de 2016, correspondente a 15,4 milhões de pessoas, a partir de dados retirados do INE (Instituto Nacional de Estatística). “Esse aumento de espetadores, refere o INE, resultou sobretudo do aumento dos bilhetes oferecidos. Em 2017 venderam-se 4,9 milhões de bilhetes para espetáculos e ofereceram-se 10,4 milhões de ingressos”.

Segundo o INE, as 33.404 sessões de espetáculos ao vivo (mais 3,8% do que em 2016) geraram 82,9 milhões de euros de receita, com uma quebra de dois milhões de euros (2,4%), face a 2016.

JN

IN Direto Nacional Local Justiça Mundo Economia Desporto Pessoas Inovação Cultura Opinião Notícias

Casa da Música Concertos JN Close-up Companhia dos Livros Nutrição com Coração Média Vinhos História

INE

Espetáculos tiveram mais público em 2017 porque houve mais oferta de bilhetes

12 Dezembro 2018 às 14:54

COMENTAR

TÓPICOS

- Artes
- Cultura
- Cinema
- Teatro

Sete milhões viu sobretudo atuações de música
Foto: Fábio Papp/Global Images

“Promotores querem descida do IVA para os espetáculos artísticos sem discriminações”, notícia divulgada pelo Observador no dia 15 de novembro de 2018, relatou, também, o descontentamento por parte das promotoras em relação à descida do IVA para os espetáculos artísticos, devido a discriminações relacionadas com os recintos dos eventos. Sandra Faria, da APEFE, comentou, na altura, que “vai continuar a não fazer qualquer sentido esta discriminação do local onde se realiza o espetáculo ou o evento cultural. Como é que o mesmo conteúdo artístico tem IVA diferente dependendo do local onde é apresentado?”



The image is a screenshot of a news article from the website 'OBSERVADOR'. The article is titled 'Promotores querem descida do IVA para os espetáculos artísticos sem discriminações' and is dated 15/11/2018, 19:43. The text of the article states: 'Em causa está o anúncio feito pelo PS de que apresentará uma proposta de alteração ao Orçamento do Estado (OE) para 2019 para uma descida da taxa de IVA das touradas de 13% para 6%.' Below the text are social media sharing icons for Facebook, Twitter, LinkedIn, and Email. The article is accompanied by a photograph of a stage performance. The stage is dark with red lighting, and several people are visible on stage, including a man in a dark suit and a woman in a black dress. The floor of the stage has some markings and a person is kneeling in the foreground.

A cobertura noticiosa de temas que se relacionam diretamente com o mercado da promoção dos espetáculos ao vivo é importante para a criação de debate para o crescimento do mesmo. A descida do IVA de 13% para 6% para os espetáculos ao vivo beneficiam a venda de bilhetes e aumentam, conseqüentemente, o número de espetadores por evento. A divulgação de dados que demonstram o crescimento dos números deste mercado provam a importância do mesmo para a economia do país.

Os promotores têm ainda a obrigação de restituir o preço dos bilhetes em situações de não realização do espetáculo no local, data e hora marcados, substituição do programa ou de artistas principais, ou interrupção do espetáculo. Neste último caso, deixa de haver restituição caso a interrupção resulte de acontecimentos imprevisíveis tais como

incêndios, inundações, ciclones, terremotos e outras causas naturais que impeçam a realização do espetáculo

- Legislação aplicável e regime fiscal

Relativamente à legislação deste setor de mercado, destacamos a APEFE (Associação de Promotores de Espetáculos, Festivais, Eventos). Esta associação, criada em 2016, iniciou funções em 2017, juntando as principais empresas de promoção de espetáculos e música ao vivo em Portugal. A APEFE nasceu para dar voz aos interesses do setor e para melhorar a oferta cultural em Portugal.

A Associação pretende trabalhar em conjunto com o Governo, de modo a garantir o cumprimento do artigo 78º da Constituição Portuguesa, que visa garantir o acesso de todos os cidadãos à cultura. Uma das metas que a APEFE definiu para o primeiro ano de mandato foi fazer regressar o IVA dos espetáculos aos 6%.

Em outubro de 2018 foi aprovada e em janeiro de 2019 entrou em vigor a lei que define a redução do valor do IVA de 13% para 6% em espetáculos de canto, dança, música, cinema, teatro, circo e tauromaquia. O regime de funcionamento dos espetáculos de natureza artística e de instalação e fiscalização dos recintos fixos destinados à sua realização são, atualmente, regulados pelo Decreto Lei nº 23/2014.

Desde 1995, os recintos destinados a espetáculos de natureza artística estão sujeitos a licenciamento e fiscalização por parte da Inspeção-Geral das Atividades Culturais. Atualmente, os promotores de espetáculos de natureza artística são definidos como pessoa singular ou coletiva que tem por atividade a promoção ou organização de espetáculos de natureza artística.

Os promotores não necessitam de autorizações administrativas para exercerem a sua atividade, mas devem apresentar uma comunicação prévia à Inspeção-Geral das Atividades Culturais sempre que queiram realizar espetáculos de natureza artística. É da responsabilidade dos promotores garantir as condições de segurança adequadas a cada espetáculo. Para além disso, têm também a obrigação de estarem presentes/representados desde a abertura até ao final do espetáculo.

Relativamente à publicidade, esta deve ser sempre adequada à classificação etária atribuída ao espetáculo. Para além disso, é proibida publicidade sonora ou audiovisual após a hora prevista para o início do espetáculo.

Os promotores são responsáveis por negar a entrada a menores que não se façam acompanhar de um adulto identificado, aquando a existência de dúvidas sobre a idade face à classificação etária atribuída.

Os promotores têm ainda a obrigação de restituir o preço dos bilhetes em situações de não realização do espetáculo no local, data e hora marcados, substituição do programa ou de artistas principais, ou interrupção do espetáculo. Neste último caso, deixa de haver restituição caso a interrupção resulte de acontecimentos imprevisíveis tais como incêndios, inundações, ciclones, terremotos e outras causas naturais que impeçam a realização do espetáculo.



Ritmos & Blues

A Ritmos & Blues, média empresa criada em 1990, produziu o seu primeiro grande espetáculo no mesmo ano, com um concerto de Tina Turner, que reuniu 65 mil pessoas no estádio de Alvalade. O sucesso do seu primeiro espetáculo trouxe outros artistas internacionais a Portugal. Desde então, esta produtora tem sido responsável pela organização de concertos com grandes estrelas musicais, como Whitney Houston, Bryan Adams, Michael Jackson, U2, Rolling Stones, etc.

No ano de 1999, a Ritmos & Blues decidiu apostar num novo público com espetáculos vocacionados para famílias, como por exemplo com o “Disney On Ice”, “Mamma Mia!” e *Riverdance*. Apostou também em grandes produções de artes do palco, com as óperas *Carmina Burana*, *La Traviata*, *A Flauta Mágica*, etc.

Esta empresa é frequentemente solicitada para organizar a produção de grandes eventos, como foi o caso da Expo 98, e ainda algumas festas de passagem de ano de Lisboa e de Albufeira.

A Ritmos & Blues é também co-produtora do Rock in Rio Lisboa, o maior festival de música da Europa, com edições desde 2004. A produtora trabalha ainda em cooperação com Associações Académicas na organização das “Queimas das Fitas”.

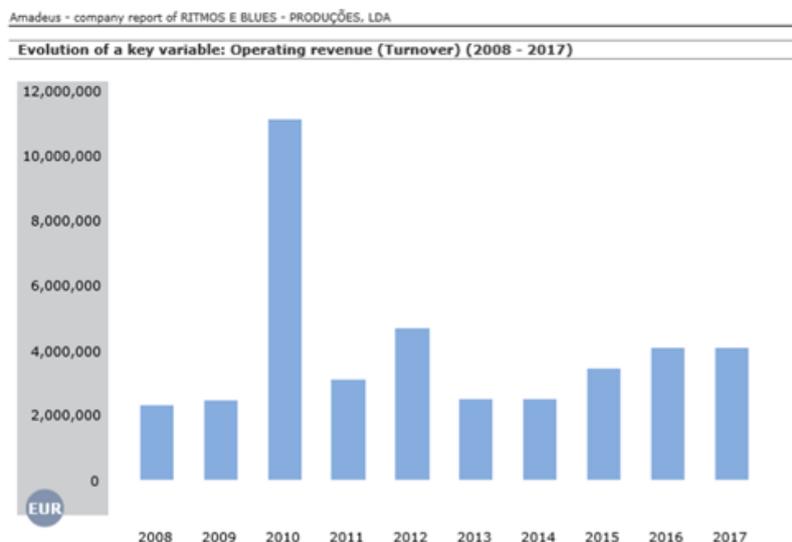
Atualmente, está sediada nas NUT II e III - Área Metropolitana de Lisboa. A empresa tem 3 *shareholders*, sendo que Álvaro José Trindade Ramos é o acionista maioritário.

- Posição no mercado e evolução

Segundo dados de 2017, disponibilizados no Banco de Portugal, existem 767 empresas do setor “outras atividades de diversão e recreativas n.e.”, no qual a empresa Ritmos & Blues, assim como a Everything Is New, Música no Coração, a UAU, se inserem.

As receitas operacionais da Ritmos & Blues foram aumentando gradualmente de ano para ano desde 2008, excetuando alguns anos como 2010, 2013 e 2014. De 2009 para 2010, as receitas operacionais aumentaram exponencialmente de 2.449.251€ para 11.113.640€. Esta subida das receitas deve-se aos dois concertos dos U2, nos dias 2 e 3 de outubro de 2010, em Coimbra. Os bilhetes do primeiro concerto esgotaram em sete horas e os do segundo em apenas quatro horas. Nestes dois dias, os U2 atuaram para 85 mil espectadores.

Em 2013, o consórcio Arena Atlântico, composto pela Ritmos & Blues, por Luís Montez e pelo Banco Espírito Santo, comprou o Pavilhão Atlântico, passando este a ser chamado, no ano seguinte, devido ao patrocínio da MEO, de MEO Arena. Isto justifica a quebra das receitas operacionais nos anos de 2013 e 2014 e a diminuição do lucro obtido pela empresa nesses dois anos, tendo passado de 245,367€ em 2012 para 33,968€ em 2013. A margem de lucro da empresa também desceu de 5.23% em 2012 para 1.36% em 2013 e 2014. Atualmente, a Ritmos & Blues detém 19.90% das ações do Altice Arena, o antigo MEO Arena. De acordo com os dados do Relatório e Contas, a empresa está a aumentar o seu lucro gradualmente após a compra do Pavilhão Atlântico.



Key financials & employees					
Unconsolidated	31/12/2017	31/12/2016	31/12/2015	31/12/2014	31/12/2013
	EUR 12 months IFRS	EUR 12 months IFRS	EUR 12 months IFRS	EUR 12 months IFRS	EUR 12 months IFRS
Operating revenue (Turnover)	4,063,637	4,063,637	3,450,155	2,491,827	2,491,827
P/L before tax	163,013	163,013	76,922	33,968	33,968
P/L for period (= Net Income)	96,774	96,774	42,725	33,968	33,968
Cash flow	140,232	140,232	n.a.	n.a.	n.a.
Total assets	3,443,349	3,443,349	2,412,876	1,637,213	1,637,213
Shareholders funds	869,036	869,036	772,262	729,537	729,537
Current ratio (x)	0.84	0.84	0.83	0.73	0.73
Profit margin (%)	4.01	4.01	2.23	1.36	1.36
ROE using P/L before tax (%)	18.76	18.76	9.96	4.66	4.66
ROCE using P/L before tax (%)	17.98	17.98	11.16	6.61	6.61
Solvency ratio (Asset based) (%)	25.24	25.24	32.01	44.56	44.56
Number of employees	6	6	6	6	6
Unconsolidated	31/12/2012	31/12/2011	31/12/2010	31/12/2009	31/12/2008
	EUR 12 months IFRS	EUR 12 months IFRS	EUR 12 months IFRS	EUR 12 months Local GAAP	EUR 12 months Local GAAP
Operating revenue (Turnover)	4,689,033	3,094,842	11,113,640	2,449,251	2,310,223
P/L before tax	245,367	221,514	495,663	-192,555	35,295
P/L for period (= Net Income)	122,473	130,302	358,274	-194,312	-50,124
Cash flow	124,370	132,668	372,156	-179,466	-33,978
Total assets	1,246,165	1,025,825	1,504,626	2,117,552	668,774
Shareholders funds	663,739	541,266	410,964	52,690	152,002
Current ratio (x)	0.76	1.91	1.28	1.05	2.34
Profit margin (%)	5.23	7.16	4.46	-7.86	1.53
ROE using P/L before tax (%)	36.97	40.93	120.61	-365.45	23.22
ROCE using P/L before tax (%)	28.68	44.74	124.85	-84.31	8.81
Solvency ratio (Asset based) (%)	53.26	52.76	27.31	2.49	22.73
Number of employees	5	5	5	5	5

- Disponibilidade de matéria prima, recursos humanos e outros fornecedores

A Ritmos e Blues contou, desde 2008 até 2012, com 5 funcionários. De 2013 a 2017 teve 6 funcionários. Anualmente, os custos por funcionário são mais ou menos constantes, variando entre 27mil e 35mil euros.

Em contrapartida, os lucros por funcionário são bastante díspares de uns anos para os outros. Em 2008, os lucros por funcionário foram de 7mil euros. Em 2009, os resultados foram negativos e os lucros por funcionário foram de -39mil euros. 2010 foi o ano com maiores lucros, atingindo uma média de 99mil euros por funcionário. Em 2011 e 2012, os lucros andaram à volta dos 40mil euros e, em 2013, os lucros foram de apenas 6mil euros por funcionário. Em 2017, os lucros por funcionário foram de 27mil euros. Comparando os lucros por funcionário com os custos por funcionário ao longo dos anos, vemos que 2010, 2011 e 2012 foram os únicos anos em que os resultados foram positivos. Nos restantes, os custos por funcionário foram mais elevados do que os lucros por funcionário.

Anexos - Corporate report of RITMOS & BLUES - FINANCIAL DATA					
Description	2012/2011		2013/2012		2012/2011
	12 months FRS	12 months FRS	12 months FRS	12 months Local GAAP	12 months Local GAAP
Profitability ratios					
ROE (average) (%)	33.67	40.83	128.61	365.45	23.22
ROE (average) (Local GAAP) (%)	29.48	36.74	124.05	46.31	8.85
ROE (average) (Local GAAP) (%)	25.68	28.59	20.84	5.28	5.28
ROE (average) (Local GAAP) (%)	19.45	24.82	87.18	266.26	13.88
ROE (average) (Local GAAP) (%)	10.24	25.80	16.42	48.12	13.87
ROE (average) (Local GAAP) (%)	1.82	12.73	22.81	6.18	2.51
Profit margin (%)	5.22	4.10	4.48	1.96	1.51
Gross Margin (%)	6.8	5.8	4.25	3.8	4.6
EBITDA Margin (%)	5.48	7.82	3.82	6.32	2.21
EBIT Margin (%)	5.86	7.54	3.75	7.52	1.81
Cost of Sales / Operating revenue (%)	2.65	4.29	3.25	7.31	5.47
Operating costs / EBITDA (%)	6.4	5.4	6.4	3.4	6.4
Operational ratios					
Net assets turnover (x)	4.71	5.72	27.64	11.25	5.27
Interest cover (x)	1.82	14.31	23.58	25.42	15.21
Quick turnover (x)	3.6	6.6	66.5	1.6	6.6
Collection period (days)	10	21	32	241	45
Days payable (days)	6	23	33	42	38
Equity turnover / Operating revenue (x)	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4
ROE (average) / Operating revenue (%)	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4
Structure ratios					
Current ratio (x)	1.26	1.81	1.28	1.25	2.24
Quick ratio (x)	1.26	1.81	1.28	1.25	2.24
Shareholders liquidity ratio (x)	2.00	6.6	66.5	6.32	6.6
Solvency ratio (Debt based) (%)	53.28	52.75	27.21	2.49	22.73
Solvency ratio (Debt based) (%)	1.6	6.6	37.28	2.75	24.41
Gearing (%)	61.48	36.89	48.15	183.15	152.32
Per employee ratios					
Profit per employee (€)	49	44	66	129	7
Operating revenue per employee (€)	638	619	2,223	488	482
Cost of employees / Operating revenue (%)	3.04	4.28	1.48	3.28	4.88
Operating cost of employee (€)	52	22	23	35	33
Days to pay taxes per employee (€)	122	188	82	11	28
Working capital per employee (€)	26	22	45	208	33
Total assets per employee (€)	289	283	381	406	134

Anexos - Corporate report of RITMOS & BLUES - FINANCIAL DATA					
Description	2012/2011		2013/2012		2012/2011
	12 months FRS				
Profitability ratios					
ROE (average) (%)	21.75	18.76	3.18	5.69	4.85
ROE (average) (Local GAAP) (%)	13.61	17.96	11.81	6.61	6.61
ROE (average) (Local GAAP) (%)	4.75	4.75	3.81	2.68	2.68
ROE (average) (Local GAAP) (%)	13.25	11.14	5.73	4.65	4.65
ROE (average) (Local GAAP) (%)	17.78	11.21	6.24	5.61	4.61
ROE (average) (Local GAAP) (%)	2.88	2.88	1.27	2.68	2.68
ROE (average) (%)	4.81	4.81	2.23	1.23	1.23
Gross Margin (%)	6.8	6.8	6.8	6.8	6.8
EBITDA Margin (%)	5.48	5.48	6.8	6.8	6.8
EBIT Margin (%)	4.23	4.23	2.28	2.23	2.23
Cost of Sales / Operating revenue (%)	5.45	3.45	6.8	6.8	6.8
Operating costs / EBITDA (%)	6.8	6.8	6.8	6.8	6.8
Operational ratios					
Net assets turnover (x)	4.45	4.15	4.47	2.67	2.67
Interest cover (x)	2.55	12.96	8.23	2.58	2.58
Quick turnover (x)	3.2	5.6	6.8	6.8	6.8
Collection period (days)	146	148	182	75	75
Days payable (days)	18	14	3	5	5
Equity turnover / Operating revenue (x)	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4
ROE (average) / Operating revenue (%)	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4
Structure ratios					
Current ratio (x)	4.81	4.81	6.33	3.73	4.73
Quick ratio (x)	4.81	4.81	6.33	3.73	4.73
Shareholders liquidity ratio (x)	1.53	7.81	6.8	6.63	6.63
Solvency ratio (Debt based) (%)	25.25	25.25	22.01	49.25	49.25
Solvency ratio (Debt based) (%)	32.76	32.76	42.87	80.27	80.27
Gearing (%)	56.25	58.16	33.88	51.49	56.25
Per employee ratios					
Profit per employee (€)	22	22	13	9	9
Operating revenue per employee (€)	372	471	5.75	481	511
Cost of employees / Operating revenue (%)	4.57	4.59	6.33	6.61	6.61
Operating cost of employee (€)	16	16	26	22	22
Days to pay taxes per employee (€)	145	145	158	121	121
Working capital per employee (€)	257	257	123	83	83
Total assets per employee (€)	375	375	482	252	252

Identificação dos produtos, dos modelos de negócio, dos Stakeholders

A Ritmos & Blues vende serviços de produção, promoção e organização de eventos de música ao vivo, sejam eles concertos, festivais, óperas, musicais, entre outros. Assim, a empresa não trabalha em contacto direto com o público, mas sim com os artistas e as suas equipas. Trabalha também com outras empresas na organização, como por exemplo, salas de espetáculos, equipas técnicas de som e iluminação, de montagem de palcos, de catering, etc.

O modelo de negócio da Ritmos & Blues assenta nas receitas da bilheteira, não recorrendo à publicidade no site para obter mais lucro. De acordo com o jornal Expresso, em regra geral, “o artista e o agente levam para casa cerca de 90% das receitas da bilheteira e a promotora fica com 10%”.

São *stakeholders* todas as partes interessadas em determinada empresa/associação/projeto. A Ritmos & Blues tem vários *stakeholders*: os colaboradores e a administração; os parceiros, como empresas prestadoras de serviços, salas de espetáculos, marcas, Associações Académicas, os artistas, pois estes precisam de empresas que promovam os seus eventos; o público, pois é para ele

que a empresa trabalha, servindo as suas “exigências”; o Estado, pela legislação e apoios que dá à cultura.

- Publicidade e cobertura noticiosa de espetáculos ao vivo

A comunicação dos concertos é essencial para o sucesso dos mesmos e, conseqüentemente, para o sucesso da empresa. A Ritmos & Blues não aposta em publicidade à própria empresa, uma vez que não lhes interessa comunicar o seu nome ao público, mas sim os espetáculos que promove.

Assim, a promotora opta por enviar *press-releases* aos órgãos de comunicação social, para que estes noticiem as suas atividades, muitas vezes sem referir o nome da empresa. *Mupis*, spots televisivos e peças na rádio são também tipos de publicidade a que a Ritmos & Blues recorre habitualmente.

As redes sociais não são um ponto forte da empresa para publicitar os seus eventos. No site, na página de Facebook e de Instagram apenas postam os cartazes dos concertos, não interagindo com os seus seguidores. A conta do Twitter está inativa desde 2014. Esta desconsideração face às redes sociais deve-se a vários fatores, entre eles a falta de abrangência que têm através das suas contas e a maior facilidade que têm em comunicar com o público através dos meios de comunicação tradicionais, como a televisão.

A maioria das vezes em que a Ritmos & Blues é mencionada na imprensa nacional é relativamente aos eventos promovidos por ela, seja artigos que promovam os eventos como artigos sobre eventos já ocorridos.



Diário de Notícias

início / CULTURA

Esgotado. Concerto de Michael Bublé já tem data extra

Canadiano atua no Alice Arena a 30 de setembro e 1 de outubro do próximo ano. Cantor voltou aos palcos neste verão depois de uma pausa para acompanhar o filho mais novo, que tem cancro

DN/LUSA
19 Novembro 2018 — 13:33

TOPICOS

- Alice Arena
- Michael Bublé
- Concerto
- Cultura
- Música

Relacionados



O álbum mais recente de Michael Bublé, "Nobody But Me", foi editado em 2018. © REUTERS/Scott Kiser

notícias opt

ASSINE JÁ

MÚLTIMOS OPINIÃO LETRAS LIVELIBROS

MADERA PAÍS MUNDO DESPORTO SENTIDOS CASOS DO DIA NOVA VIDA

Promotora coloca à venda mais bilhetes para os concertos dos U2 em Portugal

AGÊNCIA LUSA / LISBOA / 15 SET 2018 / 11:50 H



"O Futuro do Passado" em exposição até 30 de Abril
5 setélim Actualizado há 2 horas

Carolina Deslandes dá concerto a 24 de Abril no Funchal
5 setélim Actualizado há 8 horas

Escola da Assomada assinala Dia Mundial da Voz
5 setélim Actualizado há 11 horas

"Banda Fim" lança dois novos "singles" originais
5 setélim Actualizado a 01/04/2019 18:05

Paços do Concelho do Funchal acolhem exposição "Weirdness" até dia 5 de Abril
5 setélim Actualizado a 01/04/2019 16:42

Antiga Alameda do Funchal "dá-se a ver"
5 setélim Actualizado a 01/04/2019 15:30

Grand Café estende passadeira vermelha à "Moda Funchal" na próxima sexta-feira
5 setélim Actualizado a 01/04/2019 14:04

Raras são as vezes em que a empresa em si é noticiada. Os últimos artigos sobre a empresa são relativos à compra do Pavilhão Atlântico em 2013.

Luis Montez e Ritmos & Blues compram Atlântico

O empresário Luis Montez, rosto principal da Música no Coração, lidera o consórcio que comprou o Pavilhão Atlântico de Lisboa.

36.67 12

PHOTOS



Luis Montez lidera o promotor Música no Coração

Foto: Pedro Ferreira

Wi Zink
TAEG 16,1%

GANHA 100€

REGISTE-SE

FÓI A OFERTA MAIS CARA

Consórcio de Luís Montez compra Pavilhão Atlântico por 21,2 milhões de euros

Cristina Ferreira e Maria Lopes - 28 de Julho de 2012, 10:59

2



O preço foi determinado na sessão do comprador ADRIANO MIRANDA

O consórcio Arena Atlântico, constituído por Luís Montez, dono da Música no Coração, Álvaro Ramos, da Ritmoskillful, e a actual equipa de gestão do Pavilhão Atlântico ganhou o concurso de compra daquele pavilhão, por 21,2 milhões de euros.





Conclusão

O mercado dos espetáculos ao vivo, sejam eles de teor musical ou de outra área dita cultural, cinge-se por diversas regras, constituindo-se como uma importante fonte de receitas para a economia portuguesa. A prova de que a Cultura, no seu todo, é rentável e indispensável, vai ganhando cada vez mais força ao longo do tempo.

A empresa Ritmos & Blues é uma peça com destaque no motor do mercado dos espetáculos. Criada em 1990, tem vindo a sublinhar o seu sucesso até aos dias de hoje. Seja através da produção de concertos dos U2, Michael Bubl  ou Tina Turner, também desempenhou um papel fulcral na sedimenta o dos festivais de verão, tendo sido um dos pioneiros com o Festival Vilar de Mouros.

Com a compra de 19,90% das a oes do Altice Arena, onde se realizam grande parte dos concertos no país, visto ser dos únicos espaços fechado com capacidade para acolher eventos de grande dimensão, ganhou mais destaque, solidificando-se como uma das empresas a ter em conta quando se fala em organiza o e produ o de espetáculos ao vivo em Portugal.

Este   um mercado em crescimento, mas extremamente competitivo. Porém, o sucesso destas empresas depende muito da situa o financeira e econ mica do país. Assim, uma crise não seria favorável.

Por outro lado, Portugal tem crescido imenso a vários níveis, graças   sua forte capacidade de atra o turística. A abertura do nosso país ao turismo faz com que o público das atividades culturais se diversifique e procure outro tipo de conteúdos. A cultura tem assim que estar a par deste desenvolvimento, assim como o mercado da música ao vivo. Portugal pode agora dizer que se insere nas principais rotas dos espetáculos da música ao vivo na Europa. Os principais artistas internacionais já não

deixam o nosso país de fora das suas digressões e os festivais de verão atraem jovens adultos de todo o mundo. É prova disso a nomeação do festival Nos Alive como um dos melhores da europa.

Para além de tudo o que foi dito não podemos esquecer a forte capacidade de descentralização do mercado dos espetáculos de música ao vivo. Os festivais de música conseguem, em muitos casos, levar o público para áreas mais pequenas do nosso país, na sua maioria pequenos paraísos desconhecidos pela população mais ligada ao meio urbano. São prova disso eventos como o festival Vodafone Paredes de Coura, ou o festival Bons Sons, muitos deles organizados por produtoras de grande dimensão, já mencionadas ao longo deste trabalho.

Em suma, o mercado da música ao vivo em Portugal, movido pelas produtoras de espetáculos é um negócio em contínuo crescimento, uma vez que, muito dificilmente, os novos canais de distribuição se assemelharão à experiência de assistir a um concerto ao vivo.

Bibliografia

Banco de Portugal (2017). *Outras atividades de diversão e recreativas, n.e.* Acedido em https://www.bportugal.pt/QS/qsweb/Dashboards?fbclid=IwAR0GxTDPHIXeKI27w0045fauFtQ_0N_gp1WLTyGgVW7F2bmxccnK5OCeF9c

Carita, A. (2009, 29 de julho). Os donos da música. Expresso. Acedido em https://expresso.pt/verao/dossie_festivais_de_verao/os-donos-da-musica=f528198?fbclid=IwAR082xcdj3540z_0pDB15zA8hA7mQSc7xOY_6dkt7iQPHk2HzRUMGCrXHcc#gs.3ivbyz

Constituição da República Portuguesa, Artigo 78º. Acedido em: <https://www.parlamento.pt/Legislacao/Paginas/ConstituicaoRepublicaPortuguesa.aspx>

Correio da Manhã (2012, 26 de julho). Luís Montez e Ritmos & Blues compram Atlântico. *Correio da Manhã*. Acedido em: <https://www.cmjornal.pt/cultura/detalhe/luis-montez-e-ritmos--blues-compram-atlantico>

Decreto-Lei n.º 23/2014, de 14 de fevereiro, República Portuguesa. Acedido em: <https://dre.pt/web/guest/pesquisa/-/search/572446/details/normal?q=decreto+lei+nº23%2F2014>

Ferreira C. & Lopes M. (2012, 26 de julho). Consórcio de Luís Montez compra Pavilhão Atlântico por 21,2 milhões de euros. Público. Acedido em: <https://www.publico.pt/2012/07/26/politica/noticia/consorcio-de-luis-montez-compra-pavilhao-atlantico-por-212-milhoes-de-euros-1556482>

Galopim, N. (2014, 30 de agosto). O negócio da Música está vivo. Não vamos ficar em silêncio. Dinheiro Vivo. Acedido em https://www.dinheirovivo.pt/fazedores/o-negocio-da-musica-esta-vivo-nao-vamos-ficar-em-silencio/?fbclid=IwAR26DkmLHOLXKEf0Lq_UI6N4gLseh-jfkZFxhNOTeURpxmWO4CeGzFwkFyl

INE, Instituto Nacional de Estatística (2017). Espetáculos ao vivo: aumento de 43% nas receitas e 19% no número de espectadores. Acedido em https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=281446690&DESTAQUESmodo=2&fbclid=IwAR0PEhQf93Ivg0hrK93mZ-JWfT1u0nLg9rKm5I-XjXstKHzQ60NIaR46968

INE (2018, 12 de dezembro). Espetáculos tiveram mais público em 2017 porque houve mais oferta de bilhetes. Jornal de Notícias. Acedido em: <https://www.jn.pt/artes/interior/espetaculos-tiveram-mais-publico-em-2017-porque-houve-mais-oferta-de-bilhetes-10312210.html>

Jornal de Notícias (2013, 24 de janeiro). Consórcio contesta decisão da Autoridade da Concorrência sobre Pavilhão Atlântico. Jornal de Notícias. Acedido em: <https://www.jn.pt/economia/interior/consorcio-contesta-decisao-da-autoridade-da-concorrenca-sobre-pavilhao-atlantico-3012846.html>

Jornal de Negócios (2010, 15 de junho). Mercado de media e entretenimento cresce acima da média europeia. Jornal de Negócios. Acedido em: https://www.jornaldenegocios.pt/empresas/tecnologias/detalhe/mercado_de_media_e_entretenimento_cresce_acima_da_meacutedia_europeia

Jornal de Notícias (2018, 29 de novembro). Novo IVA reflete-se nos preços dos espetáculos a 01 de janeiro. Jornal de Notícias. Acedido em:

<https://www.jn.pt/nacional/interior/novo-iva-reflete-se-nos-precos-dos-espetaculos-a-01-de-janeiro-10251371.html>

LUSA (2013, 15 de maio). Pavilhão Atlântico passa a chamar-se MEO Arena. Público. Acedido em: <https://www.publico.pt/2013/05/15/local/noticia/pavilhao-atlantico-passa-a-chamarse-meo-arena-1594449>

LUSA (2018, 15 de novembro). Promotores querem descida do IVA para os espetáculos artísticos sem discriminações. Observador. Acedido em: <https://observador.pt/2018/11/15/promotores-querem-descida-do-iva-para-os-espectaculos-artisticos-sem-discriminacoes/>

LUSA (2019, 1 de janeiro). IVA dos bilhetes baixou mas nem todos os espetáculos estão mais baratos. Correio da Manhã. Acedido em: <https://www.cmjornal.pt/sociedade/detalhe/iva-dos-bilhetes-baixou-mas-nem-todos-os-espetaculos-estao-mais-baratos>

MadreMedia / LUSA (2018, 28 de novembro). Promotores informam que novo IVA passa a refletir-se nos preços dos espetáculos no início do ano. Sapo. Acedido em https://24.sapo.pt/atualidade/artigos/promotores-informam-que-novo-iva-passa-a-refletir-se-nos-precos-dos-espetaculos-no-inicio-do-ano?fbclid=IwAR3_vEG-WhuX583qL7YKUYcNJSzbXItxav8W-JBC6oD_3SWzW-e9PcGz74k

Morais N. (2010, 29 de setembro). Milhares compraram na Net bilhetes falsos para concerto dos U2. *Jornal de Notícias*. Acedido em: <https://www.jn.pt/artes/interior/milhares-compraram-na-net-bilhetes-falsos-para-concerto-dos-u2-1673494.html>

Música em DX (2017, 3 de janeiro). APEFE, a Primeira Associação de Promotores de Espetáculos reclama o regresso do IVA do setor aos 6%. Acedido em: <https://www.musicaemdx.pt/2017/01/03/apefe-primeira-associacao-de-promotores-de-espetaculos-reclama-o-regresso-iva-setor-aos-6/>

PORDATA, Base de Dados Portugal Contemporâneo (Última atualização: 2018, 15 de outubro). “Espetáculos ao vivo: sessões e espetadores”. Acedido em: <https://www.pordata.pt/Portugal/Espect%C3%A1culos+ao+vivo+sess%C3%B5es+e+espetadores-583-4136>

PORDATA, Base de Dados Portugal Contemporâneo (Última atualização: 2018, 15 de outubro). “Espetáculos ao vivo: receitas de bilheteira”. Acedido em: <https://www.pordata.pt/Portugal/Espect%C3%A1culos+ao+vivo+receitas+de+bilheteira-400>

Santos L. (2017, 3 de janeiro). IVA dos espetáculos a 6%, pedem promotores de espetáculos. Diário de Notícias. Acedido em: <https://www.dn.pt/artes/interior/iva-dos-espetaculos-a-6-pedem-promotores-de-espetaculos-5583523.html>

Tavares, C. (2015). *A importância dos festivais de música no turismo - edições de Inverno como forma de atenuar a sazonalidade do Turismo em Portugal*. Dissertação de mestrado, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Porto, Portugal. Acedido em https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/81819/2/37569.pdf?fbclid=IwAR0GxTDPHiXeKI27w0045fauFtQ_0N_gp1WLTygGVW7F2bmxccnK5OCeF9c

TSF (2009, 17 de outubro). Concerto dos U2 em Coimbra em 2010 está esgotado. TSF. Acedido em: <https://www.tsf.pt/vida/musica/interior/concerto-dos-u2-em-coimbra-em-2010-esta-esgotado-1393782.html>

TSF (2009, 24 de outubro). Bilhetes para segundo concerto dos U2 esgotaram em quatro horas. TSF. Acedido em: <https://www.tsf.pt/vida/musica/interior/bilhetes-para-segundo-concerto-dos-u2-esgotaram-em-quatro-horas-1400439.html>