

Velhotes novos

É SOBRE um trivial quadro a óleo de autor desconhecido, pendurado numa das salas das renovadas caves, que assenta um dos sucessos mais emocionantes da casa Calém. A tela, comprada por um dos descendentes do fundador numa das suas deslocações à capital holandesa, no dealbar da década de 30, representa três vetustos anciões, a brindar com um cálice de vinho cor rubi. A versão oral que chegou à actualidade fala de três amigos (um juiz, um boticário e um notário), que se reuniram semanalmente para uma agradável cavaqueira, celebrada com vinho do Porto. A sua reprodução, como rótulo de uma nova marca de Porto registada em 1934, tornou-se famosa e correu mundo. A marca Velhotes depressa ganhou notoriedade e tornou-se na principal lança da Calém na conquista dos mercados no pós-guerra. A marca, basicamente representada pelo Tawny, conserva ainda hoje a frescura e jovialidade iniciais, sendo líder no mercado doméstico (15% de quota) e prestigiada nos mercados da saudade. Mas, numa das ironias em que o destino é fértil, a Holanda não consta agora do seu mapa de exportação. Uma subtil operação de refrescamento injectou clareza no rótulo, libertando-o das informações obrigatórias que foram transferidas para o contra-rótulo e uniformizou a identidade da marca em toda a sua gama. Altivos, os três anciões holandeses resistem ao tempo.

