

*Do coliseu  
para o mundo*

**ÁLVARO COVÕES**

Diretor-geral da Everything is New



# A LUTA INCESSANTE DO EMPRESÁRIO

Álvaro Covões faz capa na edição de outubro de 2018 como um incessante lutador pelos direitos dos empresários.

Desde sempre esteve ligado ao mundo dos espetáculos, fruto do trabalho da família, e com 12 anos já lavava chávenas no bar do Coliseu. Daí ao mundo dos mercados e até perceber que era no *show business* que a sua vida fazia sentido, a ligação foi quase imediata.



Hoje, a Everything is New é a promotora que representa grande parte dos sonhos deste empresário, que viu no NOS Alive a possibilidade de inovar no mundo dos festivais, fazer melhor e diferente.

Recordamos aqui a entrevista com Álvaro Covões, na qual deixa duras críticas às políticas económicas e culturais do país e onde faz também sérios avisos, mas também elogios, aos empresários portugueses e sobretudo às PME.

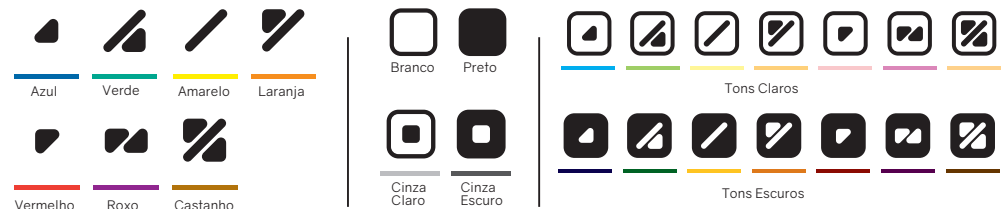
Boas leituras e bons negócios!

ANA RITA JUSTO | EDITORA

## COLORADD NA PME MAGAZINE

A PME Magazine conta com 14 grandes secções, que servem de guia estrutural para as temáticas abordadas. De forma a tornar a revista mais inclusiva, foi integrado nas secções o sistema de identificação de cores ColorADD. Assim, cada secção conta com uma cor diferente, identificada com um símbolo que permite a pessoas daltónicas identificarem as cores que estão a ver.

Desenvolvido com base nas três cores primárias, representadas através de símbolos gráficos, o código ColorADD assenta num processo de associação lógica que permite ao daltónico, através do conceito da adição das cores, relacionar os símbolos e facilmente identificar toda a paleta de cores. O branco e o preto surgem para orientar as cores para as tonalidades claras e escuras.



## FICHA TÉCNICA

**DIRETORA:** Mafalda Marques  
**EDITORA:** Ana Rita Justo  
**REDAÇÃO:** Denisse Sousa  
**VÍDEO E FOTOGRAFIA:** NortFilmes e João Filipe Aguiar  
**DESIGN GRÁFICO:** Inês Antunes

**“QUEM DEVEIA  
GOVERNAR O PAÍS  
SÃO AS PME”**

*Álvaro Covões*





Álvaro Covões seguiu gestão e trabalhou durante sete anos no mercado cambial

Ana Rita Justo

João Filipe Aguiar

**Nasceu e cresceu no mundo dos espetáculos, com o Coliseu como casa. Passou pelo mercado cambial até enveredar decididamente pela indústria com a qual quase se confunde. Álvaro Covões, fundador e diretor-geral da Everything is New, fala-nos das dificuldades de empreender em Portugal, de um NOS Alive de sucesso e dos projetos que ainda estão para vir.**

**PME Magazine – Cresceu no Coliseu de Lisboa. Como foi ganhando o gosto pela música?**

**Álvaro Covões** – Fui um privilegiado, porque nasci dentro do Caldeirão. A minha família está ligada ao Coliseu desde os anos 1920, começou com o meu bisavô, sendo que eu já sou a quarta geração e já existe quinta e sexta geração! Como nasci dentro do Caldeirão – foi inevitável – apaixonei-me pelo mundo dos espetáculos. O Coliseu é uma sala multiusos. É um teatro de circo que foi fundado em 1890, nos Estados Unidos estavam os americanos a desbravar o faroeste. O que denota que o mundo na época era mais desenvolvido na Europa do que no resto dos continentes. É uma sala gigantesca, onde todo o tipo de espetáculos se realiza, desde circo, ópera, concertos, música clássica, teatro... Até boxe houve! Há registo de ter havido garraizadas. O Holiday on Ice passou nos anos 1960 e, obviamente, os grandes concertos de música portuguesa, brasileira, pop-rock e congressos, os célebres congressos do PSD. O Coliseu é um espaço onde facilmente aprendemos a gostar de todo o tipo de artes.

**PME Mag. – E chegou a trabalhar no Coliseu.**

**A. C.** – Sim, tinha o gostinho de nunca estar parado. Comecei talvez com 12 anos, no bar do Coliseu, a lavar chávenas e copos, de repente já estava no balcão a vender e depois fui gerente. Foi bom, felizmente não era uma necessidade, mas, ao mesmo tempo, fez-me aquilo que sou hoje: uma pessoa que gosta de trabalhar. Uma vez, numa noite do fado, às 5h00 da manhã, dois jornalistas vieram ao bar e pediram dois Brandy

Casaleiro. Eram dois famosos do Diário Popular. E eles perguntaram: “Que idade é que tu tens?”. Respondi que tinha 15 anos e eles disseram: “E estás aqui a trabalhar a esta hora?” – hoje em dia é proibido [risos]. E fizeram uma reportagem sobre a noite do fado e eu era a figura central: o menino de 15 anos que às 5h00 da manhã estava a trabalhar no bar e, ainda por cima, era da casa! Tive várias experiências. Sou das poucas testemunhas de quando houve aquele episódio do ex-secretariado no Congresso do PS em que o Salgado Zenha, o Jorge Sampaio e o Mário Soares quase se pegaram fisicamente. Foi no bar. Lembro-me de ouvir as conversas do Zeca Afonso, no bar. Quando se está atrás do balcão, ouvimos muita coisa.

**“O Coliseu é um espaço onde facilmente aprendemos a gostar de todo o tipo de artes”**

**PME Mag. – Na faculdade, seguiu gestão, mas os seus pais queriam que fosse para medicina...**

**A. C.** – Sim, os meus pais gostavam que eu fosse médico. E, no 9.º ano, tínhamos a opção de escolher e eu escolhi Saúde. Quando vi uma operação no Hospital de Santa Maria disse: “Decididamente, é isto que eu não quero ser”. Ao mesmo tempo, tinha Introdução à Economia, que me fascinou. Acabei por seguir Gestão de Empresas, apesar de o meu pai dizer: “Ao menos Economia”. Hoje, gestão é um curso mais nobre do que era. No meio disto tudo, estudava, fui muitas vezes delegado de turma e de curso na faculdade. No liceu, fui presidente da Associação de Estudantes, na faculdade também estive na Associação de Estudantes. Cheguei a ser da Ala Juvenil da Sociedade Histórica para a Imprensa em Portugal... Sei lá! Eu só inventava coisas para fazer [risos], além de trabalhar! Já na faculdade, no primeiro ano, saí de uma noite do fado de direta para um exame!

**“SABER PARAR QUANDO ESTAMOS A PERDER”**

**PME Mag. – Como foi trabalhar nos mercados?**

**A. C.** – Eu era *money market dealer*, fui um privilegiado, no tempo em que havia mercado. Trabalhava com escudos e foi das experiências mais fascinantes que tive na vida: durante sete anos fiz negócios de milhões. O negócio era comprar e vender dinheiro. Os bancos, tal como nós, têm o dinheiro num banco – numa conta no Banco de Portugal. Como têm de cumprir um depósito mínimo obrigatório, eram obrigados, consoante tivessem dinheiro a mais ou a menos, a vender dinheiro. O meu trabalho era esse. Durante sete anos, fiz centenas de milhares de negócios ao telefone e nunca ninguém disse: ‘Não foi bem assim’. Porque os mercados funcionam a uma rapidez fulminante. A palavra faz parte dos dez mandamentos do FOREX, a nossa cartilha. É um trabalho absolutamente vibrante, não há explicação. E das maiores lições que aprendi nos mercados foi que, na vida, temos de saber parar quando estamos a perder, isso é fundamental. Aliás, um cidadão comum, quando faz um investimento na Bolsa, se comprar ações a 10 euros e elas baixarem para 7, a tendência é para comprar mais. Mas não, está a aumentar o problema. Se elas continuarem a baixar, o prejuízo vai ser muito maior. É a síndrome do jogador. É uma lição de vida muito importante, porque na vida também temos de saber perder. Não é fácil. É às vezes é melhor cortar, aceitar o que se perdeu e começar de novo, seja com o que for, se não pode ser irremediável. Foi o que aconteceu com o Grupo Espírito Santo.

“Eu só inventava coisas para fazer. Já na faculdade, saí de uma noite do fado de direta para um exame!”

**PME Mag.** – Foi nisso que pensou quando decidiu mudar de atividade?

**A. C.** – Sempre estive neste ramo. A minha primeira experiência a fazer um espetáculo ainda andava no liceu. Na faculdade, lembro-me que, no 3.º ano, tinha um exame de Gestão de Pessoal, e era a primeira vez da Amália no Coliseu. Chovia copiosamente. E eu a fazer o exame, a olhar para o relógio para me ir embora, porque

tinha o espetáculo da Amália à noite. A minha vida foi sempre assim e quando estava na sala de mercados é quando, quase em simultâneo, crio a Música no Coração, em 1991. Entrei em dezembro de 1990 para os mercados. Faço o primeiro Super Bock, Super Rock a trabalhar numa sala de mercados, faço o Vilar de Mouros de 1996, que foi o regresso do festival, e o Sudoeste de 1997 ainda na sala de mercados. Fora tudo o resto que já fazíamos. Até que, de repente, já nem tinha férias, já não dormia. Então, em 1998 dediquei-me só a isto.

**PME Mag.** – Como começou a Música no Coração?

**A. C.** – Portugal, no início dos anos 1990, só tinha um espetáculo internacional de dois em dois meses. Depois, no verão, havia duas empresas que lideravam o mercado, que se digladiavam para fazer dois a três espetáculos de estádio. Olhando para o mercado, via que cidades como Madrid, Barcelona, Paris, Amesterdão, Berlim, todas as grandes cidades da Europa tinham espetáculos todos os dias. Nós, estando na Europa, tendo uma cultura comum a caminho da moeda única, havia uma oportunidade de criar públicos. Depois, como não conseguimos entrar, porque as empresas tinham mais credibilidade e mais experiência, éramos sempre a terceira escolha para os espetáculos de estádio. Foi aí que decidimos avançar para os festivais. Começa aí: Super Bock, Super Rock em 1995, Vilar de Mouros em 1996, Sudoeste 1997...

**PME Mag.** – Porque é que saiu?

**A. C.** – Foi em 2006. Éramos dois sócios, tínhamos 50/50 e tínhamos opiniões diferentes sobre o futuro e decidimos cada um seguir o seu caminho. Não foi nenhuma rutura, ninguém se zangou com ninguém. Foi uma decisão pura e simplesmente estratégica: um queria seguir um caminho, o outro queria seguir outro. Aí, crio a Everything is New e aí vem o NOS Alive.

**DIVULGAR NO ESTRANGEIRO**

**PME Mag.** – Começou a Everything is New sozinho?

**A. C.** – Tinha uma pequena equipa, na altura éramos cinco – hoje somos 22. E continuei a fazer aquilo que



Ligação de Álvaro Covões ao Coliseu começou com o bisavô



Álvaro Covões deixou a Música no Coração em 2016 e criou a Everything is New

sabia fazer: promover, ter ideias diferentes... Lembro-me quando criámos o projeto da Joana Vasconcelos no Palácio da Ajuda. Uma lição que aprendi com o meu guru do Marketing, o Philip Kotler: ele tem um livro fantástico com outro autor, que se chama *Marketing Lateral*, que adorei. O marketing lateral é a forma de marketing quando esgotamos o mercado. Quando esgotamos o mercado, como é que podemos aumentar as nossas vendas? Juntando outro produto e vendendo a quem não gosta do nosso produto. Por exemplo: a Kinder vendia chocolate a quem gosta de chocolate. Como é que posso aumentar as vendas? Vou meter um brinquedo lá dentro e vender chocolate a quem não gosta. A Joana Vasconcelos, no Palácio da Ajuda, é exatamente isso: arte contemporânea, moderna, um público moderno, mais jovem, [um ambiente] clássico, património. A minha mulher dizia: “Tu és maluco, isso é um perigo. A Joana esteve no Museu Berardo, numa exibição gratuita e teve 120 mil visitantes. Isso vai correr mal”. E correu

muito bem, tivemos 235 mil visitantes e foi um fenómeno. No NOS Alive, fomos o primeiro festival no mundo a ter uma zona só para grávidas, são coisas simples. Às vezes complicamos o que é fácil. No ano dos Coldplay, era tarde, atendi um telefonema e era uma jovem que estava muito preocupada e disse: “Eu comprei o bilhete em setembro, entretanto fiquei grávida e estou de oito meses. Acha seguro ir ao festival?”. Aquilo ficou-me na cabeça: como é que nunca ninguém pensou em ter uma zona só para grávidas? Hoje temos e é uma zona espetacular. Arranjámos um parceiro, porque, quando queremos criar mais conteúdos num evento e não podemos aumentar o número de espectadores, nem nos interessa aumentar o preço do bilhete, só conseguimos isso juntando parceiros. Aliás, na edição de 2017, tivemos uma festivaleira que lhe rebentaram as águas em pleno concerto dos The XX e foi para a maternidade. Antes de haver muitos concertos em Portugal, as pessoas iam a Madrid ver concertos. Os conteúdos são importantes,

então, como é que podemos aumentar o mercado? Se o país tem dez milhões de pessoas e os dez milhões não são o nosso mercado, porque os muito novos, até aos três anos, não são o nosso mercado, os muito velhos também não. Como é que podemos aumentar? Atrair pessoas de fora. Temos feito um trabalho, já há dez anos, de divulgar os nossos espetáculos no estrangeiro. Hoje, temos um Bob Dylan na Altice Arena e vendemos 1100 bilhetes no estrangeiro, temos um Sam Smith na Altice Arena e vendemos mais mil bilhetes no estrangeiro. É comum vendermos 10%.

“Em 2017 tivemos 81 novas rotas aéreas, quase mais quatro milhões de lugares disponíveis em aviões para o destino Portugal”

**PME Mag. – E no NOS Alive?**

**A. C. –** Cinco a dez por cento. Houve um ano em que vendemos 30 mil bilhetes no estrangeiro. Este ano vendemos 16 mil, porque anunciámos Pearl Jam em dezembro, no dia 1, no dia 3 estava esgotado. Os estrangeiros nem tiveram tempo para comprar! Mesmo assim, 16 mil são 160 aviões! É uma procura constante de aumentar vendas. Temos uma filosofia: se tivermos um ponto de venda que não tenha custos e se vendermos dois bilhetes já ganhámos dois clientes. No NOS Alive fizemos uma coisa diferente: começámos a vender primeiro o destino e, já agora, um festival. Nós esquecemo-nos de que Lisboa é a única capital da Europa que tem praia. No NOS Alive, começámos a vender isso. Na grande Lisboa, de manhã podes surfar ou ir à praia, à hora de almoço podes experimentar a gastronomia portuguesa, ou visitar os museus, o nosso património, Sintra, o Palácio do Marquês de Pombal, o Castelo de São Jorge, o Mosteiro dos Jerónimos. A música só começa às 17h00, ao contrário dos outros festivais na Europa, onde começa às 11h00, ou ao meio-dia. E os mais afoitos à noite ainda podem ir para o Lux. Isto cria um produto completamente diferente.

**PME Mag. – Qual é o seu papel para pôr este festival de pé?**

**A. C. –** É de presidente da Junta [risos]! É de presidente da Câmara! Este ano tive essa sensação, deve ser absolutamente extraordinário ser presidente da Câmara. Mas é um presidente com mais poderes, porque a Câmara não superintende em tudo. Num festival, está tudo debaixo da orientação do presidente da Câmara. É uma sensação muito interessante, mas ao mesmo tempo dá-nos a visão de que, de facto, é muito difícil gerir uma comunidade.

**“ESTADO DIZ-NOS PARA DESISTIRMOS”****PME Mag. – Como é que se organiza?**

**A. C. –** Tenho uma boa equipa, um bom planeamento e depois dormir pouco e trabalhar muito. Mas nos dias que correm é tudo muito mais difícil: há questões de segurança e ainda temos outro problema: vivemos num país em que o Estado tem uma série de entidades que todos os dias vêm para a rua dizerem-nos para desistirmos. Há sempre qualquer coisa que não está bem, porque há 1850 leis, todos os anos aparece mais uma norma... Ainda me lembro quando queriam fechar o festival porque tínhamos de ter a análise da água. Uma vez queriam fechar os bares num evento em que tínhamos 30 mil pessoas, porque faltava um papel. Quando se fecha um estabelecimento, deixa-se de praticar atividade económica. Isto é a mesma coisa do que dizer: “Desistam”. A minha esperança é que um dia a sociedade civil diga: “Não, quem manda somos nós, não são vocês”. Não sou anarca, pelo contrário, sou muito pela democracia e acredito muito na lei. E como a nossa lei diz que o povo é soberano, quem manda é o povo, não podem ser eles – que nem sei quem são!

**PME Mag. – Sente esses entraves na indústria dos espetáculos?**

**A. C. –** Não só dos espetáculos, qualquer atividade. É muito difícil ser-se empresário em Portugal, tudo é um problema. Paga-se taxas e impostos por tudo. Quando a coisa corre bem, somos os melhores do mundo, quando corre mal, ninguém quer saber de nós. É diabólico. É re-

corrente ver – e é uma coisa que acho feia – sempre que uma empresa fecha é sempre o malandro do empresário que falhou. É a imagem que se passa. Em Portugal é muito mais fácil falhar, porque não temos mercado. É um país tão pequeno e cada vez tem menos poder de compra. Não nos podemos esquecer que, nestes últimos 20 anos, os sucessivos governos, o discurso do “Os que têm mais é que têm de pagar, temos de distribuir pelos que têm menos”, é uma mentira. Os que têm menos continuam a ter menos e os que têm mais cada vez têm menos. Só há uma diferença: os que têm mais, normalmente, são os que têm capacidade para investir, criar emprego, riqueza. Como não têm, não criam. Resultado: Portugal vai ser um país cada vez mais pobre.

**PME Mag. – Voltando aos espetáculos, o Álvaro tem sido um dos defensores da reposição do IVA a 6%.**

**A. C. –** Sim, porque quando o país precisou de todos os portugueses, de todas as empresas, de todos os setores de atividade, em que, de uma forma generalizada subiram os impostos, todos disseram que sim. Se está tudo bem, está na altura de repor. Num país em que nunca se falou tanto em cultura como ultimamente, até já há

promessas de aumentar o orçamento para a cultura, mas atenção: o primeiro passo que se tem de dar é tornar a cultura mais acessível. Se se está a taxar o acesso à cultura com a taxa intermédia, estamos a dificultar. O Estado dá dinheiro ao Teatro São Carlos e depois cobra 13,5% de IVA, então [a cultura] é para os mais ricos, não é para todos. A primeira distribuição equitativa é baixarem o imposto. Uma coisa é criação cultural, outra é usufruição cultural. Quando se fala em subsídios estamos a apoiar emprego. E depois a usufruição? Os portugueses usufruem? Os estudos dizem que não. Segundo o INE, cada português gastou, em 2016, 8,5 euros em espetáculos ao vivo, menos do que qualquer pessoa que beba mais do que um café por dia, por semana. Se formos ver o último estudo da Comissão Europeia sobre hábitos culturais, em 2013, Portugal está em último lugar na leitura de livros. Quando se pergunta a um português se assistiu a um concerto de música no último mês somos o último dos 27 – na altura eram 27. Só 19% assistiu a um concerto. Assistiu a um espetáculo de teatro? Só 13%, 8% ópera ou ballet. E 40% leram pelo menos um livro. É o resultado das políticas culturais, não do PS, PSD, ou CDS ou agora da gerigonça. É de todos.



Empresário faz balanço positivo de dez anos de NOS Alive



**PME Mag. – Está otimista em relação à petição para a reposição do IVA?**

**A. C. –** Num país normal estaria, mas nunca mais ouvi ninguém falar...

**PME Mag. – O que gostaria que fosse feito pela cultura?**

**A. C. –** Gostaria que houvesse uma premiação para os investidores. Nós tivemos duas leis absolutamente democráticas e quase de Esquerda, feitas pelo Adolfo Mesquita Nunes, na altura secretário de Estado do Turismo: [uma] quando regulamentou o alojamento local, que deu oportunidade aos portugueses de criar um rendimento extra, porque tinham uma casa. Acho extraordinário que, passados dois, três anos, as pessoas que assumiram esse compromisso, que se financiaram, criaram dívidas, puseram o seu futuro em risco caso o mercado não corresponda, de repente o condomínio pode dizer: “Não queremos mais o alojamento local”. Não quer dizer que não concorde, se calhar dever-se-ia ter pensado logo nisso, mas no meu entender, por respeito aos empresários e investidores, a nova lei devia prever para o futuro e não para o passado. Outra lei foi quando se liberalizou a criação das agências de viagem e criou-se as empresas de animação turística que, mais uma vez, deram oportunidade, num país com muito desemprego, de os portugueses de qualquer credo, cor, idade, criarem o seu próprio emprego. Ainda estou na expectativa de quando vão mudar a lei só para dar aos ricos...

## “GOVERNOS MAL ASSESSORADOS”

**PME Mag. – O que mudou na indústria do espetáculo em Portugal nestes últimos anos?**

**A. C. –** Mudou muita coisa. O Estado falhou completamente, as atividades em que o Estado meteu o pé, como a ópera, o bailado, cada vez têm menos público; as atividades em que a sociedade civil e os empresários avançaram sozinhos, praticamente sem apoios, sem nada, venceram, como o *pop-rock*, os festivais. Podemos dizer: “Há mais visitantes nos museus”. Mentira: há mais visitantes estrangeiros nos museus. É bom para a



Álvaro Covões defende reposição do IVA a 6% nos espetáculos

economia, não para os portugueses. Estive a ver os números de visitantes da DGPC [n. d. r. *Direção-Geral do Património Cultural*], em 2017, e 70% são estrangeiros. Significa que a DGPC está a crescer, e ainda bem, mas, mais uma vez, cada português só vai a um museu de dois em dois anos, cada português só compra bilhete para um espetáculo ao vivo, onde se inclui circo, tourada, festivais, concertos, *ballet*, teatro, ópera... Só se venderam 4 milhões e 900 mil bilhetes em Portugal em 2016. Significa que cada português só comprou um bilhete de dois em dois anos – já nem estou a descontar os estrangeiros que compram! Depois, vemos que o problema é de dinheiro e de oferta, porquê? O cinema vendeu três vezes mais: vendeu 15 milhões de bilhetes em 2016. Só que o preço médio do bilhete de cinema era de cinco euros e pouco. O preço médio dos espetáculos ao vivo era de 17 euros, portanto, não vou acreditar que os portugueses gostam mais de cinema do que de espetáculos. É um problema de dinheiro, portanto, é um problema de IVA.

**PME Mag. – Acha que o Governo se esqueceu dos portugueses?**

**A. C. –** Não, acho é que os governos são muito mal assessorados e não olham para os assuntos de forma objetiva. Todos estes números são públicos e são feitos pelo Governo! É o INE que publica. O certo é que, cada vez que se fala no orçamento da cultura, fala-se sempre na criação cultural, no apoio à cultura e ninguém fala na usufruição! O que devemos pensar é: a cultura chega aos portugueses ou não? Não chega. Se pensarmos agora: quantos artistas portugueses têm carreira internacional? Começamos a dizer vários: Vhils, Bordalo II, Joana Vasconcelos, Carminho, Ana Moura, Mariza. Nas políticas culturais, que apoios é que existem para esta gente? Quase nada. Então, onde é que está o resultado do apoio à criação artística? Não está, portanto, falhámos. Isso não tem mal nenhum. Falhámos e devíamos repensar tudo. Não é só um problema de cultura, é um problema de país. Falhámos na banca. Neste momento, o maior banco privado português, de capitais portugueses, é o Montepio Geral. Não tivemos capacidade, por culpa do Estado, porque não foi capaz de fazer supervisão. Agora não temos bancos portugueses. Portanto, quem devia governar o país são as PME, as sobreviventes que, crise ou não crise, pagam Segurança Social, pagam salários, criam riqueza, criam economia e depois lá vem mais uma lei...

**PME Mag. – Voltando à Everything is New, como é que a caracteriza?**

**A. C. –** A Everything is New é uma empresa – Deus queira que continue assim – que tem capitais próprios positivos, uma empresa saudável. Em 2017 tivemos 24 milhões de euros em vendas e conseguimos entregar ao Estado sete milhões de euros em impostos. É uma boa empresa, devia receber medalha de mérito [risos].

**PME Mag. – Há tempos, disse em entrevista que a margem de lucro na empresa podia ser positiva ou negativa. Isso mantém-se?**

**A. C. –** Como em todas as empresas. Há duas formas para isso: uma se houver investimento intensivo, o que



aconteceu na Everything is New quando lançou o projeto que é agora o NOS Alive. Só atingimos o *break even* do projeto na quarta edição, portanto, é natural que tenha afetado os resultados da empresa. O nosso produto não faz *stock*. Cada espetáculo é como se fosse uma empresa: tem princípio, meio e fim. E quando passa a data do espetáculo já não podemos ter mais nenhuma receita, portanto, se o resultado foi positivo ou negativo isso influencia. Obviamente, somos muito afetados pela economia – se as pessoas têm dinheiro ou não para comprar – e pelo meio ambiente.

## “PATROCINADORES SÃO MINISTÉRIO DA CULTURA”

**PME Mag. – Que balanço faz destes 11 anos da empresa e do NOS Alive?**

**A. C. –** Muito positivo, conseguimos criar um produto que é mais reconhecido lá fora do que cá dentro – mas isso é normal. Cá dentro, quem é minimamente atento à música conhece a generalidade dos festivais, lá fora conhecem o NOS Alive. Isso dá-nos uma notoriedade acrescida e é bom, porque sentimo-nos orgulhosos, não só pelo sucesso do projeto, mas também por contribuímos para mostrar que Portugal também sabe fazer coisas bem feitas. Estamos a falar de um evento que vende milhares de bilhetes no estrangeiro, é notícia em todo o mundo, que os artistas querem vir e não foi preciso dar dois ou três milhões.

**PME Mag. – Que papel têm os patrocinadores num evento como este?**

**A. C. –** Os patrocínios são muito importantes, porque Portugal tem um poder de compra dos mais baixos da Europa. A única forma que temos para vender bilhetes a um preço mais acessível é com os patrocinadores, por isso é que tenho dito muitas vezes que os patrocinadores são uma espécie de Ministério da Cultura que nos subsidiam o bilhete.

**PME Mag. – E compensa-lhes?**

**A. C. –** Compensa, porque a música é sempre positiva, ao contrário, por exemplo, do futebol, em que há sem-

pre uma equipa contra a outra, às vezes até há chatices, porque acho que estamos a perder a noção das regras. Há muitos anos, nos espetáculos também não havia regras. Hoje não, é um sítio super civilizado, as pessoas vão com o objetivo único de se divertirem, ninguém chateia ninguém, é um ambiente super positivo. Sob o ponto de vista emocional, a experiência é sempre muito positiva e é uma forma de as marcas, de forma descontraída, em que as pessoas estão descontraídas e estão felizes, poderem contactar com os consumidores e futuros consumidores.

**PME Mag. – O Álvaro é das pessoas em Portugal que ajudou a profissionalizar a indústria dos espetáculos.**

**A. C. –** Contribuímos para uma ampliação. Ela já existia, de certa forma: o Teatro São Carlos tinha uma equipa com muito mais gente e mais profissionais do que agora e havia muito mais teatro. Nunca ninguém fez as contas, mas num país que se desenvolveu tanto, Lisboa tem menos teatros hoje do que há 44 anos. Alguma coisa vai mal na cultura. Este ano, desapareceram mais três: o Olympia, que o [Filipe] La Féria estava a fazer obras para ser um teatro, foi vendido para um hotel; o Odeon vai ser um condomínio fechado e o cinema Paris também. Fiquei muito contente quando vi o projeto da Câmara de Lisboa para os terrenos da Feira Popular, porque a cidade precisa de empresas, de zonas verdes e de mais habitação. É bom ter mais gente, porque a cidade tem menos cem mil habitantes do que tinha há 12, 15 anos. Mas esqueceram-se do teatro Vasco Santana, é sempre menos um... Estamos sem estratégia. A cultura em Portugal é muito estatizada. Hoje, provavelmente 90% dos teatros são públicos, ou mais! É estranho, não é? Sendo uma atividade económica, devia ser normal os privados construírem teatros.

**PME Mag. – Que planos tem para a Everything is New e para si, como empresário?**

**A. C. –** Nós somos completamente alucinados, a querer sempre fazer muita coisa. Obviamente, como vivemos num país em que o Estado diz, “O que o Estado detém, eu é que mando e está fechado à chave”, temos alguma

dificuldade em avançar com novos projetos. Não deixa de ser curioso, com as joias reais, que já propusemos fazer exposições temporárias – apesar de haver finalmente um projeto para um museu, para uma exposição permanente – há 28 anos que não são expostas, porque alguém decidiu, em nosso nome, que têm de estar fechadas num cofre, como se eles fossem os donos da coisa. Eu decido sobre as minhas coisas. Quando estou a decidir sobre aquilo que é de todos, tenho de pensar: o que é que todos querem? Em 28 anos, podemos estar a falar de 280 milhões de euros em receitas. Se somarmos isto tudo para o património geral do Estado, somos um país pobre, muitas vezes, por termos pessoas que, em nosso nome, mandam e acham que aquilo é deles e não nosso. Temos alguma dificuldade nisso, de resto avançamos. Vamos continuar a fazer coisas diferentes e nesta criação de públicos e de conceitos que valorizem o destino Portugal, o destino Lisboa, o destino Porto, o destino Algarve... Pessoalmente, sou uma pessoa realizada, porque a Everything is New é uma empresa que tem tido sucesso. Temos um produto *premium*, o Cirque du Soleil, tantos espetáculos bons: fazer o Bob Dylan em Lisboa foi fantástico. Ter trazido a Portugal o Leonard Cohen quatro vezes nestes últimos anos... O projeto da Joana Vasconcelos no Palácio da Ajuda: o palácio tinha 40 mil visitantes por ano, conseguimos levar 235 mil em cinco meses, foi uma coisa fabulosa. Isso dá uma realização pessoal muito forte. Paralelamente, estou ligado a um projeto no Algarve: o Bliss, o Praia na Villa e o Jardim na Villa, são três produtos *premium* que valorizam aquela zona e este ano foram a grande atração do Algarve, apesar de, mais uma vez, o Estado dizer: “Desistam, desistam!”. Criámos emprego, atividade económica, valorizámos o destino e, mais uma vez, fomos xerife de Nottingham e faturámos para entregar dinheiro ao Estado. Os empresários em Portugal vestem todos os dias o personagem de xerife de Nottingham, para cobrar para o príncipe João. Temos um projeto de um espaço para eventos, se conseguirmos será o primeiro investimento privado em Portugal em 44 anos numa sala de espetáculos.



Álvaro Covões trabalha na área da cultura há mais de 35 anos

## Álvaro Covões

Álvaro Covões nasceu a 4 de março de 1963 e é fundador e diretor-geral da Everything Is New e trabalha na área da cultura há mais de 35 anos. É, também, fundador e diretor-geral da The Live Company, agência de viagens especializada em *incoming* e venda de pacotes no estrangeiro para os eventos da Everything Is New.

A Everything Is New tem sido responsável por alguns dos mais importantes espetáculos realizados em Portugal, de artistas como AC/DC, Beyoncé, Bon Jovi, Coldplay, Leonard Cohen, Jennifer Lopez, Madonna, Muse, One Direction, espetáculos como Violetta e Cirque du Soleil, Festival Fado (Madrid, Sevilha, Buenos Aires, Bogotá e Brasil) e ainda exposições temporárias.

É, ainda, responsável pelo mais importante festival nacional, o NOS Alive, já na 10.ª edição.

Álvaro Covões é presidente da Associação do Turismo Militar, do Sub-comité Turismo e Gastronomia do Lide Portugal; vogal do Conselho de Administração da Fundação Luso Brasileira; vogal do Conselho de Administração Ricardo Covões SA (Coliseu); vogal do Conselho Administração Empresa Recreios Lisbonenses; vogal Conselho Administração da Sociedade Independente de Radiodifusão Sonora SA; e gerente da Lusocanal – Radiodifusão (Rádios Radar, Marginal e Oxigénio).

Foi eleito “Marketeer do ano” nos Prémios Marketeer (2014).



**PME** Magazine  
Portugal.Mundo. Empresas

OUTUBRO 2018 | TRIMESTRAL | EDIÇÃO 10  
EDIÇÃO ANO III - DISTRIBUIÇÃO GRATUITA

DIRETORA: MARALDA MARQUES  
WWW.PMEMAGAZINE.COM

**ÁLVARO COVÕES**  
DO COLISEU  
PARA O  
MUNDO

**COLORADO**  
CÓDIGO DE CORES  
PARA DALTÓNICOS  
E SUCESSO EMPRESARIAL

**LACS**  
O HUB CRIATIVO  
QUE FALTAVA EM LISBOA

**'MILLENNIALS'**  
SAIBA O QUE ESPERAM  
DAS EMPRESAS

**PME** *Magazine*  
Portugal.Mundo. Empresas

| A REVISTA DAS PME PORTUGUESAS |

[pmemagazine.sapo.pt](http://pmemagazine.sapo.pt)

