vinetur

Moët Hennessy y Formula 1 lanzan una experiencia gastronómica móvil para 12 invitados

Moët Hennessy estrenará la experiencia con doce invitados y alta cocina sobre el circuito de Spa-Francorchamps

viernes 17 de julio de 2026



Moët Hennessy y Formula 1 anunciaron este viernes, 17 de julio, el lanzamiento de The Out Lap, una nueva propuesta de hospitalidad que llevará a doce invitados a recorrer un circuito de Fórmula 1 dentro de un comedor móvil mientras disfrutan de un menú de alta cocina maridado con vinos y destilados del grupo.

La iniciativa nace del acuerdo a diez años firmado por ambas compañías en 2025 y convierte en experiencia para clientes uno de los trayectos más simbólicos de un gran premio: el recorrido desde el garaje hasta la parrilla de salida. Moët Hennessy y Formula 1 señalan que el formato se desarrollará sobre una ruta diseñada para cada prueba y con paradas en puntos emblemáticos del trazado.

En cada una de esas paradas, la narración del circuito correrá a cargo de un expiloto, que aportará recuerdos y episodios ligados a la historia del automovilismo. La parte gastronómica quedará en manos de un chef invitado para cada edición, con platos creados para servirse durante el desplazamiento y acompañados por referencias del catálogo de Moët Hennessy.

El estreno tendrá lugar en el Gran Premio de Bélgica de Fórmula 1 de 2026, en Spa-Francorchamps. La compañía eligió este circuito por su peso histórico dentro del campeonato y por curvas como Eau Rouge, Raidillon, Pouhon y La Source. Para esta primera cita, Moët Hennessy ha invitado a Yannick Alléno, al que presenta como el chef con más estrellas Michelin del mundo. Alléno, además, ejerce como chef embajador de Moët & Chandon, patrocinador principal de la carrera.

La empresa explica que cada edición tendrá identidad propia, con un itinerario distinto, relatos vinculados al trazado y una propuesta culinaria específica. Tras su paso por Bélgica, The Out Lap viajará al Gran Premio de Países Bajos, al Gran Premio de Italia y al Gran Premio de España de Fórmula 1.

Moët Hennessy sostiene que el proyecto busca elevar la oferta de hospitalidad del campeonato al unir gastronomía, patrimonio e historias personales dentro del propio circuito. La experiencia se apoya en varias casas del grupo, entre ellas Moët & Chandon, Hennessy, Belvedere Vodka, Glenmorangie, Whispering Angel, Volcan de mi Tierra y French Bloom.

La división de vinos y espirituosos de LVMH agrupa, según la propia compañía, entre veinticinco y veintiséis maisons, una diferencia que aparece en la información difundida por la empresa. Entre sus marcas figuran Dom Pérignon, Krug, Veuve Clicquot, Ruinart, Cloudy Bay, Chandon y Bodega Numanthia. Moët Hennessy añade que mantiene desde hace años el programa ambiental y social Living Soils Living Together.