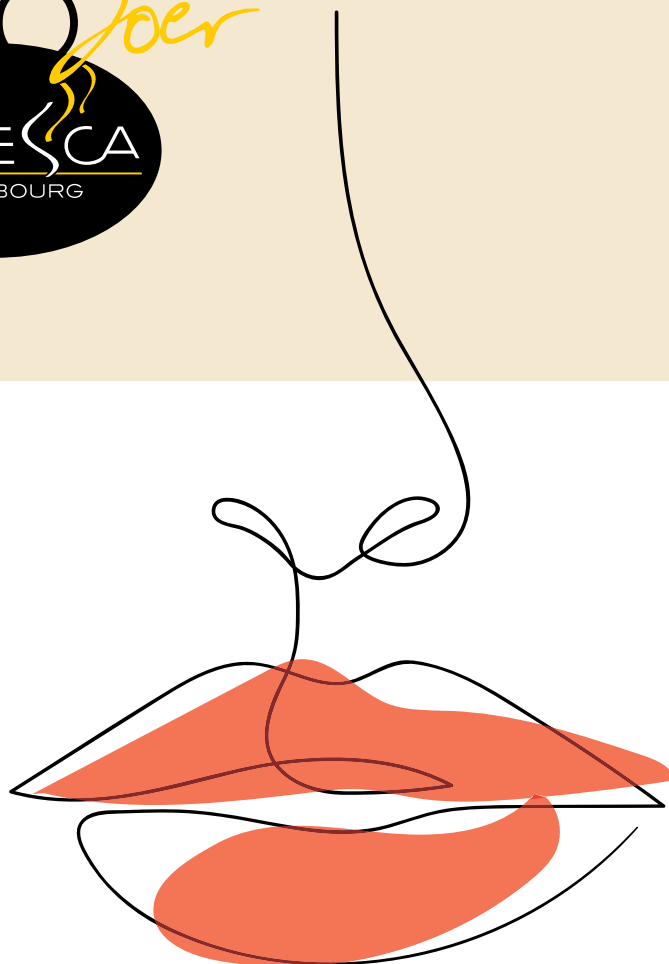


50^e ANNIVERSAIRE – HORESCA LUXEMBOURG

14 JUIN 2022



Avec le soutien de :



ISBN 978-99959-941-5-0



9 789995 994150

Live & Enjoy
Hospitality



**Domaines Vinsmoselle wünsch der Horesca
all Guddes vir de 50^{sten} Anniversaire.**



**DOMAINES
VINSMOSELLE**
LUXEMBOURG

V
LES VIGNERONS
DE DOMAINES VINSMOSELLE


POLL-FABAIRE
CRÉMANT DE LUXEMBOURG


Château
EDMOND
FONTAINE
www.edmondfontaine.com

VIGNUM



Préface



Introduction



Avant-propos

IMPRESSUM

Éditeur

Fédération Nationale des
Hôteliers, Restaurateurs et
Cafetiers - HORESCA

Concept, réalisation & mise en page

brain&more
agence en communication
www.brain.lu

Rédaction

HORESCA,
Ministère de l'Économie -
Direction générale des Classes
moyennes,

Alain Rix,
François Koepf,
Robert Schneider,
Philippe Eschenauer,
Dave Giannandrea,
Claude Ries,
Patrick Calzi,
Robert L. Philippart,
Claude Wolf,
Joë Haas,
Erwan Nonet,
Carole Theisen,
brain&more - agence
en communication.

Régie publicitaire

brain&more - agence
en communication

Photos

HORESCA,
Alain Rix,
François Koepf,
Archives HORESCA,
Photothèque de la Ville de
Luxembourg.

Les autres copyrights sont
mentionnés près des photos.

Impression

Imprimerie Heintz

ISBN 978-99959-941-5-0

Nous tenons à remercier tous
ceux qui ont contribué à la
réalisation de ce « mook »,
ainsi que ceux qui ont
permis sa publication.

Reproduction interdite sans
le consentement écrit des
auteurs et de l'éditeur.

© HORESCA 2022



Historique



Points de vue



Hospitality



Écoles et Formations



Patrimoine



L'impact sur la vie associative



La cuisine luxembourgeoise



Les décors



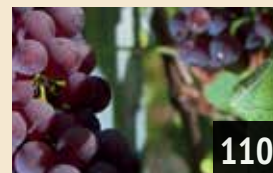
Le culte des cafés



Décisions politiques



Les terrasses



Le vin



Les alcools forts



La bière



La musique



© Ministère de l'Économie

Lex DELLES

Ministre du Tourisme

Ministre des Classes moyennes

Peu de secteurs sont aussi liés à l'identité luxembourgeoise que l'Horeca. Notre pluralité culturelle et notre ouverture d'esprit se reflètent dans la diversité impressionnante de ces établissements. De la cuisine luxembourgeoise traditionnelle à la haute cuisine, de l'hôtel cinq étoiles exquis au camping de charme, du modeste bistro de quartier au café « hipster » branché : les résidents et les touristes sont séduits par ce mélange unique.

Depuis 50 ans, ces entreprises ont un porte-parole commun : l'HORESCA qui est l'interlocuteur officiel vis-à-vis de toutes les instances étatiques, politiques, administratives et privées dès qu'il s'agit de défendre les intérêts des entreprises du secteur Horeca.

Les relations entre l'HORESCA et les institutions publiques ont toujours été marquées par un grand respect mutuel. Ce constat vaut particulièrement pour la Direction générale des classes moyennes et la Direction générale du tourisme, qui se réjouissent d'un échange régulier, chaleureux et productif avec les représentants de l'HORESCA. C'est d'ailleurs surtout en période de crise qu'un tel modèle de coopération se révèle particulièrement précieux.

En effet, au cours des deux dernières années, le secteur a été confronté à un nouveau défi sans précédent. La pandémie de Covid-19 a mis un arrêt soudain à l'activité des entreprises Horeca. Grâce à notre échange intensif, la Direction générale des classes moyennes a mis en place différents régimes d'aide ciblés soutenant les entreprises du secteur Horeca se trouvant en difficulté. C'est aussi dans ce contexte de crise sanitaire que nous avons lancé ensemble le label « SAFE TO SERVE » afin de préserver la sécurité sanitaire du personnel et des clients tout en respectant l'accueil et la convivialité.

Notre collaboration fructueuse avec l'HORESCA ne se limite toutefois pas à des objectifs à court terme dans le contexte d'une crise mondiale. Ensemble, nous poursuivons également des objectifs stratégiques à long terme. Notons par exemple que la Direction générale du tourisme et l'HORESCA ont mis en œuvre en 2017 une nouvelle classification uniformisée pour les hôtels et les campings, promouvant ainsi la qualité et la transparence de l'offre touristique.

L'HORESCA et la Direction générale des Classes moyennes collaborent également au sein du Haut comité PME. Ceci afin de discuter des mesures pour stimuler l'entrepreneuriat, la création d'entreprise et, finalement, favoriser le développement du secteur des PME. N'oublions finalement pas notre projet commun « Dreamjobs Ambassadors » qui promeut l'attractivité des métiers du secteur Horeca.

Il me tient donc à cœur de féliciter l'HORESCA pour son engagement et son travail de qualité et je lui adresse mes plus sincères vœux de succès.



Conférence de presse – Réouverture HoReCa, label « Safe to Serve » - Mai 2020 - Carlo Thelen, Alain Rix, Lex Delles, François Koepf

3 Questions à Monsieur le Ministre Lex Delles

WÉI SINN ÄR ERFARUNGEN DÉI LESCHT JOREN AM HORECA-SECTEUR?

De Lëtzebuurger Horeca-Secteur zeechent sech duerch seng Diversitéit a Qualitéit aus. Eis Restauranten, Caféen an Hebergementsbetriber verstinn et ëmmer erëm, d'Residenten an d'Touriste mat hirer gudder Verfleegung an hirem frëndlechen Ëmfang ze iwwerzeegen. Den Horeca-Secteur gehéiert och a mengen Aen zur Lëtzebuurger Identitéit a spigelt eis kulturell Villfalt erëm. Vun traditionell bis innovativ a vu lokal bis international ass an deem Secteur alles ze fannen. Aus deem Grond verfügen d'Horeca-Betriber zu Lëtzebuerg an am Ausland iwwert en exzellente Ruff a zielen ouni Zweiwel zu eisen touristeschen Attraktiounen. Zudeem dierf een net vergiessen, datt den Horeca-Secteur mat senger mëttelstänneger Betriber eng wichteg Roll fir eis Wirtschaft spillt. Grad d'Pandemie huet gewisen, wéi eng wichteg Funktioun den Horeca-Secteur fir eist gesellschaftlecht Zesummeliewe spillt.

A WÉI WÄIT HUET D'CORONAKRIS DE SECTEUR GETRAFF?

Den Horeca-Secteur huet zu deene Branchen gehéiert, déi am schwéierste vun der COVID-19-Pandemie getraff goufen. Dofir huet d'Regierung och net gezéckt, de Betriber eng séier an effizient Hëllef ze bidden.

Dës Hëllefsmesurë goufen och ëmmer erëm ugepasst, fir d'Entreprisë kënnen cibléiert ze ënnerstëtzen. Esou goufen zënter Ufank 2020 iwwer 500 Milliounen Euro Hëllef ausbezuecht. Zudeem, goufen dem Secteur iwwer eng Millioun Schnelltester gratis zur Verfügung gestallt, fir d'Betriber an dese schwéieren Zäiten ze ënnerstëtzen an e klengen Schrëtt zréck an d'Normalitéit ze erméiglechen.

An deem Kontext muss een ënnersträichen, datt d'Horeca-Betriber an hir Mataarbechter an deser Kris ëmmer erëm hir aussergewöhnlech Ausdauer, Resilienz a Kreativitéit bewisen hunn. Alternativ Liwwermodeller ënnersträichen d'Imaginatioun vun deem Secteur.

Während der Coronakris ware mir och am stännegen Austausch mam Secteur. Dese kontinuéierlechen Echange an déi regelméisseg Gespréicher mat der HORESCA fir en direkten Abléck vun der Situatioun um Terrain ze kréien, bleiwen och weiderhin onerlässelech.

WÉI GESITT DIR D'EVOLUTIOUN?

Den Horeca-Secteur ass a bleift e weesentleche Secteur vun eiser Ekonomie an e wichtege Motor fir Beschäftegung am Land, mat iwwert 18.000 Aarbechtsplazen.

Ouni Restauranten, Caféen an Hoteller wier eist Stadbild traureg. Et gi wéineg Entreprisën, déi esou vill zum gesellschaftlechen Zesummeliewe bäidroen. Allerdéngs ginn et och Erausforderungen, déi mir mussen ugoen: beispillsweis de Mangel u qualifiziertem Personal oder d'Transmissioun vun Entreprisën, wann de Patron an d'Pensioun geet. Ech sinn dovun iwwerzeegt, datt mir des Erausforderunge gemeinsam mat den Horeca-Betriber meeschtere wäerten. Ech hu keen Zweiwel dorun, datt dese Secteur, mat senger Diversitéit, Qualitéit a Kreativitéit, weiderhin zu eisen Aushängeschëlde gehéiere wäert.



Alain RIX

Président de l'HORESCA

« Les 50 ans de l'HORESCA » – voilà un anniversaire qui se doit d'être célébré dignement, même si la pandémie nous oblige à le fêter avec deux ans de retard.

En publiant ce livre, nous voulons offrir à tous les membres, partenaires et amis de l'HORESCA un souvenir durable de ce jubilé. Il s'agit d'un intéressant recueil qui, documentant non seulement le passé, cherche également à donner un aperçu de l'orientation actuelle et future de notre association. De plus, il contient d'intéressants articles consacrés à un grand nombre de sujets liés au secteur HoReCa.

Issue en 1970 des trois associations professionnelles que furent le SACOL (fondé en 1906) l'HOCAREL et l'HOREST, l'HORESCA fonctionne aujourd'hui sur des bases solides. Il s'agit de l'une des rares fédérations au Grand-Duché défendant efficacement les intérêts d'une catégorie professionnelle spécifique tout en lui proposant un vaste ensemble de services d'accompagnement et de conseil.

Dans ses activités, l'HORESCA a toujours été une association résolument tournée vers l'avenir des catégories professionnelles qu'elle représente. Citons à titre d'exemples la création, dès 1949, de l'École hôtelière de Diekirch par le SACOL, syndicat professionnel antérieur à l'HORESCA, de même que le développement permanent et systématique des services proposés aux entreprises membres, ainsi que les interventions mûrement réfléchies et prévoyantes dans le cadre de décisions politiques et administratives. Ces dernières font l'objet d'une présentation approfondie dans ce livre.

L'objectif de l'HORESCA a toujours été d'œuvrer de toutes ses forces pour la pérennité et la prospérité des hôtels, des restaurants et des cafés luxembourgeois. Cet objectif reste inchangé !





Remise des prix de la campagne « Dreamjobs Ambassadors », Septembre 2021. Revivez toutes les vidéos réalisées pour la campagne grâce au Code QR

La grande majorité des entreprises du secteur HoReCa luxembourgeois sont aujourd'hui membres de l'HOESCA – et ce moyennant des cotisations très avantageuses par rapport à celles des organisations étrangères. Représentant ses membres, la fédération leur propose également des services de conseil juridique tout en les conseillant sur des questions techniques relatives à l'équipement des locaux. Si des membres envisagent d'ouvrir un hôtel, un restaurant ou un café, l'HOESCA les assiste en leur fournissant des conseils. En tant que membre du comité directeur de la MC, l'HOESCA et la House of Entrepreneurship, contribuent à faciliter le financement par un cautionnement de prêt. De plus, l'association propose un soutien en matière de recrutement aux entreprises via son site Internet. Quand une entreprise communique les postes vacants à l'HOESCA, ceux-ci sont informatiquement transmis à l'ADEM et en mettent en même temps les demandeurs d'emploi directement en contact avec cette dernière – ce qui est d'ailleurs un bel exemple de simplification administrative.

Distribué au niveau national, le magazine de la fédération constitue, à l'instar du site Web www.horesca.lu, une précieuse source d'informations pour les membres. Tant le magazine que le site proposent une mul-

titude d'informations et de conseils utiles et pratiques.

Autre fonction importante de la fédération : la classification HSU des hôtels est effectuée par l'HOESCA en collaboration avec le Ministère du Tourisme. Ce système d'évaluation conçu par l'Hotelstars Union, qui est utilisé aujourd'hui dans 22 pays européens, permet de déterminer, sur la base de 400 points à vérifier, le nombre d'étoiles à attribuer à chaque hôtel. Le résultat de l'évaluation est valide pendant une durée de quatre ans, au terme de laquelle une nouvelle évaluation est nécessaire.

De plus, l'HOESCA joue depuis des décennies un rôle essentiel dans la formation des futurs professionnels. Représentée dans de nombreuses commissions d'examen, la fédération, qui participe à l'élaboration de programmes scolaires destinés aux cuisiniers et au personnel chargé du service, est depuis de longues années un partenaire actif de l'école hôtelière de Diekirch citée plus haut, tout en collaborant à la reconnaissance officielle de l'expérience pratique. De même, l'HOESCA démontre son engagement dans ce domaine par ses formations HACCP en matière d'hygiène alimentaire, par les cours destinés aux futurs hôteliers, restaurateurs et cafetiers, qui, rencontrant un grand succès, permettent aujourd'hui d'acquérir également des connaissances de

base dans les domaines de la comptabilité et du droit, ainsi que par des actions ponctuelles comme l'initiative Dreamjobs, dont l'objectif est d'enthousiasmer les jeunes pour les métiers du secteur HoReCa.

Nous vivons actuellement une période mouvementée qui confronte notre secteur à de nombreux défis. Dans ce contexte, il va de soi que l'HOESCA poursuivra son engagement actif à l'avenir. Ce faisant, nous voulons avant tout revaloriser davantage les métiers du secteur en continuant à améliorer la formation professionnelle.

C'est ainsi que le programme de nos formations destinées aux hôteliers, restaurateurs et cafetiers a été complété par des cours consacrés à la comptabilité et à la législation. De même, nous envisageons de proposer des cours accélérés permettant aux nouveaux arrivants dans le secteur HoReCa d'acquérir des connaissances de base essentielles dans le domaine du service. Enfin, le magazine de notre fédération changera bientôt de look, fournissant à l'avenir des informations encore plus complètes aux membres.

L'union fait la force – c'est ce dont témoignent les plus de 50 ans de succès de l'HOESCA !

C'est dans cet esprit que je vous souhaite une lecture agréable et instructive.



Mon premier contact personnel avec l'HORESCA est plutôt le fait du hasard

FRANÇOIS KOEPP, Secrétaire Général de l'HORESCA

Mon premier contact personnel avec l'HORESCA est plutôt le fait du hasard.

Par mon père et l'École Hôtelière de Diekirch, je connaissais l'HORESCA, bien sûr.

En tant que vice-président de SACOL, mon père a été l'un des membres fondateurs de l'HORESCA où il a été élu au Conseil d'Administration.

Pour ma part, j'ai rejoint le comité de l'amicale des anciens élèves de l'École Hôtelière dans les années 1980. À cette époque, l'amicale tenait ses réunions régulières dans les bureaux de l'HORESCA, rue des Trévires à Luxembourg-Bonnevoie.

Un jour, lors d'une réunion de l'Amicale EHD, Jean Schintgen m'a demandé si je souhaitais remplacer un membre dans la commission d'Examen au LTB à Bonnevoie.

Au début, j'ai hésité vu le travail croissant dans notre entreprise familiale mais, finalement j'ai accepté.

Au fil du temps, j'ai intégré la commission d'examen de fin d'études hôtelières au LTB et EHD. Cela s'est passé vers la fin des années 1980. J'avais 28 ou 29 ans, je ne le sais plus précisément. Donc, cela fait plus de 30 ans.

Peu à peu, Jean Schintgen m'a incité à rejoindre l'HORESCA en tant qu'observateur, à participer aux réunions du comité



D-Verbandtreffen in Luxemburg, Juni 2013 - François Koepf et Françoise Hetto-Gaasch, Ministre des Classes moyennes et du Tourisme

et, par la suite, à rédiger les rapports des réunions du CA. C'est ainsi que j'ai aussi participé aux réunions de travail du comité des confédérations des classes moyennes, précurseur de l'UEL. Peu à peu, j'ai participé à de nombreuses autres réunions.

Au début de l'année 1996, la décision fût prise de transférer le siège social de l'HORESCA à la Chambre de Commerce pour réunir les fédérations professionnelles du commerce sous un même toit et ainsi favoriser les échanges. Une décision quant à l'ancien siège s'imposait.

Au début, l'idée était de le transformer en y aménageant des appartements et des plans furent même élaborés. Mais comme le financement des travaux de rénovations

était trop élevé pour la fédération et que les réserves financières étaient faibles, le conseil a décidé de vendre le siège. Avec mon aide, cela s'est vite concrétisé.

J'ai succédé en décembre 2010 à Jean Schintgen qui a pris sa retraite à ce moment.

Notre Président Alain Rix m'a motivé pour accepter ce défi.

MON PREMIER GRAND DOSSIER A ÉTÉ CELUI DE L'AUGMENTATION DU PRIX DE L'EAU ET DE L'ÉNERGIE.

Ceci sous l'impulsion de la crise bancaire mais, surtout, pour donner suite à une directive européenne qui disait que tous les services et fournitures étatiques devaient

- SINCE 1894 -



Premium Dairy Products

FOURNIT LES PROFESSIONNELS

- depuis 1894 -



50 ANS
de l'Horesca





Réception Ambassade du Luxembourg à Paris
Signature de contrat formations École Alain Ducasse & EHTL



Meeting HOTREC Estonia, Avril 2017



ITB BERLIN 2016 : F. Koepp, Cindy Tereba, Son Excellence
l'Ambassadeur Georges Santer



Lausanne

être facturés au prix coûtant afin d'éviter que des subventions étatiques cachées soient encore accordées. Cette mesure touchait aussi fortement tous les consommateurs.

Après la crise bancaire, l'État s'est caché derrière les directives européennes pour justifier ces augmentations et réduire le déficit budgétaire accumulé.

Pour éviter l'augmentation des impôts directs et rester compétitif au niveau mondial, il fallait trouver d'autres moyens pour réduire le déficit étatique. Un moyen était de créer ou d'augmenter les taxes, voire de facturer le coût du réseau, de distribution d'énergie. Ce qui revenait à payer une nouvelle fois ce qui avait déjà été payé au travers de nos impôts. Cela faisait partie des effets négatifs de mauvaises directives.

.....
COMBATTRE CETTE AUGMENTATION DÉMESURÉE DU PRIX DE L'EAU N'ÉTAIT PAS FACILE.
.....

Malgré la forte hausse du prix de l'eau, je peux vous assurer que, sans le travail et l'intervention de l'HOESCA, la facture d'eau serait au moins le double de ce que vous payez aujourd'hui.

Vu le nombre croissant de spas et de chambres climatisées dans l'hôtellerie

afin de répondre aux nouvelles attentes du consommateur, la consommation en énergie a considérablement augmenté malgré les nouvelles technologies employées. En analysant ceci, notre constat a été que nous devons plaider auprès des responsables politiques pour un tarif avantageux pour notre secteur mais, surtout, que notre fourniture d'énergie devait être garantie sur le long terme, avec des prix compétitifs pour éviter la désindustrialisation du pays.

Lors de ma première assemblée générale en mars 2011, j'ai pointé du doigt ce problème.

Un autre grand dossier en 2012 était celui de la volonté du gouvernement d'interdire de fumer au bistrot. Après l'entrée en vigueur de la loi au 1 janvier 2014, vous savez ce qu'il en est aujourd'hui. Les cafés ont énormément souffert de cette mesure et une vague de fermeture s'en est suivie.

Heureusement, les terrasses n'étaient pas incluses dans ces nouvelles mesures et l'installation d'un fumoir était possible grâce à nos efforts. Vous savez, le bistrot est souvent le dernier point de rencontre pour les habitants.

Les clubs, c'est l'endroit où se rencontrent la nouvelle et l'ancienne génération.

DEPUIS PLUS DE 50 ANS AU SERVICE DE LA GASTRONOMIE



LA PROVENCALE, grossiste alimentaire depuis 1969

“Familljebetrieb mat Tradition
zanter 1969 am Déngscht vun
der Gastronomie”



Ci-dessus, de gauche à droite, M. Eischen, C. Studer et G. Arendt (1^{ère} génération des associés-gérants). Ci-dessous, La Provençale reçoit un prix du Vatel Club à l'occasion de ses 25 ans.



À l'occasion du World Culinary Cup, les chefs viennent à La Provençale sélectionner leurs produits.



C. Studer (à droite) et M. Eischen lors de la reprise de Weber Soeurs, épicerie fine, en 1969.

EN 1979

Regroupement des activités
sur le site de Leudelange.

EN 1989

Construction des
Halles de Luxembourg
sur le terrain adjacent
(photo ci-contre).



LA PROVENCALE
votre garant de qualité depuis 1969



D-Verbandetreffen in Luxemburg, Juni 2013



*Réunion des Fédérations francophones à Paris
Siège de l'UMIH 2018*



*D-Verbandetreffen in Luxemburg, 2018
Caves René Bentz*



*Journée de l'Hôtellerie 2019
avec Guest Speaker Prof. Clemens*

Un autre coup dur pour le secteur, et surtout pour les cafés, a été l'augmentation du taux de la TVA sur les boissons alcoolisées.

L'augmentation de 14 points - de 3 % à 17 % - en 2015.

Grâce à nos efforts et à nos entrevues avec les responsables du gouvernement, nous avons su défendre le maintien du taux de 3 % de TVA sur les repas, les boissons non-alcoolisées et l'hébergement.

Le secteur a supporté lui-même 50 % de l'augmentation du taux de la TVA représentant quelques 67.000.000 €, pour ne pas reporter toute la hausse sur le consommateur. (Par ce biais, le secteur a contribué au rétablissement des finances publiques - dito HORESCA magazine 09.2014.)

Pour faire face à tous les changements sociétaux, entre cadres réglementaires nationaux et européens (qui sont souvent faits pour les multinationales et qui affectent les plus petits commerces), l'HORESCA a dû se repositionner pour répondre aux nouvelles exigences réglementaires.

Pour mieux informer et former les professionnels du secteur, nous avons repensé et élargi notre gamme de services avec le conseil juridique, les formations d'hygiène, les audits en entreprise, la classification européenne des hôtels HSU, la certification des labels de qualité comme le Hausgemaach, le Safe to serve, le Safe to meet et beaucoup d'autres choses encore.

À cette fin, nous avons engagé un nouveau collaborateur pour mieux venir en aide aux entreprises.

L'obligation du secteur d'indiquer les allergènes sur nos cartes et menus était un nouveau casse-tête. Encore une réglementation

de l'UE pour créer du travail supplémentaire non rémunéré. Force est de constater que le succès de cette réglementation auprès du consommateur n'est pas énorme.

Nous avons recruté des nouveaux formateurs HORESCA pour les cours d'accès à la profession et adapté les cours aux besoins entrepreneuriaux actuels, surtout au niveau du calculs des coûts.

Vous savez, souvent nous agissons avant que le législateur décide de réglementer et d'imposer de nouvelles obligations aux entreprises, comme la nouvelle loi sur les déchets, voire les emballages et consignés.

Avec la SuperDrecksKëscht, nous avons été la première fédération d'Europe à élaborer en 2018 un emballage consigné pour les repas à emporter afin de réduire les emballages jetables et recyclables, donc bien avant que l'UE réagisse avec une nouvelle directive et bien avant la nouvelle loi qui a été présentée en avril de cette année à la Chambre des Députés.

Pour donner plus de force à notre voix et à nos échanges en Europe, l'HORESCA a adhéré à l'HOTREC, le syndicat des hôtels, restaurants et cafés en Europe et a aussi adhéré aux groupements des fédérations francophones et germanophones.

L'HORESCA est membre du Conseil Économique et Social, du conseil de gérance de l'LFT et du LCTO, est membre élu de la Chambre de Commerce, de la Mutualité de cautionnement et de beaucoup d'autres commissions encore, toujours dans le but de défendre les intérêts de la profession.



Expogast 2018 : Alain Rix, Roger Thoss, François Koepf

.....
**LES PROBLÈMES QUE
 RENCONTRE LE SECTEUR
 N'ONT PAS VRAIMENT CHANGÉ
 EN 50 ANS.**

Le manque de main-d'œuvre qualifiée est à l'ordre du jour depuis plus de 50 ans, surtout au niveau du personnel qualifié en cuisine et au service.

Les nouvelles lois et réglementations ne facilitent pas la tâche des entreprises.

Au lieu de parler de la simplification administrative, nous parlons de la complication administrative depuis plus de 20 ans.

La surréglementation nous étouffe. Les directives sur les voyages à forfait (UE) 2025/2302, sur les déchets, les acrylamides (EU) 2017/2158, le nutriscore, la réforme du congé parental, le traitement des données personnelles avec le nouveau règlement sur la protection de données en 2018 (UE)

2016/679, la multitude des contrôles étatiques de l'ITM, des services des douanes et accises, de l'hygiène ne simplifient pas notre tâche quotidienne et pèsent sur la rentabilité des entreprises car il faut souvent investir, surtout dans les ressources humaines, pour pouvoir gérer tout le travail administratif.

La rentabilité des entreprises a toujours été un thème fort. Je vous cite l'office des prix qui a décidé des prix maxima affichés pour certains produits, comme la bière, le Coca, le verre de vin, la drépp et qui ne tenait pas compte de l'évolution des coûts dans le secteur. Certains partis politiques, surtout au sud du pays, craignaient de perdre les voix des électeurs si le prix de la bière augmentait. L'HORESCA et les cafetiers se sont battus pour le franc flexible qui pouvait être ajouté au prix de vente de la bière et, ensuite, avec l'aide de l'HORESCA pour la liberté des prix.



Stand Expogast 2018



D-Verbandetreffen in Luxemburg, 2018



D-Verbandetreffen in Luxemburg, 2018 : Restaurant Mathes Ahn. Invité d'Honneur SE. Dr Heinrich Krefz, Botschafter der Bundesrepublik Deutschland



D-Verbandetreffen in Luxemburg, 2018, Hôtel Royal, Luxembourg



Interview RTL, Novembre 2019

Ils ont même fait la grève en fermant un jour tous les bistrot du pays, sauf quelques-uns bien sûr, qui ont tout de même profité de l'action de leurs collègues.

Au fil des 12 dernières années, nous avons beaucoup travaillé. Nous avons créé la Journée de l'Hôtellerie qui a connu un grand succès, au cours de laquelle des orateurs étrangers ont informé les participants des évolutions et tendances du secteur.

Nous étions présents avec un stand aux expositions EXPOGAST et le serons aussi en 2022. Nous avons accueilli le congrès de l'HOTREC en 2015 au Luxembourg.

Cet évènement a été rehaussé par la présence de S.A.R le Grand-Duc héritier Guillaume lors du dîner de gala qui a eu lieu au Cercle Municipal.

En 2012 et 2018, nous avons accueilli les fédérations germanophones au Luxembourg.

En 2016, nous avons créé le label « Wëllkomm » pour les cafés car ceux-ci n'étaient pas éligibles aux aides étatiques, ce que nous avons toujours déploré. Lors de nos entrevues avec la secrétaire d'État Francine Closener, nous avons développé l'idée de créer un label de qualité pour le service et les lieux. Par ce biais, les entreprises qui accédaient au label pouvaient prétendre à une aide étatique pour investissement.

Nous avons édité des nouveaux guides hygiène et fiches de travail téléchargeables sur notre site pour nos membres. Nous éditons un magazine mensuel et notre guide annuel qui est distribué gratuitement à toute entreprise de notre secteur et à tous les métiers de bouche.

En 2015 et 2020, la refonte de notre site Internet est devenue indispensable pour pouvoir suivre les nouvelles tendances technologiques.

En 2019, la campagne de respect mutuel des fumeurs et non-fumeurs en terrasses a été réalisée pour éviter l'interdiction de fumer en terrasse. Il ne faut pas oublier les nombreuses séances d'information pour nos membres, les nombreux avis et prises de positions sur les nouveaux projets de loi, notre présence dans la presse et dans les médias nationaux et étrangers, notre participation à plus de 3000 réunions de travail avec les ministères et administrations, l'UEL, les Commissions d'Examens, LFT, et LCTO... La liste est trop longue pour tout citer.

Avec l'HOTREC et surtout mon homologue de l'IHA Markus Luthe que je remercie personnellement pour son engagement, nous nous engageons à combattre la position dominante des plateformes et des sites de réservations qui ne sont rien d'autres que des vautours qui volent au-dessus de nos entreprises pour grignoter fortement nos marges avec de commissions de 15 à 25 % du prix de vente. Les dernières évolutions en Europe ont déjà freiné un peu l'agissement dominant des plateformes de réservations quant à la parité des prix.

Depuis de nombreuses années, nous travaillons sur la problématique de la transmission des entreprises et insistons auprès du gouvernement pour que, si un membre de la famille reprend l'activité de ses parents, cette transmission ne doit pas être grevée par un impôt de cessation vu que l'entreprise continue à fonctionner et que les emplois sont préservés.



LODYSS

G.D. DE LUXEMBOURG



MINERAL ICE AGE WATER

G.D. DE LUXEMBOURG



ZÉRO NITRATE

www.lodyss.lu



*D-Verbandtreffen in Luxemburg, 2018 :
Roundtrip Bus Historique*



*Réception à l'Ambassade du Luxembourg à Paris,
Alain Ducasse & EHTL*



*Réception à l'Ambassade du Luxembourg à Paris, avec
SE. l' Ambassadrice Martine Schommer*

Malheureusement, nous n'avons pas réussi à ce jour à persuader le gouvernement qu'il était temps de réagir pour préserver les dernières entreprises familiales, surtout celles en nom privé.

Cependant, la plus grande crise à laquelle le secteur a été confronté depuis la Deuxième Guerre mondiale a été celle de la Covid-19.

.....
**PENDANT DEUX ANS, NOTRE
SECTEUR A VÉCU UN CALVAIRE
AVEC LES FERMETURES ET LES
RESTRICTIONS SANITAIRES
SUCCESSIVES.**
.....

Au début de l'année 2020, nous étions déjà très inquiets en analysant les nouvelles annonçant qu'une pandémie mondiale comme la grippe espagnole pouvait voir le jour. Malheureusement, notre inquiétude s'est avérée juste.

Nous avons directement pris contact avec notre Ministre de tutelle, Lex Delles, pour parler des répercussions sur notre secteur.

Le Ministre a immédiatement réagi et compris nos soucis. De nombreuses rencontres et des échanges fructueux ont eu lieu, même en tripartite ministérielle, avec le Ministre des Finances Pierre Gramegna, la Ministre de la Santé Paulette Lenert et le Ministre des Classes Moyennes et du Tourisme Lex Delles.

Lors des échanges, nous avons expliqué notre position au Ministre. Nous avons démontré que les aides existantes étaient insuffisantes et qu'il fallait élaborer un mécanisme efficace d'aides aux entreprises, mécanisme indispensable pour assurer la survie de tout un secteur.

A côté du chômage partiel, le report de la TVA et des cotisations patronales du

CCSS, l'annulation des tranches d'impôts, l'avance remboursable, la garantie accordée par la Mutualité de cautionnement de la Chambre de Commerce et les aides pour les indépendants, la nouvelle aide des coûts non couverts et l'aide à la relance ont vu le jour.

Ces deux aides ont été proposées et défendues par l'HORESCA auprès du Ministre Lex Delles et de ses plus proches collaborateurs. Des discussions quant aux modalités et à la faisabilité au niveau européen ont été entamées. L'aide à la relance était une proposition de l'HORESCA.

Les modalités ont été décidées par le gouvernement après évaluation des coûts pour le budget d'État. Le Ministre Lex Delles a défendu cette idée auprès du Conseil des Ministres et a toujours défendu les intérêts de notre secteur.

L'idée de l'aide des coûts non couverts est à la base une idée des fédérations autrichienne et allemande à laquelle nous nous sommes vite ralliés. La House of Entrepreneurship a aussi défendu et élaboré en partie cette aide avec le soutien de l'HORESCA.

Il faut retenir que nous avons fait des propositions, mais c'est finalement le gouvernement qui a décidé de l'ampleur et du mécanisme d'aides qui a aussi dû trouver l'aval de la Commission européenne. Tous les mécanismes d'aides doivent être reportés à la Commission européenne. En tant que membre d'HOTREC, nous avons au début de la crise envoyé un courrier à la commissaire européenne Vestager pour lui demander d'autoriser les États membres de l'UE à subventionner les entreprises du secteur Horeca pour ainsi garantir leur survie et sauver des millions d'emplois.



Réunion des fédérations francophones à Paris 2018

Je ne peux que remercier tous les acteurs qui ont soutenu nos démarches, mais surtout toute l'équipe et les collaborateurs du ministère des Classes Moyennes, et finalement notre ministre des Classes Moyennes et du Tourisme, Lex Delles.

Lors de la première fermeture administrative du 16 mars 2020, nous avons immédiatement élaboré un label de qualité de service « Safe to serve » que nous avons présenté au ministère pour préparer la réouverture des entreprises. Par ce label, les entreprises se sont engagées à respecter les mesures sanitaires en vigueur et ont aidé à persuader le gouvernement que nous étions prêts à assurer une réouverture de nos entreprises selon des règles sanitaires précises.

Le 27 mai 2020, la réouverture des terrasses a été un grand succès, avec le beau temps qui était au rendez-vous. Deux jours plus tard, la réouverture totale des cafés et restaurants a suivi. Malheureusement, en novembre 2020, une nouvelle fermeture administrative a été décidée jusqu'au 7 avril 2021. Toute réouverture était conditionnée par des restrictions sanitaires.

Par exemple, un maximum de 4 personnes à table, la distanciation entre les tables, les tests rapides ou des heures d'ouverture restreintes.

.....
PENDANT LONGTEMPS, NOTRE SECTEUR A TESTÉ PLUS DE PERSONNES QUE LE MINISTÈRE DE LA SANTÉ.
.....

Au début, celui-ci était contre le test rapide, il ne le jugeait pas assez fiable, mais nous a finalement obligés à faire ces tests auprès de nos clients.

Avec la campagne de vaccination dans notre secteur, nous avons contribué à améliorer le taux de vaccination auprès de nos salariés pour mieux les protéger contre la COVID-19.

C'était une période difficile pour le secteur et de nombreux commerces ont fermé leurs portes. Alors que l'on croyait que la crise sanitaire et économique était terminée, une nouvelle crise vient d'éclater.

Avec l'invasion de l'Ukraine par la Russie, une incertitude économique a resurgi.

Nous condamnons fortement cette invasion et soutenons le peuple ukrainien dans son combat contre l'envahisseur russe. Force est de constater qu'à la suite de cette guerre, les prix de l'énergie et des matières premières dérapent et l'inflation grimpe à presque 7 %, ce qui pèse lourdement sur les résultats des entreprises. Le secteur horeca sera dans tous les cas affectés par ce nouveau conflit et ne se remettra pas avant 2024 de ces séquelles.

D'autres défis permanents sont l'embauche simplifiée des extras pour les événements imprévus, la libéralisation et la réorganisation des heures de travail pour mieux concurrencer le commerce en ligne qui travaille sans restriction (naturellement avec tous les suppléments à payer) pour donner suite au manque de main-d'œuvre dans notre secteur et, naturellement, la digitalisation.

Je souhaite en tout cas un avenir prospère au secteur et je crois profondément qu'il est assez dynamique et inventif pour se réinventer après chaque crise dont il sortira à chaque fois plus fort.



Ein nutzloser Commodore, die Expogast und Herausforderungen an die Leber

ROBERT SCHNEIDER

Die Tageblatt-Agentur am hauptstädtischen Knuedler war Ende der Achtziger des letzten Jahrtausends mein Arbeitsplatz. Seit einigen Jahren schrieb ich für die Tageszeitung, wartete zu der Zeit aber immer noch auf eine Festanstellung. Mein damaliger Chef Josy Braun wurde an einem frühen Nachmittag von Jean Schintgen kontaktiert; ob er niemanden kenne, der geeignet sei, die Redaktion der Verbandszeitung HORESCA-Informationen zu übernehmen.

Wenige Tage später hatte ich zwar immer noch kein festes Einkommen, dafür aber ein regelmäßiges, und herrschte über das größte Büro meiner gesamten Laufbahn – das ganze erste Stockwerk des damaligen Sitzes des Verbands in der Bonneweger Trevirer-Straße – und hatte Visitenkarten mit einem der längstmöglichen Titel des gesamten europäischen Pressewesens. Ich war „Rédacteur en chef de la Fédération nationale des Hôteliers, Restaurateurs et Cafetiers du Grand-Duché de Luxembourg“.

Das Einstellungsgespräch war kurz und schmerzlos gewesen: Jean Schintgen erklärte mir in seiner typischen, kurz angebundenen Art, dass sie, die HORESCA-Vertreter, keine Schreiber sondern Köche seien und mein Talent somit gebraucht würde.

Etwas ratlos war ich bei der Besichtigung meines Büros schon: Da nahm ein riesiger



Pomolux-Generaterversammlung in der Fels

IBM Commodore (der heute wohl einen enormen Wiederverkaufswert hätte) recht viel Raum auf dem großen Tisch ein. Zwei Telefonbuch-dicke Nutzungsanleitungen und mehrere Floppy-Disks zierten das Ungetüm. Trotz mehrfacher Versuche war mir schnell klar, dass mein Arbeitsplatz die (immerhin elektrische) Schreibmaschine sein würde. Für den Gebrauch des amerikanischen Geräts fehlte mir aber einfach das entsprechende Informatikstudium ...

Claude Peiffer, kurzzeitig Berater bei der Föderation und später erfolgreicher Porzellan-Verkäufer, hatte das Ungetüm scheinbar angeschafft (Computer verhiessen damals Aufbruch und Effizienz), hatte es allerdings wohl auch nie so recht zum Laufen gebracht.

Das Interesse meiner Vorgänger Romain Goerend und Christiane Wagner an dem IBM-Rechenwunder hielt sich ebenfalls in Grenzen und so nahm ich meine Arbeit ohne allzu großes schlechtes Gewissen unter konsequentem Ignorieren des Geräts auf.

Und so entdeckte ich nach und nach während der folgenden fünf Jahre eine für mich neue Welt: Jene der Kulinarik, des guten Essens, der guten Weine, aber besonders jene der Betreiber von Hotels, Restaurants und Cafés, einem ganz besonderen Menschenschlag, wie ich feststellte. Das waren meist ungeheuer arbeitsame und risikofreudige Geschäftsleute, von denen ich viel lernte, was mir in meiner späteren Laufbahn



Jean Schintgen (Mitte), Robert Schneider und Vic Jones (Gastronom vom Kirchberg) Ende der 80er auf der Schueberfouer

in bereits oben genannter Tageszeitung äußerst nützlich sein sollte.

Die Bedeutung der Brauereien in dieser Welt, die wirtschaftlichen Zusammenhänge von Wetter und touristischen Saisons, die Fünfjahrespläne der Regierung zur Förderung der Hotels und vieles mehr bargen für mich kurz danach keine oder zumindest weitaus weniger Geheimnisse als vor diesem professionellen Exkurs, ebenso wenig wie die schon damals qualitativ hochwertige Gastronomie im Land.

Die Zeitschrift selbst, damals wie heute monatlich erscheinend, versuchte ich attraktiver und interessanter zu gestalten. Mein Chef, Jean Schintgen, ließ mich gewähren und manche Experimente durchführen, wie die Einführung einer literarischen Rubrik mit teils recht anzüglichen Texten nationaler Schriftsteller.

Durch den Job konnte ich nicht nur jede Menge Kontakte knüpfen. Er schenkte mir in kurzer Zeit ein enormes Potenzial an publizistischer und journalistischer Erfahrung, das ich in den nachfolgenden 30 beruflichen Zeitungsjahren gut nutzen konnte.

Was nicht heißen soll, dass die Herausforderungen an einen fachorientierten „Chefredakteur“ (der Titel versprach übrigens mehr

als er hielt, da ich der einzige Redakteur der Zeitschrift war, flankiert lediglich durch den treuen und leider inzwischen verstorbenen HORESCA-Fotografen Batty Kieffer) nicht nur mental, sondern insbesondere auch körperlich enorm sein konnten.

Besonders ab Mitte November wurde es anstrengend. Zu der Zeit präsentierte fast jedes Haus mit höheren gastronomischen Ansprüchen ein besonders ausgefeiltes Menü zum Jahresende – und zwar im Rahmen eines Presseessens. So konnte es vorkommen, dass der damals knapp 72 Kilogramm wiegende HORESCA-Redakteur bis zu fünfmal pro Woche ein mehr oder weniger klassisches Sechs-Gang-Menü inklusive Foie gras und ausgesuchten Weinen und Digestifs verköstigen und vor allem verdauen musste – eine wahre Herausforderung. Zum Glück gab es zu der Zeit auch im Jahresverlauf so manche „Trainingsmöglichkeit“, wie etwa den alljährlichen Besuch des HORESCA-Komitees bei der Schueberfouer oder den traditionellen Besuch von Hotels in allen touristischen Regionen des Landes nach der Saison, zwecks erster Einschätzung dieser. Die Übung, die ich zusammen mit Jean absolvierte, artete schon nach dem Besuch des ersten Hotels in großer Verspätung und allzu gut gemeinter Bewirtung aus.

Am härtesten war zu der Zeit aber wahrscheinlich die Expogast, während der ich einen Guinness-Buch-verdächtigen Bierzapfmarathon hinlegte, dies mit einer mir in den zugigen Foire-Hallen zugezogenen Blasenentzündung, die ich ganz der medizinischen Lehrmeinung folgend mit viel Flüssigkeit bekämpfte.

Ganz sicher bin ich mir nicht, aber ich glaube doch zu wissen, dass ich erst nach diesem Husarenstück und dem Antritt des Beweises, dass ich irgendwie auch für einen „richtigen Beruf“ (dem des Kellners) geeignet war, jenen Respekt bei meinen damaligen Chefs erlangte, den ich allein durch das Schreiben nie erreicht hätte.

Höhepunkte meiner HORESCA-Zeit waren daneben wohl die Ausrichtung des kulinarischen Wettbewerbs Grand Prix Mandarine Napoléon in der Diekircher Hotelschule, zu dessen Generalsekretär mich der belgische Getränkegroßhändler Fourcroy gemacht hatte, der Besuch zahlreicher touristischer Messen mit passendem Rahmenprogramm sowie die Visite des „Bocuse d'Or“ in Lyon.

Es war zwar nicht die Austragung, bei der Léa Linster 1989 als erste Frau den renommierten Preis gewann, aber eine Verleihung später – damals war in Luxemburg ein regelrechter Hype auf den Preis entstanden – konnte ich mir den Wettbewerb ansehen und dem größten der französischen Nouvelle-cuisine-Köche begegnen.

Es gäbe noch recht viel aus meiner Zeit bei der HORESCA zu berichten, viele beeindruckende Menschen zu erwähnen ...

Doch am wichtigsten erscheint mir, dass ich auch heute, mehr als 30 Jahre später, immer noch gute Verbindungen zu diesem Verband und viel Verständnis für eine harte Branche habe, in die ich durch reinen Zufall hineingeraten bin ...



Une décennie marquée par l'informatisation, le déclin touristique, le succès du Crémant de Luxembourg et la terreur de la vache folle !

PHILIPPE « FLËPP » ESCHENAUER



AG : Dave Giannandrea, Jean Schintgen, Norbert Schmit et Philippe Eschenauer à la Journée HORESCA en 1998.

L'indéboulonnable Ministre du Tourisme Fernand Boden, qui a assumé cette fonction sur une période incroyable de 30 ans, de 1979 à 2009, a dû faire face durant ses mandats successifs à un renversement des réalités touristiques luxembourgeoises.

En milieu rural, même les hôtels les mieux gérés, que l'on croyait définitivement à l'abri de tout danger, ont commencé à souffrir des changements structurels de l'économie touristique. La Ville de Luxembourg devient le pôle d'attraction d'un tourisme

d'affaires qui semble sans limites tandis que l'hôtellerie et les campings du pays souffrent sous les reculs consécutifs des nuitées. Avec, comme phénomène parallèle, un étalement de la saison sur toute l'année qui contraint les entreprises saisonnières à revoir leur modèle d'exploitation. Cela sonne le glas pour nombre d'entre elles.

C'est le début d'un énorme changement structurel. Avec le recul, on peut considérer ce phénomène comme l'un des plus marquants des années 1990.

LES ANNÉES *www*

Vu avec le même recul, c'est sans doute - et sans surprise - l'évolution des outils et systèmes informatiques qui, à cette époque, a profondément bouleversé le monde et avec lui le Grand-Duché.

L'informatisation a complètement révolutionné les habitudes d'information et de réservation des visiteurs potentiels, les canaux de communication, la gestion d'entreprise, la téléphonie et, pour résumer, elle a fondamentalement changé nos vies dans leur globalité, ainsi que celles des clients et celles acteurs de l'industrie touristique.

En 1991, il n'y a pas d'ordinateur dans l'HORESCA et les articles de presse se tapent sur une bonne vieille machine à écrire Olympia. Le secrétaire général HORESCA de l'époque, Jean J. Schintgen, un accro à la technologie moderne, négocie avec son conseil d'administration l'équipement informatique du bureau. Jeanne Hettinger, la secrétaire, tient la liste des membres grâce à des fiches en carton. Si les banques ont une certaine avance dans le domaine, de nombreuses administrations sont à la traîne.

Les premiers écrans font leur apparition dans les bureaux de fonctionnaires, mais aussi dans les hôtels ou dans des entreprises des classes moyennes ou industrielles.

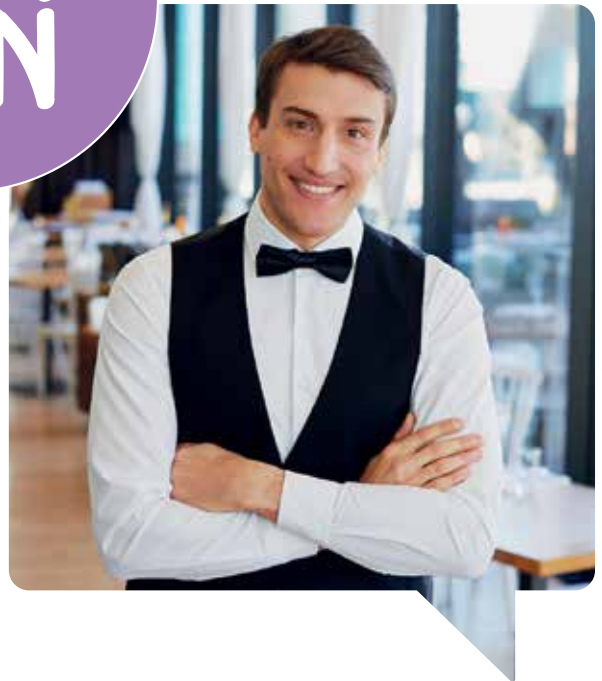


Cathy

bientôt apprentie
chez Loïc



L'apprentissage,
pour avancer
ensemble !



Loïc

serveur
depuis 6 ans

Une initiative de



L'apprentissage dans le commerce, les services, l'Horeca ou l'industrie offre des perspectives d'avenir aux jeunes talents, tout en renforçant la compétitivité des entreprises formatrices.
Apprentis bien formés = futurs collaborateurs qualifiés.

www.winwin.lu

Suis-nous   



Le départ de la rue des Trévières est annoncé dans le magazine de décembre 1996

Les premiers téléphones mobiles, grands, peu maniables et surtout inutiles faute de réseau, font aussi leur apparition. Ça sent bon le bon vieux temps...

Politiques, fonctionnaires et hôteliers s'empressent à réagir en décidant de mettre en place un Système de Réservation et d'Information Touristique digitale, alimentée par les instances touristiques et les hôteliers.

Grâce à des bornes placées à des endroits stratégiques, le touriste doit pouvoir s'informer sur l'offre de divertissement et réserver sa chambre en toute facilité et autonomie.

Nous sommes alors en 1990. Le système est inauguré en 1996 et est déjà dépassé

par l'évolution du World Wide Web et les possibilités illimitées qu'il offre aux consommateurs.

Soudain, le monde devient tout petit et le Grand-Duché microscopique risque d'être perdu parmi les grandes destinations européennes. En 1996, la Ville de Luxembourg lance son premier site touristique sur Internet, une année plus tard www.horesca.lu est mis en ligne. Chiggeri et Marx deviennent les premiers Internet-Cafés du Grand-Duché. Pour la petite histoire, le bon vieux « Telefonsbuch », devenu trop gros, trop lourd, trop encombrant, est sacrifié pour donner naissance aux « Wäiss a giel Säiten ». « Kanner, o Kanner, o quel Malheur... »

VIVE LE CRÉMANT DE LUXEMBOURG !

C'est grâce à la prévoyance et à la persévérance de Vinsmoselle, devenu entretemps Domaines Vinsmoselle, que les premiers Crémants de Luxembourg sont produits au tout début de la décennie. C'est en 1991 que la Grande Nation accorde à son petit voisin le privilège de la production de ce mousseux appelé à devenir un pilier important de la production viticole. Rarement, un produit gastronomique connaîtra un succès comparable ! Si, aujourd'hui, il n'y a plus de vigneron de la Moselle luxembourgeoise qui peut se permettre de ne pas proposer sinon toute une gamme, du moins un Crémant « maison », les réticents sont cependant nombreux à l'époque.

Or, du sol au climat, des cépages aux techniques et équipements de vinification, tout prédestine la Moselle luxembourgeoise à accueillir l'appellation Crémant. Bien joué !

Comme le secteur touristique, la viticulture luxembourgeoise se trouve devant un énorme défi : celui d'une restructuration pour passer de la médiocrité à une production de qualité. Heureusement, de nombreuses maisons voient la prochaine génération reprendre le flambeau. Les investissements sont conséquents et le climat des années 1990 est particulièrement clément, permettant la production de plusieurs excellents millésimes. Le dynamisme et la clairvoyance des jeunes (et moins jeunes) vigneronnes et vignerons permet à la Moselle luxembourgeoise de conserver son optimisme pour le nouveau millénaire grâce, aussi, à l'élargissement de la gamme de production.

À Remerschen, Yves Sunnen – citons-le pour son courage et sa perspicacité – a l'idée farfelue pour l'époque de produire des vins luxembourgeois biologiques. Quelle audace !

VACHES EN FOLIE, GASTRONOMIE EN PÉRIL

Mais les années 1990 voient aussi se réaliser de grands et petits dans les secteurs de la cafétéria, de la restauration et du tourisme. Comme la super-réduction du taux de TVA pour le secteur à seulement 3 % dans le cadre des efforts d'harmonisation au niveau de la Communauté Économique Européenne (eh oui, l'Union européenne n'existe pas encore...) ou la mise en place d'une signalétique pour les hôtels de la capitale, deux revendications de longue date de l'HORESCA. Tous les ans, à l'occasion de l'assemblée générale, le petit monde des marchands de bonheur - hôteliers, restaurateurs et cafetiers confondus - se donne rendez-vous pour célébrer la Journée HORESCA. Sous le nom de Promolux, quelque 140 entreprises hôtelières unissent leurs efforts pour professionnaliser la promotion touristique. L'Expogast '94, le plus important rendez-vous gastronomique au Luxembourg, connaît un succès faramineux.

En 1994, un an après avoir été remplacé par Norbert Schmit, le président de longue date de l'HORESCA, Franz Schroeder, meurt de manière inopinée.

L'écologie commence à devenir un thème important. L'HORESCA et le mouvement écologique s'associent pour accompagner le secteur dans ses efforts que l'introduction des taxes écologiques en 1995 accélère encore. En 1998, les premières entreprises touristiques du pays reçoivent le fameux Oeko-Label, distinction qui existe d'ailleurs toujours.

Parallèlement, la maladie de la vache folle ravage le bétail dans les étables, déconcertant les consommateurs et mettant en péril de nombreuses entreprises gastronomiques en Europe. En réaction, Euro-Toques Luxembourg, fondé en 1993, s'attaque à la malbouffe et aux excès d'une production alimentaire industrielle, lançant en même temps sa journée du goût dans les écoles luxembourgeoises. Rosport crée le Blue.

Les chèques-repas provoquent la colère des restaurateurs, créant des problèmes qui, 30 ans plus tard, ne sont toujours pas complètement résolus. De même d'ailleurs que les cartes de crédit, partis à la conquête du monde entier. La mise en œuvre de la loi *commodo incommodo* pour les établissements d'hébergement constitue un énorme défi qui s'accompagne souvent d'investissements et de transformations majeures.

Parallèlement, avec le service de l'inspection sanitaire du Ministère de la Santé, l'HORESCA accompagne les entreprises gastronomiques dans la définition et la réalisation d'un cadre sanitaire adapté aux exigences légales. La pression des lobbies antitabac sur les restaurateurs devient de plus en plus forte. Leur revendication : l'aménagement de zones non-fumeurs dans les restaurants ! D'année en année, les syndicats augmentent la pression sur l'HORESCA pour forcer l'élaboration d'un contrat collectif, mais le vieux loup Schintgen, secrétaire général, parfois avec le concours du Ministre du Travail de l'époque, un certain Jean-Claude Juncker, trouve toujours des issues pour reporter à la Saint-Glinglin son introduction. Un pur régal !



Nouveau logo et nouvelle mise en page pour notre magazine à partir de mars 1998

CURE DE JOUVENCE POUR HORESCA INFORMATIONS

En 1997, l'HORESCA abandonne son siège rue des Trévires pour s'installer dans les locaux de la Chambre de Commerce, dont le nouvel immeuble n'existe pas encore.

Cette proximité avec les représentations et services patronaux du commerce insuffle un nouveau dynamisme à la Fédération des Hôteliers, Restaurateurs et Cafetiers qui ne reste pas sans effets sur son magazine mensuel. De nouvelles rubriques sont réservées à l'Amicale des Anciens Élèves de l'École Hôtelière de Diekirch, de l'ONT, des EURO-Toques et de l'Association des Sommeliers du Luxembourg. Le renouveau atteint son apogée en 1998 avec la présentation d'une nouvelle identité visuelle de l'HORESCA et un relooking fondamental de son magazine, préparant ainsi l'entrée dans le nouveau millénaire du bulletin de liaison des métiers de bouche au Luxembourg.



Avec le 21^e siècle débute l'ère de la digitalisation

DAVE GIANNANDREA

Rédacteur en chef - HORESCA

Le 21^e siècle est synonyme de digitalisation, aussi pour l'HORESCA. En 1998, notre fédération est très fière de son site Internet. Et en naviguant sur www.horesca.lu, les internautes peuvent obtenir des informations en ligne. L'HORESCA y présente bien entendu ses services, mais propose aussi une bourse d'emploi. Sous le nom de « Job Connection », les employeurs peuvent proposer leurs postes à pourvoir et les demandeurs d'emploi leur candidature.



Sous les yeux de Henri Brimer, Fernand Boden, Norbert Schmit et Jean Schintgen, le Ministre du Travail, François Biltgen, annonce vouloir instaurer la semaine des 40 heures dans notre secteur © HORESCA

HACCP

La présentation de notre site Internet est bien entendu le centre d'intérêt sur notre stand à Expogast 1998 et, avec la société Eurobureau (aujourd'hui Prosys), nous proposons à nos membres de créer leur propre site Internet. Cette offre connaît un certain succès qui n'est tout de même pas comparable à l'engouement pour la séance d'information tenue avec les responsables du Ministère de la Santé. HACCP ou Hazard Analysis Critical Control Point est d'une

certaine manière le mot de l'année et les restaurateurs sont obligés de se familiariser avec cette nouvelle procédure afin de garantir une sécurité alimentaire adéquate aux consommateurs.

Plus de 100 membres sont inscrits pour cet exposé. La majorité d'entre eux se retrouvent après la séance sur le stand de l'HORESCA qui, à l'époque, est situé sous la verrière à l'entrée nord.

Cette séance d'information n'est pas la première (ni la dernière) du genre. Près de 400 restaurateurs se sont déjà déplacés en mai 1998 pour une réunion d'information HACCP à la Chambre de Commerce afin d'être au courant des dernières évolutions relatives à l'hygiène dans les cuisines et aux contrôles prévus par les pouvoirs publics.

Le Ministère de la Santé y est représenté par le Docteur Pierrette Huberty et Messieurs Schuh, Hau, Mullersch.

À l'époque, on ne parle pas encore de développement durable, mais le respect de l'environnement et l'écologie deviennent un enjeu de plus en plus important.

Et en mai 1999, 13 établissements d'hébergement reçoivent pour la première fois, une plaque Ecolabel de la part du Ministre du Tourisme Fernand Boden. Cette démarche a pour buts de valoriser le tourisme luxembourgeois de qualité, de diminuer les frais d'exploitation et d'améliorer l'environnement dans et autour de l'établissement.

Parmi ces 13 établissements, on trouve 5 hôtels : Dahm, Inn Side, de la Sûre, Theis et Zeimen.

HORESCA fait partie des initiateurs de ce label. Notre bureau de l'époque est situé au dernier étage de la Chambre de Commerce, après que la maison dans la rue des Trévires, à Luxembourg-Bonnevoie, ait été vendue.

Le local est de type « open space » et a la particularité de disposer d'une terrasse. En août 1999, les services de l'HORESCA vont toutefois quitter le bâtiment de la Chambre de Commerce, mais de manière provisoire.

En effet, notre chambre professionnelle a entamé un grand chantier de rénovation et d'agrandissement de ses locaux et, pour une



En 2020, Alain Rix et François Koepp sont reçus par S.A.R. le Grand-Duc Henri. © HORESCA

période de deux ans, nous emménageons dans les anciens locaux d'Eurocontrol au boulevard Adenauer, au Kirchberg.

Le secrétariat de l'HORESCA est alors constitué de Jean J. Schintgen, secrétaire général, Jeanne Hettinger, secrétaire de bureau et moi-même au poste de rédacteur en chef du magazine HORESCA Informations.

Le président Norbert Schmit et le vice-président Henri Brimer passent régulièrement pour discuter des sujets d'actualité.

S'il y a un thème qui préoccupe de nombreuses personnes lors du passage au nouveau millénaire, c'est bien entendu la crainte d'un énorme bug informatique. Mais dans notre secteur il y a aussi une autre discussion qui agite les esprits : les nuits blanches. De nombreuses personnes ne comprennent pas que les établissements situés au Grand-Duché soient dans l'obligation légale de fermer leurs portes à 3h du matin au plus tard alors que, dans les pays voisins, ces mêmes établissements peuvent accueillir le public jusqu'à l'aube, témoignant par la même de leur adéquation avec l'évolution des mœurs. Notre fédération exige une prolongation des nuits blanches et nos messages sont régulièrement repris par la plupart des médias nationaux. L'année 2000 débute sans gros problème informatique

et, en mars, on annonce la sélection du candidat luxembourgeois pour le Bocuse d'Or. L'association Bocuse d'Or Luxembourg a été créée spécialement à cet effet et a pour but d'accompagner le candidat national au grand concours à Lyon. Elle est présidée par Claude Peiffer et l'HORESCA en fait bien entendu partie. Alain Rodrigues qui travaille à l'époque à l'hôtel-restaurant Bisdorff se qualifie avec une préparation de loup de mer et une viande d'agneau, le tout dans les cuisines de l'école hôtelière de Diekirch.

Quelques jours après cette annonce a lieu la traditionnelle Journée HORESCA au Casino 2000 que l'on peut qualifier d'absolument exceptionnelle. C'est en présence d'un nombre record de membres, plus de 420 personnes en soirée, que s'est déroulé cet événement.

SEMAINE DES 40 HEURES

Si, lors de notre assemblée générale, Norbert Schmit déplore les problèmes à l'introduction d'un verre à vin de 17 cl dans les cafés, le public attend surtout les déclarations du nouveau Ministre du travail, François Biltgen qui veut instaurer la semaine des 40 heures. L'ancien syndicaliste et membre du parti chrétien social annonce en effet sa volonté de réglementer la durée du travail dans notre secteur.



Des dessins du caricaturiste Roger Leiner sont proposés par l'HORESCA pour délimiter les zones fumeurs et non-fumeurs.



Label de qualité pour les bistrotis



Label créé pendant la crise du Covid-19

Au micro, il dit vouloir réduire progressivement la coupure journalière, instaurer une compensation pour les heures supplémentaires et améliorer le repos hebdomadaire.

Le tout en discussion avec l'HORESCA et en tenant compte des spécificités du secteur.

En juillet 2001, le projet de loi est déposé à la Chambre des députés et la loi devient effective en janvier 2003. Mais à la Journée HORESCA on aime faire la fête. En soirée, le chanteur Fausti veille à ce que la piste de danse ne désespère pas.

Bien manger et bien boire fait partie de notre ADN. Mais quand il s'agit d'écrire sur un vin, peu de journaux et de magazines s'aventurent sur le terrain de la critique objective sans arrière-pensée commerciale.

En mai 2001, HORESCA Informations décide de franchir ce pas en proposant une tribune à ceux qui savent le mieux décrire un vin : les sommeliers. En tant que rédacteur en chef du magazine, je leur donne la possibilité de s'exprimer librement et de noter un vin (dégusté à l'aveugle) comme ils le souhaitent.

La première dégustation a pour thème le Crémant de Luxembourg et, depuis cette date, les lecteurs d'HORESCA Informations retrouvent chaque mois ce rendez-vous avec l'association des sommeliers.

Notre secteur ne serait pas ce qu'il est sans le dynamisme de certaines associations.

Parmi celles-ci, citons Euro-Toques qui, à l'époque, est présidée par Daniel Rameau.

L'association des chefs est présente dans notre magazine avec une page chaque mois. Elle y annonce ses activités telles que la Journée des partenaires, la Fête de la cuisine, le dîner de gala, une présence à

la Foire de printemps ou la semaine du goût qui donne la possibilité à des petits écoliers de visiter une cuisine d'un restaurant.

Une autre association qui a choisi notre magazine comme moyen de communication est l'Amicale des Anciens Hotelschoul.

Ici aussi, le programme est toujours chargé avec une nuit de l'hôtellerie, une assemblée générale, des voyages à l'étranger et des visites d'entreprise. Son président Georges Schmitz et tout le comité ne manquent jamais d'idées originales, notamment pour la Journée des Anciens qui se déroule tous les deux ans à Diekirch.

INTERDICTION DE FUMER

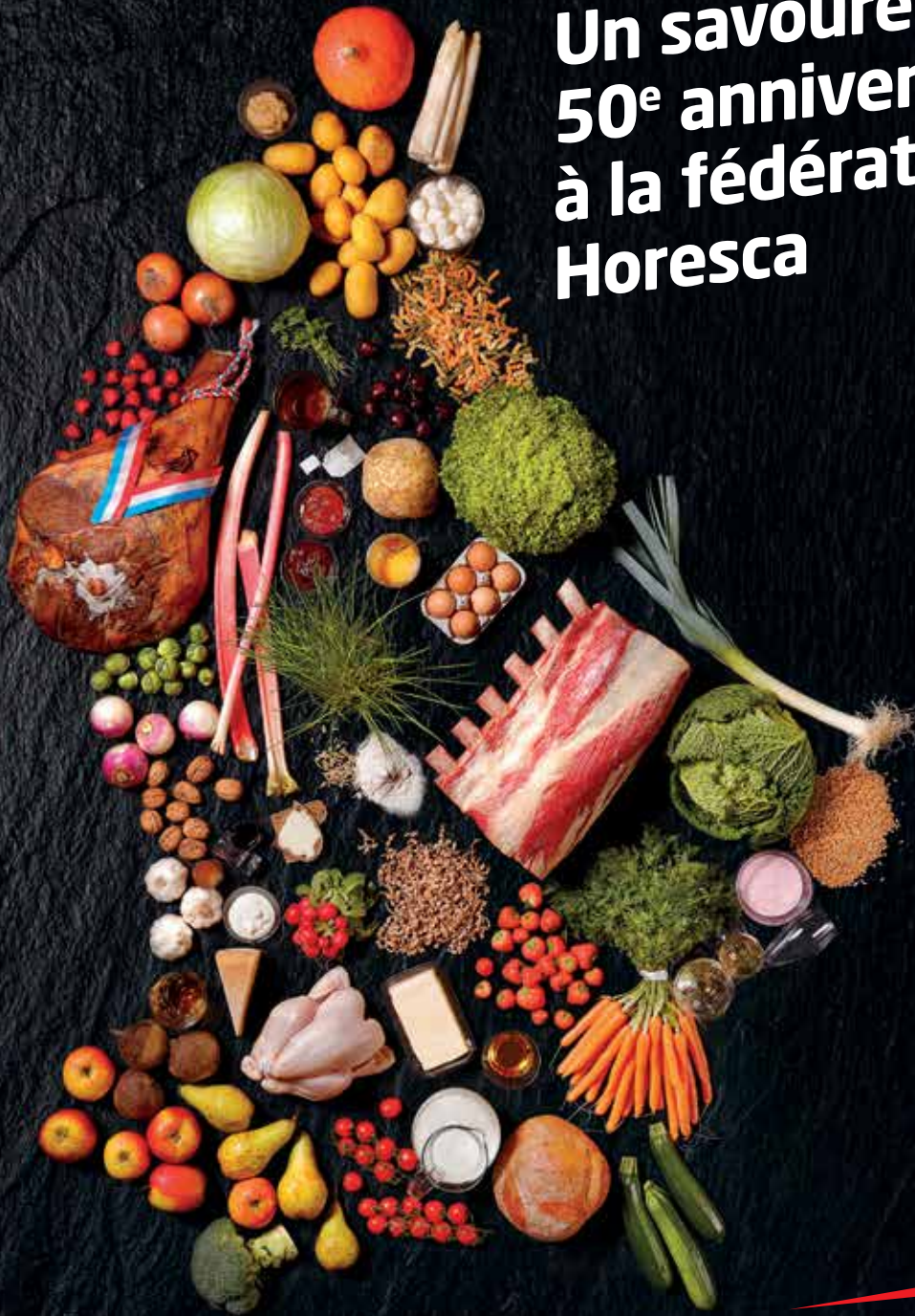
En 2005, alors que Sales-Lentz, sous le patronage du Ministère des Transports et en collaboration avec l'HORESCA, présente son concept de bus de nuit baptisé Nightrider et que notre fédération, à l'occasion de son assemblée générale, propose pour une première fois une traduction simultanée en français, le Ministre de la Santé de l'époque, Mars Di Bartolomeo, annonce vouloir interdire la cigarette dans les restaurants et cafés au Luxembourg.

Malgré l'opposition de l'HORESCA et les craintes de nombreux exploitants, cette interdiction est mise en œuvre le 5 septembre 2006.

Tout d'abord dans les établissements de restauration. Les débits de boissons ne sont pas concernés, sauf s'ils servent des repas.

Dans ce cas, l'interdiction est applicable de 12h à 14h et de 19h à 21h. L'année suivante, le gouvernement s'attaque à l'alcoolémie au volant et décide d'abaisser le seuil à 0,5 g par litre de sang. 55 députés sur 60 votent en faveur de ce texte.

Un savoureux 50^e anniversaire à la fédération Horesca



Le Luxembourg débarque dans votre assiette !

Grâce aux membres de l'Horesca, les produits issus de l'agriculture luxembourgeoise sont transformés en mets savoureux. Les chefs et les agriculteurs, viticulteurs et horticulteurs partagent désormais une même passion : celle des produits de qualité.

Plus d'infos sur www.sou-schmaacht-letzebuerg.lu

Sou schmaacht
Lëtzebuerg

Savourez le Luxembourg



Conférence de presse - Campagne « Fumeur et Non-Fumeur : Respectez-vous », Juillet 2019 : Lex Delles, Alain Rix, François Koepf, Carlo Thelen

En 2010, une étude de TNS-Ilres affirme qu'une femme sur trois ne va jamais au bistrot. Pourtant, c'est bien une personne du sexe féminin qui est l'invitée d'honneur de notre assemblée générale. Françoise Hetto-Gaasch, Ministre des Classes moyennes et du Tourisme, y tient son premier discours en se félicitant de la bonne collaboration avec l'HORESCA et en soulignant l'importance de notre fédération pour lancer de nouvelles idées. Notre président, Alain Rix, qui succède à Norbert Schmit en 2008 se dit confiant au sujet de cette collaboration, sachant que l'extension de l'interdiction de fumer au bistrot plane à cette époque.

Quelques mois plus tard, nous annonçons l'arrivée d'un nouveau secrétaire général.

Après de nombreuses années passées au service de l'HORESCA, Jean Schintgen a fait valoir ses droits à la retraite, même s'il garde un poste (honorifique) de consultant au sein de notre fédération. Le conseil d'administration a retenu la candidature de François Koepf pour le poste de secrétaire général.

Parmi les premiers dossiers à l'ordre du jour, il y a entre autres la libéralisation annoncée des concessions, une hausse exagérée des prix de l'eau et, bien entendu, l'interdiction de fumer au bistrot. Cette interdiction va pourtant arriver le 1^{er} janvier 2014, avec toutefois la possibilité d'instaurer, sous certaines conditions, un fumeur.

Et comme une mauvaise nouvelle n'arrive en général pas seule, on apprend au cours de l'année 2012 que les contrôles sanitaires vont s'intensifier. En effet, dans notre magazine de juin, le chef de service de la sécurité alimentaire, Patrick Hau, déclare que deux tiers des restaurants à Luxembourg ne satisfont pas aux prescriptions

en la matière. En menant cette interview, je comprends que notre fédération a une responsabilité à assurer. Suite à ma proposition, l'HORESCA crée un nouveau service, dédié à la sécurité alimentaire. Fin 2013, Claude Ries rejoint l'équipe du bureau de l'HORESCA, constitué de François Koepf, Sandra Tinelli et moi-même. Son objectif est de mettre sur pied un service de conseil en sécurité alimentaire et de proposer des formations dans ce domaine aux entreprises membres de notre fédération.

L'HORESCA est depuis quelques années aussi membre de la fédération européenne HOTREC et, avec notre ministre de tutelle, Françoise Hetto-Gaasch, nous prévoyons d'instaurer la classification hôtelière européenne HSU même si on ne sait pas encore qui doit effectuer les contrôles sur le terrain.

En me basant sur le modèle allemand, où c'est la fédération hôtelière Dehoga qui effectue ce travail, je réussis à convaincre notre conseil d'administration de confier cette mission à notre bureau.

Après la nomination de Francine Closener au poste de secrétaire d'État à l'Économie, la nouvelle classification hôtelière devient une réalité pour les établissements d'hébergement, ainsi que la réforme de l'office national du tourisme en GIE « Luxembourg for Tourism » avec pour la première fois, un hôtelier au poste de président : Romain Weber.

Un autre projet se concrétise : l'instauration du label de qualité pour les bistrots : Wellkomm. La remise des premiers panonceaux a lieu le 10 mai 2016 au café Kleng Gemeng à Mamer. Plus de 40 bistrots s'engagent à respecter des critères de qualité dans les domaines du service, de l'hygiène alimentaire et du développement durable.



INTENSÉMENT MILLÉSIMÉ



BERNARD-MASSARD

MAISON FONDÉE

1921



L'HISTORIQUE - LES ANNÉES 2000

Ils sont mis en évidence sur le site Internet et deviennent pour la première fois dans l'histoire éligible pour des aides publiques à l'investissement.

En 2017, alors que le nouveau directeur de l'école hôtelière de Diekirch, Michel Lanners, annonce la construction d'un futur hôtel d'application et qu'une société du nom de Regiôtel voit le jour dans le but de redynamiser l'hôtellerie familiale dans notre pays, la directrice du LFT, Anne Hoffmann, explique lors de notre Journée de l'hôtellerie en novembre au Domaine thermal les nouvelles tendances en réservation hôtelière. C'est aussi à cette époque que HORESCA lance Up&Down, un nouveau jeu de cartes créé pour les bistrotts, met en place une plate-forme de réservation en ligne pour les hôtels avec la société Stardekk et présente la nouvelle Ecobox, au Restaurant Casa Fabiana, à Luxembourg.



Le comité à la Schueberfouer en 2019. Quelques mois plus tard, la crise sanitaire va tout chambouler © HORESCA

CRISE SANITAIRE

Vient ensuite l'année 2019 qui débute avec l'arrivée d'un nouveau ministre de tutelle. Lex Delles a en charge le portefeuille des classes moyennes et du tourisme. Il désire mettre sur pied une collaboration constructive avec notre fédération.



Campagne #KommtBeiEis et label « SAFE TO SERVE », Mai 2020

Tout le monde est confiant et personne ne se doute alors qu'un an plus tard un petit virus va tout chambouler.

En mars 2020, alors que nous prévoyons d'organiser notre assemblée générale au Parc Hôtel Alvisse, le gouvernement annonce un confinement de la population avec une fermeture ordonnée de tous les restaurants et cafés. Personne n'est préparé à cette situation et de nombreux restaurateurs ont les réfrigérateurs encore pleins de denrées alimentaires. Les hôteliers sont toutefois incités à laisser leurs établissements ouverts afin d'accueillir le personnel soignant frontalier qui ne peut peut-être plus traverser la frontière. Un grand mécanisme d'aide aux entreprises est mis en place et le personnel de notre secteur profite du chômage partiel. Il faut bien entendu nourrir la population et de nombreux restaurateurs proposent des plats à emporter ou effectuent des livraisons à domicile. Les réunions se tiennent en visioconférence et, avec les représentants du ministère, nous essayons d'obtenir le plus d'aides possibles pour notre secteur.

En mai 2020, nos restaurants et bistrotts rouvrent enfin leurs portes, mais avec des restrictions assez contraignantes : maximum quatre clients par table, une distanciation ou une paroi entre les différentes tables, aucune nuit blanche..

Afin d'aider les restaurateurs pour cette réouverture, l'HORESCA édite un guide de recommandations et mis sur pied le label

Safe to Serve, le tout en collaboration avec le Ministère des Classes moyennes.

Tout cela ne suffit pas et, à la fin de l'année, le Gouvernement décide un deuxième « Lockdown » pour nos entreprises. Ce n'est que le 7 avril 2021 que les restaurants et cafés rouvrent, d'abord partiellement.

La crise sanitaire causée par la COVID-19 est la plus grave crise à laquelle ont dû faire face nos entreprises depuis la Deuxième Guerre mondiale. C'est aussi la période qui a le plus impacté notre fédération. Il a fallu traiter un nombre considérable d'appels téléphoniques, répondre à de nombreuses questions posées par e-mail et être présents pour informer nos membres. À côté de nos médias habituels comme notre magazine, notre site Internet ou notre guide annuel (dont c'est alors la dixième édition), nous envoyons de nombreuses e-letters, publions des communiqués et assurons une présence sur notre page Facebook avec des messages qui sont beaucoup lus, parfois par plusieurs dizaines de milliers de personnes.

Nous essayons de montrer au mieux les difficultés de notre secteur à la population et aux décideurs politiques.

La pandémie a causé beaucoup de souffrances et nous a obligé à reporter les festivités pour les 50 ans de l'HORESCA, mais elle a aussi montré à quel point il est important d'avoir une fédération forte qui se bat pour les intérêts des hôtels, restaurants et cafés du Luxembourg.

Entretien avec Tony Tintinger

FRANÇOIS KOEPP



COMMENT AS-TU COMMENCÉ TA CARRIÈRE DANS LA GASTRONOMIE ?

T.T. Je suis devenu cafetier à Esch sur Alzette en 1969 par hasard, en reprenant le Pourquoi-pas, jusqu'en 1983 sous l'enseigne d'Auberge-Tintinger. En ce temps-là, le cafetier ne pouvait offrir qu'une sélection restreinte de plats cuisinés et ceci uniquement à midi. Un confrère dont le fils était à l'école hôtelière m'a dénoncé par peur de la concurrence. J'ai dû trouver une solution pour pouvoir continuer à exploiter mon commerce et cuisiner. Avec l'aide de l'HORESCA, j'ai réussi ce pari et trouvé une solution en ajoutant 3 chambres-studios à mon établissement, ce qui a permis l'obtention d'une nouvelle autorisation de commerce sous exploitation d'une auberge. D'ailleurs, c'est chez Metti Ludovicy, du restaurant « Au Bec fin de Remerschen », que j'ai beaucoup appris pendant des années sur la cuisine et la qualité des produits.

QUAND EST-TU DEVENU MEMBRE DE LA FÉDÉRATION ?

T.T. Je suis devenu membre de l'HORESCA en 1970, dès sa création. J'ai rejoint le comité des délégués en 1972 jusqu'en 1976, au temps de Andy Felten qui était Secrétaire Général et de Josy Mersch qui était Président.

QUEL ÉTAIT LE GRAND THÈME D'ACTUALITÉ À CETTE ÉPOQUE ?

T.T. Le grand défi auquel on était confronté était celui des prix fixés par l'office des prix pour les boissons comme la bière, le vin le café etc. Le combat pour la libération des prix de vente que l'HORESCA a mené à pris des années avant que les prix soient libres à la vente. Je pense que c'était dans les années 80.

Je me rappelle que je vendais le Humpen avec une Drèpp au prix de 10 Francs. Chez nous, dans le bassin minier, on avait une spécificité pour les salariés de l'Arbed. En fait, on vendait le Humpen augmenté de 1dl de contenance – on passait donc de 0,4 l à 0,5 l - au même prix (c'était une obligation).

Au début et à la fin de la journée de travail, lors de la relève de postes, sur les comptoirs des bistrotts étaient alignés « deux Humpen et une Drèpp » par travailleur. D'ailleurs, ils avaient toujours la même place au comptoir. Si, un jour, l'un d'entre eux n'était pas présent, c'est le voisin qui buvait les consommations.

Ils payaient en fin de mois. (as ob den Béierdéckel opgeschriwen gin.). On achetait les alcools (Drèpp) en bonbonnes de 25 l. Comme vous voyez, les bistrotts fonctionnaient bien à l'époque.

ET LE RECRUTEMENT DE PERSONNEL QUALIFIÉ À L'ÉPOQUE ?

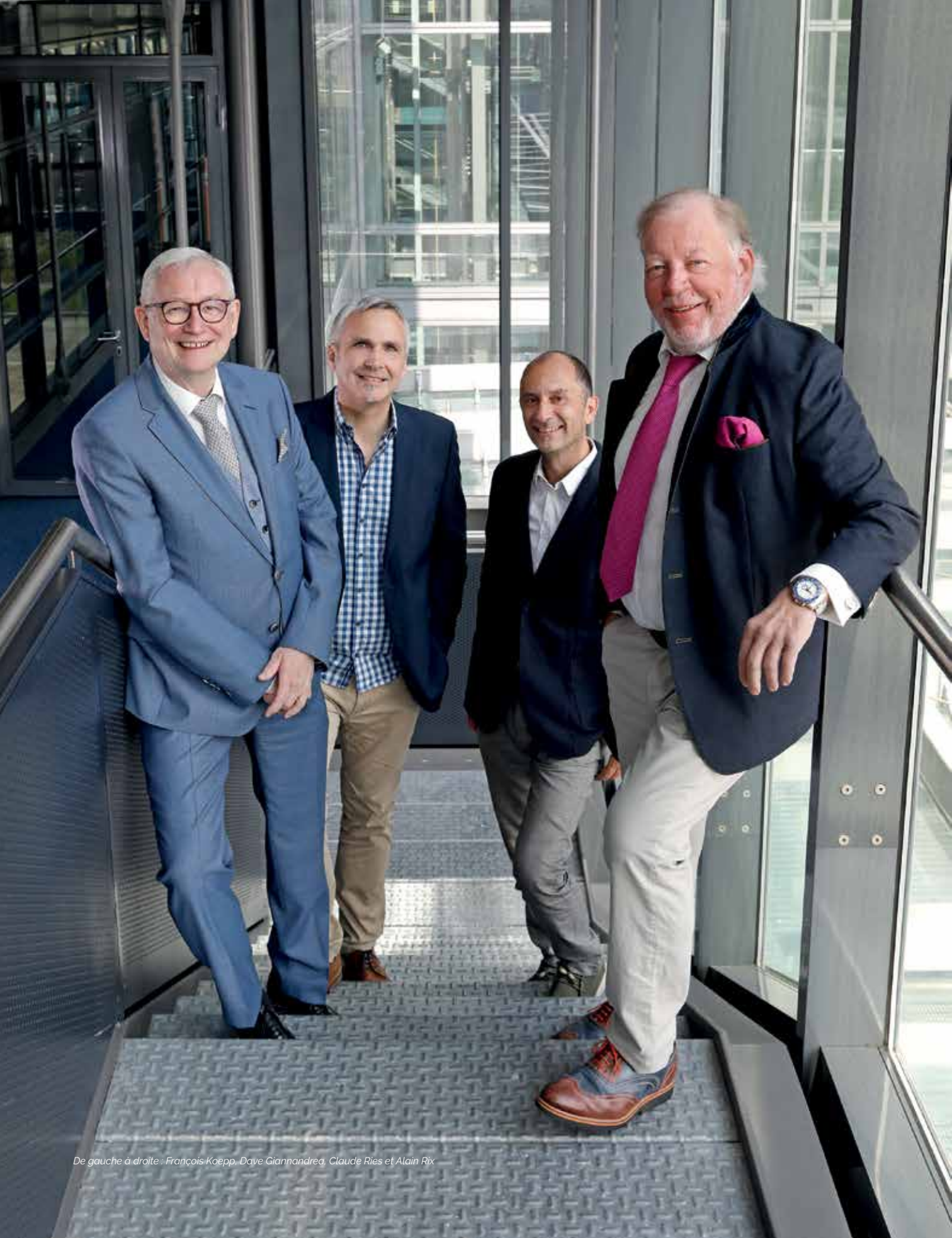
T.T. Un autre problème était le recrutement de cuisiniers. Pour le personnel de salle, on n'avait pas de mal à trouver des collaborateurs, mais les cuisiniers ne couraient pas les rues.

COMMENT AS-TU DÉMARRÉ TON AFFAIRE ET QUEL EST TON SECRET ?

T.T. J'ai commencé par faire de la petite gastronomie de bistrot, dont mon fameux croque-monsieur. C'était tout simplement le meilleur. Puis, j'ai commencé à préparer des petits plats et surtout mes moules pour lesquelles les clients venaient même du nord du pays. J'en vendais jusqu'à 75 kg par jour.

(A l'époque, j'achetais mes moules en sac de 25 kg à l'Économat, place de Strasbourg, en Ville. Il fallait encore les gratter une par une, mais la qualité était extraordinaire.) Le reste de ma carrière vous la connaissez. J'ai ouvert le restaurant Clairefontaine à Luxembourg que j'ai exploité jusqu'en 2000.

Mon secret, c'est la qualité. Essayer d'être toujours mieux : c'était ma devise !



De gauche à droite : François Koepp, Dave Giannandrea, Claude Ries et Alain Rix

POINTS DE VUE : Appréciations personnelles des responsables HORESCA

LES AIDES OBTENUES PENDANT LA CRISE DU CORONAVIRUS

François Koepp : Au début les mécanismes d'aides en faveur des entreprises étaient insuffisants. Nous avons tout mis en œuvre pour rapidement obtenir un mécanisme d'aides adapté aux besoins des entreprises pendant la crise sanitaire. L'idée de l'aide relance venait de l'HORESCA, tandis que l'aide de coûts non-couverts, inspirée d'une initiative germano-autrichienne, a été introduite au Luxembourg grâce aux efforts conjoints de notre association et de la Chambre de Commerce et naturellement le Ministère de l'Économie Direction générale des Classes Moyennes.

LES NOUVELLES SUBVENTIONS ÉNERGÉTIQUES ACCORDÉES PAR L'UE DÉSAVANTAGENT LES PME

Alain Rix : La nouvelle subvention énergétique étatique accordée par l'UE permet d'aider les grandes entreprises ayant des besoins énergétiques très élevés. En revanche, les PME ne peuvent profiter de cette aide d'État, parce que le mode d'octroi ne se calcule pas pour les entreprises de plus petite taille. Or, au Luxembourg, les PME constituent le plus important secteur économique, représentant 90 % des entreprises locales ! Les obligations imposées par l'UE ou l'État confrontent les entreprises



à des problèmes croissants, si bien que de plus en plus d'hôtels de petite et moyenne taille mettent la clé sous la porte. La nouvelle génération des familles qui les exploitent n'est souvent plus en mesure d'assumer la charge financière découlant de leur activité.

Nous constatons que, souvent, la surréglementation force les petites entreprises à cesser leur activité, car les obligations qui en découlent ne sont plus en relation avec la réalité économique.

LE DIALOGUE AVEC LE MINISTÈRE DES CLASSES MOYENNES

Alain Rix : L'HORESCA apprécie beaucoup le travail du Ministère des Classes moyennes et du Tourisme, avec lequel nous entretenons une excellente collaboration. Le ministère est toujours à l'écoute de nos propositions, en y réagissant sans tarder. Le

dialogue constructif fonctionne de manière optimale !

DIRECTIVES EUROPÉENNES

François Koepp : L'UE ne cesse de compliquer la vie des entreprises de notre secteur par de nouvelles réglementations entraînant une charge administrative considérable.

À titre d'exemples, on peut citer les règles impraticables destinées à la prévention des déchets, Directive UE 2018/852 ainsi que le projet de directive sur l'égalité des rémunérations qui oblige les employeurs à prouver que la rémunération de leurs employés est équitable, ou encore la Directive (UE) 2015/2302 sur les voyages à forfait.

Ces initiatives législatives, qui visent sans doute les grands groupes multinationaux, sont clairement contre-productives en ce qui concerne les PME, voire nuisibles à leurs activités !



.....
**LA CLASSIFICATION
DES HÔTELS**
.....

François Koepp : Je trouve étonnant et regrettable qu'un grand nombre d'hôtels n'ont pas opté pour la classification officielle du Luxembourg. Le consommateur à lui demande la transparence des services et produits offerts et la classification est le meilleur outil pour garantir une qualité de service au niveau Européen. La classification officielle (HSU) certifie au client la qualité d'un établissement .

Les critères de la classification hôtelière dont est détenteur l'HORESCA a été créé par des hôteliers pour les hôteliers et se base sur une enquête de satisfaction des consommateurs. Plus de 1,5mio de réponses sont à la base de la classification et les critères sont revus et adaptés tous les 5 ans.

L'UE est en train d'analyser la possibilité de l'introduction d'une classification hôtelière obligatoire en Europe. Celle-ci prévoit une multitude de règles strictes. Cette classification entraînerait des coûts beaucoup plus importants pour les exploitants des hôtels, que la classification HSU.

.....
**LA POLITIQUE NATIONALE
DE L'EMPLOI**
.....

Alain Rix : Actuellement, le nombre de chômeurs semble en forte baisse au Luxembourg. Or, je me demande si cette évolution n'est pas due en partie aux ini-



Remise de panneaux de la classification hôtelière avec le Ministère du Tourisme © HORESCA

tiatives nationales pour l'emploi. Au lieu de subventionner le chômage, il serait à mon avis plus judicieux de soutenir l'emploi. L'État manque d'esprit d'entreprise. Il ne suffit pas de miser sur le seul secteur bancaire. Bien au contraire, il faut davantage encourager de nouvelles entreprises industrielles et commerciales à s'implanter au Luxembourg.

Or, le fait que, ces derniers temps, les initiatives prises dans ce sens sont souvent restées sans résultat en raison de préoccupations environnementales laisse peu de place à l'optimisme... Du reste, les entreprises de notre secteur seraient heureuses si l'État et les communes arrêtaient de débaucher sans cesse des employés que les entreprises en question ont formés à leurs frais !

.....
TOURISME
.....

François Koepp : En matière de tourisme, il faut que le Luxembourg reste à la hauteur pour faire face à la concurrence internationale ! Les actuelles campagnes de nation branding manquent clairement de pertinence et de force de persuasion. C'est presque avec nostalgie que l'on se souvient du slogan « Green Heart of Europe » qui avait au moins une certaine magie et provoquait une certaine fascination. Je suis un Européen convaincu, mais, en même temps, un Luxembourgeois non moins convaincu.

C'est pourquoi je pense qu'en renforçant le Luxembourg, nous renforçons aussi l'Europe. Nous sommes le seul grand-duché au monde, nous produisons toujours le meilleur acier au monde (qui a même été utilisé pour construire le nouveau One World Trade Center à New York), notre pays offre une grande diversité de paysages naturels magnifiques... Ce sont autant d'atouts que nous ne devons pas occulter. Or, on a manqué de nombreuses occasions.

À titre d'exemple, la manière de procéder de l'État en ce qui concerne la Villa Louvigny est presque scandaleuse ! L'ancien siège d'une station de radio et d'une chaîne de télévision qui, des décennies durant, avaient exercé depuis le Luxembourg une influence considérable sur le paysage télévisuel et radiophonique tout en étant un symbole de liberté pour beaucoup d'habitants des pays de l'Est, doit absolument être conservé pour la postérité. Il devrait devenir un monument historique durable, sous forme d'un hôtel accueillant des congrès et doté d'une salle de concert. Cela pourrait générer des recettes pour l'État au lieu d'entraîner uniquement des coûts. C'est dans le même ordre d'idées qu'il faut envisager le projet de construction d'un musée de la technologie, projet qui n'a jamais été réalisé. Il semble que l'État préfère les dépenses aux recettes...

We give you the energy
You write the story

Jupp Steichen, chef de cuisine



Energy for today.
Caring for tomorrow.

Ein Markstein in der Geschichte
des Gaststätten- und Hotel-Gewerbes

Am 14. September 1970 wurde die HORESCA gegründet

In dieser Nummer
neue Preisliste

Am Montag, den 14. September 1970, in einer außerordentlichen Generalversammlung im Restaurant Fils-Nord, Belsaerplatz 2, Luxemburg, wurde die "Fédération Nationale des Hôtels, Cafés, Restaurants, Cabarets de Grand-Duché de Luxembourg" (HORESCA), Gesellschaft ohne Gewinnzweck, gegründet.

Vorher bestanden hierzulande drei einschlägige Vereinigungen, und zwar: "La Fédération des Hôtels, Cafés et Restaurants du Grand-Duché de Luxembourg" (HOCAREL),

"L'Association des Hôtels et Restaurants du Grand-Duché de Luxembourg" (HOREST) und

"Le Syndicat des Auberges, Cafés et Hôtels-négociés du Grand-Duché de Luxembourg" (SACOL).



Roger Scholtes

wurde zum Direktor des Exekutivverbandes "HORESCA" ernannt. Wir gratulieren!

Bereits im April 1969 wurde die "Confédération Nationale des Cafés, Hôtels, Restaurants du Grand-Duché de Luxembourg" als Dachorganisation ins Leben gerufen, ein erster Schritt auf dem Wege zur Gründung einer einzigen einschlägigen Berufsvereinigung. Ihr Präsident war Hr. Roger Scholtes, der bereits Präsident der HOCAREL war. Zur Gründung einer einzigen Vereinigung fand er die Unterstützung einschlägiger und wesentlicher Vorstandsmitglieder der von ihm geleiteten Vereinigung und der Schwesterorganisationen.

Ihm, dem Präsidenten der "Confédération Nationale des Cafés, Hôtels, Restaurants du Grand-Duché de Luxembourg" — HOCAREL, HOREST und SACOL fiel die Aufgabe zu, die oben erwähnte Gründungsversammlung zu eröffnen und die zahlreich erschienenen Mitglieder zu begrüßen. Versammlung, die einen vollen Erfolg aufzuweisen hatte und ein Markstein in der Geschichte der einschlägigen Berufsvereinsvereinigungen darstellte.

Wie Hr. Präsident Roger Scholtes in seiner Ansprache betonte, war der Weg bis zur Gründung der neuen Vereinigung nicht gerade leicht. Eine 9köpfige Delegation der drei oben erwähnten Vereinigungen luden 11 Sitzungen ab, um zu dem Ziel zu gelangen. Auf den Vorstand der neuen Vereinigung, der HORESCA, wurden viele Probleme zukommen, denn vieles liegt nicht im argen und diese Probleme würden in baldige aufzutreten. Um sie zu lösen, sei zusätzlicher Einigkeit unter allen Interessierten erforderlich, auch müßten die neuen Vorstandsmitglieder gute und richtige Arbeit leisten. Abschließend

danke er allen Mitgliedern und Vorstandsmitgliedern für das ihm geschenkte Vertrauen.

Für den neuen Vorstand kandidierte Hr. Roger Scholtes nicht mehr.

Zu dem von den Delegierten der drei Vereinigungen ausgewählten Statutenentwurf der neuen Vereinigung, die in der Gründungsversammlung angenommen werden sollten (und auch wurden), sei zu den beiden Artikeln 30 und 41 ein Änderungsantrag in der festgesetzten Frist schriftlich eingereicht, der in Betracht gezogen werden mußte und auch zur Diskussion gestellt wurde. Die Abänderungstexte wurden vorgelesen. Nachdem der Rechtsabstand der Vereinigung, Nr. Jean-Paul Rippinger,



André Felten
hauptamtlicher Sekretär der "HORESCA"

einschlägige Erklärungen requesten die in dem Statutenentwurf enthaltenen einschlägigen Text abgeben hatte, wurde über den Änderungsantrag abgestimmt, der mit Annahme einer Stimme

À LA MARSEILLAISE!
RICARD
LE VRAI PASTIS DE MARSEILLE

En exclusivité pour le Grand-Duché
Ets. Aloyse ROMMES
Luxembourg - 9, Plateau Altmünster

(die des Antragstellers) abgelehnt wurde.

Alsdann wurde der Statutenentwurf gutgeheißen, wenn die Statuten angenommen und die Vereinigung gegründet war, ihre Zeitpersönlichkeiten kann sie jedoch erst dann erhalten, wenn die Statuten im "Mémorial" veröffentlicht sein werden.

Sodann wurde der neue Vorstand (Verwaltungsrat) ordnungsgemäß gewählt. Der Vorstand besteht aus 11 Personen. Laut Statuten werden gewählt durch die Gruppe Hotellerie und Beherbergungsgewerbe 5 Mitglieder, desgleichen 5 Mitglieder durch die Gruppe Getränke und Restaurants. Unter den 10 endgültig Gewählten bestimmt oder wählt die Generalversammlung den Präsidenten, und der an 6. Stelle gewählte in der Gruppe aus der der Präsident benannt oder gewählt wird, rückt als Mitglied in den Vorstand ein.

In der Gruppe der Cafés-Restaurants hatten 6 Mitglieder ihre Kandidatur gestellt, in der der Hotellerie-Beherbergung 10 Mitglieder.

Nachdem die Wahl der Vorstandsmitglieder beendet und das Ergebnis bekannt war, wurde Hr. Alphonse Theisen durch Akklamation zum Präsidenten gewählt. Die übrigen Mitglieder des Vorstandes sind: (Gruppe Cafés-Restaurants): Bernard Colling, Arthur Koeppe, Josy Mensch, Nicolas Schenckert und John Weber; (Gruppe Hotellerie-Beherbergung): Paul Bouscher, Charles Briner, Gaston Jursk, Paul Koepf, Fernand Ritz.

Hr. Präsident Alphonse Theisen dankte den Anwesenden für das in ihn gesetzte Vertrauen und er werde dieses Vertrauen zu würdigen wissen, indem er sich voll und ganz für die Berufstätigen einsetze, wobei er allerdings auf die Unterstützung der übrigen Vorstandsmitglieder zähle. Auch richtete er einen dringenden Appell an alle Mitglieder, nun zu ihrer Berufsvereinigung zu stehen, denn nur eine Berufsvereinigung, in der alle Mitglieder geschlossen hinhin

Fortsetzung Seite 2

Buvez
Coca-Cola
Marque déposée



Charles Briner



Gaston Jonck



Alphonse Theisen, Horesca-Präsident



Josy Marsch, Vice-Präsident



Henry Colling, Generalsekretär



Fernand Rix



Paul Bosscher



Paul Knopp

dem Vorstand stünden, können Erfolge erzielt. Einigen mache stark! Die 40-tägigen-Woche, der Jugendschutz, die Kollektivverträge, die Freizeitschaltung, die Pensionskassen u.a. bedürfen in betriebsgemäßer Weise die Berufswahlbereitschaft der Mitglieder.

Er hoffe jedoch, daß mit vereinten Kräften die Interessen der Mitglieder gewahrt und dem Beruf seinen Ansehen gegeben werden könne.

Nun beginnt eine neue Etappe in der Interessensvertretung der Gastwirte, Restaurateurs, Hoteliers und Herbergwebern.

Mit neuem Mut, mit neuem Eifer geht's zu Werk.

Hier die definitive Zusammensetzung des Horesca-Vorstandes:

- Präsident: Theisen Alphonse
- Vize-Präsident: Marsch Josy
- Sekretär: Colling Henry
- Kassierer: Schoencker Nicky
- Beitragende:
 - Bosscher Paul
 - Rix Fernand
 - Bonnes Charles
 - Jonck Gaston
 - Knopp Paul
 - Weber Jules
 - Knopper Arthur

Ersatzliste für den Verwaltungsrat und der Reihenfolge ihrer Wahl nach:

Gruppe Gastwirte: die Herren Weissen Marsch, Vanon, Jean und Meyers Jean

Gruppe Hoteliers: M^{rs} Hilger Francine, Meier Mathias und Weber Antoine

Zum Direktor der Föderation wurde ernannt: Herr Roger Scheibis

Zum hauptamtlichen Sekretär: Herr André Felten

Wenn wir das Resultat dieser Wahlen betrachten, können wir mit Befriedigung feststellen, daß die richtigen Leute an die richtigen Plätze gestellt wurden. Teils erfahrene Mitarbeiter in ihrem früheren Verbands werden sie auch in diesem neuen Gremium ihren Mann zu stellen wissen.

Mit der Wahl des Präsidenten, Herrn Alphonse Theisen, der per Akklamation auf seinem verantwortungsvollen Posten berufen wurde, haben wir es mit einem Mann zu tun, der von der Pötte auf im Hotelier- und Gastwirtsberuf groß wurde. Unter seiner Führung wird Horesca seinen Weg richtig einschlagen und das Letzte hergeben, um eine Bessergestaltung des Berufs zu erreichen.

Der Posten als hauptamtlicher Föderations-Direktor konnte mit der Wahl des Herrn Scheibis Roger nicht besetzt werden. Hier antritt nun ein Mann, dem wohl kein Problem, welches unseren Beruf betrifft, fremd ist. Die jahrelange Erfahrung dieses Mannes wird nun dem neuen Berufsverband ganz zugute kommen.

Als hauptamtlicher Sekretär wurde Herr André Felten ernannt, welcher sich in den letzten Jahren eine genügende Erfahrung auf diesem Gebiet sicherte und damit auch wohl der richtige Mann ist für eine reibungslose Abwicklung der Sekretariatsgeschäfte.

Zum Vorstands-Rechnungsbeistand wurde M^r Jean-Paul Bippinger bestimmt, der bereits die Konföderation assistierte und sich mit Leib und Seele den Belangen

der Hotel- und Gaststättengewerbe widmet. Sein jugendlicher Dynamismus dürfte für Horesca von entscheidender Bedeutung sein.

Es bleibt nur noch den Kollegen zu danken, welche auf der Gründungsversammlung ihre Dienste für das reibungslose Funktionieren des Wahlbittens zur Verfügung gestellt hatten und sich dieser delikaten Mission mit großer Maturität erledigten.

Nun heißt es den Blick in die Zukunft richten.

Auch den Nachwuchs muß man unbedingt zu Kommissionsarbeiten heranziehen, denn schließlich sind es sie, die unsere Tugenden in unsere und ihrer Vater Fußstapfen treten. Ihre Mitarbeiter in dem neuen Verband ist unerlässlich, sie stellen zu kostbarem Gut dar, um sie zu übergeben.

Schon jetzt sieht es fest, daß eine besondere Arbeitskommission von jugendlichen Berufskollegen und Absolventen der Hotelschule Deckkirch innerhalb des neuen Verbandes eingesetzt wird, um die Probleme unseres Nachwuchses besonders zu studieren und zu diskutieren.

Alle Voraussetzungen sind gegeben, um einen durchschlagenden Erfolg des Einheitsverbandes „HORESCA“ in die Wege zu leiten.

Es liegt jetzt allein noch an den Berufskollegen des ganzen Landes, durch Einlösung ihrer Mitgliedschaft, welche Mühe bzw. Ende Oktober präsentiert wird, dem neuen Verband den nötigen Rückhalt zu leisten.

In diesem Sinne wünschen wir HORESCA Erfolg auf der ganzen Linie.



Nicky Schoencker, Generalkassierer



Arthur Knopper



Jules Weber



Eine gut besuchte Gründungsversammlung war es



Vor dem Wahlbittens betriebs Massensammlung



Das Interesse unseres Nachwuchses war groß. Er gilt uns, so nicht zu unterschätzen und zur Mitarbeit in ihrer Profession zu gewinnen.



„Hospitality ist das A und O des Gastgewerbes!“

PATRICK CALZI

DER BEGRIFF „HOSPITALITY“ LÄSST SICH NUR UNSCHARF MIT „GASTFREUNDSCHAFT“ ÜBERSETZEN, IST IM GASTGEWERBE ABER VON GRUNDLEGENDER BEDEUTUNG UND HAT ZAHLREICHE FACETTEN. EIN GESPRÄCH MIT HORESCA-GENERALSEKRETÄR FRANÇOIS KOEPP UND SCHULUNGSLEITER CLAUDE RIES.

Herr Koepf, Herr Ries, was verstehen Sie persönlich unter „Hospitality“?

François Koepf: Hospitality beginnt für mich beim Empfang. Das gilt für Hotels, Restaurants und Cafés gleichermaßen. Ich behaupte sogar, dass ein freundlicher und persönlicher Empfang sich zu mindestens 50 % auf die Kundenzufriedenheit auswirkt. Wenn der Gast sich willkommen fühlt, wird er über kleine Mängel, die es auch in den besten Häusern gibt, bereitwillig hinwegsehen. Die oberste Hospitality-Devise muss lauten: „Du kommst als Fremder und gehst als Freund.“ Um einzuschätzen, ob man diese Philosophie in seinem Beruf leben kann, sollte man als Gastgeber in den Spiegel schauen und sich ganz ehrlich fragen: „Würdest du mit dir selbst zu tun haben wollen?“ Selbstverständlich muss auch die Qualität des Angebots stimmen: So muss eine Brasserie kein Sternrestaurant sein, sollte ihren Gästen aber eine ganz bestimmte kulinarische Spezialität bieten, die es woanders nicht gibt.

Ein Hotel sollte in hochwertige Betten investieren, sodass sich zum Beispiel auch gestresste Geschäftsreisende nach ihrem

Tagwerk auf einen erholsamen Schlaf freuen können. Ich muss also sowohl mit meiner Person als auch mit meinen Produkten überzeugen! Die Kunst liegt darin, das Kommerzielle mit dem Sozialen zu verbinden und dabei auch sein Personal in die Hausphilosophie einzubinden. Wahre Hospitality kommt aus dem Herzen und dem eigenen Wesen, sie ist nur schwer erlernbar. Hospitality ist, das lässt sich mit Fug und Recht sagen, das A und O des Gastgewerbes!

Claude Ries: Mit dem Abklingen der Gesundheitskrise haben die Menschen wieder den Wunsch nach Begegnung, nach sozialer Nähe. Umso wichtiger ist es für die Gastwirtschaften und Beherbergungsbetriebe, alles dafür zu tun, ihren Gästen einen angenehmen und unvergesslichen Moment zu bieten. Hospitality heißt für mich, auf die Menschen zuzugehen, zu kommunizieren, dabei aber immer auf feinfühlig Weise das rechte Maß zu wahren.

Den Kunden nicht warten zu lassen, seine Wünsche zu sondieren und auf diese einzugehen sind weitere wichtige Hospitality-Elemente.



François KOEPP

Secrétaire Général



Claude RIES

Conseiller et Formateur



© Château d'Urspelt

Wie lassen sich die Prinzipien der Hospitality in der Praxis umsetzen?

Claude Ries: Indem man auf die Wünsche und Bedürfnisse des Gastes eingeht. Dazu gehört auch Transparenz des Angebotes. Es gilt, Tendenzen zu erkennen und zu berücksichtigen. Heute ist fast die Hälfte der Bestellungen in Restaurants mit Extra-wünschen verbunden. Das bedeutet oft viel Zusatzarbeit, deshalb sollte man dies möglichst schon beim Zusammenstellen der Speisekarte berücksichtigen: Auf vegetarische oder laktosefreie Angebote oder etwa die Verwendung von lokal erzeugten Produkten sollte der Gast im Vorfeld aufmerksam gemacht werden.

Eine große Gefahr für den Hospitality-Gedanken ist die Digitalisierung. Heutzutage scheint sich fast jeder am Handy zu isolieren, sogar im Café oder Restaurant. Dazu kommt, dass viele Menschen bei Hotelbuchungen auf Online-Portale zurückgreifen, was nicht nur einen Verlust an persönlichem Kontakt bedeutet, sondern auch den Ertrag für die Gewerbetreibenden in unserem Sektor erheblich schmälert. Es stellt sich die Frage: Lässt sich Hospitality digitalisieren? Möchten wir wirklich anonym buchen, ein- und auschecken und dabei mit keiner Menschen-

seele reden? Möchten wir auf freundliche Portiers und nette Rezeptionsangestellte verzichten?

François Koepp: In mancher Hinsicht kann das Digitale durchaus nützlich sein. Ich denke da zum Beispiel an kleinere Hotels, die ihrem nachts ankommenden Gast eine Schlüsselkarte oder einen Zugangscode senden können, falls die Rezeption zu dieser Zeit nicht besetzt ist. Was das Problem der Online-Buchungen angeht, lautet die Lösung: Setze alles daran, den Kunden durch deinen persönlichen Service davon zu überzeugen, das nächste Mal direkt bei dir zu buchen! Wie Sie wissen, stamme ich aus einem Familienbetrieb mit Brasserie, Restaurant und Hotelzimmern.

Ich kann mich an viele Situationen erinnern, in denen Gäste, die der reine Zufall zu uns führte, von unserem individuellen und warmherzigen Service so begeistert waren, dass sie danach immer wieder zu uns kamen und in einigen Fällen dann sogar wiederholt mit großen Personengruppen bei uns einkehrten. Ein sympathischer Erstkontakt kann somit der Anfang einer jahrelangen, von Vertrauen geprägten Beziehung zwischen Gast und Gastgeber werden, die für beide Seiten von großem Nutzen ist. Mit dieser positiven Philosophie lässt sich heute auch der Online-Konkurrenz die Stirn bieten!

Zur erfolgreichen Kundenbetreuung empfiehlt es sich meiner Erfahrung nach, stets tolerant zu sein und Kulanz zu zeigen, auch dann, wenn man sich im Recht wähnt.

Wenn der Kunde zum Beispiel behauptet, der Wein schmecke nach Korken, darf es keinerlei Diskussion geben – die Flasche wird in solchen Fällen mit einer kleinen Entschuldigung anstandslos ersetzt!

Sehr wichtig für die Pflege der Hospitality ist neben einer tadellosen Hygiene – sowohl beim Servicepersonal als auch natürlich überhaupt im ganzen Haus – zudem die kontinuierliche Investition in Modernisierungen, die den Komfort des Gastes steigern. So ließ mein elterlicher Betrieb zum Beispiel einen modernen Whirlpool einbauen, obwohl wir ein eher kleines Unternehmen mit knapp dreißig Zimmern waren.

Mit welchen Mitteln kann man auch den Gästen die Hospitality-Philosophie nahebringen?

Claude Ries: Indem man ihnen die vielen Vorzüge unseres Gewerbes auf unaufdringliche Weise nahebringt. Beispiele dafür sind das von der HORESCA verliehene „Safe to serve“-Label oder die von uns mitgetragene Kampagne „Fumeur et Non-Fumeur: Respectez-vous!“. Weiterhin sollte verstärkt vermittelt werden, dass das Gastgewerbe ein durch und durch „sauberer“ Sektor ist: Die überwiegende Mehrzahl unserer Mitgliederbetriebe vermeidet unnötige Verpackungen ganz, Essen und Getränke werden auf dem Teller und im Glas serviert. Für Betriebe, in denen sich Verpackungen nicht vermeiden lassen, stellt die HORESCA die Eco-Box zur Verfügung, für die ein Pfand erhoben wird und die man als Kunde problemlos in einem der vielen Restaurants, die sich dem System angeschlossen haben, wieder abgeben kann. Wir betonen meiner Meinung nach nicht deutlich genug, dass die Mehrzahl der HORESCA-Betriebe nach Möglichkeit auf lokal erzeugte Nahrungsmittel zurückgreift und diese auch verpackungsfrei einkauft.

François Koepp: Hospitality ist tagtäglich gelebter Respekt gegenüber dem Gast und seinen individuellen Bedürfnissen.

Wenn ich an einem Ort einkehre, man mich bei der Begrüßung mit meinem Namen anspricht und sich während meines gesamten Aufenthalts mit Sorgfalt und Hingabe um meine individuellen Bedürfnisse kümmert, werde ich diese Philosophie schnell zu schätzen lernen, das Haus weiterempfehlen und immer gerne wiederkommen!

Wie beurteilen Sie den Gaststättenchwund auf dem Land?

François Koepf: Damit sprechen Sie ein ernstes Problem an: Noch vor etwa 50 Jahren vertraute man seine kleinen Alltagsorgen dem lokalen Bäcker, Metzger ... oder eben dem hiesigen Gastwirt bei einem gemütlichen Schwatz an. Die Wirte, denen man jahrzehntlang nicht einmal das passive Wahlrecht und eine freie Preisgestaltung zugestand, erfüllten damit einen wichtigen Dienst an der Nation. Der Wirt hörte zu und behielt das Gehörte diskret für sich. Mit den ländlichen Gastwirtschaften schwindet nun schon seit Jahren einer der letzten lokalen Horte der Zwischenmenschlichkeit. Wenn dieser Trend sich weiter fortsetzt, werden unsere Ortschaften zu reinen Schlafquartieren. Heute gibt es etwa noch 900 Bistros im Land. 350 bis 400 mussten meines Wissens in den letzten Jahren aufgrund gesetzlicher Einschränkungen wie Rauchverbot und Mehrwertsteuererhöhung aufgeben. Es ist noch nicht sehr lange her, dass in manchen Gemeinden zwei bis drei Cafés florierten, während es heute keines mehr gibt – ein trauriger, unwiederbringlicher Verlust an geselligem Beisammensein.

Die Gemeinden haben sich in dieser Hinsicht keinen Gefallen getan, als sie damit begannen, Festsäle einzurichten, um sie



Schueberfouer © Photothèque de la Ville de Luxembourg, Aschman Pol

den Vereinen für Feiern zur Verfügung zu stellen. Wir als HORESCA haben die Kommunen oft gewarnt: Wenn ihr das tut, werdet ihr immer weniger Cafés in euren Ortschaften haben! Den Gemeinden wäre eher anzuraten, mit gutem Beispiel voranzugehen, indem sie auch ihre eigenen Feiern in einer lokalen Gastwirtschaft organisieren, solange es bei ihnen noch eine gibt.

Die Situation wird auch dadurch nicht besser, dass manche Gemeinden Gastwirtschaften kaufen und dann zur Vermietung ausschreiben, denn wegen der zu erwartenden hohen Nebenkosten traut sich fast niemand, ein solches Angebot anzunehmen. Besser wäre es, der Person, die einen solchen Betrieb übernimmt, entweder einen festen Lohn zu garantieren oder ihr die Miete so lange zu erlassen, bis das Unternehmen rentabel ist.

Claude Ries: Nicht nur auf dem Land, auch in den Städten zeigt sich die Wichtigkeit der Horeca-Betriebe. Dies wurde nicht zuletzt während der Corona-Krise deutlich.

Seit in der hauptstädtischen Großgasse die Cafés und Restaurants wieder offen haben, profitieren auch die umliegenden Geschäfte von dem Aufschwung, der sich dadurch ergab. In der Stadt sind allerdings die hohen Mietpreise ein Problem. Das Gastgewerbe erzielt nun einmal nicht die hohen Gewinnmargen wie zum Beispiel Juweliere oder Edel-Boutiquen. Wohl gemerkt: Auch die Angestellten in unserer Branche sind auf günstige städtische Mietpreise angewiesen, um möglichst zeitnah an ihren Arbeitsplatz zu gelangen. Meines Erachtens sollte es daher gesetzlich unterbunden werden, dass Privatwohnungen nach dem „Airbnb“-Prinzip vermietet werden: Das System macht unserem Sektor indirekt Konkurrenz und trägt dazu bei, dass es nicht genug Wohnungen für Menschen gibt, die auch abends arbeiten.

François Koepf: Dass sich die Welt ändert, müssen wir akzeptieren. Als Gaststättenbetriebe haben wir die Aufgabe, uns an neue Gegebenheiten anzupassen, ohne dabei aber das Hospitality-Prinzip aus den Augen zu verlieren. Denn das ist es, was uns von der digitalen Welt unterscheidet!

Souvenirs d'un demi-siècle

© HORESCA







Le recrutement de personnel qualifié un défi permanent

C'EST BIEN UNE DES RAISONS QUI A POUSSÉ LE SECTEUR (SACOL) À FONDER L'ÉCOLE HÔTELIÈRE DE DIEKIRCH EN 1949. TRÈS TÔT L'HORESCA A RECONNU LE BESOIN DE S'ENGAGER DANS L'APPRENTISSAGE, LA FORMATION INITIALE ET CONTINUE.



Michel Lanners, Directeur

L'ÉCOLE D'HÔTELLERIE ET DE TOURISME DU LUXEMBOURG

En 1949 les hôteliers au Luxembourg revendiquaient la création d'une école hôtelière. Bien qu'à l'époque la plupart des entreprises se transmettaient de père en fils, les professionnels étaient conscients de la nécessité d'offrir à leurs enfants une formation garantissant une structure et une certification reconnue.

Leur syndicat, le « Syndicat des Aubergistes et Cafetiers organisés du Grand-Duché de Luxembourg (SACOL) » finançait au départ le fourneau et une première école vit le jour sous un régime privé afin de permettre aux enfants des exploitants de suivre une formation polyvalente pendant les mois d'hiver. Cette initiative du SACOL trouvait l'appui de la Ville de Diekirch.

Le ministère de l'éducation de l'époque prenait en charge la rémunération des enseignants et les frais des locaux mis à disposition par la Ville de Diekirch.

La reprise de l'école par l'État s'est ensuite faite de manière progressive.

L'École d'Hôtellerie et de Tourisme du Luxembourg est aujourd'hui le seul établissement à dispenser des cours à plein temps dans le domaine de l'Horeca et le seul à offrir au Luxembourg la possibilité d'études dans le domaine du tourisme. Cette singularité est combinée aux particularités des exigences relationnelles dans les contacts avec les clients. Elle met naturellement le focus sur les compétences relationnelles et comportementales et promeut explicitement les valeurs de l'hospitalité.



Les diplômés quitteront l'école avec l'assurance d'avoir acquis, outre les bases de leur métier, la compétence dans les échanges interrelationnels. Ces qualités personnelles garantiront ensemble avec les compétences professionnelles proprement dites le succès dans leur vie professionnelle future.

C'est la raison aussi pour laquelle l'EHTL a mis en œuvre une pédagogie adaptée aux besoins du marché professionnel, voire aux études supérieures, qui attendent les élèves à la sortie de l'école. Le corps enseignant accompagne les élèves dans l'acquisition de savoirs et de compétences basés sur un solide socle professionnel. Les élèves sont encouragés à se découvrir eux-mêmes, à se fixer des objectifs et à se construire un parcours scolaire personnel selon des valeurs et convictions qui les mèneront à l'excellence – la recherche de l'excellence étant le fil conducteur de l'EHTL.

Au cours de leurs études, les élèves ont d'ailleurs l'opportunité de découvrir le

monde du travail et ses exigences lors de stages annuels (dix semaines) dans des entreprises luxembourgeoises ou internationales. L'expérience acquise au cours de ces stages leur permet une transition école-monde professionnel plus tempérée. Les stages à l'étranger présentent en plus l'avantage de se préparer aux exigences de la mobilité professionnelle.

La taille modeste de l'école permet une prise en charge des élèves personnalisée et efficace. Le fait de suivre des cours, de travailler main dans la main avec les enseignants, de prendre les repas ensemble et de participer à des concours crée des attaches qui donnent leur vrai sens au terme « communauté scolaire ». Les liens ainsi créés tiennent généralement au-delà du seul parcours scolaire comme en témoigne depuis plus de 50 ans le dynamisme de l'association des anciens élèves de l'école.

La taille modeste de l'école présente aussi un inconvénient. Le nombre de diplômés qui sortent de l'école est insuffisant par rapport aux besoins d'embauche du secteur de l'HORECA. Le Gouvernement a décidé de réagir en réaffectant le prestigieux château de Sanem à l'EHTL afin que celle-ci puisse faire fonctionner à l'avenir un campus dans le sud du pays.

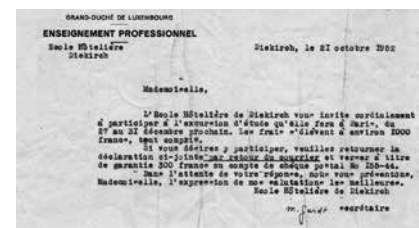


Aujourd'hui l'offre scolaire comprend les formations suivantes, Cuisinier, Restaurateur, Hôtellerie, Tourisme, gestion de l'Hospitalité, BTS Hospitality Management.

Le projet de loi pour un « Lycée technique hôtelier » est accordé.

Une nouvelle école hôtelière va être construite sur les terrains de la « rue Jos Merten ».

Le règlement grand-ducal du 13 juillet 1979 transformant l'Institut d'enseignement agricole, l'École des Arts et Métiers, l'École Professionnelle de l'État à Esch-sur-Alzette, le Centre d'enseignement professionnel de Diekirch (École Hôtelière), le Collège d'enseignement moyen et professionnel de l'Est, le Collège d'enseignement moyen de Pétange, le Collège d'enseignement moyen et professionnel de Dudelange, l'École de Commerce et de Gestion en lycées techniques et leur octroyant des dénominations particulières, règle la reprise de l'école par l'État, qui prend le nom de « Lycée technique hôtelier Alexis Heck » (LTHAH).



Lycée technique de Bonnevoie



KOOPERATIV - INNOVATIV - ENGAGÉIERT

WWW.LTB.LU



Depuis 1989, le lycée technique de Bonnevoie assure la formation par alternance des jeunes dans les métiers du cuisinier et serveur de restaurant.

Ces formations vivantes offrent des réponses adaptées aux besoins des professionnels.

LES FORMATIONS HORECA

Cuisinier

Tu es créatif, tu aimes travailler en équipe et te dépasser, alors tente ta chance dans le métier du cuisinier.

Le cuisinier choisit les bons produits, élabore les recettes et réalise les différents plats prévus pour un menu. Il peut travailler dans les cantines, hôpitaux, écoles, auberges, hôtels et restaurants de toute taille et type de cuisine.

Serveur de restaurant

Le serveur de restaurant s'occupe principalement de l'accueil et du service de clients en matière de boissons et de plats. Il prend également en charge les réservations, le service au bar, l'encaissement et la mise en place de la salle. Le serveur de restaurant peut exercer sa profession dans les restaurants et hôtels.

Autres formations offertes dans le domaine de l'alimentation :

Traiteur - Boucher-Charcutier - Boulanger-Pâtissier - Pâtissier-chocolatier-confiseur-glacier - Vendeur en boucherie - Vendeur en boulangerie



HORESCA

Fédération Nationale des Hôteliers - Restaurateurs - Cafetiers
du Grand-Duché de Luxembourg

Prix normaux des boissons

Bières à pression

0,25 l.	7,50 fr.
0,33 l.	9. fr.

Bières en bouteilles

Pils	11,50 fr.
------	-----------

Bières spéciales

fr.
fr.
fr.
fr.

Eaux gazeuses, Limonades, Colas

Chaudfontaines	6.- fr.
Birresborner	6.- fr.
Spontin	6.- fr.
Spa nature	6.- fr.
Spa Reine	6.- fr.
Spa Soda	6.- fr.
Vichy (0,20 l.)	6.- fr.
Vittel (0,20 l.)	6.- fr.
Evian (0,20 l.)	6.- fr.
Contrexéville (0,20 l.)	6.- fr.
Source-Rosport	7.- fr.
Coca-Cola	7.- fr.
Fanta	7.- fr.
Sprite	7.- fr.
Cristal-Mondorf	7.- fr.
Quiz	7.- fr.
Royal-Crown-Cola	7.- fr.
Eau du Kiem	7.- fr.
Sinalco	7.- fr.
Sinalco-Citron	7.- fr.
Sinola	7.- fr.
Canada-Dry	7.- fr.
Fabula	7.- fr.
High-Spot	7.- fr.
Spur-Cola	7.- fr.
Pepsi-Cola	7.- fr.
Seven-Up	7.- fr.
Canada-Dry Ginger Ale	8.- fr.
Appollinaris	8.- fr.
Gerolsteiner	8.- fr.
Perrier	9.- fr.
Perrier avec Citron	10.- fr.
Schwepes Ginger Ale	12.- fr.
Schwepes Tonic	12.- fr.
Schwepes Ginger Ale avec Citron	15.- fr.
Schwepes Tonic avec Citron	13.- fr.
Dry Tonic, Canada Dry	12.- fr.
Dry Tonic avec Citron	13.- fr.
Kintonic	12.- fr.

Jus de fruits

Jus de pommes	8.- fr.
Jus de tomates	14.- fr.
Jus de citron	14.- fr.
Jus d'orange	14.- fr.
Jus d'ananas	14.- fr.
Jus de pamplemousse	14.- fr.
Jus d'abricot	14.- fr.
Jus de cassis	14.- fr.
Jus de raisins	19.- fr.

Vins (verres de 0,20 l.)

Ebling	9.- fr.
Vin Vichy	9.- fr.
Riesling-Sylvaner	10.- fr.
Auxerrois	11.- fr.
Ruländer	11.- fr.
Pinot	11.- fr.
Riesling	12.- fr.

Apéritifs (0,04 l.)

Cinzano rouge/blanc	15.- fr.
Cinzano dry	18.- fr.
Martini rouge/blanc	15.- fr.
Martini dry	18.- fr.
Porto	15.- fr.
Gancia Americano	15.- fr.
Stock Rosso	15.- fr.
Nolly Prot	15.- fr.
Saint Raphaël	15.- fr.
Dubonnet	15.- fr.
Byrrh	15.- fr.
Rossi	15.- fr.
Madère	19.- fr.
Cherry	15.- fr.
Malaga	15.- fr.
Campari sec / à l'eau	18.-/20.- fr.
Cynar sec / à l'eau	18.-/20.- fr.
Suze sec / à l'eau	18.-/20.- fr.
Ricard	18.- fr.
Pastis Pec	18.- fr.
Berger	18.- fr.
Pernod Fils	20.- fr.
Mandarin à l'eau / à la bière	20./22.- fr.
Amer Picon à l'eau / à la bière	20./22.- fr.

Eaux-de-vie et digestifs (0,02 l.)

Poires-Pommes	7.- fr.
Grains / «Ugemächten Dröpp»	8.- fr.
Aquavit Silberlöwe	
Schinkenhäger	
Steinhäger	
Jägermeister	
Quetsch	
Lie-de-vin (Weinheffen)	
Dornkaat	
Rhum	
Polar Rhum 40°	
Polar Rhum 55°	
Polar Rhum White Label 40°	
Cognac	

Cognacs grandes marques

Armagnac
Bull
Underberg
Kirsch
Mirabelle
Herba
Fernet Branca
Jägerfeuer
Marc de Bourgogne
Colvados
Gin (0,04 l.)
Whisky (0,04 l.)
Paires Williams
Fine Champagne
Whisky grandes marques

Liqueurs (0,02 l.)

Cassis
Crème de Cacao
Abricot Brandy / Cherry Brandy
Anisette
Triple sec
Menthe verte
Curaçao
Muscat
Bergamotte
Père blanc
Cointreau
Chartreuse jaune / verte
Vieille Cure
Bénédictine D.O.M.
Grand Marnier
Schwarzer Kater 28°
Café Oriental 28°
Bonito Bitter 35°
Blueberry 28°

Long-Drinks

Polarrhum au Cola
Polarrhum au citron
Polarrhum à l'orangeade
Cuba-Libre
Lemon Hat
Orange Tiki

Divers

Bouillon / à l'Ebling	7.-/9.- fr.
Café tasse	8.- fr.
Espresso	9.- fr.
Espresso double	13.- fr.
Café filtre	11.- fr.
Café filtre (avec crème fraîche)	13.- fr.
Café filtre Hag	11.- fr.
Café filtre Hag (avec crème fraîche)	13.- fr.
Capuccino	16.- fr.
Thé	10.- fr.
Infusion menthe ou tilleul	10.- fr.
Chocolat	10.- fr.
Grog au Rhum	20.- fr.
Sirop de framboise	6.- fr.
Sirop de grenadine	6.- fr.
Sirop de menthe	6.- fr.

Pour les eaux-de-vie, digestifs et liqueurs, les prix peuvent être adaptés au prix d'achat et au montant de l'emport, ainsi que d'un bénéfice raisonnable. Condition: affichage des prix avec indication de la contenance des verres.
En vertu de l'art. 7 de la loi du 30 juin 1961 sur l'Office des Prix, il est interdit de demander un prix supérieur au prix normal sous peine des amendes prévues à

l'art. 11 de la même loi. Il est évidemment permis de demander des prix inférieurs.
Le communiqué de l'Office des Prix concernant les prix normaux des boissons publié au Mémorial B No 42 du 8 juillet 1964 est abrogé.
L'affichage des prix est obligatoire conformément à l'article ministériel du 6 décembre 1957.

Luxembourg. Avenue de la liberté.





Patrimoine

L'hôtellerie comme patrimoine culturel

Manger selon sa condition

Le Café – un lieu de liberté d'expression

Gastronomie & restauration

un besoin fondamental de la société

DR ROBERT L. PHILIPPART

Avec l'inauguration des chemins de fer en 1859 à Luxembourg, le tourisme d'affaires se développe à grands pas dans la ville de Luxembourg. Depuis cette époque, celle-ci est un lieu d'affaires important et occupe de ce fait une position différente des centres touristiques en émergence. Les clients d'affaires sont alors des agriculteurs et des bouchers actifs dans le commerce de bovins et de chevaux vendus dans les pays membres de l'Union douanière allemande à laquelle le Luxembourg appartient à l'époque. Les grands hôtels disposent de ce fait de larges écuries regroupées autour de cours fermées. Ils offrent également les services de palefreniers. Dans l'entre-deux-guerres, plusieurs de ces cours sont transformées en garages pour le commerce d'automobiles.



Hôtel Kons 1932- Collection Kugener © Photothèque de la Ville de Luxembourg (livre : Cafés, hôtel et restaurants de la Belle Epoque)

L'HÔTELLERIE COMME PATRIMOINE CULTUREL

Du temps de la forteresse, l'identité des voyageurs est publiée dans la presse. On note parmi ceux-ci des diplomates, d'origine parfois lointaine, comme l'Afrique ou les Indes.

L'hôtellerie moderne s'installe au « Neues Quartier » (rue de l'ancien Athénée, rue Notre-Dame, Boulevard F.D. Roosevelt) à deux pas du viaduc. L'ouverture de celui-ci en 1861 assure un raccordement à la gare. L'autorité militaire n'autorise pas à l'époque de constructions fixes aux alentours de celle-ci, de sorte que ce « Neues Quartier » est le plus proche des chemins de fer. La nuit, les portes de la ville sont fermées et la Porte Henri donne accès à la gare seulement en journée. Plusieurs hôtels sont situés à proximité des Porte Neuve et Porte Henri. Le quartier gouvernemental attire d'autres établissements d'hébergement, à la rue de l'Eau, à la rue du Fossé.

L'ouverture de la ville en 1867 offre des emplacements supplémentaires dans les nouveaux quartiers aménagés, à la rue Aldringen, la rue des Bains, l'avenue de l'Arsenal (prolongement de la Grand'Rue), l'Avenue Marie-Thérèse, au Boulevard Royal, à l'Avenue de la Gare. La place de la gare devient un lieu de prédilection pour l'établissement d'hôtels.

Installés par vagues successives, on y recense pas moins de 14 établissements entre 1867 et 2021 ! Le lotissement du plateau Bourbon, à partir de 1906, voit la concentration de nouveaux établissements d'hébergement à proximité de l'ancien palais de l'ARBED (19, Avenue de la Liberté) (Hôtel de Paris, Hôtel Moderne, Hôtel Central Molitor, Hôtel Carlton). Au lendemain de la crise économique mondiale de 1929, d'importants investissements se font dans la construction d'hôtels au quartier de la gare.



Le grand Restaurant "An der Stuff", Luxembourg.

Quelque 649 chambres viennent s'ajouter en quelques années seulement. Certains établissements s'adressent à une clientèle ouvrière et de classes moyennes, voire de travailleurs immigrés en attente d'un logement fixe.

La signature du Traité de fusion des exécutifs communautaires en 1965 confirme Luxembourg comme siège d'institutions européennes. À partir des années 1970, la capitale se transforme en l'une des plus importantes places financières du monde.

Dans ce nouveau cadre, les grandes chaînes internationales de la catégorie supérieure s'établissent dès 1970 en périphérie, au Kirchberg, à l'aéroport et dix années plus tard à Dommeldange.

Plusieurs hôtels de tradition au centre-ville disparaissent du fait de l'introduction de nouveaux standards internationaux ; un hôtel de luxe inaugurant ses salons au boulevard Royal en 1984 remplaçant le vide laissé par la fermeture du Grand Hôtel Brasseur. Le développement du quartier de la gare en « quartier TGV » (2007) voit

l'apparition de nouveaux établissements au boulevard d'Avranches et à la rue du Laboratoire. Depuis 2011, la Ville Haute renforce sa capacité hôtelière dans la gamme de luxe en voyant apparaître de nouveaux établissements. La conversion de l'ancien hôtel des Postes en Hôtel des Postes en est le projet le plus emblématique. Cette évolution va de pair avec l'expansion du commerce de luxe dans les rues du centre-ville. L'introduction du chantier du tramway au plateau Bourbon en 2018, sa mise en circulation en 2020 et à la place de la Gare entraîne une restructuration profonde de cet espace, avec en filigrane la fermeture d'anciens et l'ouverture de nouveaux établissements.

L'architecture hôtelière fait partie du langage publicitaire. Comme établissements commerciaux et lieux de rencontres sociaux, ils s'imposent au regard du visiteur et passant ; leur caractère architectural facilite leur repérage dans le tissu urbain. Ces édifices se fixent dans la mémoire collective. Ce n'est pas étonnant que lorsqu'un établissement ferme et que son patrimoine bâti

est voué à la disparition, une grande partie de la population se mobilise. Le projet de démolition de l'Hôtel de Paris à la Place de Paris, en 1976, a provoqué une levée de boucliers avec plusieurs milliers de signatures de protestation. Plusieurs établissements historiques (Hôtel Alfa, Hôtel de Paris) sont dès lors inscrits à l'inventaire des monuments nationaux.

La brasserie Pôle Nord est inscrite à l'inventaire supplémentaire des monuments nationaux, puis délisté. L'ancienne brasserie Mille Colonnes ou l'Hôtel Graas sont protégés au niveau communal. Pour d'autres, tels l'Hôtel Staar, l'Hôtel Continental, le Grand Hôtel Brasseur, l'Hôtel Clesse et le Pôle Nord, les mentalités ne sont pas encore prêtes pour une protection. Comme lieux sociaux, les noms d'établissements font à leur tour partie du patrimoine immatériel : Café um Piquet, Um Staar, Westeschgaart, Ennert de Stäiler, Um Lentzen Eck, pour ne citer que ceux-ci. Ils sont restés dans la mémoire jusqu'aujourd'hui.



Hôtel Holiday Inn © Photothèque de la Ville de Luxembourg, Krier Tony

MANGER SELON SA CONDITION

La gastronomie proposée, tout comme l'équipement des chambres, répond à la demande de la clientèle. Le « manger à toute heure » proposant notamment des buffets froids n'est pas exclusivement réservé aux restaurants autour de la gare et s'adressant aux voyageurs arrivés le jour ou en soirée en train. On retrouve cette offre complétée par le « service à table » également à la ville haute. La mention de ce service semble confirmer que l'on mange longtemps en commun le long d'une seule table. L'installation de tables distinctes et l'aménagement de cloisons de séparation ne vont assurer qu'à partir des années 1875 l'intimité et la discrétion qui nous sont habituelles de nos jours.

Il est surprenant de constater combien d'auberges et d'hôtels logent des étudiants qui ne sont pas inscrits à l'internat du convict épiscopal. Le « Mittagstisch » pour étudiants est alors proposé par plusieurs établissements de la ville haute pour les élèves fréquentant l'Athénée, l'École d'Artisans ou encore l'École d'Industrie et du Commerce. Cette même offre s'adresse également aux nombreux pensionnaires qui, pendant des périodes plus longues, vivent dans un hôtel ou une auberge : ce sont des professionnels étrangers en déplacement plus long ou des personnes venues s'installer au Grand-Duché et qui cherchent un lieu de résidence définitif. Ce sont encore des représentants de commerce, des per-

sonnes âgées sans famille ou des hommes d'affaires qui installent leur cabinet dans un établissement d'hébergement.

Les menus du jour se caractérisent par le caractère fixe des prix, le plus souvent à un niveau modéré. Ils s'adressent aux salariés travaillant en ville. Ce type de menu est proposé également pendant le weekend et en soirée, cette fois avec un accent mis sur des spécialités de la maison, toujours luxembourgeoises. Les menus sont copieux, rassasiants, ni légers, ni sains. Ils sont destinés à nourrir des personnes qui travaillent physiquement très dur. Avec la généralisation des grands réfrigérateurs au début des années 1930, au détriment des glacières installées dans les caves ou creusées dans le roc, une cuisine plus délicate proposant des crustacés est proposée à une élite de gourmets, souvent réunie en groupes pour des fêtes et anniversaires. En 1938 a lieu la première « Gastronomische Ausstellung » au Cercle Municipal ; des cours de cuisines sont régulièrement diffusés par la radio luxembourgeoise. L'amitié François Vatel Luxembourg est fondée en 1957 dans le but de développer et de promouvoir la bonne cuisine et les spécialités luxembourgeoises, de garantir la simplicité et la qualité des mets et d'encourager les jeunes cuisiniers à persister dans leur profession par tous les moyens appropriés. Dans ce cadre, il faut mentionner la distribution d'un prix culinaire annuel, la Coupe François Vatel

.....
Avec la généralisation des grands réfrigérateurs au début des années 1930, au détriment des glacières installées dans les caves ou creusées dans le roc, une cuisine plus délicate proposant des crustacés est proposée à une élite de gourmets.
.....

à partir de 1970. Les origines du salon international de l'art culinaire « Expogast » lancé en 1972, remontent à l'initiative de l'Amitié gastronomique François Vatel, de la Confrérie St. Cunibert, de la Fédération des Maîtres Traiteurs et de la Chaîne des Rôtisseurs et à l'infatigable engagement du restaurateur Germain Gretsch. La distinction de Léa Linster en 1989 par la remise du prix culinaire Bocuse d'or marque une heure de gloire supplémentaire dans l'histoire de la gastronomie.

Depuis la fin du XIX^e siècle, les restaurants les plus populaires de la ville exploitent chaque année un pavillon de restauration à la Schueberfouer. Les « snack-bars restaurants » apparaissent en 1968 et s'adressent à une clientèle professionnellement active et particulièrement pressée. Cette offre se développe en parallèle à la multiplication des supermarchés et des plats cuisinés préparés par les traiteurs pour « décharger les femmes ménagères ». Plus la société s'internationalise, plus la culture gastronomique se diversifie avec l'ouverture de pizzerias, de restaurants grecs, espagnols, indiens, chiliens, thaïlandais, de sushi-bars et autres. De nouvelles tendances gastronomiques se manifestent dès la fin des années 1960, dont la « nouvelle cuisine », la restauration végétarienne, végane, la cuisine fusion. En parallèle, un monde excitant de bars à cocktails s'ouvre aux clients.

Jusqu'à la sortie du Luxembourg de l'Union douanière conclue avec l'Allemagne (1918), les bières blondes allemandes occupent le premier rang des cartes à boissons.

Les bières luxembourgeoises gagnent progressivement le marché après le retrait des bières allemandes. En 1922, la « Luxemburger Weinwoche » initiée par le Cafetier

Auguste Schulz introduit la promotion des vins luxembourgeois dans la restauration.

À la fin du millénaire, la restauration doit s'adapter à d'importants changements intervenus au niveau de la consommation d'alcool. L'adoption de la Loi 1^{er} juillet 1992 concernant la réglementation de la circulation sur toutes les voies publiques réduit le taux d'alcool dans le sang en vue d'une sécurité routière plus élevée.

La consommation de vins luxembourgeois, qui avait progressé après la Première Guerre mondiale pour occuper une place prédominante dans la restauration, change suite à l'instauration du marché unique ouvrant au consommateur pratiquement toute la gamme des vins européens



Hôtel Select (Photographe inconnu)



Carte postale © brasserie-restaurant «Pole Nord», Luxembourg, Place de Bruxelles

.....
Les discothèques ouvrent à Luxembourg dès 1970 avec l'inauguration du légendaire « Blow Up » à l'Avenue de la Faïencerie.

LE CAFÉ – UN LIEU DE LIBERTÉ D'EXPRESSION

Le rôle du cafetier et du restaurateur est inestimable pour la société, car ce sont les garants des libertés d'association et d'expression inscrites dans la Constitution de 1848. La personnalité de l'exploitant est à la base du succès ou de l'échec de l'entreprise. Décors, cartes à vins et menus, type d'animation et localisation donnent bien des repères, mais ne sont pas déterminants pour le succès des affaires. Le caractère de l'exploitant attire le type de client auquel il inspire confiance : des fois, le cafetier est lui-même membre d'une association qui établit son siège chez lui, à d'autres occasions c'est son engagement sportif, son attitude politique ou religieuse, sa sensibilité sociale qui expliquent l'attrait de clientèles bien spécifiques et fidèles.

Pour que ce modèle fonctionne bien, il faut souvent que le cafetier ou le restaurateur dispose en plus d'une salle de réunion ou de fêtes, disponible également pour des ventes publiques, des tournois, des spectacles, des bals. Il est intéressant de noter que des gratuités sont accordées dès les années 1875 aux clientes assistant à des spectacles. Que ce soient les arquebusiers, les automobilistes, les membres de syndicats professionnels, de partis politiques, des associations de gymnastique, la société pour la construction d'un crématoire, les anciens combattants de guerre, les corps de pompiers, des associations culturelles, ou encore l'union commerciale, tous se réunissent dans un café, une brasserie, un restaurant, soit en comité, soit en assemblée. Pratiquement toutes les associations sont fondées dans un café ! Certaines associations disposent de leur salle attitrée où elles peuvent déposer leur matériel. La brasserie Pôle Nord va jusqu'à offrir une

chambre noire pour développer les films pour les membres d'un club d'amateurs de photos. Plusieurs établissements offrent une salle de bowling ou de billard. Les salles polyvalentes des cafés, brasseries et restaurants, généralement adossés à la salle à manger, servent également de lieux de projection pour les premiers films au Luxembourg, de dancings, de salles de ventes publiques, de salles de conférences et d'exposition, de salles pour des fêtes de famille ou d'anniversaires. Certaines salles disposent d'une scène (Appolo-Theater, Music- Hall Amberg, Villa Louvigny, Hôtel des Postes, Hôtel Alfa, Pôle Nord, Hôtel Metropole, Casino bourgeois, Carrefour, Trianon Plalace, Rettelsgaart.).

L'animation avec des troupes d'artistes, d'acteurs et de musiciens locaux ou en tournée, l'organisation de bals populaires créent d des soirées inoubliables où des liens se tissent. D'ailleurs, les établissements affichant Cafés-Concerts, Thés dansants et variétés offrent délibérément un pendant au « Bildungstheater » proposé par le Théâtre de la Ville. Les discothèques ouvrent à Luxembourg dès 1970 avec l'inauguration du légendaire « Blow Up » à l'Avenue de la Faïencerie. Le cafetier et le restaurateur cherchent non à rassembler des consommateurs, mais à rentabiliser et dynamiser, par le biais de ces programmes d'activités, leurs salles disponibles en permanence. Ces lieux peuvent aussi devenir des lieux de débordement, de débauche ou de menaces d'insurrection et de contestation. Voilà pourquoi ils sont progressivement placés sous surveillance : sécurité et hygiène priment, le combat contre l'alcoolisme et le proxénétisme préoccupent et la protection des femmes et des mineurs au travail font partie

de ces actions en faveur de la protection de l'individu. La gamme des mesures embrasse une réglementation en perfectionnement constant limitant le nombre de concessions, régissant les heures d'ouverture et les nuits blanches, la consommation de drogues, la liberté de fumer.

Ce souci de garantir un maximum de sécurité aux clients conduit progressivement à la création de salles polyvalentes communales répondant aux normes de sécurité,

proposant des salles accessibles pour tous et sans obligation de consommation. Ces centres polyvalents offrent aux associations des salles propres avec possibilité de stockage de leurs affaires. Un long combat commence pour le secteur des cafetiers et restaurateurs qui voient ainsi partir en fumée une partie de leurs recettes. Les salles des fêtes traditionnelles se convertissent d'abord en dancing, puis deviennent des lieux pour banquets, réceptions, réunions de travail, déjeuners d'affaires ou de familles.



© HORESCA

LES SALLES SONT SOUVENT INTÉGRÉES DANS L'ESPACE CAFÉ.

La campagne de sensibilisation « Fumeurs et non-fumeurs : respectez-vous ! » touchait en 2014 au cœur du fonctionnement du secteur Horeca : servir la cohésion sociale, garantir de se réunir dans un plein respect mutuel. L'expérience du confinement dans le cadre de la pandémie de COVID-19 a souligné l'importance primordiale des cafés, brasseries et de la restauration pour garantir

la santé mentale de larges couches de la population et assurer une excellente qualité de vie. Touchant par leurs décors, ambiances et mets à l'onirisme, ces lieux sociaux, où l'être humain se regroupe pour voir et être vu, ont démontré que les loisirs ne relèvent pas de la catégorie économique du luxe, mais bien des « besoins ».

Les informations fournies dans ces deux articles se fondent sur les recherches personnelles effectuées pour 63 hôtels, auberges et cafés parus dans la rubrique « Mémoires d'établissements » proposée par l'HORESCA dans son magazine HORESCA News, sur le site www.welkomm.lu et www.hospitalityluxembourg.lu, et incluent des informations puisées dans le mémoire de Joë Haas, Von Alkoholschenken, Arbeiterkneipen und Amüsierlokale, Belval, 2018 und SACOL, Syndicat des aubergistes, cafetiers et hôteliers organisés du Grand-Duché de Luxembourg, Publication lors du 50e anniversaire, Novembre 1956, Luxembourg 1959.

Choisir Delta Fair Trade, c'est faire le choix d'un café de qualité qui contribue à un monde meilleur.

Un café cultivé dans la volonté de fournir une valeur équitable à tous les acteurs de la chaîne, du producteur à la tasse.



Delta Fair Trade, le bon goût du commerce équitable.



Pour une dégustation ou tout renseignement, vous pouvez nous contacter:
NOVADELTA Luxembourg 22 rue de l'Industrie L 8399 WINDHOF Luxembourg
E-mail: info@delta-cafes.lu - Tél: +352 26 94 56 01



L'impact sur la vie associative

DR ROBERT L. PHILIPPART

Jusqu'à la fin des années 1960, de nombreux cafés de la capitale sont de véritables « clubhouses ». Certains établissements sont ainsi restés en mémoire : l'Hôtel Clesse, l'Hôtel Staar, l'Hôtel Kons, la brasserie Walsheim, l'auberge zum Godenen Anker, l'Hôtel de la Poste (Avenue de la Gare), la villa Louvigny, l'Apollo-Theater/ Casino de la Gare, l'Hôtel Central Molitor, l'Hôtel Graas, le Café Belge, le Café du Commerce, le Café Jentgen, l'Hôtel Metropol.

DES LIEUX DE RASSEMBLEMENT

Ce sont alors des lieux de rassemblement d'associations sportives, de syndicats professionnels, d'associations culturelles. Ces quelques lignes rappellent et soulignent l'importance du métier de restaurateur et de cafetier pour la construction et la cohésion d'une société. Dès les années 1970, dans le cadre de profondes mutations sociales, le monde associatif change à son tour. De nombreuses salles communales accueillent désormais les membres de clubs culturels, politiques ou sportifs. Le cadre de la liberté d'expression est ainsi mieux contrôlé par le monde politique qui veut promouvoir le bon ordre, l'hygiène, la sécurité et l'équité tout en réduisant l'alcoolisme. L'auteur renvoie le lecteur à son article *Le Café-restaurant au centre du monde associatif* publié dans le catalogue « *Komm mir grënnen ee Veräin* » édité en 2022 par le Lëtzebuerg City Museum.

Le cadre de cette publication permet d'aborder le sujet bien plus en profondeur.

Le cafetier et le restaurateur sont d'abord des commerçants, recherchant la rentabilité de leurs entreprises. Comme tout négoce, ce métier demande une forte dose d'empathie, car cette profession vit directement de sa clientèle. L'hospitalité ne représente pas un service essentiel à la vie. Ces entreprises vivent du temps de loisirs et du budget de leurs clients. Vu la situation concurrentielle, le cafetier et le restaurateur doivent être forts en marketing pour attirer des consommateurs et être engagés pour les fidéliser. Comme pour tout négoce, la situation géographique favorise la bonne marche des affaires. Les établissements situés autour de la place de la Gare sont souvent axés sur le passage des voyageurs en train ou en tram. Leur service de « cuisine à toute heure » a justement cette clientèle en point de mire. Or, ces clients, s'ils suivent un même rythme de travail et exercent leur métier à proximité du café ou restaurant, vont se connaître peu à peu, se parler et enfin défendre leurs intérêts.



L'Union dramatique à la Villa Amberg in L'Indépendance luxembourgeoise N° 138 Luxembourg 1900 p 4

Les établissements situés à la place d'Armes, au Marché-aux-Herbes, au Glacis ou au Marché- aux-Poissons attirent alors, parmi d'autres, une clientèle en provenance des villes basses. La place du Piquet profite de la gare des tramways à proximité. Encore d'autres établissements ouvrent à proximité d'un hôpital, d'un cimetière ou encore du théâtre et des cinémas dont les spectateurs assurent une clientèle régulière.

Enfin, les établissements situés à l'écart doivent créer leur clientèle grâce à divers programmes d'animation ou en proposant des infrastructures plus spéciales : salle

noire pour le développement de photos, jeu de quilles, salle de billard, salles de réunions.

Enfin, les maisons situées en périphérie, à la place de l'Etoile (Wintersdorf), Limpertsberg (Westeschgaart, Bataclan et Café Ferring Trianon Palace, Rettelsgaart), ou encore Weber-Hebber à Gasperich, le « Chalet Dräi Eechelen » ou le « Café Juegdschlass » offrent des « Gartenwirtschaften ». Ce sont alors des lieux de fêtes et de détente en pleine vilégiature.

UN RÔLE SOCIOPOLITIQUE

La Constitution du 9 juillet 1848 autorise déjà la liberté d'association. Conscients du potentiel politique de la profession d'aubergiste, les cabaretiers sont, dès 1854, exclus des postes de bourgmestres et d'échevins, les carrières de conseillers communaux, leur restant cependant ouvertes. Si les statuts des associations sans but lucratif imposés par la Loi sur les asbl de 1928, requièrent l'identification d'un siège social et la mise à jour continuelle des informations concernant les membres des Conseils d'Administration, nombreuses sont les associations de fait, restées sans personnalité juridique. L'adresse du siège peut alors être l'adresse privée du président ou du secrétaire, le lieu à choisir pour les réunions et assemblées par contre demeure libre. Dans de nombreux cas, le cafetier lui-même est membre et propose son adresse comme siège de l'association.

Des fois, il est lui-même fondateur d'un club, tel Joseph Glaesener, exploitant du Café Terminus des Belges qui fut à l'origine du „Club des 100 kilos“. Le cafetier Eugène Neu

était président de la Fédération des sociétés cyclistes luxembourgeoises, fondée en 1917 au Café Mille Colonnes dont il était le gérant Gustave Hoffmann-Weimerskirch, exploitant du Café Ennert de Steiler (rue de la Loge), s'engagea au Comité Alstad organisant l'Eimeischen au pied de sa porte. Le patron de l'Hôtel Moderne (Rue du Fort Elisabeth), Paul Thein, était fondateur du Aéro-Club de Luxembourg.

Certains établissements préfèrent une clientèle de passage, d'affaires ou de loisirs.

D'autres encore s'adressent aux noctambules. Les associations les intéressent bien moins.

Le café est l'endroit privilégié pour rencontrer des personnes aux mêmes soucis, frustrations ou espoirs. Comme lieu de rencontre, il devient un espace d'organisation sociale. Son cadre, avec ses décors de miroirs, ses bancs tapissés, ses tables aux plaques de marbres, ses lambris, ses vitraux, le piano, la table de billard, crée parfois un univers onirique ou un domi-

cile plus valorisant que le logement privé. Il permet d'échanger avec des personnes que l'on n'aurait jamais accueillies chez soi.

Les amicales, associations culturelles, sportives ou politiques, les syndicats professionnels qui fréquentent les cafés, brasseries, bistrotts et restaurants, assurent à l'exploitant une recette économique limitée, mais stable due à la fidélité des membres de ces organisations. En annonçant dans la presse leurs événements, les associations assuraient aux cafetiers de belles promotions gratuites.

Seuls, les exploitants disposant d'une salle des fêtes ou de réunions spécifiques sont intéressés à attirer les amicales et le monde associatif. Leurs salles parfois équipées de mezzanines et de scènes servent à la représentation de spectacles de théâtre, de variété, de danse, mais aussi de concerts et de chants, de projections de films, à l'organisation de tournois sportifs ou de conférences.

Le Pôle Nord offre même une chambre noire pour le développement de films. Dans les années 1930, plusieurs de ces salles sont converties en dancings. L'hôtelier J.P. Klein offre en 1890 à la Villa Louvigny un vélodrome attirant des championnats nationaux et internationaux.

Ces salles deviennent le lieu d'expression de personnes dont la vie professionnelle



Café 1000 Colonnes © Mersch François Batty Fischer
Luxembourg souvenirs et adieux 1977 p 197

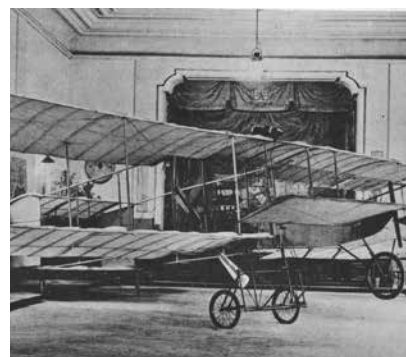
ou familiale n'accordait jusque-là ni voix ni vue. Ce sont des lieux de naissance, de l'amitié ou de l'animosité, parfois sous l'effet de l'alcool. Jusqu'à l'abolition du cens électoral en 1919, les associations pour la défense de professions artisanales et industrielles réunissent de nombreuses personnes exclues des droits électoraux.

Ils se réunissent dans les cafés populaires.

Une fois l'ordre du jour de la réunion épuisé, les discussions peuvent se prolonger au café jusque très tard dans la soirée.

Les centres culturels et les salles paroissiales fournissent aux associations des locaux de réunions propres, permettant la tenue des archives, exemptant les membres de toute consommation obligatoire et payante.

Elle enrayer ainsi la consommation d'alcool. En conséquence, le nombre de réunions au café diminue rapidement.



Villa Louvigny aéroplane Ch. Brandeburger 1909

BERCEAUX D'INNOMBRABLES ASSOCIATIONS

Le parti politique « Liberkraten » est fondé à l'Hôtel de Luxembourg en 1959. En janvier 1902, le « Sozialdemokratischer Verein für Luxemburg und Umgebung » est fondé au Café Goerens-Muller à la rue du Saint-Esprit.

Le parti libéral et démocratique se réunit en 1911 à l'auberge zum goldenen Anker. Les établissements « Café des casemates » et « Bürgerbräu » sont restés tristement dans la mémoire comme lieu de constitution du Volksdeutscher Bund en 1940.



Hôtel de la Poste © collection Henri Kugener

Le parti social-démocrate chrétien (CSV) est fondé au Café Ferring à l'Allée Scheffer.

Outre les « Fuesbaler » organisés par la fanfare du Grund ou le « Sang a Klang » ou par les pompiers cantonaux, les salles de l'Hôtel de Luxembourg et de l'auberge zum goldenen Anker accueillent les bals du Cercle littéraire et scientifique, du Volk-sbildungsverein, des associations d'étudiants, de la jeunesse des écoles. Le Cercle Musical y tient ses soirées de « chansons

françaises », la société linguistique luxembourgeoise invite à des conférences.

En 1893, le Cercle Artistique du Luxembourg a été fondé au Grand Café à la Place d'Armes, suivi en 1897 par l'Association des Ingénieurs luxembourgeois. Au Café Jentgen (rue de la Poste) la grande salle accueille jusqu'en 1926 les répétitions de la chorale « Les Enfants de Luxembourg ».

En 1894, la salle de spectacles de l'Apollo-Theater (rue de Strasbourg) offre une scène et 440 places aux associations culturelles locales. Nombreuses sont les associations à y élire leur siège.

Le Cercle des Philanthropes luxembourgeois se réunit à la taverne Aux Mille Colonnes qui vient d'ouvrir à la place de la Gare en 1904. Dès les années 1920, le Café Wintersdorf à la place de l'Etoile réunit le « Radio Club » et la « Société télégraphie sans fil ». En 1946, la fédération luxembourgeoise de basketball est fondée à l'Hôtel Schintgen. Le jazz-club Luxembourg est né en 1967 à l'initiative d'un groupe d'amateurs se réunissant régulièrement à la brasserie Walsheim.

LIEU DE COHÉSION SOCIALE ET DE VIE URBAINE

Les cafés et restaurants sont des lieux importants de la cohésion sociale.

Toutes les mouvances populaires de la société y ont trouvé un lieu d'identification et de promotion : le syndicalisme et les partis politiques, les associations sportives et culturelles, le monde agricole.

La situation centrale des établissements et leur capacité d'accueil ont favorisé la sortie des associations de bénévoles de leurs salles d'exercices ou de répétition pour présenter leurs activités au public.

Leurs manifestations sont souvent promues et soutenues par les restaurateurs eux-mêmes, bénéficiant économiquement de ces activités. Les événements ont donné au secteur une image positive d'hospitalité ternie par les problèmes d'alcoolisme ou assimilés à des lieux de la contestation politique. La vie associative qui s'exprime grâce aux cafés et restaurants est une expression très forte du caractère pluriel de la vie urbaine et de la fusion des couches sociales autour d'activités communes en partageant les mêmes lieux de loisirs.



“

**WE GROW
& PROTECT
YOUR
CAPITAL**

William TELKES



SPUERKEESS
Private Banking

Banque et Caisse d'Épargne de l'État, Luxembourg, établissement public autonome
1, Place de Metz, L-1930 Luxembourg, R.C.S. Luxembourg B30775



La cuisine luxembourgeoise au fil du temps

De la rusticité au raffinement

LA FINESSE FRANÇAISE, COMBINÉE AUX PORTIONS SUBSTANTIELLES DE LA CUISINE ALLEMANDE. UN PAYS OÙ LES RESTAURANTS ÉTOILÉS SE MULTIPLIENT. LES CLICHÉS NE MANQUENT PAS SUR LA CUISINE LUXEMBOURGEOISE.

MAIS QU'EN EST-IL VRAIMENT?

Au départ, la cuisine luxembourgeoise est sans aucun doute celle des plats simples des gens modestes. Ce qui est aujourd'hui parfois qualifié de créativité était peut-être tout simplement l'art du « bien faire » avec les moyens du bord ou l'aptitude à faire face à la rareté des ingrédients. Un bon exemple est notre fromage national, le « *Kachkéis* ».

Il est fabriqué avec la partie la moins noble du lait, le metton. C'est ce qui reste du lait quand toute la crème a été retirée.

La base de la cuisine de tous les jours était faite de légumineuses, de farine de sarrasin puis, à partir du 16^e siècle, de pommes de terre. Les légumes étaient, à l'occasion, agrémentés d'un peu de lard fumé.

On ne faisait ripaille qu'aux seuls jours de fête et de kermesse. Un bon exemple est la description faite par l'écrivain Batty Weber, qui évoque un défilé de plats que nous avons du mal à imaginer aujourd'hui.

Il donne toutefois un bel aperçu de ce qui se mangeait il y a un peu plus de cent ans.

Le menu qu'il décrit débute par un bouillon de viande aux vermicelles. Il est suivi d'un boudin noir sauté, de viande de bœuf, de côtes de veau poêlées, puis d'un rôti de veau, d'un gigot de mouton, d'un cuissot de porcelet, de porc en gelée, de jambon cru fumé et enfin de tartes.

Notons en passant que le fameux « *Judd mat Gaardebounen* », un plat typique luxembourgeois, n'y figurait pas, pas plus que la « *Bouneschlupp* », que nous sommes l'un des rares pays à servir.

« *Ça ne peut pas marcher* », avait dit Paul Bocuse en 1989 lors du repas auquel l'avait convié Léa Linster après avoir remporté le fameux « *Bocuse d'or* ». Le maître avait été convaincu du contraire et avait beaucoup apprécié ce plat luxembourgeois, préparé pour l'occasion selon les critères de la cuisine étoilée.



© Shutterstock



Bouneschlupp © Shutterstock



Plateau Ardennais © LFT - Thierry Dricot



Duo de Saumon, fumé et tartare, salade de betteraves rouges



Foie d'oie maison et sa gélée au Gewürztraminer

OUVERTS AU MONDE

En fait, les Luxembourgeois ne sont jamais restés repliés sur eux-mêmes. La situation géographique et politique du pays a toujours eu une certaine influence sur l'élaboration des plats luxembourgeois.

Le pays a été tout à tour par ses voisins français, allemands et belges, par les Bourguignons, les Espagnols, les Autrichiens, les armées françaises avant que les garnisons allemandes ne s'installent dans la forteresse. Les influences de ces occupations se retrouvent dans la cuisine du pays. Et le Luxembourg ne s'est pas arrêté là !

Avec l'industrialisation, il est devenu une terre d'accueil pour les ouvriers allemands, italiens et portugais, puis avec le dévelop-

pement du secteur des services, il s'est ouvert aux fonctionnaires européens et la place financière s'est développée.

Ces derniers ont apporté une cuisine infiniment variée, dans la mesure où ils voulaient tous retrouver un peu de leur propre culture gastronomique dans les assiettes luxembourgeoises.

Ainsi, nos voisins belges nous ont appris à aimer les frites et les moules, les Italiens ont amené leur pizza et les plats de pâtes, à commencer par la « *pasta asciutta* » qui dès les années 50, a fait partie du patrimoine culinaire du sud du pays. Dix ans plus tard, les premiers immigrants portugais nous ont appris à apprécier le bacalhau.

RETOUR AUX SOURCES

Les Luxembourgeois en ont-ils perdu leurs valeurs culinaires classiques ?

Mangent-ils toujours les plats typiques de notre pays, à commencer par le fameux « *Judd mat Gaardebounen* », cette échine de porc rôtie, accompagnée de fèves ?

Ce que nous revendiquons volontiers comme un plat national est également servi dans l'Algarve, où il est cependant assaisonné avec des herbes méditerranéennes.

Mais commençons par le début. Notre premier ancêtre, dont les traces ont été retrouvées dans le Mullerthal il y a 150 ans, n'est apparemment pas mort de faim.

Dans sa tombe subsistaient les restes de deux côtes de « *sauf bullock* », un animal

préhistorique. On y a également découvert des os de cerf et de sanglier.

Les historiens en ont conclu que les premiers habitants du Luxembourg étaient chasseurs et pêcheurs.

Ce n'est qu'à l'arrivée des Celtes, qui étaient paysans et éleveurs, que la population est devenue sédentaire, tout en restant fidèle à la chasse et à la pêche. Le butin était cuit dans des fours en pierre où brûlait un feu constant.

Les Celtes ont été suivis par les Romains, qui grâce à leurs voies internationales, ont développé le commerce. Ils nous ont notamment amené la vigne et nous ont appris à fabriquer du vin. 250 ans plus tard, les populations germaniques brassent la première bière sur notre territoire.



Gromperehelcher © LFT - Passion Meets Creativity

UNE ÉVOLUTION CONSTANTE

À partir du 5^e siècle de notre ère, notre pays est dominé par les Francs. Leur nourriture est faite de plats cuisinés mangés dans de grandes soupières communes avec la seule aide de cuillères.

La fondation de la ville de Luxembourg par le comte Sigefroid en 963 va de pair avec les premières cultures céréalières.

Ces dernières servent à faire du pain, mais aussi à préparer des soupes et des bouillies.

On cultive également des haricots, faciles à sécher et à conserver.

Il n'empêche que les Luxembourgeois ont subi des famines jusqu'au 14^e siècle.

Ce n'est que durant le règne bourguignon que la situation s'est améliorée. Une preuve tangible se retrouve dans le récit des « repas d'échevins ».

Ainsi, à Echternach en 1520, les échevins de la ville se régalaient de « *gutte rindstreippen von Einem oxsen, danach fett rindt fleisch mit mostert, danach Hoener mit schweine fleisch in einer gelben Brüden, ihr zwei Ein ganz Hoen, danach gebrädts, danach reyss, danach fladen, Grantz und Kuchen.* »

Vingt ans plus tard, les échevins de Bech et leurs épouses mangent « *zweierlei Weizenbrot, zweierlei Wein, gute Erbsen mit Speck, Rindfleisch mit Senf, Braten mit Knoblauch, Schweinefleisch mit gelber Brühe und Reis.* »

En règle générale, la viande est réservée aux agriculteurs, propriétaires de leurs terres. Ils salent et fument surtout la viande de porc, mais aussi le bœuf.

Les repas des ouvriers sont bien plus modestes. Ils mangent du pain, dans le meilleur des cas accompagné d'une soupe,

de pois, d'un peu de lard, de fromage ou de lait.

Jusqu'à la fin du 19^e siècle, les Luxembourgeois consomment de la soupe à tous les repas. Le matin, elle est composée de farine d'avoine, d'orge ou d'épeautre.

Elle contient éventuellement des boulettes de farine (*Stärzellen*). Le midi, elle est préparée avec du chou, des haricots ou des petits pois, éventuellement agrémentée d'un peu de lard. Le soir, on mange à nouveau une bouillie, à base de légumes secs.

La population rurale se nourrit de fromage, de lait caillé (*Brach*) et de fruits, qui ne sont pas considérés comme des aliments nobles.

Leur mérite principal est de servir à faire du Schnaps, ce qui permet d'améliorer quelque peu les revenus familiaux.



Kachkéis © Luxlait

.....
**Le rôti de veau façon „Prince Orloff”,
assaisonné de jambon cuit et de
fromage, a été pendant très longtemps
le plat de fête par excellence**
.....



© Shutterstock

La viande, les œufs et le poulet sont réservés aux classes plus aisées, dont font partie les agriculteurs-éleveurs.

Les pommes de terre font partie de l'alimentation à partir du 18^e siècle. Avant cette époque, les haricots étaient une des principales composantes des repas, d'autant plus qu'ils pouvaient facilement être séchés pour les conserver durant l'hiver.

Il n'empêche que le Luxembourgeois n'a jamais été grand amateur de légumes et a toujours rêvé de plats de viande.

« Les navets seront parfaits pour améliorer la viande et le lait des vaches », lisait-on dans le *Luxemburger Wort* en août 1869.

Cette situation dure jusqu'au début du 20^e siècle.

Le quotidien des ouvriers de la toute nouvelle industrie lourde est composé principalement de pain et de pommes de terre.

On ne mange de la viande qu'aux grandes occasions comme les fêtes religieuses ou familiales.

Par contre, la « *Mädchen-Fortbildungsschule* » enseigne aux jeunes filles, issues des milieux bourgeois que le repas du dimanche se construit autour d'un ragoût de veau. Le lundi, elles peuvent servir une « *Wainzössiss* », le mercredi, un steak, le jeudi un rôti de bœuf et le samedi des quenelles de viande.

« La viande est très importante dans notre alimentation, parce qu'elle a une grande valeur nutritionnelle, même en petites quantités », apprennent alors les élèves.

LES CLASSIQUES

Le porc a longtemps été le premier fournisseur en viande de la population luxembourgeoise. Ceci d'autant plus que l'on peut tout manger dans le porc, à commencer par les joues (*Kënnbacke*), pour continuer par le cou qui sert de composant au fameux « *Judd mat Gaardebounen* ». Le « *Gehäck* » est un plat cuisiné avec les poumons, l'estomac et le foie du porc, le boudin est préparé à partir du sang, le « *Ghelli* » est fait avec la tête et les pieds. La déclinaison va jusqu'aux pièces nobles que sont les jambons.

Une pièce maîtresse du genre est le pâté au Riesling. Créé en 1928 par le fondateur de la maison Kaempff-Kohler, Pierre Kaempff, la « *Rieslingspaschtéit* » est aujourd'hui un véritable étendard du patrimoine culinaire luxembourgeois. Inventé pour accompagner la collation d'après-travail, ce plat est devenu un des classiques des grandes maisons pâtisseries et charcutières du

pays, tout comme de la grande distribution nationale.

Il est principalement composé de viande de porc, additionnée éventuellement de bœuf ou de veau. La cuisine moderne le décline aussi en versions plus légères. L'important reste cependant la marinade de la viande dans le Riesling.

Comme les familles ne tuent le cochon qu'une fois ou deux dans l'année, elles sont vite passées maîtres dans l'art de la conservation. Les pièces de porc sont fumées, elles sont salées pour en faire le « *Gesolpertes* », les basses pièces servent à fabriquer les saucisses. Le poulet et le lapin sont d'autres plats traditionnels, d'autant plus qu'ils sont faciles à élever même pour tous ceux qui n'ont qu'un petit jardin.

Le bœuf est également une composante classique de la cuisine nationale.

Il est préparé sous forme de ragoût façon « *Biwwelamoud* ». Il est bouilli, puis détaillé en salade (*Feierstengsalot*). Les plats cuisinés à partir des abats comme le foie, le cœur ou les intestins, qui entrent dans la composition du « *Kuddelfleck* », constituent également une part importante de la cuisine luxembourgeoise.

La viande de veau est moins souvent cuisinée car « elle est moins nourrissante » dit le manuel scolaire. On n'en mange pas moins la langue, la tête, la poitrine (farcié), l'escalope et le rôti. Le rôti de veau façon « *Prince Orloff* », assaisonné de jambon cuit et de fromage, a été pendant très longtemps le plat de fête par excellence, indispensable à tout repas de communion ou de mariage.

Le poisson a également toujours été un bon complément, d'autant plus que les rivières et les ruisseaux luxembourgeois étaient riches en poissons de tous genres.

La truite, cuisinée au riesling ou préparée en aspic et le brochet en sauce au vin blanc sont des classiques de la cuisine nationale.

Le saumon a également toujours été un habitant de nos rivières, tout comme les écrevisses que l'on appréciait surtout au 19^e siècle. Elles étaient plongées vivantes dans du lait avant d'être frites à la poêle, puis flambées au cognac et bouillies dans le vin blanc et la crème.

Un autre plat typique luxembourgeois est la friture. Elle est faite avec des petits poissons blancs de rivière qui sont nettoyés et salés avant d'être plongés dans l'huile de friture.

Ils sont accompagnés de citron et de persil frit, ainsi que d'un morceau de pain.

Ils ont longtemps été l'un des plats traditionnels de la sortie dominicale des populations citadines vers la Moselle luxembourgeoise.

La sortie du Zollverein en 1918 change à nouveau la donne. La période de l'entre-deux-guerres reste fidèle aux plats traditionnels. Ce n'est qu'après 1945 que notre pays s'ouvre véritablement à la cuisine internationale.

L'histoire de l'hôtellerie luxembourgeoise, établie par Roland Lacaf en 1972, retrace

les heures de gloire. Celles-ci ont commencé avec l'installation du chemin de fer en 1859, qui apporte une certaine ouverture à la ville de Luxembourg. La forteresse reste peu attirante pour le touriste, même si elle était déjà connue au temps des Romains, puisqu'elle est située à l'intersection de deux importantes voies commerciales. Il n'empêche que les militaires allemands, stationnés dans la forteresse à partir de 1815, font vivre les cafetiers, parmi eux le boucher-cabaretier Jean Guillaume Ditsch, qui ouvre son « *Ennert de Steiler* » en 1824.

Le tourisme de loisirs tel que nous le connaissons se développe à partir de 1866, après la destruction des murs de la forteresse. Les premiers touristes sont des randonneurs, nombreux de 1890 jusqu'au début de la Première Guerre mondiale.

Les hôtels de la campagne leur servent des repas solides. Il est question de tartines de concoillotte, de plats d'écrevisses, de cochon de lait en gelée et du fameux « *Judd mat Gaardebounen* ».



Produit du terroir

Lëtzebuurger Rëndfleisch

Eng Passioun, e Genoss!

www.produitduterroir.lu

100% Rëndfleisch aus Lëtzebuerg

Produit du terroir Lëtzebuurger Rëndfleisch



DEVENEZ UN RESTAURANT PARTENAIRE DE WEDELY

Nous nous chargeons de la livraison,
votre seule préoccupation est de continuer à préparer les meilleurs plats.



ATTEIGNEZ DE PLUS EN PLUS DE CLIENTS

Offrez à vos clients la meilleure expérience possible en proposant la livraison



+ 600

Restaurants
Partenaires



+ 120

Différents types
de cuisine



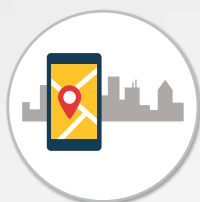
< 35 min

Délai de livraison
en moyenne



NOTRE TECHNOLOGIE À VOTRE SERVICE

WeDely est le moyen le plus efficace de livrer des commandes, en fonction de la localisation des restaurants, des livreurs et des clients.



Suivez chaque commande

Créez une belle expérience client



Obtenez des informations

Suivez vos ventes et ses évaluations pour développer votre marque



Gagnez du temps

Gérez votre compte Wedely partout et à tout moment

COMMENT NOUS POUVONS AIDER VOTRE SOCIÉTÉ

devenez un partenaire wedely

- ✓ Augmentez vos revenus
- ✓ Faites la promotion de votre société
- ✓ Suivi de votre cuisine à la porte du client
- ✓ Facile à utiliser - aucun kit supplémentaire n'est nécessaire
- ✓ Développez vos ventes avec l'emporter sur place
- ✓ Atteignez de nouveaux clients
- ✓ Gagnez du temps
- ✓ Obtenez des informations concernant vos ventes
- ✓ Livraison chaude, fraîche et rapide
- ✓ Sécurité et qualité garanties



info@wedely.com



Gino Bartali (milieu) et Willy Kemp (à gauche) devant le café Ennert de Steiler appartenant à Jean Goldschmit, 1948 © Café Ennert de Steiler



Rieslings Paschtéit © LFT - Thomas Reinhardt



Homard belle-vue © HORESCA

Les hôtels de la ville de Luxembourg leur offrent des chambres confortables, des écuries et des garages, tout comme les services d'un beau restaurant, aménagé de façon discrète et servant des repas gourmets pour rendez-vous d'affaires. Une terrasse et une véranda qui permettent de voir et d'être vus, sont également fort prisées par la clientèle.

Ainsi, l'Hôtel Brasseur, établi dans l'avenue de l'Arsenal en 1873, accueille de nombreux hôtes de marque, tels que le Roi Léopold II, l'Impératrice Eugénie ou le maréchal Foch.

Dans ce cadre, évoquons également une anecdote culinaire, répertoriée dans l'histoire de l'hôtel Dondelinger, à Ettelbrück.

Ce dernier permet, pour la modique somme de 50 centimes, de se régaler d'un copieux petit déjeuner, composé de pain, beurre, miel, fromage, confiture, mais aussi de radis et d'écrevisses, ces dernières arrosées d'un grand verre de vin. Tout pour bien commencer la journée !

Le début du tourisme luxembourgeois voit également la naissance d'un lieu marquant : l'auberge du « *Bache Jang* » et sa ferme, située à la frontière allemande, entre Differdange et Hussigny.

Créée en 1883, elle est entre les mains de la sixième génération et conserve le charme de l'époque, grâce à certains décors qui subsistent.

LES ÉTOILES DU FIRMAMENT

Aujourd'hui, le Luxembourg est connu pour l'excellence de sa cuisine, il n'a cependant qu'un seul établissement, « Ma langue sourit » de Cyril Molard à Moutfort, qui puisse se targuer de deux étoiles Michelin.

Neuf maisons portent un des macarons établis par le célèbre guide, qui mentionne le Luxembourg une première fois en 1934.

Le deuxième ouvrage de référence en la matière, le Guide Gault&Millau, a, dès sa création au début des années 1970, mentionné le Luxembourg. Il a publié une première édition entièrement luxembourgeoise en 2015, dans laquelle il avait répertorié 75 établissements et proclamé Fabrice Salvador, du restaurant la « *Cristallerie* », « *Chef de l'année* ». Un titre qu'il attribuera par la suite également à Roberto Fani et Cyril Molard.

Il semblerait que la toute première étoile Michelin luxembourgeoise ait été attribuée en 1934 au chef du restaurant du Casino,

Louis Strauss. Il avait été remarqué deux ans plus tôt, lors de l'Exposition Internationale de Gastronomie et du grand Concours d'art culinaire, où il avait obtenu le Prix d'excellence avec les félicitations du jury.

Son établissement proposait des menus à prix fixes et des plats servis à la carte, ainsi qu'un grand choix de vins luxembourgeois, français et allemands. Le café-brasserie et le restaurant avaient une « belle terrasse avec vue magnifique » sur le pont Adolphe, une des exigences du tourisme de l'époque.

Il offrait également les agréments d'une salle de billard, d'un jeu de quilles, d'installations pour jouer au tennis de table et d'un salon de lecture devenus nécessaires face à la concurrence du Golf-Club Grand-Ducal, qui connut un succès grandissant dès 1936.

En 1932, un autre chef luxembourgeois, Lucien Hansen, de la maison Bouvart, décroche une médaille d'or au grand concours culinaire.

Let us *brain* your communication to life!

Stratégie, Contenu, Communication,
Réseaux sociaux, Presse, Événementiel



brain&more
agence en communication

Creative thinking, captivating achievements

T (+352) 26 84 71 - 1 moien@brain.lu brain.lu



LA CUISINE LUXEMBOURGEOISE

Une médaille de bronze est attribuée à l'Hôtel Brimer. Ouvert en 1908, il a fait les beaux jours de la gastronomie pendant de longues années et est actuellement géré par la quatrième génération.

Deux autres restaurateurs attirent l'attention lors de l'Exposition Internationale de Gastronomie à Luxembourg : les chefs des hôtels Staar et Hôtel de Paris. Au piano de l'Hôtel Staar, Oscar Schieb est distingué pour ses talents de gastronome et pour ses émissions culinaires à la radio luxembourgeoise.

Dès 1928, le « Paris Palace » attire l'attention par son élégance, destinée à recevoir les clients de l'Arbed, et par le talent de son chef Pierre Braun-Petit. « *Brauns Pierchen* » est une célébrité de la gastronomie et de la

pâtisserie luxembourgeoise. Il représente le Grand-Duché au pavillon luxembourgeois de l'Exposition Internationale de Liège en 1939. Son nom est également associé à l'Hôtel Alfa (1937) et au Pôle Nord (1940).

Après la Deuxième Guerre mondiale, une première femme chef attire l'attention du guide Michelin. Il s'agit de Hélène Hiertz, établie sur l'Esplanade à Diekirch depuis 1949. Elle y est secondée par son mari, Christophe Colling au service et d'une ouvrière à la plonge.

Moins de dix ans après l'ouverture de son restaurant, le guide culinaire lui décerne une étoile. C'était en 1958, l'année où elle avait embauché un jeune cuisinier italien, Antonio Pretti. Madame Hélène et Antonio allaient faire une excellente paire pendant

de longues années, récompensée par une deuxième étoile Michelin en 1971.

En dépit de l'éloignement de la capitale, ils étaient une adresse de référence. Gaston Thorn, devenu Premier Ministre en 1974, y invitait volontiers des hôtes de marque.

Le Ministre soviétique des Affaires étrangères, Andrej Gromyko, n'hésite pas non plus à y faire étape lors d'un déplacement entre Bruxelles et Bonn. Willy Brandt et Aldo Moro s'y sont également régalez.

Madame Hélène a remis les clefs de son établissement à Antonio Pretti en 1985.

Il est resté actif jusqu'au milieu des années 2000 malgré la perte de la prestigieuse deuxième étoile en 1989.

HISTOIRES DE FAMILLE

Un autre restaurant de tradition, la « *Gaichel* », a également été repéré très tôt par le Guide Michelin. Son histoire débute en 1852. Jean-Baptiste Dhuren et Barbe Peckels, à la naissance du tourisme, y servent des mets simples aux randonneurs.

Mais les plats d'écrevisses de Barbe attirent bientôt les gourmets. Sa recette est restée secrète. Elle se transmet de mère en fille depuis 150 ans. Ici, la cuisine est une affaire de femmes et de couples. Jean-Baptiste et Barbe ont transmis le flambeau à leur petite-fille Mathilde, secondée par son mari André. Ils sont relayés à leur tour par leur fille Thérèse et son mari René Jacquemin, chef cuisinier venu de Dijon, qui décroche l'étoile Michelin en 1969.

Elle est restée, avec une petite interruption, dans la famille jusqu'en 2018, date à laquelle Céline, la petite-fille de Thérèse, et son mari, Erwan Guillou, renoncent

de leur plein gré à la distinction dans le but de donner une nouvelle orientation à leur établissement.

Pourtant, Erwan a de qui tenir. Son papa, Pierrick Guillou, a sans aucun doute été une des personnalités-phares de la gastronomie luxembourgeoise. Arrivé de Bretagne, il s'établit à Bastogne, avant d'ouvrir son premier restaurant, le « Saint-Michel », en 1976 au Luxembourg. Il obtint sa première étoile deux ans plus tard, suivie par un deuxième macaron en 1981.

En 1993, Guillou renonce volontairement à son restaurant au cœur de la Vieille Ville, ainsi qu'à ses étoiles, pour préparer une cuisine de campagne. Sa réputation et son savoir-faire l'ont cependant suivi. Il n'a pas tardé à mettre le village de Schouweiler sur la carte gastronomique internationale, avec une première distinction en 1995, puis une deuxième étoile en 2006.

La reconnaissance du Michelin est également allée à sa fille Katell, dont le « Toit pour Toi », ouvert dans l'immédiat voisinage de ses parents en 1999, avait été remarqué par les enquêteurs du guide en 2007. Un an plus tard, Katell reprenait le restaurant de ses parents pour en faire le « *Guillou Campagne* », couronné par un macaron en 2015.

La légende veut que Pierrick Guillou ait quitté la Vieille Ville après la venue de Toni Tintinger et de l'ouverture de son « *Claire-fontaine* ». Le chef breton avait vu l'arrivée de ce concurrent autodidacte venu de province en 1984 d'un fort mauvais œil, lui promettant de « ne pas tenir le coup » face aux exigences de la capitale. Tony Tintinger obtint son étoile Michelin en 1994.

Parmi les histoires de famille, rappelons également celle des Mathes. Elle débute en 1949, lorsque Jim et Maisy Mathes

reprennent l' « *Auberge du Vieux Moulin* » à Ahn. Les plats de poissons de Maisy deviennent rapidement célèbres. Leur fils Gérard prend le relais de sa maman en 1973 et conserve une étoile Michelin de 1990 à 1995. Il passe le flambeau de la maison à son fils Bob en 2013.

Une histoire de cuisine centenaire est également celle de l'Hôtel-Restaurant Bisdorff, à Berdorf, que Sylvie Bisdorff gère en quatrième génération depuis 1977. Elle est contrainte de mettre la clef sous le paillason en 2016, après un accident.

AU FIL DU TEMPS

Une adresse qui a fait les beaux jours des gastronomes luxembourgeois pendant de longues années est certainement « Le Gourmet » dans la rue Chimay. Ouvert en 1946 par Jacques Greiveldinger, puis repris par Jules Weber en 1956, il était connu pour sa « Truite Grande-Duchesse Charlotte », ses quenelles de turbot et son civet de lièvre. Le restaurant détint une étoile Michelin jusqu'en 1977. Il a été repris en 1990 par Carlo et Isabelle Speltz.

L'histoire des étoilés Michelin est faite de moments forts et de grandes déceptions.

Parmi les premiers, citons les établissements étoilés de longue date comme l'« *Hostellerie du Grunewald* », le Restaurant « *Schammo* », le « Grand-Chef » à Mondorf ou le « Vieux Château » à Wiltz qui a été étoilé jusqu'en 1969.

Dans les années 1970, Tournebroche, chroniqueur du « *Lëtzebuurger Land* », mentionne également les macarons du restaurant « *Simmer* », de l'« *Auberge Royale* » à Esch, de la « *Bonne Auberge* » à la Gaichel, du « *Bec Fin* » à Remerschen.



Café Ennert de Steiler - Photothèque de la Ville de Luxembourg, Fischer Batty

Si les années 1980 voient le succès du « *Saint Michel* » et de « *Tony Tintinger* », ils voient aussi l'installation de « *La Bergerie* » à Geyershaff. Le chef Claude Phal, suivi par son fils Thierry, ont détenu deux étoiles Michelin de 1983 jusqu'en 2006.

Mentionnons également l'étoile de Franky Steichen à « *L'Agath* », tout comme le long succès du « *Patin d'Or* ». Au-delà des liens qui unissaient ses propriétaires, la famille Scholer, au chef français Roger Vergé, l'établissement avait obtenu deux étoiles Michelin grâce à son chef alsacien Michel Berring. La fin des années 1980 voit aussi le « *Bocuse d'Or* », décroché par Léa Linster en 1989, deux ans après l'obtention de son macaron Michelin.

La deuxième femme chef du pays a le mérite d'avoir mis le Luxembourg sur la carte gastronomique et médiatique allemande, grâce à sa rubrique dans « *Brigitte* », grand magazine féminin allemand, et à sa participation active à de nombreuses

émissions de télévision où son inimitable accent tout comme son amour pour la cuisine ont fait de son établissement un endroit de renommée internationale.

Elle a passé le flambeau à son fils Louis en 2019. Le jeune chef, au piano depuis 2017, a conservé l'étoile Michelin avec une cuisine inventive et créative.

Les années 1990 ont également vu arriver Thierry Dhur à Moutfort. Il y ouvre son « *Bouquet Garni* » et décroche sa première étoile en 1995 avant de reprendre le « *Saint Michel* » en 2000 sous le nom de « *Bouquet Garni - Saint Michel* », récompensé à son tour par une étoile en 2001.

Elles ont aussi vu l'arrivée de la famille Fridrici, qui obtient une étoile Michelin en 1994, distinction qu'elle conserve pendant une quinzaine d'années. Ce sont aussi les débuts de Renato Favaro, qui reprend l'« *Auberge Royale* » à Esch en 1990 et obtient une étoile en 2002.

LES DÉBUTS D'UN NOUVEAU SIÈCLE

L'an 2000 marque la venue d'Arnaud Magnier, jeune chef bourguignon formé par Bernard Loiseau, dans les cuisines du « *Clairefontaine* ». Il les reprend un an plus tard, tout en conservant l'étoile si durement conquise par Toni Tintinger. Il est élu « *Chef de l'année* » par le Gault&Millau en 2005.

L'an 2000 voit également Ilario Mosconi quitter le quartier eschois du Brill pour la

ville basse du Grund où il élève la cuisine italienne au rang d'un deux étoiles de 2005 à 2014 et de 2017 à 2020.

Peter Körner, pour sa part, a conquis en 2002 une étoile Michelin pour le restaurant « *Les Roses* » du Casino 2000 à Mondorf-les-Bains.

Une autre venue importante est celle de René Mathieu qui est aux fourneaux de la « *Distillerie* » depuis 2006. Il décroche sa

distinction Michelin en 2012, après avoir été sacré « *Chef de l'année* » en 2010.

La deuxième décennie du nouveau millénaire connaît, avec 13 restaurants étoilés, la plus grande densité de macarons Michelin jamais enregistrée jusque là au Grand-Duché.

Les deux étoiles de « *Mosconi* », ont fait de lui le restaurant italien le mieux coté en dehors de la péninsule.

COLLABORATIONS INTERNATIONALES

Avec son Bocuse d'Or conquis en 1989, Léa Linster a posé les jalons d'une étroite et fructueuse collaboration entre les chefs luxembourgeois et le concours culinaire de Lyon. Paul Eischen, Alain Rodrigues et Marc Junker ne sont que quelques-uns des maîtres-queux qui ont eu le courage d'affronter l'international à haut niveau.

En 2009, Jacques Schoumacker, activement secondé par l'équipe du Restaurant „Les Roses“ du Casino 2000, est cependant le dernier Luxembourgeois admis en finale du célèbre concours à Lyon. Joël Schaeffer, Jan Schneidewind et Damien Klein ont échoué aux éliminatoires à Bruxelles.

Au niveau des collaborations internationales, citons également la longue et dynamique présidence de Daniel Rameau aux Eurotoques. Arrivé aux fourneaux de l'« *Hostellerie des Pêcheurs* » à Remich, il débarque à la gare d'Ellange en 1985 et prend la présidence des Eurotoques dix ans plus tard.

Il porte haut le flambeau de l'association internationale pendant vingt ans, avant de céder la place à Renato Favaro.

Ce dernier n'a pas eu la même endurance. Il a démissionné en 2019, laissant l'association luxembourgeoise orpheline.

Le Luxembourg à l'international, c'est également le « *Vatel Club* », association de cuisiniers professionnels créée en 1931. Il organise depuis 1972 l'Expogast, devenu aujourd'hui le deuxième concours international de cuisine et art culinaire au monde.

Avec Ben Weber, il a à sa tête un jeune chef prometteur.

Le tour d'horizon de la gastronomie luxembourgeoise ne serait pas complet sans un mot sur l'essor des services de traiteurs qui ont acquis une réputation et une place de plus en plus importante.

Depuis les années 1970, ils ont relayé les restaurants familiaux traditionnels en complétant le service restauration par de l'événementiel, entrepreneurial aussi bien que privé.

Ce développement va de pair avec le changement des habitudes alimentaires. En effet, le traditionnel modèle familial qui veut qu'une famille se retrouve à table plusieurs

fois par jour est en perdition au profit de la restauration collective et du repas pris sur le pouce, à la sandwicherie, au fast-food ou de plus en plus souvent au food-truck, posté au coin de la rue.



© Shutterstock

L'auteure remercie Georges Hausemer, auteur de « *Luxemburg kulinarisch* », paru en 1997 aux éditions Binsfeld et source de toutes les anecdotes historiques citées. Un grand merci va également à Robert Philippart pour ses recherches sur l'évolution de la gastronomie faites dans le cadre de la publication de « *Hôtels, cafés, restaurants de la Belle Époque Luxembourg* » aux éditions brain&more ainsi qu'à Claude Nilles, fin connaisseur de la gastronomie luxembourgeoise.



Villeroy & Boch
1748

Creating Hospitality

THE ROCK

Villeroy & Boch S.à.r.l. • Hospitality • 330, rue de Rollingergrund • L-2441 Luxembourg
Tel.: + (352) 468211 • Fax: + (352) 469022 • E-Mail: info.hr@villeroy-boch.com

villeroyboch.com/hospitality

„À table!“

Tischkultur und Restaurantdesign im Wandel der Zeit

Tischkultur und ein angenehmes Ambiente beim Speisen sind nicht nur äußere Zeichen von Zivilisiertheit und Gastfreundschaft, im Restaurant- und Gastwirtschaftsgewerbe sind sie geradezu unverzichtbar für Erfolg und Umsatz eines Lokals. Während man unter Tischkultur die Art und Weise des Servierens, die Präsentation von Speisen und Getränken sowie Qualität und Anordnung des Tischgeschirrs versteht, ist es die Aufgabe des Designs, für ein möglichst ansprechendes Außen- und Innendekor zu sorgen. Beides zusammen ergibt im Idealfall ein überzeugendes Konzept, mit dem das Speise- und/oder Getränkeangebot umrahmt und zusätzlich valorisiert wird.

AM ANFANG WAR DER TÖPFERTON

In prähistorischer Zeit, als unsere fernsten Vorfahren sich im Kreis ihrer Horde an ihrer Jagdbeute delektierten, spielten Tischkultur und -sitten, davon darf man ausgehen, keine wesentliche Rolle. Allerdings wurden in der Frühzeit der Menschheit schon erste Kochutensilien hergestellt, so zum Beispiel gedrehte Töpferwaren.

Nach und nach verfeinerte der Mensch die sozialen Aspekte des Essens: Beeinflusst von der feinsinnigen griechischen Kultur, entwickelte sich im antiken Rom eine aufwendige Kochkunst, die bei der Zubereitung aufwendiger Mahlzeiten zu Ehren kam. Seinen Gästen während eines Banketts ein Unterhaltungsprogramm mit unterschiedlichsten künstlerischen Darbietungen zu bieten galt in reichen Patrizierhäusern als ehrenvolle Pflicht. Von den Griechen übernahm man auch die Speisesofas, auf denen man das Essen liegend, mit aufgestütztem Ellbogen, genoss.

Sowohl Griechen wie auch Römer waren auf die Herstellung luxuriöser Töpferwaren spezialisiert, auch Brot wurde bereits gebacken, und dass der Wein in hohem Ansehen stand, zeigt sich daran, dass es damals schon Weinkritiker gab.

Wie bei so vielen Errungenschaften der Antike ging aber auch bei der Tischkultur nach dem Niedergang des Römischen Reiches so manches verloren. So aß man beispielsweise im Mittelalter rustikal mit den Fingern, die man zwischendurch an der Tischdecke (die es immerhin schon gab) abwischte. Allerdings zeigten sich im Spätmittelalter schon wieder erste Lichtblicke, zumindest in punkto Kochkultur: So wurde um 1380 Guillaume Tirel für seine Verdienste um die königliche Küche vom französischen König Karl V. geadelt.

Der Meisterkoch arbeitete vornehmlich mit Rezepten aus dem „Viandier“, das als eines der frühesten westlichen Kochbücher gilt.

TISCHMANIEREN, BESTECK UND SERVIETTEN

Die eigentliche Renaissance der Tischkultur erfolgte dann... natürlich in der Renaissance-Zeit! Jetzt waren in adligen Kreisen nicht nur Tischmanieren wieder gefragt, sondern mit der Einführung von Gabel, Servietten, Silberbesteck und Steinkrügen bekam auch der Tischschmuck einen gänzlich neuen Stellenwert. Das Besteck wurde individuell, Messer und Gabel wurden rechts neben den Teller gelegt, Serviette und Gläser auf den gedeckten Tisch gestellt.

Es dauerte dann nicht mehr allzu lange, bis auch die Gasthäuser und Herbergen, die bis dahin keinen besonderen Wert auf gepflegte Bewirtungskonzepte gelegt hatten, sich den verfeinerten Sitten soweit möglich anzupassen versuchten. Das Aufkommen von Spitzenköchen und exquisiten Restaurants tat sein Übriges, um auch die breite Öffentlichkeit von den Vorzügen einer raffinierten Tischkultur zu überzeugen, die allmählich in bourgeoisen Privathäusern imitiert wurde.



Orgies romaines © Shutterstock

© Claude Pissitelli



DIE REVOLUTION REVOLUTIONIERT DAS GASTGEWERBE

Im 19. Jahrhundert breitete sich die französisch geprägte Tischkultur in Europa unter anderem dadurch aus, dass Köche, die bislang Aristokraten bekocht hatten, nach Ausbruch der Revolution ins berufliche Exil gingen. Viele ihrer Berufskollegen zogen es aber auch vor, Restaurants in Paris zu eröffnen, die sich bei allen Gesellschaftsschichten immer größerer Beliebtheit erfreuten: Die Gastronomie war damit sozusagen demokratisiert wor-

den! Zunehmend erwies es sich aber als schwierig, die bisherige französische Art des Servierens „à la Versailles“ beizubehalten, bei der alle zu einem Mahl gehörenden Speisen gleichzeitig aufgetischt wurden.

Aus diesem Grund verlegte man sich auf den „Service à la russe“, der es erlaubte, die Gerichte nacheinander zu servieren.

Das Menü wurde fortan in der Reihenfolge der servierten Speisen organisiert. Zusätz-

lich wurde das Kristallglas-Herstellungsverfahren eingeführt, das dem Weingenuss bei Tisch eine weitere, edle Komponente hinzufügte, und das kochkunstgerechte Flambieren sowie das Zerlegen von Fleisch wurde zur ehrenvollen Aufgabe von ausgesuchten Service-Spezialisten. Last not least feierte zu jener Zeit auch das Dessert seinen Einstand: unter anderem mit imposanten Torten und Mille-feuille wurden die Gaumen der Schleckermäuler jetzt verwöhnt.

RESTAURANTDESIGN IM LICHT DER MODERNE

In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts war die Dekoration von Restaurants - sofern überhaupt nennenswert vorhanden - hauptsächlich das Werk von Malern, die ihre Kreationen an Wänden und Decken anbrachten.

Diese Vorgehensweise hielt sich bis weit in das 20. Jahrhundert hinein, wobei zu sagen ist, dass selbstverständlich nicht alle Restaurantbetreiber sich wie die großen Häuser einen Dekorateur leisten konnten oder wollten, sondern die Innengestaltung oft selbst in die Hand nahmen.

Eine entscheidende Wende trat mit dem Aufkommen von großen Restaurantketten

ein, die auf funktionale Designs setzten, um mit weniger Kostenaufwand ein Maximum an Ertrag zu erzielen. Mag auch diese Entwicklung oft zu Recht kritisiert werden, so ist zu ihrer Verteidigung zu sagen, dass mit ihr statt auf oberflächliche Pracht vorrangig auf Sauberkeit, Effizienz und zeitnahe Essensausgabe gesetzt wurde - was auch den Wünschen der meisten Kunden entgegenkam. Dessen ungeachtet halten bis heute die meisten Restaurants der gehobenen Klasse eisern an der Tradition eines aufwändigeren Tisch- und Raumdekors fest.

Im ausgehenden 19. und 20. beginnenden Jahrhundert wurde mit der zunehmenden

Vielfalt der angebotenen Speisen auch die Tafelkultur immer ausgefeilter. Novitäten wie Fischbesteck, Suppenlöffel und Eierbecher hielten Einzug, und auch das Tafelgeschirr wurde immer exquisiter.

Die wachsende Bedeutung von Unternehmen, die der Gastronomie zuarbeiteten, mag man daraus ersehen, dass aus der Verbindung des auf Keramik-Tischwaren spezialisierten Jean-François Boch mit dem erfolgreichen Steingutproduzenten Nicolas Villeroy mit der Firma Villeroy & Boch einer der ersten Weltkonzerne des 19. Jahrhunderts hervorging.

THEMENRESTAURANTS UND ANDERE KONZEPTE

Generell lässt sich sagen, dass im Restaurantwesen die Tischdekoration mit der Zeit immer liberaler gehandhabt wurde, frei nach dem Motto: Erlaubt ist, was gefällt! Viele Gastbetriebe ließen sich eigene, unverwechselbare Konzepte einfallen, die nach Trends und Jahreszeit problemlos variiert werden konnten. In den 1970^{er} und 1980^{er} Jahren kamen Themenrestaurants in Mode. Die wohl bekannteste Variante

ist mit Sicherheit diejenige, bei der sich Speise- und Weinkarte sowie die Innenraumdekoration auf ein Land beziehen: Im italienischen, marokkanischen, chinesischen Speiselokal war es fortan möglich, sich auf kulinarische Reisen zu begeben. Aber auch die an ein bestimmtes Nahrungs- oder anderes Genussmittel geknüpften Geschäftsmodelle lassen sich in diese Kategorie einreihen, wie beispielsweise

vegetarische Restaurants, Steakhäuser und Weinbars.

Weiterhin entstanden Restaurants, die sich in Stil und Design ganz auf das Lokalkolorit des Stadtviertels einstellten, in dem sie ansässig wurden, indem zum Beispiel die Innenräume - ähnlich denen von trendigen Bars und Cafés - mit Werken von ansässigen Künstlern geschmückt wurden. Eine neue originelle Geschäftsformel, die in

LE BALLET

THE BONE CHINA COLLECTION

NEW



RAK Porcelain Europe S.A. • T +352 26 360 665 • info@rakporcelaineurope.com • www.rakporcelain.com
Distribué par CHOMETTE Luxembourg • T +352 37 13 90 • luxembourg@chomette.com • www.chomette.com





© Alain Rix



© Claude Piscitelli



© Claude Piscitelli

den letzten Jahrzehnten aufkam, verbindet Antiquitätenladen und Restaurant: Im Eingangs- und Speisebereich ausgestellte

Objekte und Möbel können hier von der Kundschaft erworben werden.

DIE AUSWIRKUNGEN DER PANDEMIE

2020, das Jahr, das alles veränderte, hat das Gaststättengewerbe so hart getroffen wie kaum eine andere Branche: Über lange Zeiträume mussten Cafés und Restaurants schließen oder mit stark eingeschränktem Service wirtschaften. Wie jede herausforderungsreiche Zeit hatte aber auch die Covid-Krise einige positivere Seiten, indem sie den Betreibern neue Wege eröffnete beziehungsweise wiedereröffnete. Zu denken ist da beispielsweise an die Renaissance der Terrassenkultur: Die Nachwirkungen der Pandemie bringen es mit sich, dass auch jetzt noch, mit dem Nachlassen ihrer Intensität, viele Menschen es vorziehen, im Freien zu essen.

Der Trend geht mithin zu attraktiven Außen- und Dachterrassen, die idealerweise bei schlechtem Wetter auch beheizt werden können. Eine Wiedergeburt erlebt auch die Drive-In-Variante, die in vielen Ländern nicht mehr ausschließlich von Fast-Food-Ketten, sondern zunehmend auch von traditionellen Restaurants angeboten wird. Ebenfalls im Kommen sind Take-Away-Expressküchen, die auf einen Speisesaal verzichten und nur einen Wartebereich bieten, in dem die Kunden ihr Essen abholen.

Dem Virus geschuldet ist auch die Einführung von digitalen Speisekarten, die man kontaktlos per Handy konsultieren kann.

TREND ZUM SCHLICHTEREN?

Dass einige der genannten Servicekonzepte der Evolution von Tischkultur und Restaurantdesign nicht unbedingt zuträglich sind, liegt auf der Hand. Zum Glück gibt es ja aber immer noch mehr als genug Gaststätten, die ihre Gäste auf altbewährte Weise bewirten und auf appetitlich präsentierte Speisen und ansprechende Innenraumdekoration nicht verzichten wollen. Trotzdem fällt es dem

Restaurantgänger auf, dass in den letzten Jahren mehr und mehr Etablissements von einem eher großbürgerlich-gemütlich inspirierten Interieur auf ein funktionaleres, schlichteres Ambiente umzuschwenken scheinen. Ob auch dies mit den von der sanitären Krise verbundenen Auswirkungen zusammenhängt, ist schwer zu beurteilen.

Wie dem auch sei: Sicher ist, dass die lange Historie der Tischkultur und der Restaurantgestaltung fortgeschrieben werden wird, solange es Menschen und Gastfreundschaft gibt. Freuen wir uns auf künftige interessante Konzepte!



Entreprise familiale depuis 4 générations

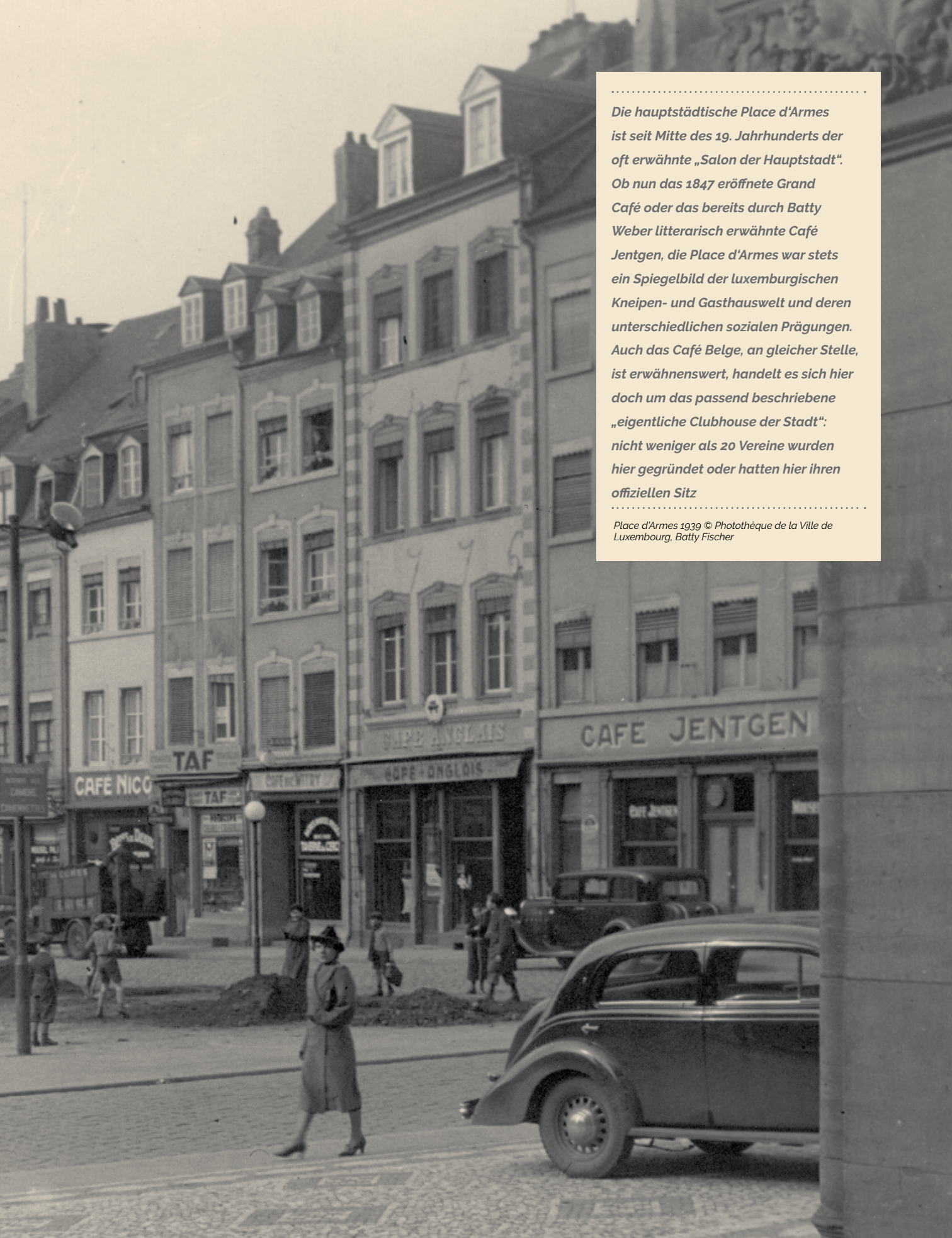


Un savoir-faire et une passion qui durent depuis 100 ans

C'est en 1908 que Pierre Munhowen fonde les Etablissements Munhowen et débute la commercialisation de boissons. La production de vin, de vinaigre et de moutarde viendront s'ajouter dans les années 1950. La Moutarde alors produite par la famille Munhowen est commercialisée sous le nom de "Moutarde Royale". La production de la "Moutarde Luxembourgeoise" a quant à elle commencé en 1922 dans le Mohrfelsmillen, ancien moulin à farine datant de 963 situé au Pfaffenthal. C'est en 1976 que les histoires de la "Moutarde Luxembourgeoise" et de la famille Munhowen se croisent. Raymond Munhowen, rachète son concurrent et continue à exploiter la marque "Moutarde Luxembourgeoise". Les ventes de moutarde au Grand-Duché doublent alors rapidement. La production se poursuit au Pfaffenthal jusqu'en 1986 puis sera transférée à Howald dans les locaux des Etablissements Munhowen Distribution. En 2000, l'activité de distribution de boissons est cédée à la Brasserie Bofferding, tandis que Roland Munhowen et son fils Yann reprennent les parts de la division Moutarderie. Les locaux de production et l'administration sont transférés en 2008 dans un nouveau bâtiment à Munsbach.

Bien connue pour sa "Moutarde original", la Moutarderie de Luxembourg a élargi sa gamme de produits au cours des années, en commençant par la mayonnaise en 1993. Une suite assez logique, puisque la Moutarde « original » est un des ingrédients entrant dans la composition de la mayonnaise. Actuellement, ce ne sont pas moins de 13 moutardes et sauces qui sont produites par une équipe de seulement 9 personnes. La moutarde se décline en quatre variations : moutarde mi-forte, forte, à l'ancienne et moutarde biologique (commercialisée sous la marque "BIOG").

La gamme mayonnaise se compose quant à elle de la mayonnaise classique "aux œufs", "au citron" et "à l'ancienne". Le Ketchup et l'Andalouse sont venus compléter la gamme avec succès en 2015, suivi par la sauce BBQ en 2018. A l'aube de son 100e anniversaire, la Moutarderie étoffe à nouveau sa gamme avec trois nouveautés : l'Aïoli, la sauce Cockrail et la sauce Samouraï. Toutes les sauces sont labellisées "Made in Luxembourg", fabriquées à partir de matières premières de qualité et ne contiennent aucun conservateur ni gluten.



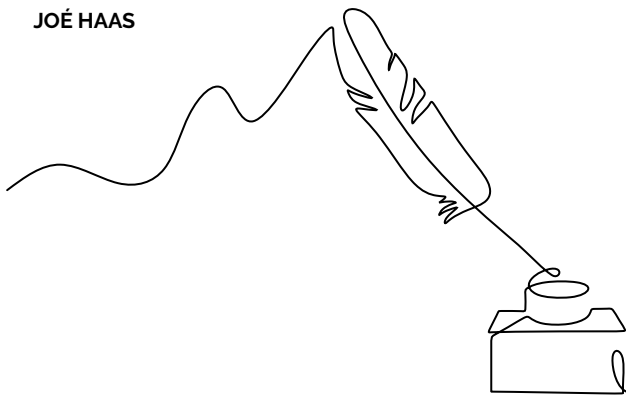
.....
Die hauptstädtische Place d'Armes ist seit Mitte des 19. Jahrhunderts der oft erwähnte „Salon der Hauptstadt“. Ob nun das 1847 eröffnete Grand Café oder das bereits durch Batty Weber litterarisch erwähnte Café Jentgen, die Place d'Armes war stets ein Spiegelbild der luxemburgischen Kneipen- und Gasthauswelt und deren unterschiedlichen sozialen Prägungen. Auch das Café Belge, an gleicher Stelle, ist erwähnenswert, handelt es sich hier doch um das passend beschriebene „eigentliche Clubhouse der Stadt“: nicht weniger als 20 Vereine wurden hier gegründet oder hatten hier ihren offiziellen Sitz
.....

Place d'Armes 1939 © Photothèque de la Ville de Luxembourg, Batty Fischer

Die Kneipe, gemütlicher Treffpunkt oder sozialer Brennpunkt?

Ein kurzer Blick auf die Sozialgeschichte der Wirtshäuser in Luxemburg

JOÉ HAAS



« *Ce qui est ennuyeux, ce n'est pas, à certains moments de la vie, de changer d'opinion politique, c'est qu'on est obligé, en même temps de changer de café.* »

Alphonse Allais (1854 – 1905)

KURZE GESCHICHTE DER GASTWIRTSCHAFT – „UND ÜBERALL WAREN SIE, GLAUBT MAN DEN SCHILDERUNGEN VON PLATON UND DICKENS, ABGRÜNDE DER VERDERBNIS.“

Als älteste fundiert nachgewiesene Form des Gastgebens als Gewerbe oder des Wirtens gegen Geld erscheint im Mittelalter die Taverne. Manche Geschichtsschreiber wollen die mittelalterliche Taverne unmittelbar von der römischen „taberna“ (auch „Tabernae“, „Caupona“ oder „Popina“) abstammen lassen, die sich in Rhein- und Moselgegend über die Völkerwanderung erhalten haben soll. Obwohl dies bis dato nicht fundiert bewiesen werden konnte, gehen wir

heute davon aus, dass eben diese Rasthäuser und Herbergen an den römischen Reichsstraßen auch bereits als „Tabernae“ bezeichnet wurden.

Auch die lateinische Abstammung frühen Bezeichnungen *Tabernae* oder *Caupona* lassen auf eine ältere Entstehungszeitraum als das Mittelalter schließen.¹

Friederich Wilhelm von Brandenburg, Herzog von Preußen, erließ nach dem Dreißigjährigen Krieg im Jahre 1669 ein

¹ RAUERS, Friederich: *Kulturgeschichte der Gaststätte. Schriftreihe der Hermann Esser Forschungsgemeinschaft für Fremdenverkehr, Band 2. Berlin 1941, S. 158.*

.....
Das 1881 etablierte und heute vor allem unter dem Namen „Café um Piquet“ bekannte Lokal in der hauptstädtischen „rue de la Poste“ war früh bekannt für seine vor allem aus dem Arbeitermilieu stammende Kundschaft. Die Geschichte dieser Gastwirtschaft ist also nicht rein zufällig eng mit der von lokalen Gerwerkschaften verbunden. Aber auch mehrere städtische Vereine und Gesellschaften hatten hier seit jeher ihren offiziellen Stammsitz
.....

Patent, welches nicht nur die Reparatur von Brücken, Wegen und Dämmen als prioritär zu behandeln veranlasste, sondern auch das verstärkte Anlegen von Wirtshäusern. Nach seinen Anordnungen sollten auf Hauptstraßen alle 2 bis 3 Meilen ein Wirtshaus entstehen.

Hier „sollten Gäste gebührend aufgenommen werden und mit einem guten Bissen, sowie Trank und einem reinlichen Lager zu bedienen seien“.² Dieses Patent wird in der heutigen Geschichtsschreibung oftmals vergessen, führte aber nachweislich dazu, dass in Preußen und Umgebung der Beruf des Gastwirts eine gewisse Aufwertung erfuhr und die

Kneipen sich stark vermehrten. Dies bis in unsere Breitengrade.

Glaubt man dem Volksmund, so stellt die Schenke bis zum 19. Jahrhundert einen Ort dar, wo man sich vorwiegend dem „Saufen“, der „Völlerei“ und der „Betrügerei“ hingab. Auch wenn solche Aussagen heute nicht eindeutig zu belegen sind, wissen wir jedoch, dass bereits früh verschiedenen Formen von Gastwirtschaften existierten. Wir wissen heute außerdem, dass die hygienischen und sozialen Umstände in Kneipen bis Mitte des 19., Anfang des 20. Jahrhunderts oftmals katastrophal waren.

.....
² RAUERS, Friederich: Kulturgeschichte der Gaststätte. (Anm. 2), S. 40



Coin rue Beck, rue de la Poste 1940-1945 © Photothèque de la Ville de Luxembourg

Für das Großherzogtum Luxemburg tritt erstmals 1854 die Thematik der Wirtschaftshäuser und Gastschenken in den Fokus der Öffentlichkeit. In diesem Jahr griff der Generaldirektor der Justiz, M. Würth-Paquet, die Thematik auf und kündigte den Gastwirtschaften den Kampf an. Er äußerte sich mehrmals diesbezüglich und behauptete, dass sämtliche öffentliche Stimmen danach verlangen würden,

EINE BREMSE EINLEGEN – „LOI DE CABARET“ UND WIRTSCHAUSPOLIZEI

Im Jahre 1852 und 1853 setzte sich die Regierung des Großherzogtums konkreter mit der Schaffung einer Wirtschaftspolizei, sowie der Einführung eines juristischen Rahmens für Schankwirtschaften, auseinander. Ein größerer juristischer Einschnitt war die Folge, dies in Form des definitiven „Gesetz vom 1. Dezember 1854, über die Wirtschaftspolizei“.

Durch dieses Gesetz wurde festgelegt, dass die angehenden Wirte unter anderem vor Eröffnung eines Lokals beim zuständigen Steueramt vorstellig werden mussten und ein Lizenzrecht erwerben mussten, welches zwischen 20 und 30 Franken lag (je nach Bevölkerungsdichte der Gemeinde, in welcher sich der Wirt ansiedeln wollte. Je höher die Einwohnerzahl der Gemeinde war, je teurer war die Lizenz).⁴

Eine durch die Steuerverwaltung durchgeführte Erfassung der Anzahl von Gastwirtschaften im Luxemburg aus dem Jahre 1852 identifizierte 2250 (legale) Lokale. Durch das Gesetz von 1854, so

den Wirten politisch strenger gegenüber zu treten. Ebenfalls war er der festen Überzeugung, dass „die Wirtschaftshäuser und der damit verbundene Alkoholkonsum die Hauptursache für die Kriminalität, die Armut, sowie die sozialen Krankheiten im Großherzogtum Luxemburg“ seien.

Direkte Konsequenz war das Wirtschaftsgesetz von 1854.³



der Direkter der Steuerverwaltung, war die Zahl rückläufig, sodass man im Jahre 1855 nur noch 1476 Lokale zählte. Doch bereits im Jahre 1876 stieg die Zahl wieder auf über 2300 Schankwirtschaften, dies bei einer Bevölkerung von 205.158 Personen, was ein Lokal auf 88 Einwohner bedeutete. Für die Regierung waren diese Zahlen nicht akzeptabel, auch vor dem Hintergrund eines steigenden Alkoholproblems in der Bevölkerung.

Gastwirte hatten nicht selten eine durch ihren Beruf bedingte einflussreiche Position, nicht zuletzt auch politisch. So auch das Beispiel von Adolphe Amberg. Neben verschiedenen kleineren Kneipen, war es vor allem das bekannte Apollo-Theater und spätere Casino de la Gare, sowie das Hotel Chicago, welche über die Grenzen Luxemburgs hinaus bekannt

waren und unter der Führung von Amberg und später seines Sohnes, der zudem als Erfinder der damals jährlich in seinen Lokalen stattfindenden und heute noch existierenden satirischen Theateraufführung Revue gilt, standen. Eine Zeit lang galt: Was Amberg eröffnet, läuft. Die Familie Amberg avancierte zu einer bekannten Institution im Luxemburger Nachtleben, welche zudem ihre Lokale oftmals Gewerkschaften und Parteien, mit denen sie sympathisierten, zur Verfügung stellte

³ WAMPACH, Nicolas: *La société luxembourgeoise d'hygiène sociale et scolaire. In : Revue d'hygiène sociale de Strasbourg et des Pays de la Rive gauche du Rhin. Ve année, Nr. 5, Aout 1923, p. 78.*

⁴ *Memorial des Großherzogtums Luxemburg, erster Teil. Akt der Gesetzgebung und der allgemeinen Verwaltung, Nr. 18, publiziert am 9. Dezember 1854, S.117-118.*

Casino de la Gare © Photothèque de la Ville de Luxembourg.

.....
 Dass eine Kneipe oftmals mehr als ein einfacher Getränkeausschank war, beweist auch das Beispiel Café Piren - Klein aus Differdingen. Besser bekannt unter der volksmündlichen Bezeichnung „d'hëlze Brak“, logierte diese Arbeiterkneipe zwischen 1904 und 1913 eine beachtliche Zahl an meist deutschen Stahlarbeitern zur Untermiete (bis zu 60 Personen auf kleinstem Raum). Vorwiegend ausländische Arbeiter aus den örtlichen Stahlwerken hausten in solchen „Cafés-Pensions“, unter meist katastrophalen hygienischen Umständen



KUTTER P., Kollektion HILGERT, Emy, in : LORANG, Antoinette: Luxemburgs Arbeiterkolonien und billige Wohnungen 1860 - 1940, Ministère du Logement, Luxembourg 1989, S. 25.

Im Jahre 1879 wurde seitens der Abgeordnetenversammlung der Wunsch geäußert, im „Interesse der öffentlichen Hygiene und Moral“ das Gesetz vom 1. Dezember 1854 deutlich zu verschärfen.⁵ Nach langjährigem hin und her wurde schließlich am 2. März ein neues Gesetz unterzeichnet und am 5. März 1885 publiziert.⁶ Neben einer beachtlichen Erhöhung der jährlichen Schanklizenztaxe (in den meisten Fällen betrug die jährliche Taxe nun das Doppelte als noch unter dem Gesetz von 1854), noch immer gebunden an die Einwohnerzahl der einzelnen Gemeinden, wurde unter anderem auch eine „Eröffnungstaxe“ eingeführt.⁷ Erstmals wurde nun auch die „Nuit blanche“ definiert und limitiert. Doch die Zahl der Wirtshäuser im Großherzogtum stieg weiter, vor allem

im demographisch explodierendem Süden des Landes. Weitere verschärfte Gesetze sollten folgen (unter anderem die weiter einschränkenden „Lois de cabaret“ von 1896, 1898, 1906, 1908 und 1912). Im Kontext des Wirtshausgesetzes von 1906 schrieb die *Obermosel Zeitung*, geprägt von einer liberalen Tendenz, folgendes: „Das Wirtshaus erfüllt eine soziale Rolle, entspricht einem gesellschaftlichen Bedürfnis. Die Wichtigkeit, die es im gesellschaftlichen, politischen und finanziellen Leben einnimmt, wird sogar leicht unterschätzt. [...] Das Wirtshaus ist eine demokratische Einrichtung par excellence. In ihm berühren sich alle Stände der Bevölkerung in viel engerer gesellschaftlicher Beziehung, als es sonst im Leben der Fall sein kann.“⁸

⁵ PUTZ, Jean: Le régime des cabarets. In : *Études fiscales. Revue consacrée à la fiscalité luxembourgeoise*, Nr. 11 et 12, Septembre - octobre 1965, p. 13 - 14.

⁶ *Memorial* Nr. 14, 05.03.1885, S. 221 - 230.

⁷ KIRCHEN, John / BRUCHER, Jean (u.a.): *Histoire de l'impôt direct au Grand-Duché de Luxembourg (1842-1992)*, Luxembourg 1992, S.204.

⁸ *Wirtshaus und Wirte*. In : *Obermosel-Zeitung*, Nr. 41, Dienstag 22. Mai 1906, S. 1.

FEIERABENDBIER UND KLASSENKAMPF – DIE KNEIPE ALS URSPRUNG POLITISCHER ORGANISATION?

Das „Café“, fungierte in Luxemburg auch stets als „einzig wahre Verlängerung der Öffentlichkeit“, „als eine Art Keimzelle der freien öffentlichen Meinung und einem neuen Kulturbewusstsein“.⁹ Auch der in Luxemburg populäre Journalist *Batty Weber* besuchte regelmäßig die Gastwirtschaften in seiner Heimat. Dies einerseits um ein volksnahes Bild der momentanen Gesellschaft zu erfahren und innerhalb seiner Kolumne zu beschreiben. Andererseits um auch die herrschenden politischen Meinungen und Strömungen zu beobachten.¹⁰

Die potentielle politische Bedeutung des Mikrokosmos „Wirtshaus“ wird mittlerweile allgemein anerkannt, auch in Luxemburg ist die Geschichte von nationalen Parteien, Gewerkschaften und anderen auch nicht politischen Bewegungen oftmals geographisch mit einer Arbeiterkneipe oder einem „Café“ verbunden. Zudem fungierten die Gastwirtschaften als eine Art „Informationszentrum“. Dies nicht nur in Form des gesprochenen Wortes, sondern auch als Umschlags- und Verkaufsort der lokalen Presse. Hier nur ein Beispiel kurz angeführt: Der Vertrieb und Verkauf der luxemburgischen sozialistischen Arbeiterzeitung „der arme Teufel“ wurde anfangs ausschließlich in Gastwirtschaften durch die Wirte organisiert (*Café Didert* in Luxemburg-Stadt, *Café Nic Merges* in Dudelingen, *Café Nilles* in Differdingen usw.).¹¹ Durch die Zeitungen, aber auch durch die zwischenmensch-

liche Kommunikation innerhalb der Kneipe, wurde sich informiert und ausgetauscht, man begann über die sozialen Probleme zu sprechen, mit sozialistischen und gewerkschaftlichen Ideen und Überzeugungen zu sympathisieren, kurz: durch eine zunehmend einsetzende Aufklärung der Arbeiter entwickelte sich parallel eine zunehmende Unzufriedenheit mit ihrer persönlichen Situation.

Eine langsam einsetzende Politisierung, oder zumindest Organisation der Arbeiterklasse, war in gewisser Weise eine logische Konsequenz der schlechten Arbeitsverhältnisse. Das Wirtshaus bot den physischen Raum dieses „sich Organisierens“.

Erhaltene Polizeiberichte zeugen davon, dass ab dem Jahre 1905 im Süden des Großherzogtums, in den Städten die von der Eisenindustrie geprägt waren, verstärkt Polizeikontrollen in Arbeiterkneipen durchgeführt wurden. An hier abgehaltenen Versammlungen teilnehmen, welche „sozialistischen Charakter“ hatten fiel nun unter „Ruhestörung“.

Ab den 1920er Jahren wurde die Landesverweisung zu einer Art „Hauptwaffe“ der großherzoglichen Polizei gegen Kommunisten, Gewerkschaftler und sozialistisch Engagierten. Es reichte, dass man an einer Versammlung in einer Kneipe teilnahm oder sogar lediglich beschuldigt wurde, einer nicht angemeldeten Kneipenversammlung beigewohnt zu haben, um des Landes verwiesen zu werden.¹²

⁹ PHILIPPART, Robert: *Le Café „à surveiller“*. In: HORESCA Informations, Nr. 9, Luxemburg 2016, S. 14.

¹⁰ Vor allem im *Café Jentgen*, gelegen an der hauptstädtischen Place d'armes, galt *Batty Weber* als Stammgast

¹¹ WEHENKEL-FRISCH, Janine: *Der arme Teufel. Monographie d'un journal socialiste luxembourgeois (1903-1929)*, Luxemburg 1978, S. 149.

¹² AN-Lux.: J-071-01 – *Expulsions ; Police des étrangers ; interdictions (1880 – 1940)*. Bericht Nr. 136.



.....
Das Restaurant „Mam-Air“ hatte am 19. Dezember 1964 in Mamer geöffnet. Viele Gäste waren überzeugt, es handele sich um eine original ausrangierte Boeing 727, allerdings ohne Motorenwerk. In Wirklichkeit handelte es sich jedoch um eine naturgetreue Kopie eines Boeings, welche Schlosser Josy Gehlen aus Clémency im Auftrag des Restaurantbesitzers J. Hintgen angefertigt hatte. Das Restaurant war besonders beliebt für die Feier von Kindergeburtstagen. Es bot 45 Plätze. Küchenchef Robert Grethen bereitete seinen Gästen rund um die Uhr warme und kalte Speisen. Am 29. Mai 1972 hatte ein Feuer das Restaurant völlig zerstört, nur die Trägerstruktur war übrig geblieben. Die Familie Hintgen liess das „Mam Air“ wieder aufbauen und feierte im Oktober 1972 Wiedereröffnung. Dieses Flugzeug-Restaurant war die einzige Kinderattraktion dieser Art im Großherzogtum. Sogar die Reiseführer des Office National du Tourisme lockten mit Text und Bild ausländische Gäste zu dieser aussergewöhnlichen Attraktion. Nach der Schließung des Restaurants wurde das Flugzeug ab 1997 als Reisebüro genutzt. Das ehemalige Flugzeug-Restaurant wurde 2001 abgetragen. (© Robert L. Philippart)

© Ralph Letsch

Im Luxemburger Nationalarchiv sind mehr als 200.000 Aktenordner der „police des étrangers“ aus den Jahren 1900 bis 1945 hinterlegt. Es handelt sich hier vorwiegend um Überwachungsdokumente der Ausländerpolizei, die zum größten Teil italienische Immigranten betreffen und in den meisten Fällen eine Kneipe/„Café“ als Ort des Vergehens angeben.¹³

Durch Polizeiberichte und Plakate wissen wir auch, dass man sich im Jahre 1902 unter den aus Italien stammenden Arbeitern in Luxemburg konkret gewerkschaftlich zu organisieren begann. Versammlungen fanden stets in Gastwirtschaften statt, so unter anderem im *Café Theis-Rollinger*, später im *Café Zallio*, beide in Differdingen. Mehrere Versammlungen und Konferenzen zur Thematik des Klassenkampfes, der Arbeiterbewegungen oder bezüglich Sterbekassen wurden abgehalten.¹⁴ Das Lokal *Zallio Pietro* in Differdingen war über die Stadtgrenzen hinaus bekannt, vor allem durch die hier regelmäßig stattfindenden Gewerkschaftsversammlungen der Schmelzarbeiter der umliegenden Hütten. In Niederkorn, in dem Café-Restaurant von

Luigi Zangiacomì, sowie im Lokal von *De Girardi Giovanni* organisierten sich die aus Italien stammenden Stahlarbeiter ebenfalls und gründeten am ersten September 1900 die *Regina Elena*, eine Sterbekasse sowie Angestellten-Krankenkasse, Vorreiter späterer Gewerkschaften.¹⁵

Ein letztes Beispiel sei hier angeführt: Die beiden Galionsfiguren der luxemburgischen Gewerkschaftsorganisation, Herr *Thilmany* für die Metallarbeitergewerkschaft, sowie Herr *Merens* für die Schuhmachergewerkschaft, trafen sich laut Überlieferungen regelmäßig im *Café Ley*, gelegen am hauptstädtischen Fischmarktplatz. Sinn dieser Treffen war die Planung und Bildung einer berufsgruppenübergreifenden Gewerkschaft, dem Vorreiter des heutigen OGBL.¹⁶

Die Kneipe war zum einen fest im Leben der Arbeiter verankert. Sie wurde deswegen als ein Institut betrachtet, in dem sich die Arbeiter nach Feierabend versammelten, ihre Probleme besprachen und damit der, durch die objektive Lage als Lohnarbeiter im Betrieb erzwungene Solidarität, eine subjektive Dimension des emotionalen Klassenzusammenhangs hinzufügten. Zum anderen war die Kneipe unverzichtbarer Versammlungsort der gewerkschaftlichen und parteilichen Organisation, ein Ort mithin vitalen politischen Lebens der Klasse.¹⁷

Dies war in Luxemburg nicht anders als in ganz Europa.

13 WEHENKEL, Henri: *Le commissaire et les Italiens*. In: *Luxembourg – Italie. Hommage au père Benito Gallo*, Luxembourg 1999, S. 153-157.

14 GALLO, Benito: *Les Italiens au Grand-Duché de Luxembourg*, Luxembourg 1987, S. 147 – 148.

15 GALLO, Benito: *Les Italiens* (Anm. 15), S. 140.

16 WEHENKEL-Frisch, Janine: *Les pionniers oubliés du syndicalisme ouvrier au Luxembourg*. In: LENTZ, Marco / MAAS Jacques (u.a.): *75 Joër fräi Gewerkschaften. Beiträge zur Geschichte der luxemburgischen Gewerkschaftsbewegung*, Esch-sur-Alzette 1992, S. 100.

17 DRÖGE, Franz / KRÄMER-BADONI, Thomas: *Die Kneipe. Zur Soziologie einer Kulturform*, Frankfurt am Main 1987, S. 256.

LES ROSES

Seasonally yours

Une cuisine contemporaine, qui trouve son inspiration au fil des saisons pour vous faire plaisir.

François JAGUT, Chef de cuisine



Vendredi & Samedi de 19h à minuit
Lundi & Jeudi de 19h à 23h
Dimanche de 12h à 14h et de 19h à 23h
(Sunday Lunch Menu)

Scannez pour réserver
et pour plus d'infos



CASINO 2000 - Mondorf-les-Bains - Luxembourg
Tél. : (+352) 26 678 410



CASINO 2000



ANTHONY KAVANAGH

ROCH VOISINE

PARTY NIGHT



GAROU

JEAN-BAPTISTE GUÉGAN

PEDRO ABRUNHOSA



NORA HAMZAWI

PAUL MIRABEL

GLENN MILLER ORCHESTRA



INES REG

JULIAN PERRETTA

MESSMER

Scannez pour acheter
directement vos billets



MONDORF-LES-BAINS, LUXEMBOURG | CASINO2000.LU | TICKET-REGIONAL.LU |    

ABSCHLIESSEND: AB UND ZU SICH DER SOZIALEN ROLLE DES „CAFÉS“ BEWUSST SEIN!

In der Geschichtsschreibung, aber auch im Alltag, herrscht eine ungerechtfertigte Überbewertung der „Versorgungsfunktion“ von Kneipe und Gastwirtschaft gegenüber ihrer gesellig-sozialen und damit auch politischen Funktionen vor.

Zudem war innerhalb der öffentlichen Meinung in Luxemburg von Mitte des 19. Jahrhunderts bis zum Beginn des Ersten Weltkrieges das Wirtshaus Synonym für übermäßigen Alkoholkonsum und den damit verbundenen gesellschaftlichen Verfall. Dies wird der Sache jedoch nicht gerecht.

Die Entstehung und Ausbreitung eines vielseitigen Vereinswesens Anfang des 20. Jahrhunderts steht ebenfalls in direkter Verbindung mit den damaligen Schanklokalen. Noch heute hat eine hohe Zahl an Sportvereinen, Musikgesellschaften und Interessengemeinschaften ihren „Siège social“ in einer Gastwirtschaft. Erst in den letzten drei Jahrzehnten nimmt diese Zahl wieder ab, da das Errichten eines eigenen Vereinslokals durch Gemeinde, Sponsoren oder Eigeninitiative immer mehr zur Praxis wird und der durch die Kneipen zur Verfügung gestellte Raum nicht mehr benötigt wird.

Trotzdem werden bis heute verschiedene ehemalige und noch existierende Gastlokale in Luxemburg fest mit bestimmten Organisationen verbunden. Hier handelt es sich sowohl um Organisationen ohne



Hollerich, Café Werner © Photothèque de la Ville de Luxembourg, Th. Wirol

politischen Hintergrund, als auch solche mit verfolgten politischen Absichten.

Auch wenn hier und da immer wieder Stimmen laut werden die versuchen den Gastwirtschaften einen negativen Stempel aufzuzwingen, so ist man sich einig, dass die Menschen vor allem aus positiven sozialen Gründen ein Café aufsuchen, hier eine reale und direkte freundschaftliche Interaktion mit anderen Mitmenschen zustande kommt und man zusammen oder alleine für einen Moment auf andere Gedanken kommen kann.

Dem in der Presse oftmals erwähnten „Kneipensterben“ hilft dies leider recht wenig, denn hier handelt es sich um eine statistisch erfasste Tatsache, welche sich in den letzten beiden Jahrzehnten nicht

abwenden ließ. Diesem Phänomen wird auf breiter Ebene nachgetrauert, jedoch werden die neuen Möglichkeiten des Gastronomiegewerbes verkannt. Politik, Revolution und geheime Bündnisse werden hier nicht mehr gemacht. Dies gehört in unseren Breiten weitestgehend der Vergangenheit an. Der soziale Faktor der Gastwirtschaft erlebt jedoch wieder eine positive Revolution. Trotz den sozialen Medien, langen Arbeitstagen und einer stetig steigenden Individualisierung der Freizeitgestaltung, wird sich wohl auch in Zukunft immer noch zum Austausch, diskutieren und Pläne schmieden stets auf Terrassen und an Tresen verabredet.

„Die Recherchen zu diesem Artikel wurden im Rahmen der Masterarbeit von Herrn Joe Haas durchgeführt.“

Faites partie du réseau
restreint agréé par
la Loterie Nationale

VideoLoT



Une nouvelle source de revenus pour votre établissement,
100% responsable
et au profit des bonnes causes

Intéressés ? Contactez-nous : info@loterie.lu

POUR QUE LE JEU RESTE UN JEU : FIXEZ VOS LIMITES !

www.loterie.lu
Games for good causes



**LOTERIE
NATIONALE**





Politische
Entscheidungen ...

Die Bedeutung
eines guten
Partners

Ein respektierter Verhandlungspartner für Politik und Verwaltung: Die HORESCA im aktiven Einsatz für die Mitgliederinteressen

Immer wieder in ihrer Geschichte intervenierte die HORESCA bei politischen und administrativen Regelungen und Entscheidungen, welche die Interessen der ihr angeschlossenen Hotels, Restaurants und Cafés betrafen. Einige Beispiele.



AG HOTREC à Luxembourg, Avril 2015 © HORESCA

PERSONAL

Seit den Fünfzigerjahren ist der Mangel an Personal, und ganz besonders an qualifiziertem Servicepersonal, im Luxemburger Gaststättengewerbe ein Dauerproblem. Die Situation besserte sich zunächst, als die ersten italienischen und danach die portugiesischen Gastarbeiter ins Land kamen: Während die Männer Beschäftigung im Bausektor fanden, trugen ihre Frauen oft mit einer Tätigkeit im Servicegewerbe zum Unterhalt der Familie bei. Ganz zu Anfang allerdings war es Portugiesen nicht erlaubt, sich dauerhaft in Luxemburg aufzuhalten; sie reisten für eine bestimmte Zeit eigens zum Arbeiten an und mussten danach bis zum nächsten Jahr wieder in ihr Heimatland zurückkehren.

Dabei wurden die meisten Gastgewerbe dem Baugewerbe zugeteilt, während die Gaststättenbetriebe das Nachsehen hatten. Bis dieses Problem sich mit dem EWG-Beitritt Portugals 1986 von selbst erledigte, setzte die HORESCA sich mit Unterstützung des damaligen Staatssekretärs für Arbeit und Soziales, Jean-Claude Juncker, dafür ein, dass den von ihr vertretenen Betrieben ein höheres Kontingent an portugiesischen Arbeitskräften zugestanden wurde.

AUSBILDUNG

Ein ganz besonderes Augenmerk legte die HORESCA auf die Verbesserung der Ausbildungsmöglichkeiten für Servicepersonal und trieb dringend notwendige Reformen bei der Schulung stets aktiv voran.

Beispielhaft für diese Anstrengung waren die Schaffung einer fundierten Ausbildung für Berufsköche in der Diekircher Hotelschule und die Mitwirkung an einer grundlegenden Reform des Examenswesens. Weiter zu nennen wären die Kurse für Köche und Servicepersonal in der Berufsschule, bei denen der damalige Generalsekretär Jean J. Schintgen sich dafür einsetzte, dass in einem HORESCA-Betrieb beschäftigte Berufsschüler dreimal im Jahr für jeweils drei Wochen unterrichtet werden sollten, ohne zwischendurch an ihrer Arbeitsstätte tätig sein zu müssen. Laut Schintgen stieß diese Vorgehensweise anfangs nicht auf ungeteilte Zustimmung, wurde dann aber als effektiv akzeptiert.

Einen ebenfalls nicht unumstrittenen Start hatten im Jahr 1981 die Kurse für angehende Gastwirte, die vor allem von den Brauereien kritisiert wurden – diese gaben ihre Bedenken jedoch mit der Zeit auf. Während Politik und Gesetzgebung dazu tendierten, für die Ausübung vieler kommerzieller Aktivitäten keine spezielle Ausbildung mehr zu verlangen, hielten es die HORESCA-Verantwortlichen für wichtig, dass Luxemburg – ein Land, das weder mit übermäßig Sonne, noch mit Bergen oder Meeresstränden punkten kann – bei der Bewirtung mit tadelloser Servicequalität überzeugt. Nach vielen Diskussionen einigte man sich mit dem zuständigen Ministerium darauf, die bislang freiwilligen Kurse für Nichtqualifizierte obligatorisch zu machen.

Die HORESCA-Seminare für angehende Gastwirte werden heute jedes Jahr von 500-600 Interessenten besucht und finden monatlich statt, zehnmal im Jahr in französischer und zweimal in luxemburgischer Sprache.



Félicitations!

pour les 50 ans
de la Fédération
de l'HORESCA
Luxembourg

Le Cellier
TRADITION & TENDANCES

Boissons Heintz • L-9809 Hosingen • Tél. 99 80 81 - 1 • info@bheintz.lu • www.boissonsheintz.lu

The advertisement features a bottle of Verlaque liqueur and a glass of cognac with several corks. The bottle label reads 'DOMAINE DE VERLAQUE 1870 COTES DE PROVENCE'. The background is a soft-focus image of a landscape with a white rose in the foreground.

ARBEITSZEITREGELUNG

Auch in puncto Arbeitszeiten setzte sich die HORESCA immer für die Interessen ihrer Mitgliederbetriebe ein. Jean J. Schintgen: „Zu Anfang gab es im Gaststättengewerbe keine festen Arbeitszeiten, keine Lohnskala, nur der Mindestlohn war obligatorisch. Mitte der Siebzigerjahre wollten Gewerkschaften und Vatel einen Kollektivvertrag für qualifizierte Köche. Dieser wurde mit uns ausdiskutiert und trat 1977 in Kraft, wurde aber einige Jahre später von den Gewerkschaften einseitig aufgekündigt. Der damalige Arbeitsminister Juncker wollte uns zu einem Kollektivvertrag überreden. Wir einigten uns auf einen Kompromiss, der vorsah, dass für 20 gearbeitete Sonntage zwei freie Tage zugestanden wurden.“ Anstrengende Verhandlungen gab es auch in der Amtszeit von Junckers Nachfolger François Biltgen: Ein Gesetzesentwurf, dessen Anwendung für den ganzen Horeca-Sektor fatale Auswirkungen gehabt hätte, wurde ebenfalls durch eine Vereinbarung

verhindert, die für alle Seiten akzeptabel war. Ein besonderer Schwerpunkt war die sogenannte „Coupure“-Zeit, zwischen Mittags- und Abendservice, die ursprünglich auf 2 Stunden veranschlagt war, durch die Einwirkung der HORESCA aber auf 3 Stunden heraufgesetzt werden konnte. Auch beim „Feiertagsgesetz“ der Regierung Thorn, von dem die HORESCA-Betriebe ursprünglich nicht ausgenommen waren und demnach sie ihren Beschäftigten einen 200-prozentigen Feiertagszuschlag zahlen sollten, wurde ein Kompromiss ausgehandelt. Dieser sah vor, dass der Zuschlag entfallen kann, wenn dem Personal dafür zwei Tage pro Woche freigegeben wird. Begleitet wurden die zähen Verhandlungen von einem Streik, zu dem die HORESCA ihre Mitglieder aufgerufen hatte und bei dem am Feiertag nahezu sämtliche der Vereinigung angeschlossenen Betriebe sowie viele weitere im übrigen Land ihre Tore demonstrativ geschlossen hielten.

© HORESCA



DISKRIMINIERUNG

Selbst wenn es heute schier unglaublich scheinen mag, war es doch in Luxemburg jahrzehntelang so, dass man sich als Hotel- oder Restaurantbetreiber oder als Gastwirt für bestimmte politische Ämter nicht bewerben durfte. Dies änderte sich erst, als diese archaische Regelung 1979 auf Betreiben der HORESCA abgeschafft wurde. „Eine wahre Schande war diese Gesetzgebung, die uns alle quasi

zu Bürgern zweiter Klasse machte“, meint dazu HORESCA-Generalsekretär François Koepf. „Besonders wenn man bedenkt, dass wichtige gesellschaftliche und auch ökonomische Ereignisse, wie zum Beispiel der Viehhandel, seit jeher im Wirtschaftshaus stattgefunden haben. Nebenbei: Das immer wichtiger werdende Hauptstadtviertel Cloche d'Or verdankt seinen Namen einem Hotelbetrieb!“



La signature de l'encaissement



Logiciels de caisse

Certifié NF525

Fonctionnalités métiers
Interface personnalisable

Matériel
TPV tactiles
Monnayeurs automatiques
Balances
Portable de commande
Bornes de commande



Outils de gestion

Pilotage & contrôle du/des magasin(s)
Indicateurs de performance
(optimisation des coûts de production et des achats)
Statistiques mobiles
Fidélité centralisée
Click & collect



www.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*



Distillerie Adam Kehlen © LFT - Visit Guttland

RAUCHVERBOT

Ein schwerer Schlag für die von der HORESCA vertretenen Betriebe war die 2006 erfolgte Einführung des Rauchverbots in den öffentlich zugänglichen Innenräumen ihrer Einrichtungen. Während die HORESCA erreichen konnte, dass das Verbot sich anfangs nur auf die Restaurants beschränkte – in Cafés war das

Rauchen lediglich von 12:00 bis 15:00 Uhr sowie von 19:00 bis 21:00 Uhr untersagt –, wurde das Verbot im Jahr 2014 auch auf die Gastwirtschaften ausgedehnt. Mit dem jetzt notwendigen Verzicht der Kunden auf die gemütliche Zigarre oder Zigarette beim Digestif blieben Umsatzrückgänge natürlich nicht aus.

PROMILLEGRENZE

Noch härter wurden die HORESCA-Mitgliedsbetriebe durch die zweimalige Senkung der Promillegrenze im Straßenverkehr getroffen (erst von 1,2 auf 0,8 ‰, dann von 0,8 auf 0,5 ‰). François Koepf: „Die Leute hatten wahnsinnig Angst vor Alkoholkontrollen und konsumierten viel weniger; in manchen Betrieben mussten dadurch zwei von drei Servicekräften entlassen werden. Wir als HORESCA

waren natürlich auch für mehr Verkehrssicherheit, hätten uns aber Alternativen gewünscht. Ich habe zum Beispiel François Bausch seinerzeit die Einführung kostenloser öffentlicher Verkehrsmittel – wenigstens für unsere Touristen – vorgeschlagen. Seine Antwort damals: „Unmöglich, viel zu teuer!“ Von heutiger Warte aus betrachtet, zeigt sich demnach: Man soll niemals nie sagen!“

PREISGESTALTUNG

Eine seltene und kuriose Situation ist es, wenn ein freies Gewerbe seine Preise nicht frei bestimmen kann, weil diese vom Staat festgelegt werden. Genau dies aber war lange beim Hotel- und Gaststätten-gewerbe der Fall: Über etliche Jahre wurden die Bier-, Wein- und Softdrinkpreise staatlicherseits reglementiert.

Schon Ende der Sechzigerjahre hatte die HORESCA in dieser Sache zu einer Pro-

testaktion aufgerufen, bei der einen Tag lang im ganzen Land kein Wein mehr verkauft werden sollte. In einem jahrelangen Kampf für Preisfreiheit setzte die Interessenvereinigung schließlich den „flexibele Frang“ durch, ein System, das es wenigstens beim Bierverkauf ermöglichte, den Preis um einen Franken anzuheben, sofern dies vorher beim staatlichen „Office des prix“ beantragt worden war. In einem nächsten Schritt

erreichte die Vereinigung in weiteren zähen Verhandlungen, dass zuerst die Preisgestaltung für Softdrinks, danach die für Bier und schlussendlich für die Weinsorten Riesling und Auxerrois vollends liberalisiert wurden.

Die Auflösung des Office des prix durch Wirtschaftsminister Henri Grethen brachte dann endgültige Preisfreiheit für den luxemburgischen Bewirtschaftungssektor.



WE'VE BEEN AROUND
FOR 175 YEARS

LE GOÛT, UNE HISTOIRE DE FAMILLE DEPUIS 1847

Depuis six générations, nous travaillons à sublimer les arômes d'une matière première de tradition. Cet héritage familial, nous le perpétons depuis notre berceau historique au Luxembourg, mais également au travers de nos filiales en Europe, pour un avenir plein de saveur.

Heintz van Landewyck S.à r.l
B.P. 2202 L-1022 Luxembourg
Landewyck.com

175
1847 2022

LANDEWYCK



MEHRWERTSTEUER

Unter der Ratspräsidentschaft von Jean-Claude Juncker wurde angedacht, dass der ermäßigte Mehrwertsteuersatz von 6 % für alkoholische Getränke im Horeca-Sektor nicht mehr gelten, sondern europaweit auf den damaligen „normalen“ Satz von 12 % angehoben werden sollte. Der EU-Politiker Robert Goebels, luxemburgischer Vertreter bei den Brüsseler Verhandlungen, zog in dieser Sache mit der HORESCA an einem Strang und stimmte gemeinsam mit dem Mitgliedsland Spanien für einen niedrigeren Mehrwertsteuersatz: Erreicht wurden 3 %, wodurch die Mehrwertsteuer für

den Horeca-Sektor sogar noch gesenkt wurde. Mit dem Amtsantritt von Pierre Gramegna als Finanzminister wurde der Satz allerdings schlagartig auf 17 % erhöht, sodass das Gastgewerbe sich gezwungen sah, diesen drastischen Aufschlag wenigstens teilweise an die Kundschaft weiterzugeben. Zudem führte die Erhöhung laut HORESCA-Generalsekretär François Koepf zu der absurden Situation, dass bestimmte Weine im Einzelhandel zu einem Zwischensatz von 14 % verkauft werden konnten, während dieselben Weinsorten im Café dem regulären Steuersatz von 17 % unterlagen.

FÖRDERUNG VON MODERNISIERUNGSMASSNAHMEN

1972 war von der Regierung ein touristischer Fünfjahresplan zur Förderung von Modernisierungsmaßnahmen ins Leben gerufen worden, der aber nur die öffentlichen Institutionen berücksichtigte – die Privatwirtschaft blieb dabei außen vor. Auf jahrelangen Druck der HORESCA wurden 1978 endlich auch die Beherbergungsbetriebe in diesen Subventionsplan

eingeschlossen, sodass viele ihre Häuser vor allem endlich mit angemessenen sanitären Installationen ausstatten konnten. Mit Fug und Recht lässt sich sagen, dass dies den Anstoß zu einer grundlegenden Modernisierung des luxemburgischen Beherbergungswesens gab, von der Betreiber und Gäste noch heute profitieren!

Muller & Wegener
www.mullerwegener.lu

Papier & Façonné - Ecriture & Marquage
Fourniture & Equipement de Bureau
Mobilier de Bureau - Classement & Archivage
Fourniture Informatique - Machine de Bureau - Présentation
Emballage & Expédition - Hygiène & Restauration
Dessin & Bricolage - Printing Services

69, rue de Bouillon
L-1248 Luxembourg

Tél: (+352) 48 49 49-999
Fax: (+352) 48 49 49-200

mw.vente@mullerwegener.lu
www.mullerwegener.lu

DEPUIS 1901



Barista
Nettoyage
Réseaux sociaux
Cocktails
Additifs alimentaires
Burn-out
HACCP
14 allergènes
Comptabilité
Pizzaiolo
Produits dangereux
Gestion des conflits
Travailleurs désignés-HoReCa ...



HOUSE OF
TRAINING

www.houseoftraining.lu

La House of Training est à vos côtés pour vos besoins de formation dans le domaine de l'HoReCa, et propose également des formations dans d'autres domaines pour vous accompagner au quotidien dans le développement des compétences au sein de votre entreprise.



Retrouvez ici toute notre offre de formations du secteur HoReCa

Nos formations pour une carrière professionnelle d'Excellence

L'École d'Hôtellerie et de Tourisme du Luxembourg à Diekirch offre un large choix de formations pour les élèves issus de l'enseignement secondaire classique et de l'enseignement secondaire général. Les diplômes menant à des carrières dans la restauration, l'hôtellerie ou le tourisme sont : certificat de capacité professionnelle (CCP), diplôme d'aptitude professionnelle (DAP), diplôme de technicien (DT), diplôme de fin d'études secondaires générales (ESG), et le brevet de technicien supérieur (BTS). Les cursus de qualité allient théorie et pratique et mettent en avant l'esprit d'équipe, le sens de l'autonomie et des responsabilités. À partir de la rentrée 2022, il sera possible de suivre un BA Hospitality Management : cette formation se déroule en cours d'emploi, sur une durée de deux ans.



Pour permettre une préparation optimale à une carrière internationale, l'anglais est mis en avant comme langue véhiculaire dans les formations suivantes : DAP Restaurateur International, BTS Hospitality Management et Bachelor.

L'EHTL propose également des formations continues organisées avec des partenaires de renom. Destinées aux professionnels et au grand public, certaines séances sont disponibles en soirée.



www.ehtl.lu

Striving for Excellence

FOURNISSEUR EN BOULANGERIE-PÂTISSERIE-HORECA ET COLLECTIVITÉ



MARILUX s.à.r.l.

Un très grand choix de produits disponibles en stock

8, Rue Martin Maas
Z.I. SIAEE
L-6468 Echternach
info@marilux.lu

*Produits alimentaires
Vins & Cafés
Machines & petits matériels
Produits d'entretien ...*

☎ 00352 26 72 16 16
📠 00352 26 72 16 17

www.marilux.lu

*Notre grand bonheur,
c'est votre satisfaction*



Restaurant académie place d'armes © Photothèque de la Ville de Luxembourg, Fischbach Vic

Naissance, déclin et renaissance des terrasses à Luxembourg

DR ROBERT L. PHILIPPART

Les terrasses qui animent nos espaces publics sont en fait des créations assez récentes. Elles apparaissent dans l'architecture militaire, sous forme d'espaces surélevés pouvant accueillir des canons. Placés entre le fossé et le rempart principal, ces aménagements offrent des vues couvrant les glacis de la forteresse. Connues également comme aménagements agricoles dans les versants de collines depuis l'Antiquité, les terrasses se démarquent ici également par leurs vues dégagées et leurs situations ensoleillées. L'aménagement en terrasses devient un signe distinctif et ornemental des jardins d'agrément de la Renaissance, de l'âge baroque et du classicisme. Avec la sensibilité pour le paysagisme, au XVII^e siècle, les terrasses deviennent des lieux de promenades publiques, des sites de contemplations, des sujets de peinture, des inspirations poétiques.

L'ESPACE DEVIENT PUBLIC

Les terrasses des cafés sont pourtant beaucoup plus récentes. Elles présentent toujours en commun avec leurs ancêtres historiques, une surélévation et une vue dégagée sur un lieu que l'on peut observer ou admirer à son aise.

Au XIX^e siècle, elles apparaissent avec l'aménagement de la voirie publique. À Luxembourg, les voies existantes sont divisées en espaces distincts depuis l'introduction des trottoirs (1873), l'aménagement de voies réservées au tram (1875), aux cavaliers, aux voitures. Les terrasses reflètent la densité des villes et l'importance des flux de passage. Elles servent de lieu de rassemblement et soulignent la centralité de l'espace.

Le succès des terrasses est contemporain également de l'introduction de la division du travail et de l'instauration des plages

horaires de travail et de loisirs. Les terrasses se peuplent après le travail pour devenir le lieu de rendez-vous de personnes partageant le souci de s'échanger et de vivre de bons moments ensemble.

Dans le même sens, les terrasses reflètent la démocratisation de l'espace. Si généralement, les parcs et jardins sont privés, les parcs que la Ville de Luxembourg aménage sur les anciens domaines militaires, sont des promenades publiques. Elles accueillent dès 1876 deux débits de boissons avec terrasses. Le parc de la station thermale de Mondorf-les-Bains bénéficie depuis 1895 de magnifiques terrasses aménagées autour de la pergola et de la salle des fêtes.

La mise en scène de cet espace met en valeur les curistes qui s'y rencontrent au rythme des concerts de l'orchestre de la station thermale.



Café des Capucins © LFT - Alfonso Salgueiro



Pergola Mondorf-les-Bains 1935 © Mondorf-Etat

À partir de cette terrasse, ils bénéficient d'une vue imprenable sur les canotiers circulant sur la Gander. La même mise en valeur du visiteur s'observe dans l'aménagement de l'ancien pavillon des bains de fleuve à Echternach où la terrasse surplombe le spectacle des baigneurs.

Même agencement pour la terrasse aménagée au-dessus des cabines à l'ancienne piscine de la Cloche d'Or.

L'instauration de la canalisation, augmentant l'hygiène des espaces publics, l'aménagement des trottoirs, la suppression des entrées en caves par la chaussée créent

l'espace nécessaire à l'aménagement de terrasses. Sur la voirie, le client est exposé au public, alors qu'à l'intérieur du café ou restaurant, il bénéficie de l'intimité et de la discrétion. La plus-value de la terrasse est due au gradin à partir duquel on peut assister au spectacle de la rue. C'est aussi le lieu où l'on s'installe pour voir et être vu.

Avec l'augmentation du trafic automobile, l'élargissement de boulevards, la pollution et le bruit qu'entraîne le trafic, le plaisir de la terrasse de rue s'amenuise. Leur nombre se réduit dès la fin des années 1960.



Echternach © LFT - Paul Hilbert

TERRASSES PRIVÉES ET PUBLIQUES, JARDINS ET VÉRANDAS

Comme l'exploitation d'une terrasse dans l'espace public est soumise à autorisation, son aménagement traduit également une volonté politique. L'espace d'une terrasse représente une augmentation saisonnière

de la capacité d'accueil d'un café ou restaurant et est donc étroitement lié au débit de boissons, dont l'alcool.

À la veille de la Première Guerre mondiale et suite à la perfection de la conduite d'eau,

des fontaines publiques sont installées dans les rues et places publiques. Elles servent à combattre l'alcoolisme en plein air.

Le développement urbain de la ville de Luxembourg prévoit l'aménagement d'une seule place centrale - la place d'Armes- celles à créer ou déjà existantes ne devait assurer qu'un rôle secondaire. L'Allée Scheffer aux confins des glacis de la forteresse concentrait dans la seconde moitié du XIX^e siècle près d'une douzaine de «Gartenwirtschaften».

Jusqu'au départ de la garnison en 1867, la place d'Armes est un espace militaire, bien que certains cafés y existent déjà. Le centre de celle-ci est occupé par une aubette protégeant le puits de la place. Le front est (Cercle-Cité) est occupé jusqu'en 1902 par la garde principale de la forteresse. Depuis 1875, un kiosque à musique est aménagé à proximité de l'emplacement de l'ancien puits. Des terrasses sont autorisées en saison sur les trottoirs et sous les anciens marronniers bordant la place.

La Place d'Armes se transforme ainsi en « salon de la capitale ». Le kiosque à musique attire un public fixe au rythme des concerts et illustre l'organisation de la société civile en associations de musique et harmonies, d'ailleurs souvent à l'origine du syndicalisme. Pendant des décennies, une tradition estudiantine veut que, pendant les concerts, les jeunes tournent autour de la place jusqu'à repérer un copain sur l'une des terrasses afin de le rejoindre.

Cette tradition change avec l'introduction des fast-foods et la fréquentation du lieu par une majorité de touristes. Servant de lieux de rencontres spontanées, la jeunesse reste attachée aux terrasses éparpillées de nos jours dans plusieurs quartiers de la ville.

Durant les années 1870, la concentration des terrasses est délibérément limitée à la Place d'Armes et n'est pas autorisée pour les autres places de la ville alors aménagées en squares, stations de tram et de bus ou parkings.

À cette époque, plusieurs terrasses sont aménagées à l'intérieur des jardinets privés précédant des immeubles du Boulevard Royal (Café des Boulevards, Café de la Paix, Café Monterey), à l'Avenue de la Gare (Hôtel de la Poste, Hôtel des Voyageurs, Hôtel Clesse) ou le long du Boulevard F.D. Roosevelt (Hôtel des Viaducs, Casino Bourgeois), l'Avenue Marie-Thérèse (Hôtel Brosius).

La terrasse du Casino bourgeois (Boulevard F.D. Roosevelt) est une des plus belles de la ville. L'aménagement reliant cette terrasse au jardin profite d'une vue imprenable sur le plateau Bourbon et le pont Adolphe.

La terrasse surélevée de l'ancien restaurant et café Clesse à l'Avenue de la Gare permet de suivre à distance le spectacle de cette artère hautement fréquentée de la capitale.

L'Hôtel Metropol à l'Avenue de la Porte Neuve propose une magnifique terrasse dans sa cour intérieure. L'éclairage électrique des tables assure un cadre aussi

intime que discret pour des déjeuners d'affaires ou en couple.

Les « *Biergarten* » au Limpertsberg (ne citons que le Westeschgaart) ou le Café Wintersdorf à la place de l'Étoile se situent en périphérie du centre-ville. À chaque fois, ces espaces privés rendus accessibles au public sont séparés de la voie publique par des grilles en fer forgé et à claire-voie soulignant le caractère semi-public et protégé de ces lieux fréquentés par des clientèles fixes. Les exemples de l'Hôtel Clesse et de l'Hôtel Staar à l'Avenue de la Gare illustrent l'importance économique d'une terrasse pour un établissement de restauration. L'élargissement de l'Avenue de la Gare en 1938 entraîne la suppression de la terrasse du premier et de la véranda du second. Les deux établissements ne se remettent pas de ces modifications imposées par l'État. L'Hôtel Clesse transforme son espace restaurant en commerces, l'Hôtel Staar cesse son exploitation.

L'avenue de la Liberté, telle qu'elle est aménagée en 1906, présente des trottoirs suffisamment larges pour servir de promenades. Les Hôtels (Central Molitor et Paris Palace) et des pâtisseries sont autorisés à installer leurs terrasses sur les trottoirs.



Findel © Photothèque de la Ville de Luxembourg, Krier Tony



© LFT - Alfonso Salgueiro



Chaise de style Thonet © Shutterstock

UN MOBILIER PRODUIT À L'ÉCHELLE INDUSTRIELLE

L'histoire des terrasses rappelle celle de l'architecture. Pour assurer la transition de l'espace intérieur d'un restaurant ou café vers l'extérieur, l'architecture invente les grandes baies vitrées, souvent à fenêtres en guillotine. L'emploi de l'acier et des coffrages en béton permet ces immenses fenêtres qui assurent un magnifique éclairage de l'intérieur. La promotion de l'acier et du verre industriel permet également d'aménager des terrasses sous forme de vérandas, dont celle du Grand Hôtel Brasseur qui est la plus sublime. En 1932, l'Hôtel Kons, à la Place de la Gare, est le premier à offrir une « *Roof-terrasse* ».

Sur les terrasses, des marquises mettent souvent les clients à l'abri des intempéries.

La commercialisation des marquises et des stores pour les cafés et restaurants commence vers 1880 au Luxembourg et leur installation est définie par le règlement sur les bâtisses de la Ville de Luxembourg à partir de 1888. Les parasols apparaissent dès les années 1930. Entre 1960 et 2006, ils servent de supports publicitaires pour des boissons alcoolisées et/ou des produits de tabac. Le mobilier en plein air et les paravents deviennent à leur tour des produits industriels. À partir de 1900, les bacs à fleurs cèdent en partie la place à des paravents en tôle, en verre ou en bois, ce qui permet, grâce à un moindre encombrement, une meilleure exploita-

tion de l'espace commercial disponible et autorisé. Les chaises de style Thonet ou les fauteuils en rotin sont remplacés par une gamme de chaises pliantes en bois et fer, moins encombrants pour le stockage, mais lourds d'entretien.

Dès les années 1970, les chaises monoblocs et plastiques, simples à manier en raison de leur poids léger et de leur entretien facile, remplacent rapidement le mobilier précédent. Peu à peu, les terrasses fournissent également, avec leur nappage en toile, toile cirée ou en plastique, une image désordonnée et multicolore. Chaque établissement cherche à se démarquer de son voisin par son ameublement et son éclairage.

L'espace public perd sa cohérence et son harmonie. En 2010, la Ville de Luxembourg définit ainsi sa « *Charte terrasses* » pour la place d'Armes et ses rues adjacentes. Elle y indique des références pour le choix du mobilier, définit une palette de couleurs pour les parasols, stores-bannes et marquises, la couleur des nappes, coussins et enseignes. Elle décrit même la forme des parasols. La charte énonce également des recommandations concernant le chauffage pour les terrasses d'hiver. Depuis 2019, le projet est en cours d'extension sur les différents quartiers de la Ville, dans le respect de différences locales.

Rue de l'Eau © LFT - Alfonso Salgueiro



Soutenir ceux qui font l'économie de près comme de loin



© SNCI/Photo Patrick Muller / roseclaire

LA SNCI EST UN PARTENAIRE DE CONFIANCE
DES ENTREPRISES LUXEMBOURGEOISES
WWW.SNCI.LU

SNCI
SOCIÉTÉ NATIONALE DE CRÉDIT ET D'INVESTISSEMENT



Bâtiment du casino au boulevard Roosevelt © Photothèque de la Ville de Luxembourg



Place d'Armes © LFT - Alfonso Salgueiro

Les informations fournies dans ces deux articles se fondent sur les recherches personnelles effectuées pour 63 hôtels, auberges et cafés parues dans la rubrique « Mémoires d'établissements » proposés par l'HORESCA dans son magazine HORESCA News, sur le site www.wellkommm.lu et www.hospitalityluxembourg.lu, et incluent des informations puisées dans le mémoire de Joë Haas, Von Alkoholschenken, Arbeiterkneipen und Amüsierlokalen, Belval, 2018 und SACOL, Syndicat des aubergistes, cafetiers et hôteliers organisés du Grand-Duché de Luxembourg, Publication lors du 50^e anniversaire, Novembre 1956, Luxembourg 1959.

LA RENAISSANCE DE LA TERRASSE

L'aménagement de la Ville haute en zone piétonne dès 1981 augmente le nombre de terrasses.

Suite à l'adoption de la loi anti-tabac de 2014, le nombre de terrasses progresse rapidement pour accueillir fumeurs et non-fumeurs, en plein air, dans un respect mutuel.

La réouverture des terrasses, le 21 avril 2021, suite au confinement dû à la pandémie de COVID-19 produit une nouvelle prise de conscience de l'espace public comme lieu de vie. Pour soutenir un secteur professionnel particulièrement frappé par la pandémie, les autorités publiques autorisent l'établissement de terrasses en de nombreux nouveaux endroits. La vie sociale se déroule désormais davantage en plein

air ; elle est décloisonnée et fluide ; elle intègre le parcours de la rue. Après le confinement, les clients apprécient de se revoir en présentiel, de façon spontanée en plein air. Les terrasses animent l'espace urbain, augmentent la qualité de vie en ville après les heures de bureau et les fermetures des commerces. Elles témoignent de la vitalité d'une ville, affichent ouvertement les lieux et les espaces où l'on se sent bien.

La créativité des cafetiers et restaurateurs, dans le respect des mesures sanitaires, permet de retrouver la convivialité, l'un des éléments fondamentaux d'une société inclusive et cohésive. La prospérité ne se construit pas uniquement sur une base économique, mais aussi par le ressenti du bonheur. Les terrasses y contribuent largement.



Faites-vous plaisir !

Profiter de la vie ensemble !
Se sentir bien au Luxembourg :
l'hospitalité à l'état pur.

📍 Rue du Nord
Luxembourg-Ville


**VISIT
LUXEMBOURG**

Retrouvez
des idées de sortie
et d'autres expériences
à faire sur
www.visitluxembourg.com



Téléchargez la nouvelle
Appli VisitLuxembourg



Dans nos verres de vin, une lecture d'un monde qui change

ERWAN NONET

Depuis la fondation de l'HOESCA (1971), le monde a connu des bouleversements qui se retranscrivent dans l'évolution de la consommation de vin au sein des bistrotts et des restaurants. Le rétrécissement de la sidérurgie, la mécanisation de l'agriculture et, en parallèle, l'essor du secteur des services et de la mondialisation : voilà autant de phénomènes qui se lisent dans le contenu des verres bus au comptoir des bars de villages ou de quartiers, comme dans les établissements étoilés.



© LFT - Melanie Maps

Dans les années 1970, il y a des bistrotts partout. Chaque localité en compte plusieurs, fréquentées par ses habitués. Ces établissements sont une interface entre le monde du travail et la sphère familiale. On y entre presque par réflexe à la débauche, pour y rencontrer ses collègues. Les ouvriers des industries du sud du pays s'y retrouvent, comme les travailleurs agricoles d'un Luxembourg encore très rural.

Le bistrot est bien plus qu'un débit de boissons, c'est un endroit qui célèbre la prise de parole. Il est un ciment de la société où l'on trouve les anciens (qui sont parfois derrière le comptoir, les maisons de retraite étant rares) et les travailleurs. Ce lieu, très masculin, est au carrefour de la vie du village ou du quartier. C'est ici qu'arrivent les nouvelles et que les informations circulent. Il est le garant de la culture locale.

Et, évidemment, on y boit. Plutôt beaucoup. Rappelons toutefois que les références en termes de mode de vie et de morale n'étaient pas les mêmes qu'aujourd'hui. À l'intérieur, il n'y a guère l'embarras du choix, on boit ce que l'on trouve. On sert des verres d'Elbling ou de Rivaner provenant de la Moselle luxembourgeoise vendus à un prix modique fixé par l'État. Pour que celui-ci monte, il faut que les vigneronns en fassent la demande auprès du Ministère et que la profession justifie que les coûts de production ont grimpé. Cette spécificité prouve qu'il n'y a pas de hiérarchisation de la qualité : tous ces vins sont censés se valoir. Cette spécificité perdue jusqu'en 1993, date à laquelle la réglementation européenne interdit cette pratique. Les vins étrangers sont totalement absents de ces adresses populaires.

En 1975, l'Elbling et le Rivaner représentent 73 % de la surface plantée au Luxembourg. C'est énorme. On ne recherche que la quantité, les rendements ne sont pas limités. Les ceps portent tellement de grappes qu'aux vendanges, les maturités des raisins sont très basses. Les vigneronns ont recours à la chaptalisation massive pour sucrer les moûts afin d'obtenir un degré d'alcool décent. Lors des mauvaises années, la question est même de savoir si les taux Oechsle (l'unité de mesure du taux de sucre) seront suffisants pour que le produit obtenu puisse officiellement être vendu en tant que vin.



Caves Saint Martin. Remich © LFT - Jonathan Godin

Les tenanciers des bistrotts sont très fidèles à leurs fournisseurs. Ils renouvellent leurs commandes au même vigneron, année après année. Vinsmoselle, qui a fédéré en 1966 les caves coopératives de Grevenmacher (fondée en 1921), Stadtbredimus (1927), Wormeldange (1930), Greiveldange (1930), Wellenstein (1931) et Remerschen (1949), est un acteur majeur du marché. Le négoce est également très présent (Bernard-Massard, Desom, Krier-Frères, Gales). Outre l'exploitation de leurs vignes (quand elles en ont), ces maisons achètent beaucoup de vins aux vignerons indépendants. Plusieurs petits domaines leur vendent même tout leur stock, sans produire de bouteilles à leur nom.

Dans les années 1970 et 1980, les flacons sont consignés. Les producteurs les récupèrent dans des caisses en bois en contenant 30 et les font laver. Une charge tenue par René Kohll, qui opère ce service à Ehnen, puis à Lenningen.

Dans les bistrotts comme dans les restaurants, le marché se caractérise par des achats en gros qui ont lieu très souvent lors de la Foire de Printemps.

Ces quelques jours génèrent l'essentiel des transactions de l'année, des domaines y vendant parfois l'intégralité de leur production. Une situation qui a beaucoup évolué depuis.

Il existe aussi pour la gastronomie une production luxembourgeoise de qualité, portée par les Rieslings (10 % de l'encépagement en 1975) et les Auxerrois (9,5 %). Les Pinots blancs et les Pinots gris arriveront plus tard (autour de 7 % en 1991). Ces vins sont présentés en bouteille de 75 cl, sauf lorsqu'ils sont aussi servis au verre où le litre est parfois préféré. Ils sont toutefois en concurrence avec des crus étrangers, surtout français.

On trouve déjà de très belles étiquettes françaises dans les restaurants d'autant plus que l'explosion du prix des grands crus (notamment bordelais et bourguignons) n'a pas encore eu lieu. Ces bouteilles restent chères, mais nettement plus accessibles qu'aujourd'hui. L'offre est très classique, les vins de Saint-Emilion sont plébiscités, tout comme les Pinots noirs alsaciens. Rappelons que l'on ne produit toujours pas de vin rouge au Luxembourg à l'époque.

Le pionnier en la matière sera le domaine Krier-Frères (Remich), qui commercialisera la première bouteille de Pinot noir en 1994.

Les caves des belles adresses sont alors spectaculaires et les stocks gigantesques.

Elles représentent un investissement financier considérable. Pour garantir le choix à la clientèle, parfois, les grands vins sont entreposés dans la cave de l'établissement et payés au fournisseur uniquement lorsqu'ils sont vendus à table. Une possibilité qui n'existe plus aujourd'hui, les grandes caves ayant pratiquement disparu.

Pourtant, l'art du conseil et du service du vin à table est réalisé de manière tout à fait sommaire. Il faut attendre la fin des années 1980 pour que le métier de sommelier arrive véritablement au Grand-Duché.

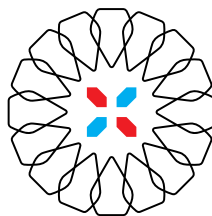
Plusieurs Français débarquent alors de manière presque simultanée dans les beaux restaurants, le premier d'entre eux étant Fernand Klee.

Il s'agit d'une petite révolution puisque ces spécialistes très bien formés apportent avec eux un nouveau regard.



à consommer avec modération

**ON TRINQUE
AUX 50 ANS
DE L'HORESCA
AVEC LES
CRÉMANTS
DU LUXEMBOURG**



**VINS & CRÉMANTS
LUXEMBOURG**



© LFT - Bernard-Massard

.....
L'intérêt pour la production locale ne tarde pas à se manifester.
.....

© Photothèque de la Ville de Luxembourg,
Mey Théo



Au début, ils mettent beaucoup de vins de leur pays en avant, mais leur intérêt pour la production locale ne tarde pas à se manifester. Fernand Klee publiera même plusieurs guides sur les vins luxembourgeois.

En 1988, la création par huit domaines de la charte Domaine & Tradition (Mathis Bastian, Caves Gales, Sunnen-Hoffmann,

Mme Aly-Duhr, Mehlen-Molitor, Thill Frères et Clos des Rochers), qui consacre des vins de haute qualité, est applaudie par les beaux restaurants. Leurs clients en sont friands.

Cette situation perdure jusque dans les années 1990 où, en une décennie, le marché va être bouleversé.

LE CRÉMANT, UN COUP DE GÉNIE

La transformation du Luxembourg est déjà bien lancée. Depuis les années 1980, le secteur bancaire rejoint les premières institutions européennes sur un plateau du Kirchberg qui se garnit progressivement. Les immeubles de bureaux fleurissent autour de la capitale : l'avènement du secteur tertiaire est en marche. Parallèlement, l'industrie, autrefois florissante, périclité.

Le secteur agricole, lui, se mécanise et n'offre plus autant d'emplois. Si le nombre de fermes diminue chaque année, celles qui subsistent deviennent plus grandes. La composition sociologique du pays se modifie en profondeur. Cette évolution se répercute dans les bistros et pour beaucoup, le coup est rude.

Perdant leur clientèle et leur fonction sociale, ils sont nombreux à fermer leurs portes et à être transformés en restaurants ou en logements. Ceux qui subsistent doivent se réinventer, mais ce monde qui change va apporter de nouvelles opportunités. Constatant depuis plusieurs années une désaffection croissante pour les vins de soif, le secteur viticole réalise un coup de maître en 1991 avec la création de l'appellation Crémant de Luxembourg.

Fini les verres remplis à ras bord d'un vin sans âme : les flûtes prennent le relais.

Dès le lancement, le cahier des charges est exigeant (rendements limités, vendanges manuelles, temps sur lattes de 9 mois minimum...) et la clientèle s'approprie ces bulles locales de qualité.

Les femmes, qui ne sont plus mises à l'écart des cafés, apprécient cette nouvelle offre et se l'approprient volontiers.

Cette féminisation de la consommation ne doit pas être négligée puisqu'elle participe grandement à la modernisation de l'esprit qui règne dans les cafés.

Pour les vignerons, le succès est total : ils troquent des vins qui ne leur rapportaient plus grand-chose pour un nouveau produit bien mieux valorisé, les marges étant plus importantes sur les crémants que sur les vins tranquilles. Réactifs, ils lancent une transformation massive de l'encépagement pour produire autant de bulles qu'on leur demande. Les ceps d'Elbling et de Rivaner sont arrachés au profit de ceux qui produisent les vins de base des crémants : Pinot blanc et Auxerrois dans un premier temps, Pinot noir et chardonnay ensuite.

Les vins tranquilles (non effervescents) retrouvent une dignité grâce aux efforts de la profession. Alors que la population boit moins, mais mieux, les stratégies s'adaptent.

WORLDLINE 

À table, Lëtzebuerg !

À vos côtés depuis plus de 35 ans,
Worldline est le partenaire de confiance et
de référence des professionnels de l'Horesca.
Au menu : des solutions de paiement d'avenir adaptées
à toutes les situations et tous les besoins.



Comme toujours, nous sommes
à votre disposition : +352 3 55 66 444
commercial.lux@worldline.com



Digital Payments
for a Trusted World





© LFT - Visit Moselle

Bien aidés par le climat qui se réchauffe et portés par le succès du crémant, les Mosellans produisent désormais des vins de haut niveau, y compris en rouge.

Pourtant, dans la restauration, la concurrence avec les bouteilles étrangères reste rude. Lorsque l'on invite, on préfère souvent une bouteille étrangère socialement plus valorisante qu'un cru luxembourgeois, même d'excellente qualité.

Il existe plusieurs raisons à ce phénomène. Le manque de reconnaissance des vins luxembourgeois à l'international – bien que parfois injuste – en est un. Le coût du travail au Luxembourg, supérieur à celui de tous les autres pays producteurs, en est un autre. Le prix de revient d'une bouteille

étant élevé, les vignerons luxembourgeois ne sont pas aussi compétitifs que leurs concurrents. Il est donc souvent plus avantageux pour un restaurant de vendre un vin étranger plutôt qu'un luxembourgeois.

D'autre part, le Grand-Duché pêche dans la formation des sommeliers même si de notables efforts sont actuellement menés pour y remédier au sein de l'École de l'Hôtellerie et du Tourisme du Luxembourg (à Diekirch). Au sein de cette profession, les Luxembourgeois sont toujours largement minoritaires et il faut nécessairement du temps aux professionnels qui arrivent d'autres horizons pour découvrir la diversité de la production locale.

D'autre part, le Grand-Duché pêche dans la formation des sommeliers même si de notables efforts sont actuellement menés pour y remédier au sein de l'École de l'Hôtellerie et du Tourisme du Luxembourg (à Diekirch). Au sein de cette profession, les Luxembourgeois sont toujours largement minoritaires et il faut nécessairement du temps aux professionnels qui arrivent d'autres horizons pour découvrir la diversité de la production locale.

Pour s'en rendre compte, il suffit de consulter la carte des vins de la majeure partie des établissements. Lorsque, dans une région productrice, les vins locaux représentent généralement 80 % de l'offre, les vins luxembourgeois sont souvent limités à la portion congrue. Heureusement, de belles exceptions existent.

Les efforts de plusieurs belles tables, souvent menés par de jeunes patrons, en attestent.



© LFT - Patricia Pitsch



53, rue Gaffelt L-3480 DUDELANGE
Tél.: +352 51 06 54 | info@rossi.lu

LUN au VEN: 09h - 12h et 13h - 18h
SAM: 09h - 13h | Dégustations sur RDV

www.rossi.lu

Miele

Die Basis erstklassiger Gastlichkeit.

Die neuen Kleinen Riesen: gepflegte Textilien für Hotel und Gastronomie.

Ob Sternerestaurant, Wellnesshotel oder Eckcafé – saubere Textilien wie Tischdecken und Handtücher tragen mit dazu bei, dass sich Ihre Gäste rundum wohlfühlen. Bei kurzen Laufzeiten und niedrigen Betriebskosten reinigen die neuen Kleinen Riesen kompromisslos gründlich und noch dazu besonders schonend.

Miele Professional. Immer Besser.

MIELE S.à r.l.
Luxembourg - Gasperich
Tel: +352 497 11 25
www.miele.lu
info@miele.lu





Alcools forts : d'une consommation excessive à une quasi-disparition

ERWAN NONET



.....
AU SEIN DE LA LARGE GAMME DES BOISSONS ALCOOLISÉES, CE SONT LES PLUS FORTES QUI ONT CONNU LE PLUS GRAND DÉSAMOUR CES DERNIÈRES DÉCENNIES. LA MODÉRATION DE LA CONSOMMATION IMPOSÉE À LA FOIS PAR LES NOUVELLES CONVENANCES SOCIALES ET LES CONTRÔLES DE POLICE SUR LE BORD DE NOS ROUTES N'ONT PAS LAISSÉ BEAUCOUP DE PLACE À CES PRODUITS DANS LA RESTAURATION.
.....

Jusque dans les années 1980/1990, au Grand-Duché, un repas au restaurant comprenait traditionnellement un voire deux apéritifs, du vin blanc pour l'entrée, du vin rouge pour le plat de résistance et un, voire deux digestifs pour clore les débats. En ouverture de repas, les grands classiques étaient le Campari, le Cynar, le Porto rouge (le blanc était très méconnu) voire un amer bière. Lorsque l'on célébrait un événement, c'était les bouchons de champagne qui sautaient. Pour le digestif, le choix comprenait surtout les eaux-de-vie de fruits, les cognacs ou les armagnacs.

Aujourd'hui, plus personne ne tient ce rythme ! L'apéritif est resté, mais on n'en sert plus qu'un verre. Et de plus en plus de crémant au détriment des alcools forts. À table, on boit en évitant les excès et depuis peu, le service au verre est souvent préféré lorsque la composition du menu impose des vins différents. Quant au digestif, c'est bien simple : on n'en sert pratiquement plus depuis une vingtaine d'années. Par contre, les clients ne rechignent pas sur la qualité. Les grands rhums, les cognacs exceptionnels ou les whiskies de grande réputation gardent un vrai intérêt auprès des consommateurs avertis.



© Ansbert Bignon

**LORSQUE LE JÄGERMEISTER ÉTAIT
PRODUIT À WORMELDANGE**

Depuis les années 1960, le distributeur officiel du Jägermeister au Luxembourg est le domaine Mathes, à Wormeldange. Marcel Mathes avait alors convaincu la marque à la tête de cerf de lui confier les clés de la commercialisation de liqueur à base de liqueur de plantes titrant 35° d'alcool sur tout le Grand-Duché et, depuis, cette activité reste le pan le plus important de l'activité de négoce de la maison.

Une mission à laquelle s'attelle avec engagement Paule Mathes, la fille de Marcel. Mieux, Jägermeister avait même confié la fabrication sous licence de sa célèbre boisson à Mathes entre 1968 et 2002. C'est donc dans les cuves du bâtiment situé dans la rue principale de Wormeldange qu'a été élaborée la liqueur vendue au Luxembourg pendant 34 ans.

UNE BIÈRE, DEUX EAUX DE VIE

Au sortir de la Deuxième Guerre mondiale, la situation était très différente. Dans les bistrotts, la consommation des eaux-de-vie de pomme, de quetsche, de poire ou de Neelschesbiren (une poire typique du nord des Ardennes et de l'Eifel qui ne se mange pas, mais dont les arômes, une fois distillés, sont forts) est impressionnante.

Les approvisionnements se font par centaines de litres dans des dames-jeannes d'abord, des bidons ensuite. Un paradoxe lorsque l'on pense à la taille de leurs contenants aujourd'hui : 0,50 voire 0,375 centilitre !

Traditionnellement, les clients en prennent deux petits verres avec une chope de bière pour mieux les faire passer. Ces alcools sont rudes, forts (entre 50 et 55°) et produits en grande quantité. Ici, la qualité n'est pas une priorité. Pas question de ne garder que le cœur de chauffe (la partie la plus qualitative du distillat), la queue et la tête (le début et la fin, plus rêmes) y passent aussi. La consommation est telle qu'elle pose un réel problème de santé publique, essentiellement à la campagne et dans le sud du pays, car ces eaux-de-vie ne sont pas beaucoup consommées à Luxembourg-Ville.

Pour produire de telles quantités, le pays compte plus de 1 000 distilleries dans l'après-guerre. Presque toutes les fermes ont leur alambic qui se met à chauffer à la récolte des fruits. La distillation est presque systématiquement une sous-activité de l'agriculture. Le Luxembourg a compté au maximum deux distilleries industrielles, dont la dernière a fermé en 1967, jamais plus. Comme toutes les activités issues de l'agriculture, le climat joue un rôle déter-

minant. Si les fleurs viennent à geler au printemps, les eaux-de-vie peuvent venir à manquer en cours d'année.

La chute de cette activité est spectaculaire puisque des 1 000 distilleries des années 1950, il n'en reste que 300 en 1987, 150 en 1991, 100 en 2003, 75 en 2008 et à peine 40 aujourd'hui. La part de marché des spiritueux luxembourgeois est tombée à 2,7 %.

Si cette production de masse a totalement cessé aujourd'hui, c'est que plus personne ne voulait boire de ces alcools. Les clients d'alors, les ouvriers de la sidérurgie et la main-d'œuvre agricole, n'existent plus. En quelques décennies, la société luxembourgeoise a complètement changé.

La création de la Marque Nationale des eaux-de-vie le 21 juin 1985 a permis de tirer le niveau vers le haut. Les producteurs souhaitant apposer ce label sur leurs bouteilles doivent les soumettre à un comité de dégustation composé de 9 membres (3 distillateurs, 2 consommateurs, 1 négociant et 3 représentants de l'État) qui les jugent à l'aveugle.

Si, les deux premières années, plusieurs eaux-de-vie présentées sont recalées, car encore troubles et déviantes, elles sont toutes devenues rapidement claires et limpides, mieux travaillées.

Vivrait-on alors la fin des alcools ? Pourtant, non ! Mais il est indéniable que les modes de consommation ont changé.

Les bouteilles qui titrent plus de 30° sont désormais davantage bues à la maison qu'à l'extérieur.

C'est logique.

LEASING FINANCIER* DISPOSER DU BON ÉQUIPEMENT C'EST ESSENTIEL

Financez tout type de matériel : caisse enregistreuse, chambre froide, lave-vaisselle, mobilier et tout autre bien d'équipement pour votre café, restaurant ou hôtel.

bgl.lu



**BGL
BNP PARIBAS**

La banque
d'un monde
qui change

En-dehors de la production luxembourgeoise, ce sont les cocktails qui sont à la mode depuis deux décennies. Les mixologues qui travaillent au Luxembourg, de plus en plus nombreux et de mieux en mieux formés, sont d'ailleurs regroupés au sein de la dynamique Association luxembourgeoise des barmen. Mojitos et margaritas trident traditionnellement les terrasses dès que les beaux jours arrivent. Ils ont été rejoints par l'Apérol Spritz, qui réalise un véritable carton depuis son rachat par Campari en 2003, au point de faire exploser les ventes de prosecco en Europe, en Amérique du Nord et en Asie. Autre cocktail pétillant, le Hugo a convaincu de nombreux amateurs. Là encore, on constate que les produits des shakers, d'une variété littéralement infinie, sont plébiscités par une clientèle jeune, souvent féminine et particulièrement friande de ces mélanges sucrés faciles à boire.

LES COCKTAILS ONT LA COTE

Au contraire, ces dernières années ont même vu un regain d'intérêt de la production des alcools au Luxembourg. Il ne reste plus qu'une quarantaine de distilleries en activité, mais beaucoup ont le vent en poupe. Elles tirent le meilleur de leurs vergers avec beaucoup de savoir-faire. Les fruits les plus utilisés sont les mirabelles (29 % de la production totale), les pommes (13 %), les quetsches (11 %), les poires Williams (9 %), les Neelschesbiren (7 %) et les cerises (6 %). Certaines distilleries produisent également des alcools de grains (6 % de la production totale), avec des céréales provenant directement de leurs champs. L'activité est devenue moderne, intéresse dorénavant aussi une clientèle de trentenaires et plus uniquement les personnes âgées.

Si les alcools typiquement grand-ducaux n'ont plus vraiment la cote (à l'image du Maagbitter Buff pourtant si populaire jusque dans les années 1980), une nouvelle

génération de producteurs propose de nouvelles bouteilles davantage en accord avec les modes internationales. Ce pli a été d'abord pris par les gins (distillerie Streng, Diedenacker, Muller-Lemmer, Opyos...), puis d'autres types de boissons alcoolisées ont commencé à être produites au Grand-Duché. Reprenant un peu le modèle des crafts beers (les bières artisanales), ces petites entreprises se montrent inventives, dynamiques et inspirées puisque leurs produits sont très souvent de bonne qualité.

Surfant sur l'attrait des consommateurs pour les produits locaux et artisanaux (une attirance renforcée par la crise de la Covid), on élabore désormais aussi au Luxembourg du whisky (distilleries Diedenacker et Muller-Lemmer), de l'amer et du vermouth (le Batter et le Vermor de Carlo Wampach), de l'alcool de miel (Mellis) et même, depuis 2021, du Spritz (Opyos, soutenu par La Provençale).

Pour ces producteurs, la restauration reste toutefois un débouché marginal. Ce sont surtout les ventes directes aux clients privés qui font tourner la boutique. Et plutôt bien, d'ailleurs, puisque les quotas imposés par l'État (2 000 litres d'alcool pur par an, soit le maximum autorisé par l'Union européenne pour une distillerie artisanale) sont régulièrement atteints par les plus prolifiques.

Précisons que la production de gin n'entre pas dans ces quotas puisque l'alcool neutre utilisé pour la macération qui intervient avant la distillation a été produit par une autre société.

© Shutterstock
Campagne « Dreamjobs - Des professions où la star c'est toi ! », 2020
Revivez toutes les vidéos et spots publicitaires réalisés pour la campagne grâce au code QR



FLOWEY®

H Y G I E N E



PRODUITS HYGIÈNE & DÉSINFECTION DÉVELOPPÉS ET FABRIQUÉS AU LUXEMBOURG



Disinfection



Food



Floortec



Multiple use



Sanitary



Biotech



Care



Tél.: +352 33 52 50

www.flowey.com

Hygiene@flowey.com

Horesca - Erfolge...

Ein leider immer sehr gerne gebrauchter Slogan gegenüber dem Berufsverband ist folgendes:

WAS TUT IHR DENN SCHON FÜR UNS WIRTE UND HOTELIERS?

Diesigen, die diesen „Anlein“ Spruch so gerne in die Waagschale werfen sind somit solche, die wegen langjähriger 200 Franken des Berufsverband fernbleiben und trotzdem, auch so gerne von allem, was erreicht wird, mitprofitieren.

EN BILLIGER WEG, WAHRAFTIG!

So kommen, bemängeln, schimpfen. Sie greifen Personen an, welche für Sie unendlich Stunden und Tage opfern, im Berufsverband mitzuarbeiten. Niemand beschuldigt sie, niemand weiß ihnen Danks.

Trotzdem muß man sie solchen Meistern des Hut ganz viel zuehen.

Sie vernachlässigen oft das EIGENE Geschäft um für die Allgemeinheit, ihre Kollegen einzustehen.

WUNDER jedoch können auch so nicht wirken.

Wir können auch dann keine Hilfe leisten, wenn Verhandlungsführer oder Nichtmitglieder mit eigener Unersättlichkeit Kontrakte unterschreiben, die sich später als Bumerang gegen sie erproben!

HORESCA hat aus diesen und vielen anderen Gründen eine Beratungsstelle für ihre Mitglieder eingerichtet, welche zu jedem Samstagvormittag zu ihrer Verfügung steht. Ein namhafter Jurist sowie ein erkrankungsfreier Streitschlichter stehen Ihnen zur Verfügung.

Besser man ein Geschäft abschließt, einen Kontrakt unterschreibt, eine Unterschrift leistet, heißt es vorab.

VORBEUGEN HEISST ABER, DIE BERATUNGSSTELLE VOR DER UNTERSCHRIFTLEISTUNG KONSULTIEREN!

Nachträglich gegen den Verband zu vorgehen, wenn man im Unglück drinsteht, gibt es zu billiger Ausrede.

Eine Beratung außerhalb des Verbandes kostet Geld!

GELD SPAREN SIE wenn Sie die Beratungsstelle von HORESCA rechtzeitig aufsuchen. Sie sparen bei einer einzigen Konsultation weitaus mehr als die Verbandsjahresbeiträge ausmacht!

Bisher lernten wir unter offiziellen Organ „Horesca-Information“ an alle Gastwirte, Hoteliers und Restaurateure des Landes aus.

Kostenlos! Obwohl mit schweren finanziellen Angaben verbunden!

Daf diese Informationszeitung leider sehr oft schuldig bezahlt gelagt wird, angelesen, ist nicht die Schuld des Verbandes.

JEDER BERUFSKOLLEGE, der über meine Probleme an dem laufenden sein will und sein muß, soll sich in deren Inhalt verlieren. Es lohnt sich wahrhaftig!

Es ist sogar eines jeden Kollegen Pflicht und Schuldigkeit, unsere Fachzeitschrift zu lesen. Hier findet er Aufklärung über vieles, das er bis dahin nicht wußte, nicht ahnte.

Weitere Sie beispielsweise, daß Ihr Name selbst Vername in der Eingangsliste zum Lokal zugebracht sein muß? Daß Ihr Betrieb im Firmenregister figurieren muß? Daß ab 1. Januar 1971 der Anschlag von Bier in 0,4-Litergläsern nicht mehr währhaft ist? Daß die TVA im Endpreis einberechnet sein muß?

All das und noch sehr viel anderes erfährt man, wenn man unsere Fachzeitschrift „HORESca-Information“ durchliest.

Horesca besteht nun offiziell seit dem 14. September 1970. Die Verbandsaktivität begann mit dem 1. Oktober. Drei Monate sind darüber vergangen, drei Monate, auf die HORESca mit berechtigten Stolz zurückblicken kann.

War hant dir da schon erreicht?

Allerhand haben wir erreicht. Daß der TVA-Satz für die Hoteliers und das Gaststättengewerbe ab 1. Januar 1971 auf einen Einheitsatz von 5% festgelegt wurde.

Daß uns vollkommene Preisfreiheit auf Likören und Apéros zugestanden wurde.

Daß wir aus dem Gesetz bez. Arbeitsverhütung ausgenommen wurden?

Vergessen wir vor allem den letzten Punkt nicht.

OHNE HORESca hätte man durch die ursprüngliche Absicht des Gesetzgebers der Hoteliers, Restaurations und Gaststättengewerbe den **TODESSTOß** versetzt!

Dieser grandiose Anfängerefolg kommt allen Kollegen des Landes zugute. Eine Riesearbeit erforderte das alles. Es wurde uns nichts geschuldet, sondern das umso mehr Errichte würde erst nach sähem und verblühenen Rängen zugestanden.

Ein Erfolg also auf der ganzen Linie!

Auch für die Nichtmitgliedern!

Es muß dies einmal in aller Offenheit gesagt werden. Es tut manchmal weh, unbeschäftigte Kritiken und Niedergerien zu hören. Sie tun manchmal verdammt weh und können oft ungünstige Reaktionen hervorrufen, u. a. die, daß verdammte Mitglieder des Verwaltungsrates resigniert alles hinterlassen und sich verloren zurückziehen.

Das soll nicht heißen, daß wir uns jedwede Kritik verbieten. Im Gegenteil, Kritik muß sein, aber bitte, eine durchaus berechtigte. Sie soll nicht hinter der Theke, mehr als Wichtigtuern denn als Überzeugung an den Mann gebracht, sondern dem Verwaltungsrat oder der Verbandsdirektion vorgebracht werden.

Wenn man sich schließlich nicht mehr am Verwaltungsrat reiben kann, nimmt man die Verbandsdirektion und das Büro in das Schußfeld. Man weiß von „angeherrten Löhnen“ zu berichten, hingegen sei Arbeit nicht vorhanden oder nur recht wenig. Es sei auch einmal von dieser Stelle aus gesagt, daß diejenigen, welche meinen, es fehle an der nötigen Arbeit im Sekretariat, sich einmal an Ort und Stelle davon überzeugen sollen, wieviel Arbeit hier tatsächlich geleistet wird. Besonders jetzt in den

ersten Monaten geht unzählige Überstunden drauf. Sie werden nicht honoriert, weil diese Forderung von den Angestellten nicht gestellt wurde. Was die statistischen Zahlen anbelangt, mit denen einige Alkoholschreiber herumjonglieren sei ihnen gesagt, daß für die Arbeit, die geleistet wird, die Entlohnung nicht dementsprechend angepasst ist. Es gilt auch bei uns, was bei anderen Betrieben gilt: wer gute Arbeit leistet, muß sie bezahlen.

Unzählige Berufskollegen und mancher über viele Probleme, die sie direkt betreffen, nicht auf dem laufenden, leidet! Unsere Fachzeitschrift wird nicht genug durchgelesen. Sie strichen uns täglich Anträge im Sekretariat, die sich erübrigen müßten, wenn man Horesca-Information aufmerksam lesen würde. In unserem speziellen Fall wäre

das Lesen unserer Organe von weitaus größerem Interesse für die Kollegen als beispielsweise das einer Tagung. In letzter findet er wenig über das, was den Beruf angeht. Hinjungen unterstützen, berichten wir ausschließlich über Fragen und Probleme, welche den Beruf direkt betreffen.

Unser Mitgliedskontingent 1971 hat einen durchschnittlichen Erfolg! Die meisten die abhört blieben waren noch zurück.

Nehmen wir als Beispiel unsere Barren. Auch bei ihnen ging alles draunter und drüber, bis eines Tages der Mann kam, der es mitunterhalt verstand, allen Streitigkeiten und Unstimmigkeiten zum Trotz alle unter einem Hut zu bringen.

(Fortsetzung Seite 2)



ALA MARSEILLAISE!

RICARD

LE VRAI PASTISSE MARSEILLE

En exclusivité pour le Grand-Duché

Ets. Aloyse ROMMES

Luxembourg - 9, Plateau Altmünster

Communiqué

Dachverband im Luxemburger Gaststättengewerbe. — Am 30. April kamen die mandatierten Delegierten der drei Fachverbände des Luxemburger Gaststättengewerbes zusammen, um, als Übergang zu einer späteren Fusion, eine Art Dachverband zu gründen, unter dem Namen: „Confédération Nationale des Cafetiers, Hôteliers et Restaurateurs du Grand-Duché de Luxembourg“, die sich aus den drei Fachverbänden HOCAREL, HOREST und SACOL zusammensetzt, deren Präsidenten eine Arbeitskommission bilden. Dieser Dachverband hat zum Zweck, alle gemeinsamen Berufsinteressen des Luxemburger Gaststättengewerbes möglichst wirksam zu vertreten.

HOCAREL
Roger Scholtes

HOREST
Paul Cravat

SACOL
Fred Bollig

Bestimmt wurden:

zum Präsidenten: Paul Cravat; (wird turnusweise ausgewechselt)

Vizepräsidenten: Roger Scholtes und Fred Bollig;

Secrétaire-Trésorier: André Felten;

Mitglieder des Verwaltungsrates: Paul Bosseler, Benny Colling, Gaston Junck, Paul Koepp, Henri Lauff, Josy Mersch, Mathias Meyer, Fernand Rix, Jean Schintgen, Nicky Schonckert, Alphonse Theisen, Edy Weber.



En un demi siècle, la bière a changé de statut

Très liés à leur marque préférée...

Pour les clients c'est un vrai symbole identitaire.

ERWAN NONET

Le marché de la bière s'est profondément transformé en 50 ans. L'essor de la Brasserie nationale (Bofferding, Battin, Funck-Bricher), le rachat de Mousel par Diekirch en 2000, puis leur intégration la même année au sein du géant mondial Interbrew (AB-Inbev, aujourd'hui) et aujourd'hui l'essor de petites brasseries artisanales ont amené une toute nouvelle offre au sein de la restauration.



© LFT - Jonathan Godin



© Daniel Damasio

Dans le Luxembourg des années 1970, le bistrot est un lieu essentiel, un carrefour pour les ouvriers des secteurs de l'industrie et de l'agriculture pour qui le zinc est une étape essentielle de chaque journée (lire l'article précédent, sur la consommation du vin).

De manière assez similaire au vin, dans les troquets, le choix est restreint pour les consommateurs. On ne trouve souvent qu'un bec de bière qui délivre une pils luxembourgeoise.

Comme pour l'Elbling et le Rivaner, le prix de ce verre est fixé par l'État jusqu'en 1993. Les tenanciers qui ne veulent rendre de comptes à personne peuvent choisir de ne vendre que des bières à la bouteille, car leurs prix sont libres. Mais même dans ce cas, il n'est toutefois pas question de proposer un large assortiment au client.

En 1960, le Grand-Duché compte 12 brasseries, qui sont essentiellement des entreprises familiales. Dans le nord, on peut boire des bières Simon (Wiltz), Gruber (Wiltz) ou Diekirch. Dans le centre, on trouve les brasseries Henri-Funck, Clausen, Funck-Bricher, d'Eich et Mousel. On note ici l'incroyable concentration de tous ces producteurs sur quelques kilomètres seulement, entre le Grund et le Pfaffenthal. La présence de sources d'eau, ainsi que la proximité des bars de la capitale où sont largement bues ces bières expliquent cette situation. Au sud, les brasseries se nomment Buchholtz (Esch-sur-Alzette), Battin (Esch-sur-Alzette), Bofferding (Bascharage) et Brasserie de Dudelange.

Diekirch domine nettement le marché (275 000 hectolitres produits par an), suivi par Henri Funck (125 000 hl/an), Mousel (70 000 hl/an), Clausen (60 000 hl/an), Bofferding (45 000 hl/an), la Brasserie d'Esch (40 000 hl/an), Simon (35 000 hl/an), Funck-Bricher (25 000 hl/an) et Battin (20 000 hl/an).

La bière est alors une boisson abondamment bue dans les bistrotts du Grand-Duché.

Elle est d'ailleurs très marquée socialement, il s'agit d'un produit apprécié par le peuple, moins par les élites. Si on la sert dans tous les troquets de quartier ou de village, elle est rare dans les restaurants où elle n'est pas assez chic. Il n'empêche, la production s'élève



*Intérieur de la brasserie Henri Funck à Neudorf
© Photothèque de la Ville de Luxembourg,
Kutter Edouard Jr.*

à 800 000 hectolitres en 1975. Une quantité considérable par rapport à aujourd'hui (225 000 hectolitres), surtout lorsque l'on considère que le pays comptait 275 000 habitants de moins !

Bien que les distances ne soient jamais très élevées au Grand-Duché, l'attachement géographique reste le principal critère qui définit les réseaux de commercialisation.

On boit presque toujours la bière produite dans la brasserie la plus proche du débit de boisson, et on s'y tient. Les clients sont très liés à leur marque préférée, qui est un vrai symbole identitaire.

En une vingtaine d'années, ce paysage va très largement évoluer à la suite de nom-

breuses fusions et acquisitions qui donnent naissance à trois groupes. Dans les années 1980, le plus important est les Brasseries réunies de Luxembourg qui rassemble Diekirch, Mousel (qui a acheté les brasseries Gruber, d'Eich et Buchholtz) et Clausen. Les Brasseries réunies prennent ensemble possession de la brasserie Henri Funck.

Le second groupe est la Brasserie nationale qui regroupe Bofferding (qui a fusionné avec la brasserie Funck-Bricher, qui avait elle-même acheté la Brasserie de Dudelange) et Battin. Enfin, le troisième groupe est la Brasserie Simon. Toutes ces marques produisent le même type de bière, des pils (bières légères de fermentation basse, dorées et limpides).



© Daniel Damasio

LE TOURNANT DE L'AN 2000

Pour défendre leurs intérêts, ces trois entités (Brasseries réunies de Luxembourg, Brasserie nationale et Brasserie Simon) se réunissent au sein de la Fédération des Brasseurs.

Mais cette association doit fermer ses portes en 2000 lorsque le géant mondial belge Interbrew (n° 2 mondial à l'époque) rachète

Diekirch et Mousel, les nouveaux propriétaires ne souhaitant pas s'impliquer dans un contexte luxembourgo-luxembourgeois.

Le passage du millénaire est un tournant important pour le monde brassicole luxembourgeois. Avec son changement de nationalité, la Brasserie de Luxembourg perd un peu de sa focale luxembourgeoise.



© HORESCA

© Daniel Damasio



© Daniel Damasio



© Brasserie Bofferding

Dès 2000, elle rapatrie la production de Mousel à Diekirch, qui quitte donc le Grund. Cette bière, jusque-là très appréciée dans le pays et dont le logo orne les façades de nombreux établissements est largement délaissée par le groupe international qui, s'il ne l'abandonne pas complètement, ne lui témoigne pas un grand intérêt.

Alors qu'elle représentait encore 23 % de la production nationale en 2000, elle est autour de 1 % aujourd'hui.

Cette situation a surtout bénéficié à une bière luxembourgeoise concurrente, qui en a profité pour rattraper Diekirch sur la scène nationale : Battin, qui appartient à la Brasserie nationale (Bofferding).

Battin représentait 4 % de la production nationale en 2000 mais, grâce à une croissance ininterrompue depuis, elle a atteint 24 % en 2020, tout prêt de Diekirch (26 %).

Le choix de diversifier sa production en s'appuyant sur un nom historique s'est avéré payant.

La Brasserie nationale l'a d'ailleurs renouvelé en 2018 avec le réveil de Funck-Bricher

(acquis et fermé en 1975), dorénavant une bière bio et végan. Cette stratégie permet à la Brasserie nationale de produire aujourd'hui 51 % des bières luxembourgeoises, loin devant la Brasserie de Luxembourg avec 38 %. Un succès indéniable puisqu'à elles deux, Bofferding et Battin représentaient 10 % de la production nationale en 1970.

Finalement, le grand intérêt de l'acquisition par AB-Inbev de la Brasserie de Luxembourg est de faciliter l'entrée de ses nombreuses autres marques au Luxembourg. Stella Artois, Leffe, Hoegaarden, Franziskaner, Kwak, Corona, Belle-Vue, Triple Karmeliet... : le catalogue est particulièrement fourni et varié avec des bières de fermentation haute, des bières fruitées, des bières blanches...

Aujourd'hui, au Luxembourg, les importations de bières étrangères représentent 55 % des ventes totales (environ 360 000 hectolitres) et Ab-Inbev n'est pas le seul à y contribuer. Les bières portugaises (Super Bock et Sagres) sont par exemple très consommées dans le sud du pays.



L'ESSOR DES BRASSERIES ARTISANALES

Cette diversification de l'offre est essentiellement portée par des propositions internationales, mais aussi par un nouveau dynamisme brassicole luxembourgeois qui s'illustre à travers la création de nombreuses microbrasseries.

Alors qu'il n'y avait plus que deux brasseries à capitaux luxembourgeois à la fin des années 1990 (Brasserie nationale et Simon), il en existe aujourd'hui 28 dont 11 brassent et vendent au Grand-Duché. Les 17 autres sont ce que l'on appelle des gypsy brewers, c'est-à-dire que la production s'effectue dans d'autres brasseries à l'étranger. Ces nouveaux venus – Bare Brewing, Clausel, Béierhaascht, Den Heischer, Bouneweger Brauerei, Les Amis de la Cerveise, Stuff Brauerei, Fox Beer, Echternacher Brauerei... auxquels on peut rattacher les brasseries Okult et Ourdaller, rattachées à la Brasserie Simon – illustrent la mode des craft beers née aux États-Unis autour de l'an 2000 et qui s'est propagée depuis dans le monde entier. Ces nouveaux brasseurs artisanaux proposent des bières innovantes et originales qui offrent un panel de goûts très divers.

Cette recrudescence spectaculaire (même si les productions sont limitées) a permis en 2017 la création d'un nouvel organe commun : la Confédération des Brasseurs et des Brasseurs du Luxembourg, qui remplace donc la défunte Fédération des Brasseurs.

Ces produits de dégustation ont permis à la bière de changer de statut. Elle n'est plus uniquement cette boisson de soif que l'on boit à grandes lampées, elle peut désormais être servie par un sommelier dans un grand restaurant au cours d'un menu spécialement concocté autour des accords mets/bières, à la place du vin.

Plus fortes en goût et en alcool, ces bières se dégustent avec davantage de modération que les pils.

Dans les bars, on propose désormais souvent un large choix aux clients.

D'une tireuse dans les années 1970, les bars sont passés en moyenne à quatre.

Un bec est réservé pour une pils de grande consommation (fût de 20 ou 50 litres), tandis que les autres délivrent ces bières plus

typées (d'abbaye, de fermentation haute, fruitée...) dans des fûts plus petits (10 ou 20 litres) afin qu'elles ne s'éventent pas (idéalement, un fût est ouvert pour quatre jours).

Finalement, nous constatons que l'évolution de la consommation des bières dans les débits de boissons et les restaurants du Grand-Duché entre les années 1970 et aujourd'hui illustre parfaitement la transformation de notre société. En un demi-siècle, boire une mini (25 cl) ou un Humpen (50 cl) est passé d'un fait social identitaire à forte connotation régionale (si ce n'est locale), à un geste de consommation porté par les modes et les tendances internationales.

Pour autant, cette mondialisation n'est pas synonyme d'uniformisation puisque l'on n'a jamais eu accès à une offre aussi vaste. Sans doute par réaction, elle entraîne avec elle un dynamisme local très qualitatif.

Boire moins, mais mieux entraîne une dynamique vertueuse.



© Brasserie Bofferding



L'évolution de la musique dans le secteur de la gastronomie

CAROLE THEISEN

DANS LE SECTEUR GASTRONOMIQUE, IL EST INDISPENSABLE QUE TOUS LES ÉLÉMENTS D'UN ÉTABLISSEMENT SOIENT EN PARFAITE HARMONIE, QU'IL S'AGISSE DE LA DÉCORATION, DE LA CUISINE, DES BOISSONS OU DE LA QUALITÉ DU SERVICE. MAIS IL Y A UN INGRÉDIENT TRÈS PARTICULIER QUI A UNE INFLUENCE CONSIDÉRABLE SUR LE CHARME ET LE SUCCÈS D'UN BAR OU D'UN RESTAURANT : LA MUSIQUE. LE CHOIX DE CHANSONS, LE GENRE ET MÊME LE VOLUME DE LA MUSIQUE ONT UNE GRANDE INFLUENCE SUR L'AMBIANCE ET LA PERSONNALITÉ DE CHAQUE ÉTABLISSEMENT.

En ce sens, la musique sert de fond sonore discret dans la plupart des restaurants, créant une atmosphère confortable et attrayante qui permet aux clients de converser sans difficulté, tandis que dans les cafés et les bars, surtout le soir, on peut monter le volume en bonne conscience pour rendre l'ambiance plus vivante.

Et c'est précisément cette idée que le restaurant Bacchus, situé depuis plus de 30 ans à quelques pas du Palais Grand-Ducal à Luxembourg-Ville, a brillamment mise en œuvre. En tant que l'un des plus anciens restaurants italiens de la capitale, les propriétaires accordent une grande importance à l'ambiance et à l'atmosphère de leur établissement.

C'est dans cet esprit que, pendant un excellent dîner, on peut écouter des chansons romantiques italiennes ou parfois françaises des années 1960 à 1990. Celles-ci constituent une musique de fond douce et adaptée au cadre et que les clients apprécient beaucoup.

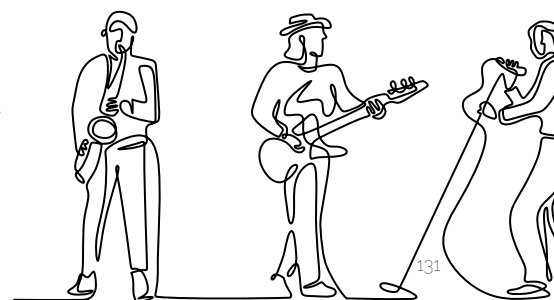
Comme au restaurant Bacchus, la musique, dans tous ses genres et styles, occupe depuis longtemps une place importante dans le secteur de la gastronomie.

Elle a connu de nombreuses évolutions au cours des décennies grâce aux bouleversements techniques, mais aussi sociaux.

Au début du 20^e siècle, par exemple, de nombreux établissements gastronomiques disposent d'une salle des fêtes où le public a l'occasion d'écouter des concerts contemporains. De nombreux orchestres et fanfares du Luxembourg, mais aussi d'Allemagne, de France et d'Angleterre s'y produisent régulièrement. Ces événements musicaux en direct sont l'occasion idéale de réunir toute la famille pour un après-midi dans une ambiance festive. De nombreux hôtels du quartier de la gare organisent de tels café-concerts au sein de leurs brasseries. Ainsi, l'Hôtel Walsheim, l'Hôtel Kons ou l'Alfa Hôtel accueillent régulièrement des orchestres nationaux, mais aussi de nombreux musiciens de renommée internationale.



© Daniel Damasio





Alfa Hôtel © Photothèque de la Ville de Luxembourg, Krier Tony

À partir des années 1930, la radio est diffusée au Luxembourg. Outre la musique nationale et internationale, on a ainsi la possibilité d'écouter les actualités ou des émissions de cuisine à la maison, au restaurant ou au café. C'est une grande attraction. Malgré tout, dans le secteur gastronomique, la radio est plutôt utilisée comme fond sonore.

Depuis cette époque, la Société des Auteurs, Compositeurs et Éditeurs de Musique, SACEM, s'engage au Luxembourg à rendre la musique accessible aux

utilisateurs ainsi qu'aux compositeurs. La diffusion de musique dans un restaurant ou un café nécessite en effet des autorisations légales qui doivent être respectées. Et c'est la SACEM qui s'en charge dans le monde entier, y compris au Luxembourg.

En effet, même si la musique n'est utilisée que comme fond sonore d'un restaurant ou d'un bar, elle contribue de manière significative au succès d'un événement ou d'un établissement. Dans ce sens, la SACEM, en tant que société sans but lucratif, conclut un accord avec chaque établissement gas-

tronomique qui est tenu de payer annuellement pour l'utilisation et la diffusion de musique. La somme générée est ensuite répartie entre les auteurs et compositeurs écoutés, afin de les rémunérer pour leur service et de valoriser leur travail.

Depuis le milieu des années 1940, on commence à organiser régulièrement des thés dansants dans les différents cafés-dancings du pays. Au cours de ces événements organisés dans l'après-midi, les jeunes ont la possibilité de rencontrer un(e) partenaire lors d'une danse de couple traditionnelle.

À la Schueberfouer, il y a aussi une immense tente avec dancing où se retrouve chaque année le pays tout entier.

Outre la radio et la musique en direct, il existe encore d'autres moyens d'accompagnement musical. Il y a, par exemple, le piano mécanique que l'on trouve cependant assez rarement au Luxembourg.

On peut toutefois en admirer un au théâtre Apollo où se trouve aujourd'hui le City Hôtel. Les orgues de Barbarie, par contre, sont plus courants au Luxembourg.

Les années 1950 sont marquées par l'apparition du juke-box qui donne une plus grande visibilité au rock'n'roll. Mais la popularité du juke-box est surtout due au fait que chacun est libre de choisir exactement la chanson dont il ou elle a envie.

Malgré les avancées technologiques rapides, la musique live est toujours très populaire. Citons par exemple le Charly's Bar situé près du Rousegäertchen, dans la capitale. Ce cabaret est alors régulièrement ouvert jusqu'à 3 heures du matin et est surtout très apprécié par les hommes d'affaires plutôt aisés qui viennent y finir la soirée après la fermeture de tous les autres bars et cafés.

Le 20 mars 1967, on a même la chance d'y assister à un événement musical historique. En effet, Jimi Hendrix et son groupe ont spontanément fait une apparition au Charly's Bar après avoir été interviewés par Radio Luxembourg.

Comme il n'a pas sa propre guitare avec lui, Jimi Hendrix en emprunte une à un certain Faustino Cima, plutôt connu et célèbre sous le nom de Fausti. Le public luxembourgeois n'est cependant pas encore prêt pour ce genre de musique plutôt inhabituel

à l'époque et Jimi Hendrix quitte la scène après à peine 15 minutes.

À partir de la fin des années 1960, on assiste à l'émergence d'un tout nouvel ordre social. La génération née à partir de 1945 n'a jamais connu la période tragique de la guerre, marquée par un cadre réglementaire très strict, et commence à remettre en question les structures et les traditions dociles et rigides de la génération précédente. Cette nouvelle société libérée, ouverte et transparente, se reflète vite sur les pistes de danse internationales et locales. Les cafés-dancing sont remplacés par les nouvelles discothèques et le DJ, toujours actif aujourd'hui dans les bars de danse et les clubs, remplace en grande partie les juke-boxes.

La jeunesse se révolte, se libère de toute forme d'oppression et célèbre la redéfinition des relations entre les sexes, l'émancipation des femmes et la libération sexuelle. La musique disco encourage cette révolution et ce désir d'expérimentation, créant des ambiances totalement nouvelles. Le temps où le jeune homme invitait la fille à danser, par exemple lors d'un thé dansant, est désormais révolu. Maintenant, la danse individuelle prend le dessus et on exprime cette nouvelle liberté par des attitudes et des mouvements totalement inédits.

La première discothèque à ouvrir ses portes au Luxembourg est le Blow Up en 1970.

C'est alors le lieu de rencontre de toute une génération. Comme à la fin des années 1970 beaucoup de jeunes possèdent désormais leur propre voiture et sont donc plus mobiles, il n'est pas rare de rencontrer des jeunes de la capitale et du sud du pays dans des endroits un peu plus éloignés comme Platen, Mechela, Pétange ou Befort,



Le Charly's © Photothèque de la Ville de Luxembourg, Thill Robert

où des discothèques bien connues dans tout le pays telle que le Flying Dutchman ouvrent leurs portes.

Dans la capitale aussi, les discothèques poussent comme des champignons, dont le célèbre club Melusina. C'est ici que se retrouve à l'époque la scène alternative luxembourgeoise. Aujourd'hui encore, cette boîte de nuit située sur les rives de l'Alzette est le point de rencontre des mélomanes et des amateurs de danse de différents genres et styles.

De l'autre côté de la rue, dans les Rives de Clausen, un concept totalement nouveau au Luxembourg est mis en place en 2008. L'ancienne Brasserie Clausen est transformée en un « Nightlife Village » unique en son genre, où les bars, clubs et restaurants les plus divers invitent les jeunes Luxembourgeois de tous horizons à faire la fête.

Dès le début, l'objectif de ce quartier est d'offrir aux jeunes un maximum de diversité afin d'attirer une multitude de groupes cibles. Musicalement, cela s'est avéré difficile au début, car, à la fin des années 2000, la plupart des clubs jouent les mêmes morceaux qui se retrouvent dans les hit-parades à l'époque.



© Daniel Damasio



Melusina 1978 © Photothèque de la Ville de Luxembourg, Toichert Marcel

Au fil des années, les visiteurs commencent à exiger une plus grande diversité et le résultat est qu'aujourd'hui on a le choix, selon l'établissement et selon ses envies, entre la musique latino, la house, le rock et bien d'autres genres musicaux dans des cadres personnalisés. D'autres bars accordent une importance toute particulière au choix de la musique et organisent régulièrement des concerts où ils mettent en avant des artistes nationaux et internationaux.

Depuis 2014, le De Gudde Wëlle au Centre-Ville, par exemple, offre à côté de bières artisanales et de cocktails originaux, des concerts indie exceptionnels. Parmi les highlights, on peut citer des groupes comme Khruangbin, Fontaines D.C., Operators, des groupes luxembourgeois comme Mutiny on the Bounty ou Napoleon Gold et bien d'autres.

Depuis les années 1970, les cafés-concerts se font de plus en plus rares, tant dans la capitale que dans les régions rurales. Ils ne sont plus aussi ancrés dans la culture des jeunes que par le passé. Même si l'organisation de petits concerts ne représente plus vraiment une entreprise rentable, certains propriétaires de cafés, comme au De Gudde Wëllen ou aux Rotondes, ont toujours à cœur de continuer à faire vivre les cafés-concerts et d'offrir une plate-forme à des musiciens locaux et internationaux dans un cadre modeste.

Les informations fournies dans cet article se fondent sur des recherches personnelles et des interviews menées avec Monsieur Robert L. Philippart, Monsieur Franco Aversano, Monsieur Marc Nichts, Monsieur Jean-Claude Colbach et Monsieur Luka Heindricks, et incluent des informations puisées dans l'article « Als Jimi Hendrix in Luxemburg kein Bier bekam » par Tom Rüdell et Sarah Cames, publié dans le Luxemburger Wort le 17.09.20.



CONSEIL D'ADMINISTRATION

Président

Alain RIX, anc. Hotel Rix (Luxembourg)

Vice-présidents

Henri BRIMER, Hôtel-Restaurant Brimer (Grundhof)

Steve MARTELLINI, Restaurant Bertchen (Wahlhausen), Café - Restaurant Koepppe Jemp (Hoscheid-Dickt)

Trésorier

Lucien GINDT, Hôtel du Commerce - Restaurant La Table de Clervaux (Clervaux)

Secrétariat

François KOEPP, secrétaire général
Dave GIANNANDREA, rédacteur en chef
Claude RIES, conseiller en sécurité alimentaire

Expert externe

Marc SCHWAMMBERGER, Park Inn by Radisson Luxembourg City Hotel

Membres

Désirée ALBERT, Hôtel-Restaurant Ecluse (Stadtbredimus)
Carlo CRAVAT, Grand Hôtel Cravat (Luxembourg)
Carole EWERT, Hôtel Heintz (Vianden)
Marc FUSENIG, Concept+Partner (Luxembourg)

Marcel GOERES, Parc Belair, Parc Bellevue, Parc Plaza, Parc Beaux Arts (Luxembourg)
Paul HILGER, anc. City Hotel (Luxembourg)
Claude LANG, Brasserie Pavillon am Brill (Mamer)
Mijke MICHELS, Hôtel du Parc (Diekirch)
Steve PFEIFFER, Restaurant Brideler Stuff (Bridel)
Benno VEGERS, Hôtel Clervaux, Hôtel International, Hôtel Koener (Clervaux)
Ben WEBER, Restaurant Gudde Kascht (Haller)
Romain WEBER, Hôtel Marco Polo, Hôtel Christophe Colomb (Luxembourg)

Réviseurs de caisse

Pascale GERAETS, Veiner Stuff (Vianden)
Christian KOHN, Restaurant Kohn (Altwies)



SOURCES ROSPORT
D'WAASSER VUM LIEWEN

DEPUIS 1959,
LA RÉFÉRENCE DE TOUTES LES BONNES TABLES



WWW.ROSPORT.COM



UN TERMINAL NOUVELLE GÉNÉRATION adapté à tous vos besoins !

**Nouvelles solutions essentielles en matière de paiement
pour faciliter les paiements par cartes et les paiements digitaux.**

BIL PRO PAYMENT : Le package tout-en-un avec terminal de paiement, opérations courantes et cartes bancaires pour les commerçants et les professions libérales.

Disposez d'un terminal de paiement électronique nouvelle génération, moderne et esthétique !

- **Accepte plusieurs moyens de paiement :** Cartes débit/crédit, Payconiq, Apple Pay, Google Pay...
- Bénéficiez en prime de **tarifs préférentiels** sur les transactions (**aucune commission minimale**).

59 EUR par mois (hors TVA).

SERVIPAY
Solutions de paiement 

BIL
1856 