vinetur

Krug abre os Larrabee Studios ao público para uma prova de champanhe que gera música ao vivo

A 474 dólares por lugar, o evento de três noites em Los Angeles convida os convidados a moldar uma composição com o produtor Manny Marroquin.

terça-feira, 15 de setembro de 2026



A Krug Champagne vai abrir ao público, durante três noites ainda este mês, uma parte dos Larrabee Studios, em Los Angeles, transformando o espaço de gravação num evento com bilhete pago de comida, vinho e música, centrado na composição ao vivo e numa prova de champanhe.

O evento, denominado “The Art of Blending Krug & Sound at Larrabee Studios”, está agendado para 28 a 30 de setembro no Studio 6, nos Larrabee. Segundo a Krug e os Larrabee Studios, os convidados participarão numa prova orientada e descreverão os sabores, memórias e emoções que associam a cada Champagne. Essas respostas serão depois usadas pelo produtor Manny Marroquin e por outros produtores do estúdio para criar, ao vivo durante a sessão, uma peça musical original.

O programa assinala uma rara abertura ao público de um estúdio mais conhecido como espaço profissional de gravação. A Krug disse que o projeto pretende estabelecer uma ligação entre a mistura do Champagne e a produção musical, com ambos a dependerem da junção de elementos separados numa obra acabada. As empresas afirmaram querer transformar essa ideia numa experiência que os convidados possam moldar ativamente e não apenas observar.

As reservas estão à venda na Tock por 474 dólares por pessoa. As empresas disseram que os lugares são limitados.

Marroquin, que é proprietário dos Larrabee Studios, irá receber as sessões. A Krug identificou-o como produtor distinguido com 14 Grammy Awards. Os eventos terão como foco o que a casa de champanhe chama “Les Créations de 2013”, com Krug 2013 e Krug Grande Cuvée 169ème Édition. Um jantar de vários pratos do chef Oscar Torres, da VERSE, também fará parte da noite, harmonizado com Krug Grande Cuvée 173ème Édition e Krug Rosé 29ème Édition.

O formato combina várias marcas de hospitalidade e entretenimento de alto nível de Los Angeles numa única proposta. Os convidados passarão por uma experiência de prova e jantar, participando também na criação de uma faixa musical numa das salas do estúdio. A Krug descreveu as sessões como imersivas e disse que o processo criativo decorrerá em tempo real durante o evento de cada noite.

As empresas posicionaram a experiência como aberta ao público em geral, e não reservada a profissionais do setor ou clientes privados, embora o preço a coloque na categoria de luxo. A 474 dólares por lugar, está a ser apresentada como um evento especial e não como um serviço de restaurante habitual ou uma prova convencional numa adega.

A Krug e os seus parceiros também estão a estender a colaboração para lá das três noites no estúdio. Ao longo do mês, os espaços vizinhos VERSE e Mensano vão propor uma harmonização separada construída em torno de Krug Grande Cuvée 173ème Édition e de um prato de kingfish maturado a seco com milho azul, folha de shiso, abacate e finger lime. Essa harmonização tem o preço de 75 dólares.

A expansão para VERSE e Mensano dá à campanha uma presença mais ampla na zona de Larrabee, mantendo a principal atração dentro do estúdio. O programa de três noites no Studio 6 continua a ser o centro do lançamento, porque combina a prova, a composição ao vivo e o jantar numa única reserva.

Para a Krug, o evento em Los Angeles enquadra-se numa estratégia de associar o Champagne a contextos culturais para lá do serviço tradicional de vinho. A casa já apresentou anteriormente os seus vinhos através de temas de interpretação sensorial e colaboração criativa. Neste caso, a empresa está a apostar no som e na memória, pedindo aos convidados que descrevam o que provam em termos emocionais ou musicais antes de essas reações serem transformadas numa peça gravada.

Para os Larrabee Studios, o projeto transforma temporariamente um ambiente privado de produção num espaço aberto ao público. Essa mudança faz parte do atrativo usado para vender o evento. O acesso a um estúdio de gravação em funcionamento, sobretudo numa sessão construída em torno do contributo ao vivo de produtores, está a ser apresentado como um dos principais atrativos, a par da comida e do Champagne.

A participação da VERSE também confere ao evento uma componente de restaurante que vai além das provas servidas em taça. O menu do chef Oscar Torres está a ser descrito como personalizado e de vários pratos, sugerindo um formato mais próximo de uma colaboração com chef privado do que de uma simples seleção de harmonizações. A Krug não detalhou publicamente o menu completo nos materiais que anunciaram o

lançamento, mas afirmou que as harmonizações foram concebidas para complementar as cuvées em destaque.

O evento surge numa altura em que as marcas de luxo estão cada vez mais a criar experiências de curta duração que combinam hospitalidade, performance e apelo nas redes sociais. Jantares pop-up, colaborações de uma noite e provas imersivas tornaram-se comuns em Los Angeles, mas o uso de um estúdio de gravação ativo como cenário ajuda a distinguir este lançamento de eventos de vinho mais típicos.

A Krug disse que as sessões já podem ser reservadas através da Tock. Os materiais do evento não indicam que venham a ser adicionadas datas além de 28, 29 e 30 de setembro. Entrevistas com Marroquin e representantes da Krug foram disponibilizadas no âmbito do anúncio de lançamento.