vinetur

Conselho de bebidas alcoólicas da Pensilvânia fez subir os preços dos cocktails enlatados da Stateside

Depois de listar todas as configurações de embalagem, a agência fixou um preço mínimo que apertou as margens de cerca de 2 400 vendedores privados

sábado, 24 de outubro de 2026

O sistema de venda de bebidas alcoólicas da Pensilvânia está a fazer subir o preço de alguns dos cocktails enlatados mais populares do estado, segundo uma investigação da NewsWorks Lab, enquanto o Pennsylvania Liquor Control Board (PLCB) usa os seus poderes de regulador e retalhista para controlar a forma como esses produtos são vendidos.

A disputa centra-se na Stateside Vodka, com sede em Filadélfia, e nas suas marcas de bebidas prontas a beber, em rápido crescimento, sobretudo a Super Lyte, um cocktail enlatado à base de vodka lançado nesta primavera que rapidamente se tornou num dos produtos alcoólicos mais procurados do país. A NewsWorks Lab noticiou que, depois de o conselho alargar o controlo sobre os produtos da Stateside em junho, os habitantes da Pensilvânia começaram a pagar mais por algumas dessas bebidas do que pagavam antes.

O episódio chamou a atenção para uma característica antiga do sistema de bebidas alcoólicas da Pensilvânia. O PLCB não só regula as licenças e supervisiona grande parte do mercado de bebidas alcoólicas do estado, como também gere cerca de 560 lojas

estatais de bebidas alcoólicas, 13 centros de abastecimento para titulares de licenças e dois grandes centros de distribuição, em Pittsburgh e Filadélfia. Isso confere à agência uma influência invulgar sobre os produtos que entram no mercado, a forma como são embalados e o preço que os consumidores acabam por pagar.

A questão ganhou maior visibilidade depois de os legisladores aprovarem a Lei 86, em julho de 2024. A lei permitiu que distribuidores de cerveja, supermercados, lojas de conveniência e hotéis vendessem cocktails prontos a beber à base de bebidas espirituosas. Permitiu também que fabricantes como a Stateside vendessem diretamente a esses retalhistas. No entanto, a lei manteve a autoridade do PLCB para comprar e vender esses mesmos produtos, colocando o conselho em concorrência direta com empresas que também licencia e regula.

Para a indústria das bebidas, esta estrutura pode influenciar os preços, as margens e o acesso ao mercado para além de uma única marca. Se o estado fixa o preço mínimo dos populares cocktails prontos a beber e, ao mesmo tempo, concorre na sua venda, os distribuidores e retalhistas privados podem deparar-se com lucros mais reduzidos e menos margem de manobra na forma como abastecem e fixam os preços dos produtos de elevada rotação.

A Stateside disse à NewsWorks Lab que, devido a este modelo, a empresa enfrenta pressão em várias frentes ao mesmo tempo. Um representante da empresa afirmou que o conselho é «o nosso regulador, o nosso cliente e o nosso concorrente».

Shawn Kelly, porta-voz do PLCB, defendeu o papel da agência, afirmando que esta atua ao abrigo dos poderes previstos na lei estadual e constitui uma importante fonte de receitas públicas. Kelly disse que a agência gera cerca de 750 milhões de dólares por ano em impostos e lucros para o fundo geral da Pensilvânia e concede 3 milhões de dólares em subsídios anuais para apoiar as indústrias do vinho, da cerveja e das bebidas espirituosas do estado.

Kelly contestou também a ideia de que o conselho não estava preparado para os cocktails enlatados. Disse que a categoria está a crescer há mais de cinco anos e que a agência começou a adaptar-se às bebidas enlatadas quando o vinho em lata ganhou popularidade, em 2016. Segundo Kelly, a intenção do legislador era que o PLCB

continuasse a ser o principal grossista de cocktails prontos a beber, sendo as vendas diretas dos fabricantes a retalhistas licenciados uma opção adicional, e não o sistema principal.

O conflito intensificou-se após a rápida ascensão da Super Lyte. A Stateside lançou a bebida sem gás, sem açúcar, com 90 calorias e 4,5% de álcool por volume. Num evento do setor realizado na Califórnia, em abril, Clement Pappas, cofundador da empresa, previu que seria o maior lançamento de sempre na categoria de bebidas prontas a beber. A NewsWorks Lab noticiou que a marca vendeu então 1 milhão de caixas em 142 dias, ultrapassando o recorde anterior, e Matt Quigley, presidente da Stateside, estimou no mês passado que poderia chegar aos 4 milhões de caixas até ao final do ano.

Este aumento da procura colidiu com o sistema estatal da Pensilvânia. Segundo a NewsWorks Lab, o PLCB contactou a Stateside pela primeira vez em março para dizer que pretendia vender a Super Lyte. A Stateside afirmou que não podia satisfazer de imediato a encomenda, uma vez que já tinha pré-vendido 300 000 caixas e não esperava dispor de capacidade de produção adicional antes do outono. A empresa disse também que o conselho queria o produto em caixas de 24 latas envolvidas em película retrátil, um formato que a Stateside não costumava usar para a Super Lyte e que não tinha incluído nos seus planos de embalagem.

A Stateside informou o conselho de que não podia satisfazer a encomenda no prazo solicitado, mas propôs um calendário posterior. Depois, segundo a empresa, as comunicações ficaram suspensas até 3 de junho, quando Rodrigo Diaz, diretor executivo do PLCB, enviou uma carta de tom contundente a Pappas. Na carta, Diaz escreveu que o conselho pretendia comprar todas as variedades de cocktails prontos a beber vendidas pela Stateside, «em todas as configurações», salvo indicação em contrário da agência.

Essa exigência tinha implicações abrangentes, uma vez que a lei da Pensilvânia permite ao PLCB fixar o preço de referência dos produtos que inclui na sua oferta. Depois de o conselho incluir um produto, os vendedores privados não podem vendê-lo por menos do que o preço do PLCB. Na carta, Diaz escreveu que, embora um fabricante

licenciado da Pensilvânia possa vender cocktails prontos a beber diretamente ao público e a titulares de licenças, essas vendas não podem ser feitas por um preço inferior ao fixado pelo conselho para o mesmo produto.

O impacto fez-se sentir numa vasta rede de vendedores. A NewsWorks Lab noticiou que a posição do conselho afetou cerca de 2 400 supermercados, lojas de conveniência, distribuidores de cerveja, restaurantes e hotéis, além de centenas de bares e discotecas.

Antes de o conselho incluir todos os produtos da Stateside na sua oferta, os distribuidores privados tinham mais margem para comprar em grandes quantidades a preços mais baixos. Shawn David, coproprietário da Beaver County Beverage, em Monaca, disse à NewsWorks Lab que, antes de a Super Lyte ser incluída na oferta do PLCB, as compras por palete à Stateside podiam reduzir o preço até 47,99 dólares por caixa. Depois de o conselho incluir o produto na sua oferta, David disse que teve de conduzir cerca de 30 milhas até ao Licensee Service Center do PLCB, em Bridgeville, e pagar o preço grossista imposto pelo estado, de 53,99 dólares por caixa.

Como os distribuidores têm de comprar os produtos ao PLCB por um preço grossista apenas 10% inferior ao preço de venda a retalho do estado, os retalhistas dizem que as suas margens de lucro diminuíram acentuadamente. David afirmou que os consumidores estão a pagar mais, enquanto os vendedores privados ganham muito pouco.

A disputa revelou também como os formatos dos produtos passaram a fazer parte da batalha pelos preços. A NewsWorks Lab noticiou que a Stateside tinha vendido diretamente a retalhistas privados certos formatos de embalagem que não constavam do sistema estadual. Por exemplo, as lojas Fine Wine & Good Spirits começaram por vender embalagens de quatro unidades da Surfside, a marca de chá gelado e limonada com vodka da Stateside. Mais tarde, a Stateside disponibilizou embalagens de seis e 12 unidades com códigos UPC diferentes, que não constavam do sistema estadual, permitindo vender esses formatos a retalhistas privados a preços mais baixos. Existiam diferenças semelhantes nas embalagens de oito e 12 unidades.

Quando o PLCB decidiu que queria todas as variedades de cocktails prontos a beber da Stateside em todas as configurações de embalagem, essa flexibilidade desapareceu em grande medida. Kelly disse que o conselho ponderou alargar a oferta porque os clientes queriam mais produtos e formatos de embalagem e porque a popularidade da Stateside estava a aumentar. Segundo Kelly, as empresas de logística contratadas pela agência alugaram equipamento para envolver em película retrátil tabuleiros de cocktails enlatados, de modo a facilitar o seu manuseamento nos centros de distribuição estaduais.

A NewsWorks Lab noticiou que o conselho adquiriu capacidade para envolver embalagens em película retrátil através dos seus prestadores de serviços e negociou uma taxa de 1 dólar por caixa, paga pela Stateside. Kelly afirmou que o PLCB mantém requisitos normalizados de rotulagem, embalagem e entrega para todos os fornecedores, a fim de garantir que os produtos podem ser recebidos, armazenados e transportados em segurança, e que os fornecedores que não cumprem essas normas pagam taxas para adaptar os produtos às exigências.

Advogados e associações do setor disseram à NewsWorks Lab que o problema de fundo é estrutural. Shauna Boscaccy, advogada em Harrisburg especializada em legislação sobre bebidas alcoólicas e diretora executiva da Pennsylvania Beer and Beverage Wholesalers Association, afirmou que, historicamente, o conselho se centrou no vinho e nas bebidas espirituosas e não foi concebido para produtos enlatados de elevado volume. Kelly rejeitou essa caracterização, mas o conflito levantou novas questões sobre a adequação do sistema antigo a um mercado de bebidas prontas a beber em rápido crescimento.

Charlie Caputo, consultor jurídico da Malt Beverage Distributors Association of Pennsylvania, afirmou que os distribuidores de cerveja ficam no meio quando surge um conflito entre a Stateside e o PLCB. Questionado sobre se as competências sobrepostas do conselho criam um conflito de interesses, Kelly respondeu que essa questão cabe aos legisladores, uma vez que o papel da agência está definido por lei.

As origens do sistema remontam a quase um século. A Pensilvânia criou o PLCB em novembro de 1933, pouco antes do fim da Lei Seca federal. Os historiadores dizem que o sistema foi concebido para manter um controlo estatal apertado sobre a venda, a distribuição e o preço das bebidas alcoólicas. Char Miller, historiador do Pomona College que escreveu sobre o governador Gifford Pinchot e a regulação da Era Progressista, disse à NewsWorks Lab que o conselho tem mantido um controlo rigoroso sobre os cocktails prontos a beber porque não quer abdicar do seu monopólio efetivo.

Quase 92 anos depois, esse legado está agora em colisão com um dos segmentos de mais rápido crescimento do setor das bebidas alcoólicas. Os cocktails prontos a beber esbateram as antigas fronteiras que mantinham o vinho e as bebidas espirituosas nas lojas estatais e a cerveja em canais de distribuição separados. Na Pensilvânia, a ascensão dos cocktails enlatados veio expor como um regulador com poderes para licenciar concorrentes, comprar os seus produtos, fixar preços mínimos e vender diretamente aos consumidores pode moldar o mercado a todos os níveis.