

Alejandro Mericq es cofundador de la Feria Bocas Moradas, que cumple 10 años

“Partimos para que los viñateros pudieran vender y no solo mostrar sus vinos”

En esta nueva versión se presentan 50 viñas y asisten más de 3.500 personas.

FRANCISCA ORELLANA

La feria Bocas Moradas, que se ha transformado en una de las principales vitrinas para promover a vinos de autor e independientes cumple 10 años de vida. Partieron con sólo 20 viñas y ahora ya presentan más de 50, mientras que los visitantes crecieron de 700 a más de 3.500 en la última versión.

“La feria parte como una razón de impulsar la venta de vinos de pequeños productores que nosotros distribuíamos a restaurantes. La gente no los conocía y no los consumía, aunque estuviera en las cartas de los mejores restaurantes de Santiago. Por eso le propusimos la idea de la feria a Parque Arauco en 2016 y nos pasaron el Distrito de Lujo, así partimos”, cuenta Alejandro Mericq, uno de los cofundadores de la feria Bocas Moradas.

El trabajaba en una distribuidora de vinos y licores, mientras que el otro cofundador, Rodrigo Urrutia, había sido Brand Manager de Gato en Viña San Pedro: “Así nos lanzamos a ayudar a estos viñateros a que tuvieran visibilidad y mejorar sus ventas. Fue casi como RSE lo que hicimos”.

Este año, la feria se realizará el 28 y 29 de marzo en la nueva locación en Polo Apoquindo, en Las Condes, la cual reunirá a viñateros independientes del valle del Itata hasta el Maule, Casablanca y Colchagua.

¿Por qué el nombre de Bocas Moradas?

“Soy publicista y vi que la gente al probar estos vinos menos intervenidos que los industriales terminaba después de degustarlos con la boca morada, ese es el origen del nombre”.

¿Cómo definiría que han sido estos 10 años de ferias, cuáles han sido los mayores cambios?

“Desde que partimos hasta la vendimia del año 2023, la hicimos solos a pulso Rodrigo y yo. Ese año nos dimos cuenta de que habíamos tocado techo y necesitábamos ayuda y nos asociamos con la productora Glovov, que nos permitió crecer en tamaño, por ejemplo, pasamos de 20 a 50 viñas hoy. Y la cantidad de gente que nos ha visitado creció de 700 a 3.500 en la última feria.

Además, el público hoy es más joven que el que llegaba al principio. Es un público súper educado, no hay borrachos, sí mucha gente feliz que quieren saber de cada vino. A diferencia de otras ferias, la persona que te atiende acá es el mismo viñatero, eso genera una conversación muy entretenida entre expositores y asistentes”.

¿Qué buscan con esta feria?

“La curaduría se basa principalmente en poder mostrar los distintos valles con los que cuenta Chile. Se produce vino desde el interior de Arica, en Codpa, hasta el Lago



Los socios de Bocas Moradas son Rodrigo Urrutia y Alejandro Mericq.

“La crisis del vino es a nivel mundial”

El menor consumo de vino y la menor predilección por esta bebida en las generaciones más jóvenes es algo que se ve en el ambiente, dice a Alejandro Mericq, uno de los cofundadores de la feria Bocas Moradas. “Cambiaron los hábitos de consumo. Antes la gente almorzaba con una copa de vino, hoy es mal mirado llegar con halito alcohólico a trabajar en la tarde, los jóvenes hoy no toman tanto y prefieren usar drogas sintéticas para pasarlo bien en fiestas o juntas”, dice, destacando que por lo mismo la industria ha sacado productos enfocados en menor grado alcohólico. Comenta que, aunque igual hay un nicho de jóvenes que consume vinos, no es como antes: “Ya no tenemos el consumo de los años 60 que era de 60 litros per cápita, hoy ronda los 12 litros, estamos muy bajos para ser el cuarto productor a nivel mundial de vino”. Sin embargo, considera este es un cambio que se da no sólo en Chile: “La crisis es a nivel mundial de los productores de vino. Los jóvenes también se cambiaron a la cerveza porque se tiene la idea de que el vino es más snob. Los jóvenes siempre tienen ese espíritu más rebelde y no quieren tomar lo que toman sus papás”.

General Carrera en el sur, pero la gente por lo general sólo conoce Maipo y Colchagua, el resto son menos conocidos. Tratamos de traer a cada feria unas cuatro o cinco viñas que no hayan estado nunca en Bocas Moradas y también invitamos a viñas que no han venido en mucho tiempo. Generalmente hay más postulantes que la cantidad de viñas que caben en el recinto”.

¿Qué vinos buscan que estén en la feria?

“Buscamos vinos que tengan identidad, que reflejen el terroir de dónde vienen. El vino de autor se llama así porque no son vinos industriales y estandarizados, sino que reflejan el gusto personal de cada viñatero tanto en las formas de hacerlo, como en la guarda, eso va haciendo que cada añada tenga su particularidad”.

¿Los viñateros venden más por ir a ferias?

“A los viñateros les mueve la aguja el asistir a ferias en general. Partimos con un foco muy claro, que los viñateros pu-

dieran vender y no solo mostrar sus vinos, creemos que eso ha sido un sello que nos diferencia”.

¿Qué novedades tendrán este año?

“En esta versión de marzo vamos a ir calentando motores para el décimo aniversario que será en la de septiembre, cómo novedad tenemos la vuelta de restaurantes dentro de la feria”.

¿Cuál es el modelo de negocios de ustedes?

“El modelo partió con una distribuidora que post pandemia se fue a pique. Muchos polos gastronómicos no pudieron recuperarse y por ende muchos restaurantes desaparecieron.

Nosotros teníamos la Noche del Gin, Noche del Pisco, Sparkling Night y Cata Urbana como ferias. Hoy solo nos quedan Bocas Moradas y Cata Urbana. Y también tenemos el Club Bocas Moradas, donde ofrecemos una suscripción mensual que trae tres vinos y una ficha técnica de cada uno”.

RICHARD ULLOA