



SAFE TO SERVE

L'adhésion à la charte P22



Réouverture
Présentation de notre label P4



Ben Weber
Portrait d'un ambassadeur de la gastronomie P30



Restart Tourism
Un plan de relance P24

Mémoire d'établissements
Zum Goldenen Anker P34

VOS CLIENTS PRÉFÈRENT PAYER PAR CARTE

Vous souhaitez offrir à vos clients un moyen de paiement électronique simple, rapide et sécurisé ? Optez pour le terminal qui vous convient le mieux et proposez sans plus attendre le paiement par carte à vos clients.

Pour plus d'informations, contactez-nous au +352 355 66 444 ou commercial.lux@six-payment-services.com.

worldline.com
six-payment-services.com

L'Horesca continue à se mobiliser pour toutes les entreprises de notre secteur



François Koepf, secrétaire général

L'Horesca est là pour défendre les intérêts de toutes les entreprises du secteur de la plus petite à la plus grande. La première semaine du confinement, notre secrétariat a reçu plus de 5000 appels téléphoniques et plus de 12000 mails de personnes du métier qui s'inquiétaient, mais également de privés qui souhaitaient avoir des informations. L'Horesca a fait office de référent dans ce domaine.

L'Horesca a servi de médiateur et de porte-parole pour le secteur entier vis-à-vis du gouvernement. De nombreuses réunions ont eu lieu et nous pouvons être fiers des résultats obtenus. Naturellement, certaines aides ne nous ont pas satisfaites comme le fait que les entreprises de plus de 20 salariés n'avaient pas droit à une aide non-remboursable.

Mais suite aux différentes interventions auprès du gouvernement, nous avons finalement obtenu gain de cause avec de nouvelles aides décidées par le gouvernement.

Pour rappel, l'Horesca a participé dès le début du confinement à de nombreuses échanges avec notre ministre de tutelle, Lex Delles, Les aides obtenues pour nos entreprises, comme l'aide non-remboursable pour les entreprises jusqu'à 20 salariés, le chômage partiel, l'avance de fonds remboursables, le report des

impôts et charges sociales, aussi bien que les aides futures de 1.250 euros, respectivement 250 euros pour nos salariés et le nouveau chômage structurel sont en grande partie le mérite de notre doigté de négociations avec les pouvoirs publics.

L'Horesca est sans aucun doute la fédération qui a le plus défendu les intérêts de ses membres tout au long de cette crise sanitaire. Naturellement, nous continuerons à défendre la baisse de la TVA pour notre secteur que certains pays européens ont déjà adoptée.

Pour faciliter la réouverture du secteur, nous avons élaboré dès le début de la crise toute une stratégie en commençant par le guide des recommandations de la réouverture Horesca qui s'aligne sur les bonnes pratiques d'hygiène de l'horeca en les adaptant bien sûr à la situation actuelle. Disponible en trois langues français,

allemand et anglais, le guide est téléchargeable pour nos membres sur notre site internet.

En outre, nous avons lancé une campagne de publicité sous le slogan «Save to serve» accompagnée par exemple de mailing aux ménages afin d'expliquer que les restaurants, bars, hôtels qui s'engagent à respecter cette charte auront un label qui garantit cela pour le grand public. Cette charte est réservée exclusivement à nos membres. Cette information importante aux clients a pour résultat qu'au Luxembourg la fréquentation des restaurants et cafés est globalement supérieure aux autres pays européens.

Un grand merci au gouvernement et à notre ministre de tutelle, Monsieur Lex Delles pour son écoute par rapport à nos propositions et pour les aides progressives qui ont été mises en place.

SAFE TO SERVE

Une charte de qualité pour le



Une charte de qualité, illustrée par le label « SAFE TO SERVE », a été développée par l'HORESCA. Les établissements qui adhèrent à cette campagne s'engagent à respecter les recommandations de la Fédération nationale des hôteliers, restaurateurs et cafetiers du Luxembourg. Ils garantissent ainsi une reprise des activités dans les meilleures conditions possibles.

Soutenue par la Direction générale du Tourisme et la Direction générale des Classes moyennes du ministère de l'Économie ainsi que par la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg, la campagne « SAFE TO SERVE » regroupe toute une série d'actions visant à préserver la sécurité sanitaire du personnel et des clients tout en respectant l'accueil et la convivialité.

En adhérant à cette charte, les professionnels montrent leur volonté de garantir une sécurité sanitaire élevée à leurs clients afin de les rassurer lors de leur passage au restaurant ou au café. Ils s'engagent à respecter de nombreux engagements basés sur les recommandations de l'HORESCA qui a édité un guide pour la réouverture des hôtels, restaurants et cafés. Ces recommandations viennent compléter et renforcer les obligations légales. Chaque établissement du pays a reçu le guide en question à la fin du mois de mai.

Les établissements « SAFE TO SERVE » sont prêts à accueillir les clients et l'HORESCA met à leur disposition un certain nombre de moyens qui ont pour objectif d'accroître leur visibilité.

Les quatre engagements de la charte

Les professionnels qui signent la charte d'adhésion permettant d'obtenir le label « SAFE TO SERVE » s'engagent à respecter au minimum ces 4 critères incontournables :

- l'enregistrement de l'établissement auprès du Commissariat au Gouvernement à la qualité, à la fraude et à la sécurité alimentaire (illustration ci-contre)
- le respect des bonnes pratiques d'hygiène et des principes du HACCP
- le respect des consignes « Covid-19 » du Gouvernement
- la mise en place de toutes les démarches nécessaires garantissant au maximum possible la sécurité des clients, des hôtes et des employés

LE GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG L'ADMINISTRATEUR DU GOUVERNEMENT à la Qualité, à la Fraude et à la Sécurité Alimentaire		Luxembourg, le 26 Mars 2020	
Nom : TEST - ceci est une exploitation test Test		TEST 1 Allée Marconi L-2120 Luxembourg	
ACCUSÉ DE RÉCEPTION ENREGISTREMENT DES ÉTABLISSEMENTS DE LA CHAÎNE ALIMENTAIRE			
Conformément au règlement CE N° 853/2004 et la loi du 28 juillet 2016, le Commissariat du gouvernement à la qualité, à la fraude et à la sécurité alimentaire a procédé à l'enregistrement des données ci-dessous pour l'établissement de la chaîne alimentaire sous rubrique. La présente sert de preuve de l'enregistrement auprès de l'autorité compétente.			
N° d'enregistrement national: LU-2116-Et		Date d'enreg.: 09/03/2020 Date m.a.j.: 09/03/2020	
Etablissement: TEST - ceci est une exploitation test Test			
Société:			
Adresse Etablissement (Plaques): 1 Allée Marconi L-2120 Luxembourg			
Téléphone:		Fax:	
Site Web:		Email:	
Activités			
Règlement 853/2004 - exploitations du secteur alimentaire / 5000 - Secteur de la distribution en gros / 5100 - Commerce de gros en produits frais		Type d'activité: Principal	
Règlement 853/2004 - exploitations du secteur alimentaire / 8000 - Secteur de l'HORECA / 8100 - Restauration / 8110 - Restaurant traditionnel / 8111 - Cuisine européenne		Secondaire	
Règlement 853/2004 - exploitations du secteur alimentaire / 8000 - Secteur de l'HORECA / 8100 - Restauration / 8110 - Restaurant traditionnel / 8112 - Cuisine non-européenne		Secondaire	
Responsable			
Rôle: Administrateur		Titre: Monsieur	
Nom et Prénom: HAU Patrick			
Adresse: 5 rue de Prague L-2348 Luxembourg, Luxembourg			
Téléphone:		Fax:	
E-Mail:			
responsable pour le respect des exigences réglementaires en matière de sécurité alimentaire: <input type="checkbox"/> Distributeur des rapports de contrôle: <input type="checkbox"/> Accepte l'envoi des rapports par un moyen électronique: <input type="checkbox"/>			
Commissariat alimentaire		7A, Rue Thomas Edison L-1458 Strassen	
Tél: 2477 5503		Fax: 2737 8040	
2016-122		Version 3	
Date: 08/05/2018		Page 1	

es restaurants, cafés et hôtels



La charte a été présentée sur la terrasse d'un café par **Carlo Thelen**, directeur gén. de la Chambre de Commerce, **Alain Rix**, président de l'Horesca, **Lex Delles**, ministre des Classes moyennes et du Tourisme et **François Koepf**, secrétaire général de l'Horesca (d.g.à.d.)

Il y a tout d'abord plusieurs autocollants. Un exemplaire de grande taille peut être apposé sur la vitrine ou la porte d'entrée. En pénétrant dans l'établissement, le client repère tout de suite la couleur bleue et sait qu'il est dans une maison « SAFE TO SERVE ». Il y a aussi des autocollants plus petits à coller en divers endroits. Les adhérents reçoivent aussi des chevalets qu'ils peuvent poser sur les tables du restaurant, ainsi que des affiches. Tout cela se trouve dans un kit qui comprend en plus un certain nombre de masques.

Le ministre des Classes moyennes et du Tourisme, Lex Delles, a souligné lors de la présentation que « les cafés et les restaurants sont des lieux de rencontres qui sont très importants pour la vie sociale. Ils font partie de

l'identité nationale et profitent d'une excellente réputation qui dépasse largement les frontières du pays. La réouverture des cafés et des restaurants a donc été très attendue, tant par le secteur que par les citoyens. Cette réouverture ne sera cependant couronnée de succès que si les cafetiers et les restaurateurs ainsi que leurs clients respectent les règles d'hygiène.

Les porteurs du label « SAFE TO SERVE » garantissent le respect des critères d'hygiène tout en gardant une approche conviviale. Ainsi, sécurité et convivialité vont de pair. »

L'adhésion à la charte « SAFE TO SERVE » est gratuite pour les membres de l'HORESCA. Plus d'infos sur www.horesca.lu

Campagne de sensibilisation "Smile again"

Ensemble avec le président de l'Horesca, le ministre Lex Delles, a présenté la campagne de sensibilisation "smile again" qui cible le grand public afin de le rendre attentif aux atouts du commerce local. Cette campagne attire l'attention en particulier sur les atouts économiques et sociaux du commerce, de l'Horeca et des entreprises artisanales locales.



La campagne "smile again", qui a débuté le 18 juin 2020, mise sur différentes actions de sensibilisation à travers le pays ainsi que sur une présence affirmée sur les réseaux sociaux. Afin d'encourager les résidents et les frontaliers à redécouvrir les commerçants, les restaurateurs et les artisans locaux, des affiches, des annonces, des spots radios, une homepage (www.smile-again.lu) ainsi qu'un compte sur l'application Instagram (#SmileAgainLu) sont entre autres mis en place. Cette campagne met notamment en valeur la qualité de l'économie locale ainsi que son rôle social. Après des semaines de distanciation sociale, une visite dans le restaurant préféré, au salon de coiffure ou une longue tournée de shopping déclenchent un grand sourire – chez le client aussi bien que chez le vendeur ou la vendeuse, d'où la devise "smile again". Lex Delles, ministre des Classes moyennes, ministre du Tourisme, a déclaré que "l'économie locale gagne en importance, en particulier en période de crise. Elle donne confiance et jouit d'une excellente réputation au Luxembourg. Les commerçants, les restaurateurs et les artisans sont synonymes de qualité et d'un excellent service au client. Ils convainquent cependant non seulement sur le plan professionnel, ils jouent également un rôle social important. Les commerçants, les restaurateurs et les artisans sont prêts à répondre à vos souhaits et à vous redonner le sourire."

Michel Reckinger, président de la Fédération des artisans, a indiqué que "l'élan de solidarité ne doit pas se limiter au combat du virus, mais aussi dans le renforcement de l'économie locale et de ses acteurs, qui sont un élément essentiel de la qualité de vie partout dans le pays. Tout le monde a son rôle à jouer dans le cadre d'une relance économique responsable et durable. Entreprises, clients, collectivités et la politique. Cette campagne nous encourage à reprendre confiance parce que le confinement a montré le nécessité de l'artisan local".

Alain Rix, président de l'Horesca, a déclaré qu'"après la campagne 'safe to serve' by Horesca, la campagne 'smile again' se rallie parfaitement à l'aide de la relance économique nationale. Il est important de soutenir les entreprises du secteur Horeca, car une ville, un village, sans café, restaurant, ou hôtel ne reflète pas l'ambiance sociale que nous aimons tant. Soutenir les entreprises locales c'est le maintien de l'emploi, mais aussi le maintien des relations sociales qui forment notre culture et notre vie commune. Lieux de rencontres, notre secteur représente depuis des millénaires la convivialité et si nous ne voulons pas perdre celle-ci soutenez nous. 'Smile' c'est plus qu'un mot c'est l'espoir, de ne plus jamais devoir revivre cette période difficile".

Claude Bizjak, directeur adjoint de la Confédération

luxembourgeoise du commerce, a souligné: "Nous avons une excellente offre commerciale au Luxembourg et même si certains hésitent encore, je peux rassurer tous les clients qu'ils peuvent faire leur shopping en toute sécurité. Les dernières semaines ont cependant largement pesé sur les habitudes du consommateur et nous devons encourager, voire créer le retour à la normalité. Cette campagne est pour nous un 'teaser', car en effet nos commerçants et leurs équipes attendent avec impatience le moment de pouvoir accueillir leurs clients avec un vrai sourire."





A. THILMAN & FILS



EQUIPEMENT CUISINES PROFESSIONNELLES • HORESCA • ELECTRO-MENAGER • ENCASTRABLES
ACCESSOIRES DE CUISINE • HIFI-DVD/BLURAY-LEDTV • AMÉNAGEMENTS DE REMORQUES ET FOODTRUCK

SURFACE FERMÉE DE 12.500 M² - SURFACE PARKING, PLUS DE 10.000 M² - SALLE D'EXPOSITION DE PLUS DE 4.000 M²

ATELIER DE CONSTRUCTION POUR INOX ET ACIER - ATELIER DE REPARATION - PRODUCTION LUXINOX
SHOW KITCHEN - EXPOSITION DES NOUVELLES TENDANCES EN CUISINES ÉQUIPÉES - SALLE DE FORMATION - CAFETERIA D'ACCUEIL

66-74, route de Colmar - L-7766 BISSEN - Grand-Duché de Luxembourg
Tél. 00 352 85 94 04 / 05 - Fax 00 352 83 55 10

Web : www.horesca.com - www.thilman.com - www.gif.lu - www.groupegif.com - E-mail : patrik@thilman.com - info@thilman.com



AMÉNAGEMENT DE REMORQUES SNACK, DE LAVAGE VAISSELLE, COMMERCE AMBULANT,
DE REFRIGERATION ET FOODTRUCK PERSONNALISÉS ET SUIVANT VOTRE BUDGET



EXPO PERMANENTE



Visitez notre youtube Channel
ou les dernières réalisations sont présentées
https://www.youtube.com/channel/UCMY6syEoXJDqp_uBSLCl1Dw



RENDEZ-NOUS VISITE DANS NOTRE SHOW-ROOM



DIVERS NOUVEAUX MODÈLES
DE STOCK DISPONIBLES DE SUITE.
VENEZ VOUS INFORMER



Vous pouvez télécharger tous nos catalogues du GIF sur <http://www.groupegif.com/liste-catalogue/>
Sur simple demande, nous vous les envoyons.

EQUIPEMENTS CUISINES PROFESSIONNELLES • ACCESSOIRES DE CUISINE • HORESCA
ELECTRO-MENAGER • FROID • ELECTRO • ALARME-CAMERA • MONTAGE • DEPANNAGE
CONSTRUCTION ET PRODUCTION • AMENAGEMENTS DE REMORQUES ET FOODTRUCK



PATIMA France



Avenue Raymond Poincaré - ZAC du Petit Breuil (Longwy) - F-54810 LONGVILLÉ
Tél. 0033 (0) 3 82 39 59 91 • Portable 0033 (0) 6 46 91 92 63
E-mail : info@patima.fr • service@patima.fr Web : www.groupegif.com • www.patima.fr • www.luxcuisine.fr



Restaurant-Pizzeria L'Angolino

Angelo Ianiro
6, rue Geespelt L-3378 Livange
Tél. : 26 56 84 46

Certes l'Angolino existe depuis un peu plus d'un an mais après la crise sanitaire c'est un nouveau début pour ce petit établissement italien. De 32 couverts à l'intérieur on était passé à 20 places lors de la réouverture mais la qualité est restée identique.

Une cuisine italienne avec pâtes et pizzas traditionnelles mais aussi des suggestions raffinées pour les amateurs de bons produits. Lors de notre passage le grand tableau de suggestions affichait entre autres des Raviolis ricotta et limone avec scampis, un Tournedos Rossini ou un Culatello romagnolo et Bruschetta à la tomate. En cuisine on aime travailler avec des produits frais et actuellement c'est la truffe noire qui est à l'honneur. Le patron Angelo Ianiro la fait venir directement de sa région natale, c'est-à-dire de Molise. Arrivé au Grand-Duché il y a une dizaine d'années, il a travaillé dans plusieurs restaurants italiens avant de lancer son affaire.



L'avantage de l'Angolino est bien entendu le parking commun avec le supermarché Match et la terrasse pour la saison estivale. Le restaurant qui propose aussi ses plats à emporter (avec une remise de 10%) est fermé les lundis et mardis soir ainsi que dimanche toute la journée.

Les maisons de qualité adhèrent à la charte Wëllkomm

Craft Corner Gastro Bar

Le Craft Corner constitue une adresse exceptionnelle dans le monde des bistrotis au Luxembourg. En rentrant, on est tout de suite impressionné par la tireuse de bières en cuivre qui permet un débit de 12 breuvages différents.



Une grande partie de la bière que l'on propose ici est en effet produite sur place. Les responsables proposent des bières en fonction des saisons et de leurs envies. Pour les clients qui ne veulent pas de bières, il y a bien entendu des softs, des boissons chaudes et une dizaine de vins au verre. A cela s'ajoute une offre en plats qui se présentent sous la forme de finger food proposés en continu toute la journée



112, rue de Bonnevoie
L-1261 Luxembourg

Café la Strada

Un cadre qui se veut moderne, clair et agréable. Les clients viennent ici le matin dès 6 heures (le samedi à 7 h, et le dimanche à 9h.) pour boire un café, éventuellement accompagné d'un croissant.



La patronne désire faire vivre l'endroit et il n'est pas rare que les clients s'y retrouvent pour un apéritif accompagné d'huîtres ou d'autres petits encas. La terrasse chauffée et très prisée mais on y vient aussi pour jouer au loto, à la loterie allemande ou au PMU.

2, rue de Belvaux,
Esch-sur-Alzette

www.wellkomm.lu

Kava Restaurant

1, Rue de l'Industrie
8069 Bertrange
Tél.: 26 11 91 66
www.kava.lu



Depuis début juin, Jan Schneidewind est aux commandes du Restaurant Kava. Le chef allemand qui a quitté le groupe Windsor relève ici un nouveau défi en proposant des plats rafraîchissants et estivaux. A la carte on trouve entre autre un céviché de saumon et dorade, des spaghettis avec octopus grillé, un steak de thon blanc grillé mi-cuit ou encore une poitrine de pintade fermière.

Plus d'infos sur la page Facebook de l'établissement.



Mudam Café



Les «Weekend Box» du Sofitel Le Grand Ducal

S'ils étaient restés fermés pendant le confinement, le bar « L'Observatoire » et le restaurant « Mu » du Sofitel Le Grand Ducal ont rouvert avec deux nouveaux produits : une «Weekend Box» et un Brunch à emporter. Idéales pour 2 personnes, les box sont proposées au tarif unique de 59€.

Elles sont chacune limitées à 20 éditions par weekend. <https://muluxembourg.lu/>



Le Mudam Café - aménagé au sein du musée par les designers français Ronan et Erwan Bouroullec - et le Summer Café - situé à l'extérieur, au cœur de l'installation garden + fountain + summer café réalisée par l'artiste américaine Andrea Blum - ont rouvert au début du mois de juin.

Le Café propose une cuisine composée de produits régionaux et de spécialités locales, incluant une offre végétarienne et végétalienne sans gluten. Durant la journée, la carte des boissons et desserts est à tous les goûts : variété de thés, cafés, jus et limonades biologiques, vins de la Moselle (et du Monde) et une riche sélection de bières luxembourgeoises.

Du bio et du local

Pour sa dernière innovation Bofferding a créé une bière bio à partir d'orges biologiques luxembourgeoises. Une bière brassée dans le respect de la tradition. Le résultat est une blonde de type Pale Lager facile à boire et offrant un goût légèrement houblonné avec des notes de céréales. Sa robe dorée et limpide dévoile une belle pétillance et un délicat équilibre entre douceur et fraîcheur.



Le design des emballages traduit également cette histoire : de la fraîcheur prenant racine dans le terroir luxembourgeois. Enfin, pour aller au bout de ses idées, la marque a choisi d'élaborer ce design avec une agence 100% local, Binsfeld à Luxembourg. Cette nouvelle bière est disponible dans tous les supermarchés du pays ainsi que dans de nombreux points de vente Horeca.



Graace Hotel

10, Rue Sigismond L-2537 Luxembourg-Bonnevoie Tél. : 26 68 43 43 www.graacehotel.com

Un nouvel hôtel vient d'ouvrir à Luxembourg-Bonnevoie. Dirigé par Isabella Coltan, cet établissement propose 28 chambres dans un esprit qui allie caractère industriel avec déco chaleureuse.

Ce projet a débuté en 2012 lorsque l'architecte Steve Krack rachète l'ancien atelier de métallurgie Graas (d'où le nom actuel). Certains connaissent Steve Krack du temps où il avait transformé l'Hostellerie du Grunewald à Luxembourg-Dommeldange en Stayrooms, ou de la période du Brigitte au Grund. A Bonnevoie, plutôt que de démolir, il décide de réhabiliter les locaux.

Sachant que les démarches administratives pour construire un hôtel sont longues, les locaux sont utilisés pour lancer l'Amicale des amis, avec un espace d'expositions dans lequel quatorze architectes ont eu l'occasion de laisser libre cours à leur fibre artistique.

Mais aujourd'hui, nous avons ici un hôtel de 28 chambres toutes neuves. Sur place Isabella Coltan nous explique la philosophie de la maison qui s'inscrit dans une recherche de minimalisme. Avec 17m² pour une chambre, l'espace est optimisé au maximum. En entrant on peut profiter d'un espace bureau. En continuant vers la partie lit on passe devant la salle-de-bains. Ici les deux portes doivent être ouvertes pour agrandir l'espace et pour profiter de la douche à l'italienne.

Chaleureuses et confortables, les 28 chambres de l'hôtel Graace allient matériaux nobles et technologie. La chaleur du bois, la qualité du linge de lit artisanal et un aspect technologique de premier plan offrent le décor idéal pour se ressourcer sans pour autant être déconnecté. Véritable bulle chaleureuse et moderne dans un écrin de verdure, l'hôtel Graace est unique en son genre. Réalisé avec des méthodes et

des matériaux durables et écologiques, l'hôtel conserve l'âme et le caractère industriel du site d'origine fondé par les frères Graas. Juste équilibre entre ancien et moderne, Graace est une expérience inoubliable au cœur de Luxembourg.

Toutes les chambres de l'hôtel disposent d'un iPad en libre-service avec une connexion internet haut-débit sécurisée, pour accéder notamment à 170 chaînes de TV. Comme les chambres sont accessibles par des coursives extérieures (style Motel américain) elles offrent un accès direct vers l'extérieur et la sensation unique d'un séjour proche de la nature.

La réception et la salle pour le petit-déjeuner se trouvent dans un bâtiment annexe et pour admirer la vue, il est conseillé de monter au deuxième étage pour profiter de la magnifique terrasse avec vue sur le quartier de Bonnevoie, proche de la gare centrale de Luxembourg.



PROSYST
COMPUTERS & SOFTWARE

RESTAURANT

| GASTRONOMIE

| BAR

N°1
DES CAISSES
ENREGISTREUSES
AU LUXEMBOURG



Worldline | **SIX** Payment Services

NOUVELLE INTÉGRATION !

La solution de paiement de Worldline/SIX Payment Services, leader luxembourgeois et européen en matière de paiements électroniques, vient d'être intégrée au système Prosyst.

Plus besoin de saisir le montant, le terminal peut être directement relié à votre système actuel pour plus de rapidité, de commodité et de sécurité.



**VOTRE MENU
SUR QR CODE**



Offrez à vos clients un accès immédiat à votre carte depuis leur smartphone.



Une expérience client sécurisante et simple d'accès



Envoyez-nous votre menu



Modifiez votre menu en 1 seul clic

Avantages de Worldline/SIX Payment Services

Produits et services fiables, sécurisés et parfaitement adaptés aux besoins de l'Horesca

Haut niveau de qualité de service grâce à une équipe locale multilingue

Excellent rapport qualité/prix

www.six-payment-services.com

www.prosys.lu

[facebook/prosyslux](https://facebook.com/prosyslux)

contact@prosys.lu

46 03 11

Le Cigalon a rouvert



François Koepp et Dave Giannandrea ont été accueillis par Rita et Philippe Stoque.



Le restaurant gastronomique



Le bistrot gourmand avec une cheminée en cuivre et un comptoir de glaise

L'Horesca a été ce mois-ci en visite au Cigalon. François Koepp et Dave Giannandrea y ont été accueillis Rita et Philippe Stoque. La dernière visite remontait à juin 2018, juste après les inondations qui avaient entièrement dévasté cet établissement réputé.

En pleine période de COVID-19, le Cigalon renaît et a de bonnes cartes en mains pour relever les prochains défis.

Après deux ans de travaux, l'Hôtel-restaurant Le Cigalon avait rouvert le 1^{er} mars pour fermer deux semaines plus tard à cause de la crise sanitaire. Rita et Philippe Stoque avaient entrepris des gros travaux au rez-de-chaussée pour gommer toutes les séquelles de la catastrophe de 2018 et pour préparer l'établissement à de nouveaux défis.

Rappelons qu'il y a deux ans, l'immeuble avait été complètement dévasté par une inondation, forçant les patrons à fermer pour refaire tout le rez-de-chaussée. La cuisine a été complètement réaménagée tout comme la salle du restaurant gastronomique et le bistrot gourmand.

Une transformation réussie ! A l'extérieur la façade ocre rappelle les origines du Sud de la France du chef Philippe Stoque, et la magnifique terrasse invite à la détente. A l'intérieur, que ce soit au bistrot gourmand en rentrant à gauche ou au restaurant gastronomique en face; les couleurs douces mettent

le client à l'aise et le choix du mobilier et de la décoration reflète un parfait équilibre entre valeurs sûres et modernité.

Côté cuisine, le Cigalon est réputé pour ses écrevisses et les plats à la carte s'adressent à une clientèle de connaisseurs. Lors de notre passage on pouvait par exemple choisir entre un foie gras de canard poêlé avec rhubarbe et griotte et un foie gras d'oie mi-cuit au naturel. On pouvait aussi opter pour une Lotte en bourride avec velouté de homard, à moins que l'on ne préfère une Pintade cuite en deux cuissons. Du côté du bistrot, les plats (Joue de bœuf braisée, souris d'agneau, Tajine de volaille au curry...) restent généralement sous la barre des 20 euros.

Avec son nouveau cadre, une cuisine aussi bien soignée et une douzaine de chambres dont une suite, le Cigalon a donc de bonnes cartes en mains pour la saison en espérant qu'une «normalité» va bientôt revenir.

Entretien avec Rita Stoque

Madame Stoque. En 2018 nous étions venus chez vous pour nous rendre compte de la situation. Ces deux ans après l'inondation ont dû être difficiles à surmonter.

Ce n'était pas une inondation classique avec des eaux qui montent. Mais une véritable vague qui a déversé une quantité impressionnante de boue dans notre établissement. En quelques jours nous avons été touchés à deux reprises par ce type d'inondation. Heureusement, il y a eu un magnifique élan de solidarité de la part de personnes bénévoles pour nous aider à déblayer la boue et pour nettoyer un peu l'établissement. Certaines personnes nous sont restées fidèles jusqu'à aujourd'hui pour donner un coup de main si nécessaire. Nous leurs sommes très reconnaissants.

Et qu'en est-il des autres aides? Que ce soit de la part des pouvoirs publics ou des assureurs?

Notre compagnie d'assurance s'est montrée généreuse en nous accordant une certaine somme alors que notre police d'assurance ne prenait pas ce type de sinistre en charge. Un geste commercial que nous avons apprécié. En ce qui concerne les aides de la part du Ministère de l'Economie nous pouvons dire qu'elles étaient correctes même si les démarches administratives étaient parfois longues et compliquées. Il est en effet difficile de prévoir et d'investir quand vous ne savez pas quels dommages vont être pris en compte et à combien s'élèvera le montant de l'aide. Mais nous avons eu un bon contact avec nos interlocuteurs qui ont compris notre situation et qui je pense ont fait de leur mieux pour nous venir en aide.



Philippe et Rita Stoque

Ouvrir en période de COVID-19 n'a certainement pas été facile. Comment s'est passée cette période ?

Nous avons rouvert le 1^{er} mars pour fermer deux semaines plus tard à cause de la crise sanitaire. Si on avait su...

Nous avons donc rouvert quelques semaines plus tard en nous adaptant un peu. Ainsi nous proposons du café, des boissons fraîches et même un potage chaud à emporter. Une offre qui est très appréciée par les randonneurs nombreux dans la région mais aussi par des automobilistes de passage.

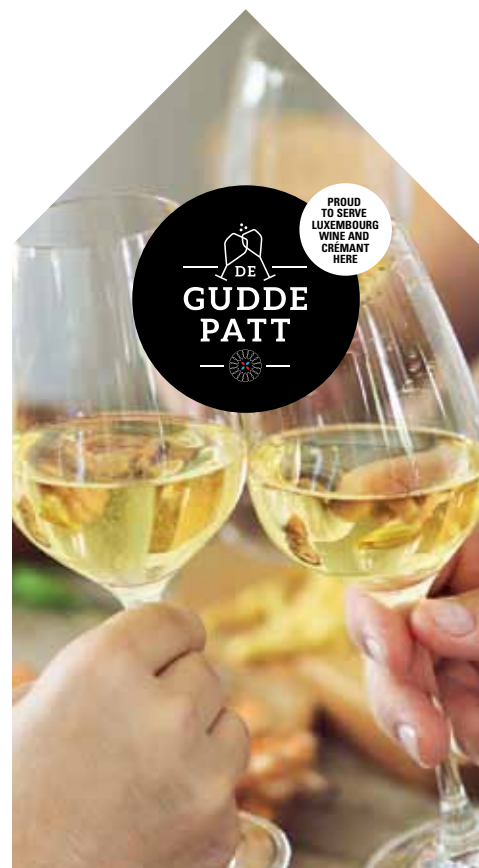
Nous avons la chance qu'une grande partie de notre ancien personnel a désiré revenir travailler chez nous. Grâce à cette bonne équipe nous avons pu redémarrer sans problèmes et depuis juin le restaurant gastronomique tout comme le bistrot gourmand fonctionnent assez bien.

En ce qui concerne la partie hôtel nous collaborons avec Regiôtel pour la commercialisation et espérons que le programme de relance du gouvernement avec les bons de 50 euros nous apporteront la clientèle nécessaire.



**FIER DE NOS VINS & CRÉMANTS ?
PORTEZ LE LABEL !**

Plus d'infos sur
www.vins-cremants.lu



Coronakrise: Grenzübergreifende Sorgen in

Die deutschsprachigen Verbände der Hotellerie und Gastronomie tauschten sich am 8. Juni 2020 über die national unterschiedlichen Herausforderungen der Coronakrise aus. In der Diskussion war man sich länderübergreifend einig, dass es bezüglich Reisefreiheit in Europa und bei der Umsetzung der Schutzkonzepte mehr Koordination braucht.

In einer gut zweistündigen Videokonferenz diskutierten Vertreter der deutschsprachigen Verbände der Hotellerie und Gastronomie auf Einladung von HotellerieSuisse am 8. Juni 2020 die aktuellen länderübergreifenden Herausforderungen der Branche. Horesca Luxemburg war vertreten durch François Koepf und Dave Giannandrea.

Im Zentrum des Austauschs standen die Auswirkungen der Coronakrise und die Bewältigung der verheerenden Langzeitfolgen für die Branche.

Vereinheitlichung tut Not

Eine wirkungsvolle Maßnahme sähen die deutschsprachigen Verbände in einem einheitlichen Vorgehen bei der Erweiterung der Reisefreiheit innerhalb von Europa und bei der Anwendung der unterschiedlichen Branchen-Schutzkonzepte. Die geltenden Schutzkonzepte der Tourismusbranche unterscheiden sich von Land zu Land oder sogar innerhalb des Landes stark. Das führt zu Verunsicherung bei den Gästen und dämpft somit das Geschäft. Ein positives Zeichen ist die die Aufhebung der Maskenpflicht für Gäste, die Verlängerung der Sperrstunde auf 1 Uhr oder die Reduktion der Distanz zwischen den Tischen auf 1.5 Meter in Österreich, die Öffnung der Hotel-Wellnessbereiche in Österreich und der Schweiz oder die Erhöhung der Gruppengröße pro Tisch in allen Ländern.



Das Bewusstsein für die Situation des Business-Tourismus muss gestärkt werden

Während Betriebe im deutschsprachigen Raum, die auf den Freizeittourismus und entsprechende Nahmärkte fokussiert sind, langsam steigende Buchungszahlen vermelden, so verzeichnen Hotels und Restaurants mit vorwiegend Businesskundschaft, oder mit Fokus auf Fernmärkte, im Juni immer noch eine durchschnittliche Auslastung von tiefen 10% - 15%. Da sich dies in diesem Jahr nur langsam verbessern wird, schauen diese Betriebe in eine düstere Zukunft.

«Wir müssen der Öffentlichkeit und insbesondere der Politik klar aufzeigen, dass wir hier von zwei Teilbranchen mit grossen Unterschieden bezüglich Kundschaft und Angebotsgestaltung reden», meint HotellerieSuisse Präsident Andreas Züllig stellvertretend für alle Beteiligten.

Einschneidend ist auch, dass die Regierungen und einige Unternehmen weiterhin das Arbeiten im Homeoffice empfehlen und Dienstreisen untersagen.

m Gastgewerbe



Das gewonnene Profil nutzen

Die deutschsprachigen Verbände sind sich einig, dass sie die Anliegen der Hotellerie und Restauration während der Coronakrise in der Politik mit Nachdruck vertreten konnten und die Branche politisches Gehör gefunden hat. Das in den vergangenen Monaten gewonnene Profil muss nun genutzt werden, um für die besonders stark betroffenen Betriebe und Regionen aller Größenordnungen weitere Unterstützung zu erwirken. Je nach Land geht es hier um die Verlängerung der Kurzarbeit, um nicht rückzahlbare Zuschüsse zu Betriebskosten, um Senkungen der Mehrwertsteuer oder um die Stundung von Rückzahlungen für Überbrückungskredite und Darlehen.

Jährliches Treffen fördert die länderübergreifende Zusammenarbeit

Die Hotel- und Gastronomieverbände aus Deutschland, Italien (Südtirol), Liechtenstein, Luxemburg, Österreich und der Schweiz treffen sich einmal jährlich zu einem Austausch. Das diesjährige Treffen auf Einladung von HotellerieSuisse war ursprünglich in Solothurn geplant, musste jedoch aufgrund der Corona-Pandemie abgesagt werden. Die Verbände pflegen untereinander einen regen, partnerschaftlichen und konstruktiven Austausch, um gemeinsame Herausforderungen meistern zu können.

Bosco del Merlo

Bosco del Merlo
Rosé

Bosco del Merlo
Prosecco
Denominazione di Origine Controllata
Millesimato
Extra

Le Cellier
TRADITION & TENDANCES

34, Z.A.E.R. Op der Hä • L-9809 Hosingen
Tél. 99 80 81 - 1 • Fax. 99 80 81 - 81
lecellier@bheintz.lu
www.boissonsheintz.lu

Vis-à-Vis
 Hier à 20:11 •

Mon coup de gueule du jour

Aux concernés!!
 Pour tous ceux qui ne comprennent pas qu'il faut mettre son masque pour circuler dans le bar, c'est une restriction faite par le gouvernement luxembourgeois, et ne vient pas de nous. Cette loi je tiens à la respecter et donc j'exige la même chose de nos clients. Ceci pour protéger les autres clients et mon équipe!!!
 Et les « je m'en fous », les « ça ne sert à rien » et les insultes etc.. etc....!! Je voudrais simplement vous dire qu'on a plus envie de discuter...
 Alors soit vous respectez les consignes, soit je vous propose de rester chez vous, car je considère que la connerie devrait rester confinée.

Restez en bonne santé.
 Martine

Instagram

letzebuenger_land

letzebuenger_land „À l'automne, le pays ne comptera pas assez d'huissiers pour réclamer les impayés”, dit Fabrice Kreutz, agent immobilier.

Promotion du tourisme à vélo

Le 5 juin, François Bausch et Lex Delles ont présenté le plan de promotion du vélo «Vélosummer 2020» dont l'objectif est de faire place au vélo de manière encore plus conséquente.

Clever Fueren

La première mesure est celle de la prime "Clever Fueren" qui sera doublée pour tout nouveau vélo acheté entre le 11 mai 2020 et le 31 mars 2021.

Navette pour vélos sur la ligne du Nord CFL

Durant les chantiers CFL sur la ligne du Nord, une navette spécifique pour vélos sera mise en place de manière à permettre un transport continu des vélos des cyclistes.

Réservation de 16 tronçons routiers aux cyclistes

Entre le 1er et le 31 août, on mettra en œuvre les mesures nécessaires de façon à permettre aux cyclistes, aux riverains agricoles et aux bus RGTR de se déplacer en toute sécurité sur 16 tronçons de routes étagées différents. Le trafic motorisé sera organisé via des déviations autour des routes concernées en vue de l'accès aux destinations touristiques et le secteur Horeca. Les propositions sont soumises aux communes par circulaire afin de pouvoir exercer leur droit de veto.

Les tronçons visés par cette mesure sont :

- Le Mullerthal via la PC3 et la PC2
- Gonderange - CR129
- Alzingen – Syren
- Une section du "Véloexpresswee Esch-Luxembourg"
- Mamer-Schoenfels
- Mondorf – Ellange
- Koedange-Godbrange
- Bettel-Hoesdorf
- Wilwerdange – Weiswampach
- Ettelbrück – Welsdorf
- Limpach – Pissange
- Mensdorf – Übersyren
- Septfontaines - CR110 (Koerich)
- Steinsel – Hunsdorf – Prettingen –Gosseldingen – Mersch
- Sandweiler – Scheedhaff
- CR233 – Pont enjambant les CFL



Transport de bagages pour randonneurs et cyclistes

La 4e mesure permettra aux randonneurs et cyclistes qui souhaitent découvrir le Luxembourg en promenade respectivement en deux-roues de profiter d'un nouveau service à partir du 23 juin 2020. La Direction générale du tourisme a mis en place un transport de bagages. Ce service prévoit que les bagages seront transportés d'une structure d'hébergement à l'autre, pendant que le client se rend à pied ou à vélo jusqu'à sa prochaine destination.

Dans le cadre de la relance du secteur touristique, il a été décidé que ce nouveau service sera offert gratuitement jusqu'à la fin de l'année. Le ministre du Tourisme, Lex Delles, a déclaré dans ce contexte que "nous souhaitons mettre en place un service unique en faveur des résidents et des touristes tout en renforçant l'offre des structures d'hébergement. Je suis en outre persuadé que le secteur du tourisme profitera du "Vélosummer 2020", qui met en valeur nos pistes cyclables, dotées de paysages variés. Le cyclisme est certainement le meilleur moyen de découvrir les cinq régions du Grand-Duché, tout en étant accueilli dans les meilleures conditions par le secteur Horeca. "



leo

The show must go ON

Cet été, encore plus que les autres, vous avez envie de vous retrouver entre amis ou en famille. Leo met toute son énergie à votre disposition pour vous accompagner dans ces moments tant attendus.

Leo, fournisseur d'énergie de la capitale
Serviceline 8006-4848 • www.leoenergy.lu

luxembourg energy office

enovos group

leo

« SAFE TO SERVE » : un label po

Avec près de 300 restaurants, cafés et hôtels qui ont adhéré à la charte SAFE TO SERVE, notre label peut être considéré comme un succès. Présenté juste avant la réouverture de nos établissements, il a permis de bien préparer le déconfinement tout en rassurant les clients que l'on accueillait.



Une charte de qualité, illustrée par le label « SAFE TO SERVE » a été développée par l'Horesca. Les établissements qui adhèrent à cette campagne s'engagent à respecter les recommandations de la Fédération nationale des hôteliers, restaurateurs et cafetiers du Luxembourg et garantissent ainsi une reprise des activités dans les meilleures conditions possibles.

Soutenue par le ministère de l'Économie (Direction générale des Classes moyennes et Direction générale du Tourisme) ainsi que par la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg, l'action « SAFE TO SERVE » regroupe toute une série d'actions.

En adhérant à cette charte, les professionnels montrent leur volonté de garantir une sécurité élevée à leurs clients afin de les rassurer lors de leur passage au restaurant ou café. Ils s'engagent à respecter une série d'engagements qui sont basés sur les recommandations de l'HORESCA qui a édité un guide pour la réouverture des hôtels, restaurants et cafés avec des recommandations qui viennent s'ajouter aux obligations légales. Chaque établissement du pays a reçu le guide en question il y a quelques semaines déjà.

Les établissements « SAFE TO SERVE » sont prêts pour accueillir les clients et l'HORESCA leur met à disposition un certain nombre de moyens qui ont pour objectif d'accroître leur visibilité.

Il y a tout d'abord plusieurs autocollants : Un exemplaire de taille assez grande peut être apposé sur la vitrine ou porte avant. En rentrant dans l'établissement, le client repère tout de suite la couleur bleue et sait qu'il est dans une maison «SAFE TO SERVE». Il y a aussi des autocollants plus petits que l'on peut coller à des endroits divers. Les adhérents reçoivent aussi des chevalets qu'ils peuvent poser sur les tables du restaurant ainsi que des affiches. Tout cela se trouve dans un kit qui comprend en plus une dizaine de masques.

Avec l'aide des partenaires qui soutiennent cette action, nous avons aussi prévu une campagne de promotion pour bien faire connaître le label «Safe to serve». Que ce soit par les médias classiques ou par les réseaux sociaux, l'objectif est d'en faire une référence.

Chaque hôtel, restaurant et café du Grand-Duché a reçu trois guides édités par l'Horesca avec des recommandations en vue de l'ouverture des établissements. Ce guide est le résultat d'un groupe de travail qui a pris en compte les directives actuelles des autorités publiques et qui s'est aussi inspiré des travaux effectués à l'étranger.

Sur le site Internet www.horesca.lu, les membres de notre fédération peuvent télécharger le guide, qui en fonction de l'évolution de la pandémie sera adapté à la situation.

Afin de préparer au mieux nos entreprises pour le déconfinement et une reprise des affaires, nous avons élaboré une stratégie de communication s'adressant aux entreprises et aux consommateurs.

À cette fin, nous avons créé la charte de qualité "SAFE TO SERVE". Les membres de l'Horesca sont invités à y adhérer en signant le document d'adhésion qui s'est trouvé dans l'envoi du guide. Un formulaire se trouve aussi dans notre magazine à la page 22 ainsi que sur notre site Internet.

Les entreprises qui ne sont pas membres peuvent bien entendu adhérer à notre fédération via notre site et profiter ainsi de nombreux avantages comme le téléchargement des fiches de contrôle pour le label "SAFE TO SERVE", sur Internet.

Pour redémarrer en toute confiance

Les adhérents à la charte « SAFE TO SERVE » recevront dans les prochains jours un envoi postal avec les différents outils qui attestent leur

appartenance à la charte afin de garantir un redémarrage dans de bonnes conditions de sécurité. Sur la photo, nous préparons les 150 premiers kits



L'équipe de l'Horesca a envoyé les kits aux participants

Le kit comprend :

- 10 masques personnalisés
- 1 Guide de bonnes pratiques d'hygiène
- Une affiche avec les recommandations à observer et les engagements
- Une série d'autocollants
- Une affiche indiquant la réouverture de l'établissement
- Des chevalets à poser sur les tables

L'adhésion est gratuite pour nos membres. Plus d'infos sur notre site ou dans notre magazine qui paraît dans quelques jours.

10 points d'objets et surfaces touchés/en contact direct fréquent dans une chambre d'hôtel



Une attention particulière est donnée au nettoyage de ces objets



- ① Interrupteurs de lumières et commandes électroniques
- ② Poignées et boutons (portes, armoires, tiroirs, poignées du mobilier)
- ③ Installations sanitaires (toilettes, lavabos, poignées, baignoires/douches)
- ④ Panneau de contrôle de la climatisation
- ⑤ Téléphone, télécommande et horloge (pavé de numérotation et boutons de fonction)
- ⑥ Lit et literie (tout le linge de lit, y compris les housses de couette, les taies d'oreiller et les draps)
- ⑦ Accessoires de bain (distributeurs de savon, accessoires individuels, boîtes à mouchoirs, plateaux et sèche-cheveux)
- ⑧ Surfaces (tables, bureaux)
- ⑨ Articles garde-robe (fer à repasser, poignées)
- ⑩ Nourriture et boissons dans la chambre (couverts, verres et tasses, seau à glace, mini bar, bouilloire et machine à café)

SAFE TO SERVE
 HORESCA ✓



10
 face
 fréquent



10 points d'objets et surfaces touchés/en contact direct dans un café ou restaurant

Une attention particulière est donnée au nettoyage de ces objets

- ① Poignées de portes et boutons (entrée, cuisine, couloir, sanitaires)
- ② Comptoir (poignée de frigos, tiroirs, armoires)
- ③ Surfaces de travail (planches à découpe, distribution des boissons, lavage des verres)
- ④ Service (assiettes, couverts, verres)
- ⑤ Objets touchés (carte de menu, sel, poivre, déco, huile, vinaigre)
- ⑥ Machine à café
- ⑦ Surfaces (tables, chaises, tabourets, comptoir, plateaux, chariots, cuve à vin)
- ⑧ Tissus (serviettes, nappes, napperons)
- ⑨ Installations sanitaires (toilettes, urinoir, lavabos, poignées, distributeurs)
- ⑩ Paiement (zone, outils, caisse)

ADHÉSION CHARTE SAFE TO SERVE



réservée aux membre de l'HORESCA

Pour adhérer à la charte « SAFE TO SERVE », veuillez remplir le formulaire ci dessous et le renvoyer à l'HORESCA, à l'attention de Monsieur Claude Ries : c.ries@horesca.lu
Veuillez également joindre la preuve d'enregistrement en vertu du règlement 852/2004/CE en vigueur depuis le 1er janvier 2006.

COORDONNÉES

Type et Nom de l'établissement :

Adresse de l'établissement (N°, rue) :

Code postal : Localité :

Nom de la Société :

Adresse de la Société (N°, rue) :

Code postal : Localité :

Nom et prénom du responsable/gérant :

Téléphone : GSM :

E-mail :

je suis membre de l'HORESCA

je souhaite devenir membre de l'HORESCA

Par la présente,

J'adhère à la charte « SAFE TO SERVE » et m'engage à respecter le 4 critères obligatoires.

CHARTRE SAFE TO SERVE

- 1 Enregistrement de l'établissement auprès du Commissariat du gouvernement à la qualité, à la fraude et à la sécurité alimentaire.*
- 2 Respect des bonnes pratiques d'hygiène et principes du HACCP
- 3 Suivre les consignes actuelles « Covid-19 » du Gouvernement
- 4 Assurer les démarches nécessaires pour pouvoir garantir au maximum possible la sécurité des clients, des hôtes et des employés

Date :

Lieu :

Signature :

L'adhésion à la Charte est valable jusqu'au 1^{er} janvier 2022.

* Afin de garantir la conformité des denrées alimentaires avec la législation nationale et européenne et de permettre une organisation efficace des contrôles officiels des établissements alimentaires, toute entreprise ou établissement intervenant dans la chaîne alimentaire doit être connu des autorités compétentes.

Pour cela, les exploitants alimentaires doivent **notifier les activités** des établissements alimentaires sous leur responsabilité auprès du **Commissariat alimentaire**.



Crisalid[®]
Luxembourg

Toujours
À vos côtés

La signature de l'encaissement



**Monnayeurs
automatiques**



Protégez
votre personnel
et renforcez l'hygiène
de votre point de vente.

**Click
& collect**



Adaptez votre offre
et garissez
à votre clientèle
un **service en ligne**.

Un encaissement conçu pour **évoluer** et **s'adapter**

Les logiciels qui vous donnent des ailes[®] !

www.crisalid.lu

10 avenue Marie-Adelaïde L-5635 Mondorf-les-bains
Tél. (+352) 26 52 12 96 - luxembourg@crisalid.com



*Ce produit est conforme aux exigences de la marque NF Logiciel de Gestion d'Encaissement. Ce produit est certifié par:
AFNOR Certification 11 rue Francis de Pressensé 93571 SAINT DENIS LA PLAINE CEDEX. Le référentiel de certification peut être obtenu auprès d'INFCERT*

Un plan de relance

« Restart Tourism – Stabiliséieren. Adaptéieren. Promovéieren.»

Le ministre du Tourisme, Lex Delles, a présenté le plan de relance "Restart Tourism - Stabiliséieren. Adaptéieren. Promovéieren." destiné à soutenir le secteur du tourisme qui a été le premier touché par la crise liée au COVID-19 et qui sera probablement celui qui mettra le plus de temps à s'en remettre.



C'est la raison pour laquelle le secteur du tourisme nécessite davantage de soutien. Des mesures spécifiques ainsi qu'une coordination renforcée sont indispensables pour la relance du tourisme luxembourgeois qui a un grand potentiel en tant que destination touristique de premier choix.

Au fil des prochains mois, la Direction générale du tourisme élaborera ainsi en concertation étroite avec ses partenaires et avec le secteur un plan de relance détaillé en dix points destiné à soutenir le tourisme de loisirs ainsi que le secteur business events. En vue de remettre le tourisme de loisirs sur le chemin de la reprise seront mis en place, entre autres, un fonds du tourisme pour le soutien et la relance du secteur touristique associatif à hauteur de trois millions d'euros, une stratégie de promotion présentant le Luxembourg comme destination touris-

tique de premier choix ("Lëtzebuerg - Dat ass Vakanz!") et une stratégie digitale commune des acteurs institutionnels du tourisme, prévoyant notamment un diagnostic digital permettant une consultance individualisée pour le secteur associatif du tourisme.

Afin de repositionner le Luxembourg en tant que destination business events il est entre autres prévu de créer un label valorisant les mesures sanitaires mises en place par toute la filière événementielle, de se focaliser sur les business events des entreprises locales et de la Grande-Région ainsi que d'accélérer la transformation digitale du secteur en analysant les dispositifs et infrastructures existants ainsi qu'en observant les prospections de tendances dans le domaine digital.

De plus, des séminaires webinar avec le sec-

teur du tourisme de loisirs ainsi qu'avec le secteur business events auront lieu début juillet et seront suivi par des forums de discussion thématiques et collaboratifs.

Le ministre du Tourisme, Lex Delles, a souligné dans ce contexte: "s'il est vrai que le secteur du tourisme est durement touché par la crise du COVID-19, il n'en demeure pas moins qu'une feuille de route ciblée permettra de développer le potentiel du Luxembourg en tant que destination touristique de premier choix. La stabilisation financière, l'adaptation au contexte sanitaire et économique actuel ainsi que la promotion d'une nouvelle stratégie touristique axée sur le marché de proximité sont les trois éléments clés de ce plan de relance détaillé, qui sera élaboré en concertation étroite avec le secteur et qui permettra de trouver des réponses communes aux défis actuels."

Adaptéieren. Promovéieren. »

Le tourisme est un des secteurs les plus durement touchés par la pandémie de Covid-19. Bien que les différentes mesures mises en place afin de limiter la propagation du virus ont eu un impact sur ce secteur, il convient de noter que le Luxembourg dispose toujours d'un grand potentiel en tant que destination touristique.

Au-delà de la richesse de son offre touristique, le Luxembourg présente des atouts qui gagnent résolument en importance dans le contexte actuel : des activités de vacances qui correspondent au tourisme de qualité, des activités de plein air (randonnée, vélo, etc.) d'un très haut niveau international au milieu d'une nature d'une beauté exceptionnelle, des expériences culturelles et gastronomiques, une ouverture d'esprit et une culture d'accueil indéniable, et finalement une attitude positive et une qualité de vie qui sont appréciées par toutes les communautés vivant dans ce pays.

En effet, une étude sur l'opinion des résidents vis-à-vis du Luxembourg comme destination touristique réalisée en mars 2020 par Luxembourg for Tourism et TNS-Ilres a démontré que le tourisme a des impacts clairement identifiés comme positifs sur l'image du pays, l'économie, le patrimoine et l'offre. Il convient donc d'accorder une attention particulière au marché de proximité à fort potentiel de développement. Au fil des prochains mois, la Direction générale du tourisme du ministère de l'Economie élaborera en concertation étroite avec ses partenaires et avec le secteur un plan de relance détaillé destiné à soutenir le tourisme de loisirs ainsi que le secteur business events.

Tourisme de loisirs

1. Mise en place d'un « Fonds Tourisme »

La présente crise sanitaire a nécessité la prise de décision très rapide de la part du Gouvernement afin de venir en aide aux entreprises. Les outils les plus importants ont été mis en place dès les premiers jours, d'autres ont été mis en en place entretemps : chômage partiel, aides financières d'urgence non-remboursables, avance remboursable, garanties de l'Etat, fonds de relance et solidarité, etc.

Or, le tourisme est un secteur qui est largement organisé autour du bénévolat dans lequel œuvrent une multitude d'associations, syndicats d'initiatives, etc. qui gèrent une attraction ou une infrastructure touristique. Afin de soutenir ces associations sans but lucratif, le conseil de gouvernement a adopté un « Fonds Tourisme » à hauteur de 3.000.000 euros.

Le suivi, l'adaptation et le bilan de ces programmes d'aide fourniront des informations importantes permettant de guider les orientations stratégiques futures.

2. Adapter la stratégie de promotion en privilégiant le marché de proximité

Le tourisme est un secteur basé par définition sur le capital humain et l'interaction. Depuis le début de cette crise sanitaire, un échange intensif et une collaboration avec les fédérations et regroupements professionnels, mais aussi avec une multitude d'acteurs sur le terrain a permis d'évaluer la situation en continu et de réagir rapidement.

La veille stratégique, les études de marché et les enquêtes réalisées en collaboration avec LFT permettent de suivre de près les évolutions et d'adapter les stratégies. En effet, les résultats d'une étude réalisée par Luxembourg for Tourism et TNS-Ilres peu avant la crise montrent que les atouts qui sont mis en avant dans la promotion du Luxembourg en tant que desti-



nation touristique correspondent aux points forts à travers lesquels les résidents du Grand-Duché décrivent leur pays. Ce sont la nature, la culture et l'art de vivre. 34 % des personnes interrogées déclarent même qu'elles font activement de la promotion du Luxembourg auprès de leurs concitoyens. Les résidents eux-mêmes participent à des événements culturels (88%) et sont nombreux à avoir déjà visité des musées (80%) et châteaux (76%) du Luxembourg ou à profiter de la nature à pied (71%) ou en vélo (57%). Les enquêtes réalisées en collaboration avec LFT ont donc permis d'identifier le fort potentiel de développement du marché de proximité.

Le travail des prochains mois consistera à s'appuyer sur les réseaux existants, identifier des synergies, mutualiser les moyens, partager les informations, s'échanger pour élaborer des ambitions partagées et les réponses aux défis de l'avenir. Ainsi, un webinar avec le secteur est planifié courant juillet, suivi par des forums de discussion thématiques et collaboratifs.

3. Promouvoir le Luxembourg en tant que destination de premier choix : « Lëtzebuerg - Dat ass Vakanz ! »

La structure de la clientèle touristique telle qu'elle existait avant la crise au Luxembourg montre que le secteur du tourisme n'a pas besoin de se réorienter complètement, car il ne dépend ni des marchés lointains, ni de l'offre de transports publics existante, comme par exemple l'avion. D'après le Statec, 88 % de toutes les arrivées sont des touristes en provenance d'Europe. Et seuls 7 % des vacanciers arrivent par avion. Le marché de proximité a lui aussi un fort potentiel de développement : rien qu'en Allemagne, selon une étude de 2019, près de 14 millions de personnes peuvent s'imaginer passer leurs vacances au Luxembourg. Les résultats d'une étude réalisée par Luxembourg for Tourism et TNS-Ilres démontre que les résidents ont également une image positive du pays et de son offre touristique.

En l'occurrence, la campagne « Lëtzebuerg - Dat ass Vakanz ! » prévoit de présenter le Luxembourg, non pas comme une destination par défaut, mais bien comme une destination touristique de premier choix. Il s'agira de fédérer les résidents et habitués autour de l'idée que leur pays est une destination authentique de rencontres et de découvertes. Au-delà de l'action incitative des bons d'une valeur de 50 € par résident et travailleur frontalier à faire valoir auprès d'un hébergeur touristique au Luxembourg et de d'une campagne de communication dans le sens classique (publicité, affichage, social media, etc.), elle comprendra également des concours, challenges, quiz, etc. Le projet Guide for one day changera légèrement de format et des offices régionaux du tourisme proposeront des forfaits et activités en collaboration avec les acteurs sur le terrain. Une version digitale du Guide for one day est notamment en cours d'élaboration. La campagne reste évolutive et sera déployée en continu tout au long du 2 semestre 2020

4. Accélérer la digitalisation de l'offre touristique

La digitalisation de l'offre et des processus dans le tourisme est un défi majeur pour assurer la compétitivité de notre destination, aujourd'hui plus que jamais. Une stratégie digitale commune des acteurs institutionnels du tourisme est actuellement en cours d'élaboration.

Par analogie aux diagnostic digital du secteur business events, un diagnostic est également prévu dans le secteur associatif du tourisme. Les recommandations issues de cette analyse serviront de base pour une consultance individualisée des associations et une aide financière à la digitalisation.

Un système intégré permettra de centraliser les données (informations, photos, vidéos, géolocalisations, etc.) de l'ensemble du secteur et de les afficher sur tous les supports digitaux des partenaires. L'objectif principal sera de mettre les nouvelles technologies, les outils digitaux et l'innovation au service de l'expérience du visiteur.

5. Renforcer l'investissement en faveur de la résilience du secteur

A moyen et long terme, le principal défi sera celui de placer le tourisme dans une optique qualitative et durable et d'élaborer en commun des réponses aux défis de l'avenir. Valoriser l'économie locale et circulaire dans le tourisme, favoriser l'esprit innovant et la créativité, qui constituent le moteur qui permet à la destination de se réinventer en permanence et de rester compétitive.

Par ailleurs, les investissements dans la qualité et l'adaptation continue des infrastructures touristiques aux attentes des visiteurs est cruciale pour l'avenir du secteur. Aussi et surtout en temps de crise, la Direction générale du tourisme incite les acteurs touristiques à maintenir leur niveau d'investissement dans l'infrastructure et l'équipement et rappelle les conditions et modalités d'aide à l'investissement.

Secteur business events

Le secteur business events et l'ensemble de l'événementiel traversent une période très difficile - figurant parmi les premiers qui ont dû arrêter leurs activités et risquant de les redémarrer en dernier. Selon l'Oxford Economics survey, les restrictions des trajets internationaux a fait diminuer le nombre de visiteurs en Europe de 501 million en 2019 à 274 million en 2020. Il s'ensuit que 25% des réunions professionnels s'organisent dorénavant sous format hybride ou virtuel.

Or, les conférences et réunions professionnels sont de véritables générateurs de liens économiques et sociaux et contribuent à la réussite de la politique de



promotion économique du Grand-Duché. En attirant de l'attention, du know-how, des partenariats et des investissements vers les secteurs économiques prioritaires, les événements professionnels représentent non seulement un pilier stratégique mais aussi un vecteur de notre économie locale.

Même si les rencontres professionnelles post-Covid ne seront plus les mêmes, il sera d'autant plus important de repositionner le Luxembourg en tant que destination business events pour faire face à ce changement de paradigme. C'est avec l'ensemble du secteur qu'un plan détaillé de relance autour des axes suivants sera développé :

1. Le fonds de relance et de solidarité : un soutien financier durable pour le secteur

A côté des aides financières et instruments d'urgence mis en place dans un premier temps pour soutenir les entreprises à court terme, le fonds de relance et de solidarité a été mis en place pour une période de 6 mois à partir du 1er juillet pour soutenir les entreprises dans les secteurs les plus durablement touchés tels que le secteur du tourisme, l'événementiel et l'Horesca. Ce fonds accordera une aide directe mensuelle de 1.250 euros par salarié en poste et de 250 euros par salarié au chômage partiel. Complémentaire au chômage partiel structurel simplifié, cet outil spécifique a



COMMENT UN PRODUCTEUR D'ARTS DE LA TABLE PARTICIPE À LA NÉCESSAIRE ADAPTATION DE LA RESTAURATION FACE À LA NOUVELLE DONNE ?

RAK Porcelain Europe, basée à Bettembourg, a puisé dans son riche assortiment pour mettre en place un catalogue d'articles qui vont directement constituer des réponses aux problématiques que les professionnels rencontrent dans le cadre de la reprise des exploitations. Les services au buffet ne pourront plus s'effectuer dans de bonnes conditions et il faut s'attendre à un renforcement des attentes des clients, voire à des exigences renforcées en termes d'hygiène et de sécurité alimentaire. Il apparaît important pour rassurer la clientèle de démontrer que les préparations sont réalisées et servies avec la plus grande précaution.

Cette sélection d'articles répond à cette problématique en préservant l'attractivité des plats sur les tables tout en étant fonctionnelle et pratique pour le personnel de service et l'utilisateur. Des assiettes et bols ronds, rectangulaires ou carrés sont **tous proposés avec leurs couvercles en porcelaine** qui peuvent ensuite être disposés en dessous lors de la consommation des plats.

Les clients sont assurés de la parfaite hygiène de leurs mets et reçoivent ceux-ci devant eux avec une qualité de présentation préservée.



**MAKE SURE
IT'S RAK**

Côté restaurateur, il est utile de noter qu'hormis le large choix de contenances, formes et coloris, il pourra en tirer quelques bénéfices non-négligeables : la meilleure maîtrise de ses coûts vis-à-vis d'un service au buffet, une planification rendue plus aisée et moins de pertes de produits alimentaires. De plus, les articles ont été pensés pour accompagner professionnellement le restaurateur grâce à leur durabilité exceptionnelle et pour certains, une garantie-remplacement contre les ébréchures. L'empilement est facilité par le design des pièces que ce soit dans le cadre du rangement, mais aussi durant le service.



comme objectif de soutenir la reprise des activités et d'encourager le maintien dans l'emploi dans une optique de relance économique durable.

2. Le rôle fédérateur du Luxembourg Convention bureau

La crise actuelle a réuni ce secteur plus que jamais et a mobilisé dès le début les acteurs de toute la filière événementielle. L'union fait force au sein du secteur et cette volonté de travailler ensemble se reflète dans les échanges réguliers entre Luxembourg Convention bureau (LCB) et les représentants de la filière événementielle au sein de son Advisory board. L'élaboration de projets communs ayant comme objectif de se réinventer, innover et redonner de la confiance aux organisateurs de congrès a permis d'élaborer en concertation avec les professionnels du secteur des stratégies de sortie de crise. Un an et demi après sa création, le LCB est devenu l'interlocuteur principal coordinateur de la filière événementielle tout en fédérant et soutenant ses partenaires durant cette période exceptionnelle.

Cette prise de conscience de l'importance d'une démarche collective et construite et les atouts du réseautage entre différentes filières et prestataires de services a fait plus que doubler le nombre de partenaires du Luxembourg Convention bureau (70 avant crise-144 actuellement). Un webinar avec le secteur sera planifié début juillet afin de continuer dans cette voie engagée.

3. Poser les jalons pour la reprise avec la mise en place d'un label national business events

Suite aux nouvelles exigences sanitaires, la reprise de l'activité des réunions professionnelles est tributaire de la confiance regagnée des organisateurs de congrès. C'est dans ce contexte que les professionnels du secteur ont défini un ensemble de protocoles garantissant la sécurité des personnes, organisation et contrôle des flux, le respect des mesures sanitaires etc. Un guide de recommandations pour le secteur sortira prochainement pour soutenir les acteurs dans la reprise de leurs activités.

A l'instar de nombreuses autres destinations, la mise en place d'un label au niveau national s'appuyant sur ces protocoles serait un atout additionnel pour inciter

les organisateurs de congrès de planifier leur événement au Luxembourg en toute sécurité.

Le pays tout entier offre un cadre original pour l'organisation d'événements professionnels. Que ce soient des conférences, événements B2B, incentives ou teambuilding, notre atout se base sur la grande diversité de sites que ce soient en ville ou en campagne permettant des événements sur mesure. Les hôtels, restaurants et cafés ont tout récemment mis en place une charte regroupant des mesures sanitaires sectorielles garantissant le principe « safe to serve » et sont prêts à accueillir des visiteurs pour un séjour professionnel.

4. Miser sur le local et la Grande-Région

Le ralentissement économique suite à la crise sanitaire a un impact considérable sur les budgets des entreprises et associations. Face à des difficultés financières, de nombreux acteurs du secteur ont dû adapter leurs plans d'actions et réduire leurs budgets pour l'organisation d'événements professionnels. C'est dans ce contexte que le Luxembourg Convention bureau a recentré dans un premier temps ses actions de promotion sur le business local et Grande-Région afin d'inciter les entreprises et associations basées au Luxembourg ou alentours proches d'organiser leurs événements localement en privilégiant des trajets courts.

Ces efforts de promotion seront graduellement augmentés en Europe et à l'International en fonction de l'évolution de la situation.

Les prestataires de services locaux et l'écosystème des start-ups s'adaptant aux nouveaux enjeux du secteur de l'événementiel sont soutenus dans le développement de solutions technologiques, services innovantes et interactives « made in Luxembourg ». Assurer dans ce contexte la veille stratégique s'avère indispensable afin de suivre de près le changement de tendances, l'évolution du marché, les nouvelles attentes des clients afin d'identifier le moment propice pour une réouverture au niveau international.

5. Positionner le Luxembourg en tant que destination business events digitale

Le secteur des business events doit faire face à de nouvelles attentes des organisateurs de congrès.



De nouveaux instruments digitaux tels que webinars, rencontres live, réalité virtuelle, événements hybrides définissent de nouveaux standards dans l'organisation d'événements professionnels.

Le niveau de digitalisation du secteur joue un rôle majeur pour la compétitivité et l'attractivité de la destination au niveau international. La transformation digitale du secteur déjà entamée se voit accélérée grâce au contexte actuel. Un diagnostic des dispositifs et infrastructures existants ainsi que des prospections de tendances dans le domaine digital sont en cours afin d'identifier de nouvelles opportunités digitales.

Ce travail entrepris de réflexion, voulu par les membres de l'Advisory Board et le LCB dès le mois de février, donne un atout stratégique au Luxembourg en positionnant le pays comme le premier à établir un plan de digitalisation de la filière business events au niveau national en Europe.

Des programmes du Ministère de l'Economie tels que « Fit 4 resilience » et « Fit 4 digital » sont mis en place pour soutenir et accompagner les entreprises dans la transition digitale.

Suite à cette analyse, il s'avère crucial d'accompagner les acteurs dans l'acquisition de nouveaux équipements technologiques tout en leur offrant des formations au numérique et au support à la transformation des systèmes d'information



AVIS

Location d'une brasserie dans l'annexe du Lëtzebuerg City Museum à Luxembourg, 24, rue du St.Esprit

L'administration communale lance un appel de candidatures pour la location d'une brasserie à l'adresse sous rubrique.

Le cahier des charges relatif à l'appel de candidatures est disponible à la Direction de l'administration des Services du Géomètre de la Ville de Luxembourg, 3, rue du Laboratoire, L-1911 Luxembourg, à partir du lundi 15 juin 2020. (Tel. : 4796-2328 ou - 3027), biens@vdl.lu

Les intéressés sont priés de remettre leur candidature accompagnée des pièces énumérées au cahier des charges précité pour le vendredi 21 août 2020 au plus tard à l'adresse susmentionnée.

Luxembourg, le 13 juin 2020

Le Bourgmestre

Attention : Contrôles de l'ITM

L'ITM procède actuellement à des contrôles de mise en place des mesures Covid-19 et vérifie aussi si les entreprises ont établi un registre (rapport) établissant une évaluation des risques pour la sécurité et santé des salariés.

Ceci constitue une obligation à remplir selon le Code du travail et particulièrement l'article 212-5 qui dispose que : L'employeur doit :

- 1 disposer d'une évaluation des risques pour la sécurité et la santé au travail, y compris ceux concernant les groupes des salariés à risques particuliers.
2. déterminer les mesures de protection à prendre et, si nécessaire, le matériel de protection à utiliser.

Le règlement Grand-ducal du 17 avril 2020 portant introduction d'une série de mesures en matière de sécurité et santé au travail dans le cadre de la lutte contre le COVID-19, donne des précisions dont voici quelques points essentiels.

1. Prendre les mesures appropriées pour la protection de la sécurité et la santé des salarié...
2. Éviter les risques et évaluer tout risque pour la santé et sécurité des salariés qui ne peut pas être évité par rapport aux circonstances exceptionnelles. (p.ex. contact clients, contact entre salariés, mesures d'Hygiène mis en place)
3. Renouveler régulièrement cette évaluation visée au point 2 en tout cas lors de tout changement des circonstances exceptionnelles liées à l'épidémie Covid-19
4. Déterminer, en fonction de cette évaluation, les mesures à prendre

Si vous avez mis en place les recommandations de réouverture par l'Horesca et mis en place le label « Safe to serve », vous aurez en fait, fait le nécessaire, mais il faut que vous notiez les différentes étapes dans un rapport pour l'ITM en cas de contrôle.

En cas de non-conformité au règlement des amendes administratives de 25 à 25.000€ peuvent être prononcés.

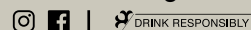
WENGLER
1897
CHÂTEAUX & DOMAINES



welcome back



www.wengler.lu



Ben Weber, chef et gérant du restaurant «Gudde Kascht»

Gastronomie : un métier à vivre

Ben Weber a été sélectionné avec huit autres jeunes personnes comme « Ambassadeur » pour le projet Dreamjobs que l'Horesca a lancé ensemble avec la Chambre de Commerce afin de mettre en avant les atouts de nos métiers. Nous avons rencontré le jeune chef et vous proposons ici un entretien que nous avons mené après la réouverture des restaurants. A noter qu'un clip a été tourné pour chaque candidat.

DREAMJOBS AMBASSADORS LES CANDIDATS

Nicolas Szele, Chef cuisinier

Le Fin Gourmand, Luxembourg

Caroline Esch, Chef et gérante

Pavillon Eden Rose, Kayl

Ben Weber, Chef cuisinier

Gudde Kascht, Haller

Sébastien Dziezuk, Responsable de salle,

Bistrot Parc Belair, Luxembourg

Clovis Degrave, Chef Managing partner

Hostellerie du Grünwald, Luxembourg

Sébastien Périé, Maître d'hôtel et gérant

L'Atelier Windsor, Luxembourg

Daniel Valdivia, Barman

Hôtel Le Royal, Luxembourg

Xavier Dellenbach, Barman

Beach Boos Club, Bridel

Jürgen Bilali, Serveur

Beim Bertchen, Wahlhausen

Depuis 10 ans, Ben est à la tête de la cuisine du restaurant «Gudde Kascht» à Haller. Il a suivi sa formation de cuisinier à l'École d'Hôtellerie et de Tourisme du Luxembourg - EHTL et s'engage aujourd'hui à transmettre son savoir-faire aux apprentis qu'il prend sous son aile.

Après sa formation comme hôtelier et restaurateur à Diekirch Ben Weber s'est encore formé dans la voie de traiteur.

Son parcours professionnel l'a fait intégrer des maisons comme l'Hôtel Meyer, le Cigalon ou le Ristorante Mosconi. Il a aussi fait de la compétition en étant membre de l'équipe nationale de cuisine.

Un beau parcours pour ce jeune chef luxembourgeois qui aujourd'hui exploite son propre restaurant mais qui se voit aussi un peu comme artiste.


Toutes ces qualités expliquent qu'il a été sélectionné pour le projet « Dreamjobs Ambassadors » avec huit autres jeunes talents du Luxembourg

La campagne « Dreamjobs Ambassadors » vise à encourager les jeunes

Cette campagne a été lancée par la Fédération Nationale des Hôteliers, Restaurateurs et Cafetiers du Grand-Duché de Luxembourg - HORESCA et la Chambre de Commerce, en partenariat avec le Ministère de l'Économie - Direction générale des Classes moyennes et le Ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse.

Les objectifs sont, entre-autres, de stimuler l'envie d'apprendre l'une des professions de l'hôtellerie, de promouvoir le savoir-faire, de renforcer l'information sur les branches de l'hôtellerie au Grand-Duché de Luxembourg et de fournir une plate-forme permettant d'accroître la visibilité du secteur.

Découvrez les portraits des candidats :

 [facebook/dreamjobsambassadors](https://facebook.com/dreamjobsambassadors)

 www.dreamjobs-ambassadors.lu



Toutes ses recettes, Ben Weber les donne aux clients qui le demandent. Il a d'ailleurs réalisé un livre de cuisine avec une trentaine de plats faciles à réaliser.

Entretien avec Ben Weber

Monsieur Weber, vous avez choisi le métier de cuisinier. Pourquoi ?

A sept ans je savais déjà que je voulais devenir cuisinier. J'ai toujours aidé à la maison en cuisine et après le lycée j'ai intégré l'école de Diekirch. Pour moi, le métier de cuisinier est un métier de respect. Respect envers les autres mais aussi envers les marchandises que nous travaillons.

Ce métier vous a aussi donné beaucoup de possibilités.

En effet. J'ai participé à plusieurs concours et j'ai eu la chance d'intégrer l'équipe nationale de cuisiniers où j'ai énormément appris mais aussi voyagé à travers le monde pour des compétitions. De la Corée à l'Afrique du Sud en passant par l'Écosse ou la Suisse, j'ai pu faire de belles rencontres et progresser dans mon métier. Ici à Haller j'ai ensuite fait évoluer le bistrot familial vers un véritable restaurant où je me fais plaisir en travaillant de bons produits.

Quel est le secret du Gutte Kascht ?

Je mets l'accent sur les produits frais de saison et les produits locaux. Nous avons deux grandes serres et des potagers dans lesquels nous faisons pousser nos propres légumes. Un plus que les clients apprécient.

En fait nous n'avons pas de secret. Toutes mes recettes, je les donne sans problèmes aux clients qui me le demandent. J'ai d'ailleurs réalisé un livre de cuisine avec une trentaine de plats faciles à réaliser.

Pourquoi avoir fait un livre ?

Je ne pouvais plus entendre les gens me dire qu'ils n'ont pas le temps pour cuisiner. Je suis donc allé dans plusieurs supermarchés du pays pour voir quels sont les produits que l'on trouve facilement et j'ai essayé de trouver des recettes bonnes, appétissantes et rapides à réaliser. Le résultat ce sont plus de 30 plats réalisables en moins de 30 minutes.

En ce qui concerne la crise sanitaire, comment l'avez-vous traversée ?

C'était une période très difficile et très stressante. En voyant ce qui se passait à l'étranger, j'ai vu la fermeture des restaurants arriver. Je me suis donc organisé le plus tôt possible en réaménageant ma cuisine. Quelques jours après le début du confinement, j'étais prêt à effectuer des livraisons de repas en barquettes que les clients pouvaient réchauffer au four ou au micro-ondes. Grâce à Facebook, nous avons pu faire la promotion de nos plats et avons connu pas mal de succès, même si les commandes n'étaient pas régulières. Beaucoup de stress et souvent de très longues journées. Mais nous avons livré dans tout le Grand-Duché.

Que diriez-vous à un jeune qui veut devenir cuisinier.

Je dirais que c'est un magnifique métier. Si tu veux créatif et innovatif ; avoir un travail qui est différent chaque jour, alors la gastronomie est idéale ! C'est un métier à vivre.



Reprise des croisières Come à la Soupe... Mais pas Que !



Il n'y a pas qu'au resto qu'il faut respecter la distanciation physique entre les personnes. Les bateaux de Navitours appliquent les mêmes règles. Ils ont repris leurs activités en proposant un grand choix en croisières tout en garantissant une sécurité sanitaire adaptée. Une offre de restauration à emporter est aussi proposée.

Sur Internet il est possible d'avoir plus d'informations alors que la page Facebook annonce le programme d'activités.

www.navitours.lu



A la suite du Covid 19 et faillite de la marque "A la Soupe", "A la Soupe Kirchberg" ex représentante de la marque disparue a rouvert dès le 2 juin, en partenariat avec «Come à la Maison» et propose désormais les fameux produits de "la Focacceria" de Come à la Maison, sous l'enseigne "Come à la Soupe", toujours situé dans l'agréable galerie de la tour Axento, face à Auchan Kirchberg.

Ainsi Isabelle et Sophie continuent de régaler leurs clients avec des soupes faites maison, mais pas que... vous pourrez y déguster également des pâtes chaudes, des salades fraîches, de fins sandwiches aux saveurs italiennes et autres délicieux dolci Lors de notre passage, nous avons aussi le choix d'une salade de quinoa au poulet, pois chiche, sauce curry et coriandre frais ...

Suivez au plus près cette nouvelle aventure sur Fb, Instagram, Google

Ouvert du lundi au vendredi pour un lunch rapide et bon, de 11h30 à 14 h30"

44 avenue John F Kennedy Tour Axento L 1855 Luxembourg

Cartes-Blanches propose l'expérience du restaurant en privé

Inspiré par un concept ayant fait ses preuves au Danemark, Clovis Degrave, chef et Managing partner de l'Hostellerie du Grunewald et Jens Buch, de Survi sarl et online-marketing.lu, ont décidé d'associer leurs compétences et surtout leur passion pour la restauration de qualité afin de créer Cartes Blanches au Luxembourg.

Il s'agit d'un ensemble de services organisant un chef à domicile. Le client, peut donc jouir pleinement de ce qui est essentiel : être là pour ses invités et profiter pleinement du moment présent tout en dégustant des plats de restaurant cuisinés chez lui par un membre de la brigade du restaurant qu'il aura choisi sur cartes-blanches.lu. Pour le chef, c'est l'occasion de partager de manière plus intime sa passion, ses valeurs et sa créativité tout en ayant l'opportunité de faire grandir la capacité de son propre restaurant. Les objectifs de Cartes Blanches sont de faciliter, de coordonner et de planifier la relation entre un client et un restaurant de qualité. Enfin, Cartes Blanches se veut résolument une plateforme intuitive et techniquement à la pointe appuyée par un marketing innovant avec une communication visuelle attrayante. www.cartes-blanches.lu.



Établissements participant :

An der Villa de Thomas Murer, Le Clairefontaine d'Arnaud Magnier

L'Hostellerie du Grunewald de Clovis Degrave

Ma Langue Sourit de Cyril Molard, Mosconi d'Ilario Mosconi

La Pomme Cannelle avec Paul Fourier

Les responsables annoncent accueillir prochainement :

L'Avenue, L'Atelier du Windsor, Le Fin Gourmand, Le Lion d'Or, Le Skybar



Le vin du mois

Trinca Bolotas Rouge 2015

Alentejo, Portugal

Herdade do Peso offre le caractère et l'authenticité des saveurs de l'Alentejo. Ce domaine incarne le meilleur que l'Alentejo a à offrir et garni le portefeuille de la maison Sogrape.

Sa robe pourpre profonde dévoile un nez expressif et complexe de fruits noirs, ponctué d'arômes de torréfaction, de pain grillé et d'épices. En bouche, l'attaque est riche et généreuse, rond et bien équilibré avec une longue finale persistante. Ce Trinca Bolotas est un bon exemple de tout le potentiel de l'Alentejo.



Vins Fins

Spiritueux

Soft drinks

Alimentation

Bières

Idées Cadeaux

" Votre spécialiste en vins du Portugal "

Bexeb, SA | Négociant Importateur Distributeur

13, op Zaemer | L-4959 Bascharage | Tél.: +352 22 70 70 | Fax.: +352 47 38 05 | info@bexeb.lu | www.bexeb.lu



20 20

CRÉER DES
ENDROITS
MÉMORABLES

NOUVEAU
CATALOGUE

DEMANDEZ-LE
SATEL@PT.LU | +352 95 04 28



WWW.SATELLIET.NET
indoor | outdoor | furniture

« Zum goldenen Anker »



Tony Krier 1947 © Photothèque VdL

Il est rare de pouvoir retracer l'histoire d'une enseigne aussi ancienne que celle de l'Ancre d'Or. L'histoire de cet établissement montre à quel point la brasserie ou le restaurant sont un lieu important où se jouait la vie sociale. Elle illustre aussi à quel point la personnalité de l'exploitant réussit à fidéliser sa clientèle, les associations locales, culturelles et politiques.

Robert L. Philippart

Partie I

Ancien séminaire des Pères Jésuites

L'ancien Hôtel Zum goldenen Anker, sis à la rue du Fossé compte parmi les auberges les plus anciennes du pays. Elle était installée dans un des anciens bâtiments du séminaire de la communauté des Jésuites. Celle-ci s'était installée ici en 1689 dans les anciennes maisons de Bande et Ludling. Les Jésuites dirigeaient depuis 1641 en dehors de leur collège, l'Athénée, un séminaire de formation théologique.

Celui-ci occupait sur ce site 5 immeubles différents répartis entre la rue de l'Eau, le Marché-aux-herbes, la rue de la Reine et la rue du Fossé. Une importante porte cochère menait de la rue du Fossé vers la cour intérieure au fond de laquelle se trouvait l'importante maison abritant le corps central du séminaire et qui deviendra hôtel.

Intégré dans l'enceinte fortifiée

Après la suppression de l'ordre des Jésuites en 1773 par le pape Clément XIV et les lettres patentes de l'Impératrice Marie-Thérèse, la grande maison du séminaire avait été vendue en 1774 à François Louis Bette, capitaine du régiment du Comte d'Arberg au service de l'Impératrice autrichienne Marie-Thérèse. L'immeuble intégrait la tour N°14 de la première enceinte en pierre de la ville. Celle-ci est datée de nos jours à la période de construction s'étirant de 1170 à 1190. Ceci explique l'existence de la forte épaisseur des murs de l'ancien bâtiment, disparu de nos jours et de la forte épaisseur des murs du pavillon. L'ensemble historique a été démoli en 1980, la loi de 1983 concernant la conservation et la protection des monuments nationaux n'existant pas encore.

Auberge depuis 1823

Les origines de l'établissement Zum goldenen Anker remontent à 1823, c'est-à-dire à la vente de



Michel Plaqué © Photothèque VdL

l'immeuble suite à l'héritage en provenance de la famille Bette. L'aubergiste Heuertz-Majerus était le premier à y établir une auberge. En 1850, des vendeurs et artisans ambulants s'établirent chez « Kintzinger » qui venait de reprendre l'enseigne. En 1863, la maison fut dirigée par la famille Anders-Vesque.

Du temps de la forteresse, du bois de cheminée, du charbon, des céréales en provenance de Berlin, des chevaux furent déposés dans la cour et y mis aux enchères. Les salles de l'établissement servaient également à la tenue de ventes publiques d'immeubles. Grâce à sa vaste cour, avec abreuvoir pour chevaux, l'auberge servait en 1866 de rendez-vous tant aux messagers postaux qu'aux livreurs de toutes sortes de biens, y compris de mobilier. Les diligences postales partaient en direction de 20 localités du pays, dont Clervaux, Echternach, Vianden, Mersch, Mondorf et Remich. Certains artisans avaient même loué des dépôts temporaires dans différentes pièces de l'établissement. Ils faisaient leur commerce à l'adresse de l'auberge. La maison profitait directement des relations avec les marchands de la campagne se rendant en ville à l'occasion du marché. De jeunes artisans annonçaient dans la presse qu'ils étaient à la recherche du travail. Ils n'étaient pas originaires de la ville et indiquaient l'Hôtel Anders – zum goldenen Anker comme adresse de résidence. A partir de 1869, la veuve Anders-Vesque allait gérer toute seule l'établissement.

Jérôme Anders combattant pour la démocratie

Son fils Jérôme Anders allait reprendre l'auberge peu avant 1887. Il s'était engagé pour représenter le commerce de la ville au sein du syndicat «Handelsbund». En 1888 et 1894, il s'était présenté avec succès aux élections au conseil communal. En 1890 Jérôme Anders se fit remarquer par son soutien à la demande de réduction du cens électoral. Ainsi, il soutenait l'idée de vouloir « faire participer au gouvernement le plus grand nombre de citoyens ». Il considérait que « l'exercice du droit de vote constitue la seule voie légale pour réaliser les justes revendications des classes laborieuses » (Indépendance luxembourgeoise 5 mai 1891).



Inconnu 1899 © Photothèque Ville de Luxembourg

J.-Jérôme Anders fut membre fondateur des « Königlich-Grossherzoglichen Geflügelvereines » ce qui lui permit d'accueillir dans son établissement régulièrement l'assemblée générale de cette association ainsi que des expositions avicoles. Les réunions étaient arrosées de vins de la Moselle, de la Sarre et de Bordeaux. En 1891, le « Fauna Verein Luxemburger Naturfreunde » fut fondé à l'auberge « zum goldenen Anker ». L'auberge devint aussitôt le rendez-vous du « Lehrer Unterstützungsvereins », du « Bauernverein », des retraités du Corps des Chasseurs luxembourgeois regroupés au sein du « Ex-Militärverband ». Les syndicats des coiffeurs, des cordonniers, des installateurs, des charpentiers tenaient régulièrement leurs réunions à

l'Ancre d'Or. Ces réunions pouvaient comporter jusqu'à 37 personnes.

Jérôme Anders jr, fondateur de la promotion touristique

Jérôme Anders eut comme fils Jérôme (1893-1983), économiste à l'instar de qui l'Union des villes et centres touristiques avait été fondée en 1933. Cette Union est l'ancêtre de l'Office National du Tourisme, aujourd'hui Luxembourg for Tourism. Anders se distinguait également par ses nombreuses publications et analyses sur l'évolution du tourisme luxembourgeois et de l'économie du pays en général.

Huile d'olive EHTL, un concentré de santé

Un partenariat conclu avec Toula Vassilacou-Fassea, ancienne directrice de l'École européenne au Luxembourg, et propriétaire d'une oliveraie familiale dans le sud du Péloponnèse, est à l'origine d'une huile d'olive conditionnée spécialement pour l'EHTL.

Produite à partir d'olives Kroneiki, cette huile extra vierge de qualité ultra premium est particulièrement riche en polyphénols. Un taux d'acidité très bas et une durée de conservation de 24 mois témoignent si besoin en est de la qualité extraordinaire du produit.

Associé à une alimentation saine et équilibrée, ce trésor biologique gorgé de soleil est un précieux allié santé qui booste le cerveau, renforce le système immunitaire, et contribue à prévenir toute une série de maux (cancers, Alzheimer, AVC, diabète...).

L'huile d'olive EHTL est disponible dans des bouteilles de 0,5 l et 0,75 l, ainsi qu'en bidons de 3 l. La vente de ce produit d'exception contribue à financer des projets pédagogiques à l'EHTL et à promouvoir la renommée de l'école.

Les points de vente sont en ce moment l'EHTL à Diekirch et le Domaine thermal à Mondorf.

Découvrez de délicieuses recettes et les modalités de commande sur www.ehtl.lu.



L'EHTL étoffe son offre de formations



Seule école consacrée à l'hospitalité au Luxembourg, au cours des dernières années, l'EHTL a constamment élargi son offre de formations, afin de préparer les futurs professionnels à tous les niveaux : formation professionnelle, enseignement général et brevet de technicien supérieur.

À partir de la rentrée 2020/2021, l'EHTL proposera le CCP (Certificat de Capacité Professionnelle) en cuisine, en régime concomitant. Cette formation s'adresse aux jeunes issus de classes d'initiation professionnelle (5e P, 18 modules réussis) et aux adultes. Après cette formation de trois ans, l'apprenant intègre le marché du travail.

Le/la titulaire d'un CCP assiste le personnel de cuisine dans son travail. Il/elle prend en charge les potages, les entrées, les plats principaux et les desserts. Les principaux débouchés sont : cantines, hôpitaux, écoles, auberges, hôtels et restaurants de toute taille et type de cuisine.

L'obtention du CCP permet également de continuer sa formation en vue d'un DAP (Diplôme d'Aptitude Professionnelle).

Autre nouveauté : le DAP Restaurateur international, avec comme anglais en tant que langue véhiculaire, permet de préparer les élèves de façon optimale pour exercer leur profession partout dans le monde. Niveau de langues requis : anglais A2 et français.

Découvrez toutes les formations de l'EHTL et ses portes ouvertes virtuelles sur www.ehtl.lu.

Journées d'inscription : 20/21/22 juillet 2020



LA PROVENCALE
votre garant de qualité depuis 1969

ENSEMBLE pour réussir
la réouverture en toute sécurité !



Dernier délai pour le chômage partiel

TVA à 3 %



Une nouvelle pétition (n°1612) vient d'être déposée à la Chambre des Députés. Son auteur, M. Frank Bauer demande un retour de TVA à 3% dans le secteur Horesca. Les personnes intéressées peuvent la signer jusqu'au 14 juillet.

<https://www.chd.lu>

Rappelons dans ce contexte que Horesca avait demandé une baisse de la TVA sur les boissons alcoolisées pour aider nos entreprises dans cette période de crise.

Mais en répondant à une question parlementaire, le Gouvernement avait déclaré à la fin du mois de mai qu'il n'avait pas l'intention de faire un tel geste. Peut-être que cette pétition changera la donne sachant que l'Autriche prévoit de baisser la TVA sur tous les produits en restauration, aussi les boissons alcoolisées.

L'ADEM tient à rappeler que l'employeur dispose d'un délai de 3 mois suivant le mois de la survenance du chômage partiel COVID-19 pour introduire le décompte. Ainsi, pour la demande de chômage partiel du mois de mars 2020, l'employeur doit obligatoirement avoir introduit son décompte pour le 30 juin 2020 au plus tard. Passé ce délai, l'employeur devra rembourser l'intégralité des avances reçues pour le mois de mars.

Pour chaque avance reçue, l'entreprise est invitée par email ou courrier à procéder au décompte sur MyGuichet. Le responsable, et le cas échéant son mandataire, reçoivent un numéro de référence de dossier sous format CHP2020XXXXXXXX, qui doit obligatoirement être précisé dans le formulaire sur MyGuichet, accessible via le lien : <https://gd.lu/7gkq3V> Les éventuelles entreprises n'ayant pas reçu l'invitation à procéder au décompte pour le mois de mars 2020 sont priées de contacter l'ADEM dans les plus brefs délais.

En cas de questions liées au chômage partiel, les entreprises sont priées de consulter en premier lieu la rubrique FAQ sur le site (<https://adem.public.lu/.../suppo.../faq/faq-chomage-partiel.html>). Elles peuvent aussi joindre le Contact Center de l'ADEM au 247 88000 ou par mail info@adem.etat.lu.

Dates limites pour introduire les demandes de chômage partiel lié à la relance économique

Avec la fin de l'état de crise et pour relancer l'économie, de nouvelles modalités d'octroi du chômage partiel aux entreprises touchées par la crise liée au COVID-19 sont en vigueur à partir du mois de juillet et jusqu'au 31 décembre 2020.

Les demandes pour le mois de juillet doivent avoir été effectuées via MyGuichet.lu du 20 au 26 juin inclus; les demandes pour le mois d'août doivent être effectuées via MyGuichet.lu du 1^{er} au 12 juillet inclus.

Les demandes pour les mois de septembre, octobre, novembre et décembre doivent être introduites via MyGuichet.lu au plus tard le 12^e jour du mois précédent la période de chômage partiel demandée (p.ex. avant le 12 août pour la demande de chômage partiel qui se rapporte au mois de septembre). Le bénéfice du chômage partiel ne peut en aucun cas être accordé rétroactivement.

L'entreprise, ou son mandataire (p.ex. une fiduciaire), doit obligatoirement introduire la demande par voie électronique à travers son espace professionnel de la plateforme MyGuichet.lu. La personne qui introduit la demande a besoin d'un produit LuxTrust (p.ex. Token, Smartcard ou Signing stick) ou d'une carte d'identité électronique.

La hotline 8002-9191 fonctionne tous les jours ouvrables entre 8 et 17 heures pour répondre aux questions relatives aux demandes de chômage partiel lié à la relance économique.

35^e année n° 418 2020 n° 6

Impressum : « Horesca » est une publication mensuelle éditée sous la responsabilité de la fédération nationale Horesca a.s.b.l., distribuée à tous les hôteliers, cafetiers et restaurateurs, métiers de bouche, administrations communales, partis politiques, Communautés européennes, Institutions nationales et internationales.

Prix de vente: 3 € Abonnement annuel: 30 €

Rédaction: Horesca, BP 2524

L-1025 Luxembourg Tél.: 4213551

www.horesca.lu / horesca@ymail.com

Rédacteur en chef: Dave Giannandrea

Direction de la publication: François Koepp

Publicité: brain&more 100A, route d'Arton

L-1150 Luxembourg Tél.: 26 84 71 1 Fax: 26

48 35 10 E-mail : brain@brain.lu www.brain.lu

Impression: Imprimerie Centrale

 Printed in Luxembourg

Tirage: 6.000/mois

Horesca est membre de :





**Soutenir ceux qui font l'économie,
de près comme de loin.**

Är
Restauranten,
Caféen & Hoteller
hunn erëm op!

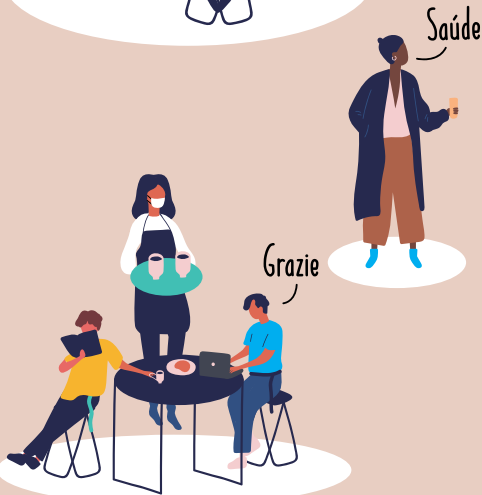
#KommEtBeiEis

SAFE TO SERVE
HORESCA

HOTEL

RESTAURANT

CAFÉ



Grazie

Prost

Merci

Nous sommes de nouveau ouverts ! #VenezChezNous
We are open again! #JoinUs

horesca.lu

horesca.lu

horesca

