

Le magazine officiel des hôteliers,
restaurateurs et cafetiers
du Grand-Duché de Luxembourg



Juillet 2009 | N° 7



ONT-Umfrage
Hoteliere sind
unzufrieden



Dégustation
Les grands vins
du Portugal



Clefs d'Or
40 pays se sont
rencontrés

MÖVENPICK®

THE ART OF SWISS ICE CREAM

Une crème glacée née d'une **passion pour la gastronomie**, élaborée avec le **meilleur de la nature** et façonnée par la **perfection suisse**.

Chaque parfum *Mövenpick* est un chef-d'œuvre d'inspiration culinaire qui saura ravir les gourmets les plus avisés, et ceci sans additif ni colorant artificiel.

The Art of Swiss Ice Cream





Jean J. Schintgen, secrétaire général

À la recherche du candidat luxembourgeois

(en guise d'éditorial)

Le comité de l'asbl Bocuse d'Or Luxembourg vient de lancer un appel de candidatures pour le concours du Bocuse d'Or dont l'édition européenne se tiendra à Genève, en Suisse, les 7 et 8 juin 2010.

La sélection luxembourgeoise du concours est ouverte aux cuisiniers professionnels de restaurant ou d'hôtels, ayant la nationalité luxembourgeoise. Elle se déroulera le mardi, 13 octobre 2009 dans l'arène du Bocuse d'Or et dans les cuisines du L.T. Hôtelier « Alexis Heck » à Diekirch. Les candidats devront être âgés de 23 ans ou plus au 25 janvier 2011.

Les thèmes fixés sont pour le plat poisson, le sterling flétan blanc et pour le plat viande, un carré de veau à six côtes (3,5 kg environ) avec tête de veau désossée et/ou pieds de veau et/ou noix de ris de veau

Le Bocuse d'Or Europe se veut l'expression des tendances les plus actuelles de la cuisine internationale. Il souhaite clairement privilégier le goût et la dégustation. Les candidats devront éviter tout élément décoratif superflu dans le dressage de leur plat. Seuls les accessoires naturels (ex : coquillages ...) seront tolérés.

Tous les plats et préparations doivent être entièrement confectionnés sur place et sont contrôlés par le comité de surveillance de la cuisine.

La notation est établie sur un total de 60 points, soit 40 points pour la dégustation, 20 points pour la présentation.

Une note d'hygiène et de propreté est donnée à chaque candidat dans son poste de travail par le jury de cuisine. Cette note sert uniquement à départager les éventuels ex aequo.

Conformément au thème du concours, le candidat enverra au jury pour le 18 septembre 2009 au plus tard :

- Un bon d'économat ;
- Les recettes ;
- Une photo de chaque préparation (facultative) ;
- Son CV avec 1 photo en tenue de cuisine

Les textes seront rédigés en français sur papier neutre. L'adresse pour déposer les dossiers de candidature est : Bocuse d'Or Luxembourg asbl. p.a. Brain & More; 100, route d'Arlon ; L-1150 Luxembourg.

La sélection des candidats pour la participation au Concours national sera faite sur dossier. Le nombre maximum de participants est de 5 candidats. La grande finale nationale aura lieu le 13 octobre 2009 dans l'arène du Bocuse d'Or et dans les cuisines du L.T. Hôtelier « Alexis Heck » à Diekirch, celle-ci devant un public choisi et invité par le comité de l'association.

Les grands vins du Portugal

Qui dit Portugal pense souvent au Porto. Mais ce pays à la fois méditerranéen et atlantique possède un vignoble très varié. L'Association luxembourgeoise des sommeliers vous propose donc de découvrir quelques vins rouges du Portugal qui ont été sélectionnés auprès des importateurs du Luxembourg, sachant que le choix n'est pas exhaustif. Les fournisseurs intéressés à présenter des échantillons aux prochaines dégustations peuvent demander le programme des prochains thèmes auprès de l'A.L.S. via le site Internet www.sommelier.lu

P&S Chrysea 2004

■ ■ ■ ■ ■ Une robe rouge-noire bien profonde aux reflets violacés. Le bouquet est expressif sur des notes de fruits noirs et de cacao avec aussi un côté figes et vanille. En bouche, l'attaque est ample avec une structure agréablement fondue. Un vin bien équilibré avec une acidité agréable et des tanins fondus. Il possède aussi une belle longueur. A garder encore en cave pour le servir ensuite sur un plat de gibier avec une garniture aux aïelles. *Bernard-Massard 44,24 €*

Quinta Vale D. Maria

■ ■ ■ ■ ■ La robe est d'un rouge-noir intense et les larmes sont nombreuses et grasses. Le premier nez développe un bouquet qui rappelle la cerise amarena et le pruneau. Avec l'aération ressortent la vanille et les épices douces. En bouche, l'attaque est franche avec un bel équilibre et des tanins fins qui sont bien présents. Une belle longueur et beaucoup de puissance. Un vin d'un très bon rapport qualité-prix à garder encore trois années en cave. *Au Porto Roi 28 €*

Cortes de Cima Reserva 2003

■ ■ ■ ■ ■ Une robe rouge-noire bien profonde aux reflets violacés. Le nez est ouvert sur des notes de fruits noirs confiturés auxquels s'ajoute un côté épicé et torréfié qui

rappelle le cacao. Une belle complexité au bouquet et beaucoup de richesse en bouche avec une attaque souple et des tanins présents mais fondus. Un vin équilibré avec une petite pointe d'acidité bien friande. Le milieu est harmonieux avec une touche grillée qui ressort en finale. A essayer sur un pigeon nappé d'une sauce chocolatée. *Au Porto Roi 44 €*

Monte Barro reserva 2004

■ ■ ■ ■ ■ Une robe rouge-noire bien profonde avec des larmes assez grasses. Le nez est ouvert sur les pruneaux et autres fruits rouges et noirs. Après aération ressort un côté épicé avec la cannelle et le poivre. L'attaque en bouche est plutôt molle avec de la rondeur et beaucoup de puissance. Une petite touche d'acidité donne plus de relief. La finale est longue. Un vin qui peut encore se garder une dizaine d'années et qui sera parfait sur un gibier en sauce. *Cave du sommelier 50,94 €*

Preta NM 2005

■ ■ ■ ■ ■ 75 % de tourriga national et 25 % de cabernet sauvignon pour ce vin de l'Alentejo. La robe est d'un rouge-noir soutenu aux reflets violacés. Peu d'évolution à l'aspect. Le bouquet est axé sur les fruits avec des notes de cassis et de pruneaux avec aussi un côté épicé et fumé. L'attaque en bouche est souple et laisse de la place à un bel équilibre. Un vin gourmand qu'on a simplement envie de boire. *All Wines 22,50 €*

Pintas 2005

■ ■ ■ ■ ■ Un aspect profond aux bords violacés et des belles larmes à la robe. Le nez, puissant sur des notes de fruits rouges confits, évolue sur les épices et le poivre. En bouche, l'attaque est souple suivie par un milieu qui manque un peu de structure. Les tanins sont encore asséchants. Un vin fermé qui doit impérativement attendre quelques années encore. *Au Porto Roi 48 €*

Luis Pato Vina Barrosa 2003

■ ■ ■ ■ ■ La robe est rouge grenat et le nez sur les épices rappelle la garrigue. La bouche est fraîche et souple avec une petite astringence qui ne dérange pas trop. Un vin élégant avec pas mal d'amplitude. Comme les tanins sont plutôt fins on pourrait marier ce vin sur un poisson de caractère comme du rouget grillé. *Wengler 26,43 €*



Luis Pato Vinha Pan 2003



La robe est rouge grenat avec des belles larmes. Le nez est expressif sur des notes de cuir avec une touche animale. La bouche donne une impression de minéralité avec une belle intensité et un léger gras. Un vin sans grande complexité avec une finale légèrement asséchante. *Wengler 26,43 €*

Encostas do tua 2004



La robe est assez intense sur une couleur rouge rubis. Le nez est discret sur des notes de goudron et d'épices auxquels s'ajoutent les pruneaux à l'alcool. L'attaque en bouche est souple sur des tanins un peu trop présents. Un vin rustique et asséchant sur la finale qui n'est pas cher comparé aux autres crus de notre dégustation mais qui ne peut certainement pas être considéré comme un grand vin du Portugal. *Boissons Heintz 9,53 €*

Des vins à retenir



Malhadinha Nova est un producteur de vins situé dans la région de l'Alentejo au sud du Portugal. Arrivés hélas un peu trop tard pour la dégustation de ce mois-ci, les vins de ce domaine ne manquent pas d'intérêt. Ainsi, le Monte Da Peceguina est un excellent vin pour la restauration. Le rouge (€ 12,90 ttc) est un assemblage de plusieurs cépages et a vieilli sept mois en fûts de chêne français. Il est fruité avec des arômes finement épicés et les tanins sont fondus. Ce vin bien charpenté ira merveilleusement avec une cuisine méditerranéenne riche. La cuvée blanc (€ 9,95 ttc) est aussi très puissante avec une touche acidulée qui équilibre ce vin en

lui donnant un peu de fraîcheur. Un vin qui ne devrait pas être dégusté trop frais pour que ses arômes s'épanouissent pleinement. Enfin, le Malhadinha rouge (€ 29,56 ttc) est un vin de connaisseur. Elevé pendant 14 mois en fût de chêne, il présente une robe rouge rubis et un nez complexe aux arômes de fruits noirs, cuir et tabac. Beaucoup de matière en bouche et une longueur exceptionnelle. Un vin qu'il est conseillé de carafer et qui pourra encore se garder plusieurs années en cave. A noter que les étiquettes ont été créées (ou plutôt dessinées) par les enfants du viticulteur et qu'elles changent tous les ans. **Disponible au Grand-Duché chez Bexeb à Bascharage. Tél. : 22 70 70 ; www.bexeb.lu**

L'équipe de dégustation



Bruno Méril
Meilleur sommelier 2001



Jose Da Silva
Invité



Gérard Guyon
Meilleur sommelier 1990



Florent Coyac
Invité



Dino Totaro
Secrétaire ALS



Elise Cadoret
Invité



Emilien Hocquet
Invité



Dave Giannandrea
Horesca

200.000 hectares

La viticulture joue un rôle important au Portugal. Le vignoble s'étend sur plus de 200.000 hectares répartis dans plus de 300.000 exploitations viticoles. La superficie totale des vignobles du Portugal représente près de 3% du vignoble mondial, soit le 8^e rang des pays producteurs. Le climat est plutôt méditerranéen et aussi tempéré par l'influence de l'océan Atlantique. En dehors de quelques régions dans l'intérieur du pays, les grands froids et les chaleurs écrasantes sont rares. Les hivers sont doux et les étés très ensoleillés.

Les régions viticoles les plus connues sont le Douro et le Dão, mais il en existe de nombreuses autres (Estremadura, Minho, Terras do Sado, Beiras, Bairrada)

Dão

Le dão est un vin produit dans le terroir viticole du Dão, au centre du Portugal. Cette région qui se caractérise par des collines escarpées produit des vins rouges puissants à haute teneur en alcool. Son vignoble s'étend sur près de 20.000 hectares et les cépages les plus utilisés sont : Touriga nacional, Tinta roriz, Mencia, Alfrocheiro preto et Encruzado.

Douro

Le douro est un vin produit dans la vallée du Douro, au nord du pays. Ce terroir est le même que celui qui produit les vins de Porto. Pour les vins rouges, ses cépages sont le Bastardo, le Mourisco, la Tinta amarela, la Tinta barroca, la Tinta cao, la Tinta roriz, la Touriga francesa et la Touriga nacional. Les vins blancs sont faits en assemblant le Donzelinho branco, la Gouveia, la Malvasia fina, le Rabigato et le Viosinho.

Alentejo

L'Alentejo est une appellation d'origine (DOC) portugaise produite dans le terroir viticole de l'Alentejo, situé dans le sud du pays. Ces vignobles couvrent toutes les zones géographiques de la sous-région de Borba, Évora Amareleja, Moura, Portalegre, Redondo, Reguengos et Vidigueira. Ici aussi de nombreux cépages en blanc et en rouge. Cette région est en plus très réputée pour sa production de liège.

Hotellerie leidet unter Krise; Campingsektor verzeichnet Zuwächse

Basierend auf einer Umfrage des Office National du Tourisme bei 99 Hotelbetrieben (56% der Gesamtkapazität), von Januar bis Anfang Juni 2009 ist gegenüber dem Vorjahr die **Zahl der Übernachtungen rückläufig** in der Hotellerie. Landesweit dürfte das Minus zwischen -7% und -8% liegen. 60% aller befragten Betriebe beklagten rückläufige Gästezahlen, nur knapp ¼ der Hoteliers konnten Zuwächse verbuchen. In sämtlichen Regionen überwiegt die Zahl der Betriebe mit rückläufigen Gästezahlen; das Ausmaß dieser Rückgänge variiert jedoch je nach Region, wie die folgende Aufschlüsselung der Variation der Übernachtungen verdeutlicht: Luxemburg-Stadt -9%, Zentrum/Süden -14%, Ardennen -4%, Mullerthal-Kleine Luxemburger Schweiz -4% und Mosel -9%.

Etwas mehr als die Hälfte aller befragten Hoteliers zeigte sich unzufrieden über den diesjährigen Saisonauftakt; auch hier ist der Anteil höher in der Hauptstadt, Zentrum und Süden (jeweils rund 70%).

Besonders deutlich sind die Verluste in zwei bestimmten Hotelkategorien: zum einen die kleinen Landhotels (mit weniger als 20 Zimmern), zum anderen die

mehrheitlich auf Geschäfts- und Kongress-tourismus ausgerichteten großen Hotels in der Hauptstadt, aber auch in den Regionen Zentrum, Süden und Mosel.

Generell etwas besser waren die Resultate hingegen in den mittelgroßen Betrieben der freizeittouristisch geprägten Regionen Ardennen und Mullerthal-Kleine Luxemburger Schweiz. Ein gewisses Maß an Serviceangebot und Infrastruktur (Wellness u. a.) vorausgesetzt, scheint sich der Schaden, trotz der schwierigen Wirtschaftslage (siehe dazu weiter unten), für die „Hotels mit Charme“ über Land relativ in Grenzen gehalten zu haben. Begünstigt wurde dies sicher durch die überwiegend erfreulichen Witterungsverhältnisse an den langen Wochenenden der Vorsaison. Dementsprechend gut ausgelastet waren die Hotels im Norden und Osten des Landes am 1. Mai, Pfingsten und vor allem an Christi Himmelfahrt.

In bisher nie dagewesener Einstimmigkeit als Hauptgrund für den generell durchschnittlichen Saisonauftakt genannt wurde von den Hoteliers erwartungsgemäß die Wirtschafts- und Finanzkrise: 59 Hoteliers (de facto alle befragten Hotels mit

Kundenrückgängen) führten Einbußen bei den Gästezahlen zumindest teilweise auf die „Krise“ zurück. Viele Hoteliers erläuterten dies auch etwas präziser: im Freizeittourismus geben vor allem die Angst potentieller Kunden vor Arbeitsverlust und die gesunkene Kaufkraft Anlass zur Sorge. Trotz teilweise starken Preisnachlässen im Rahmen von Sonderangeboten konnten vielfach nicht die erhofften Erfolge erzielt werden. Das Sparverhalten der Gäste drückt sich vor allem durch erhebliche Einbußen im Bereich der Gastronomie aus. Auch Betriebe mit stabilen bzw. nur leicht rückläufigen Übernachtungszahlen dürften demnach stärkere Verluste auf ihrem erzielten Gesamtumsatz erlitten haben.

Im Bereich des Business- und MICE-Tourismus gab die große Mehrheit (68%) der in diesem Segment aktiven Hotels an, dass die Finanzkrise für die negative Entwicklung des Geschäftstourismus in Luxemburg verantwortlich sei; viele „Business-orientierte“ Hotels verzeichneten negative Wachstumsraten im zweistelligen Bereich und dies hauptsächlich in der Hauptstadt in den Hotels der gehobenen Preiskategorie. Beobachtet wird eine Abwanderung in ein niedrigeres Preissegment.

Es gibt aber auch Hoffnung:

Eine Studie im Auftrag der Europäischen Kommission verdeutlicht: 41% aller EU-Bürger sahen sich im Februar 2009 in der Lage, ihre geplante Urlaubsreise ohne finanzielle Schwierigkeiten durchzuführen, während immerhin 38% zusätzliche Einsparungen erwähnen, um 2009 verreisen zu können. Die zwei wichtigsten Faktoren, um Geld einzusparen sind die Verlegung der Reise(n) von der Hoch- in die Nebensaison (23% der Befragten) sowie die Wahl eines näher gelegenen Urlaubsziels (20%). Auch wenn diese Einschätzung von nur wenigen luxemburgischen Leistungsträ-



gern geteilt wird, dürfte letzterer Faktor auf jeden Fall dazu führen, dass sich der inländische Tourismus 2009 in vielen europäischen Destinationen positiv entwickeln wird und er könnte auch Destinationen, die an einen oder mehrere große Quellmärkte angrenzen, zugute kommen.

Auf die Frage, welche Urlaubsform als erste den Sparmaßnahmen der Reisenden zum Opfer fällt, wurden jedoch die (zusätzlichen) Kurzreisen und Städtetrips von 17% der Reisenden genannt, die längeren Hauptsommerurlaubsreisen hingegen nur von 12% (mit Abstand am häufigsten – für 42% der Befragten – würde indes der Winterurlaub gestrichen werden).

Im Kontext der Sparmentalität der Reisenden sieht sich die heimische Hotellerie verstärkt der Konkurrenz von Billigfliegerangeboten und günstigen Angeboten konkurrierender Destinationen ausgesetzt.

Einer ausgeprägten Preissensibilität vieler Reisenden, hat Luxemburg eine hohe Servicequalität, ein möglichst gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und attraktive, qualitativ hochwertige Angebote entgegenzusetzen. Viele der Betriebe mit steigenden Gästezahlen führten dies in der Tat auf rezente Investitionen in die Hotelinfrastruktur, die hohe Qualität ihrer Küche, sowie auch auf eine effiziente Werbe-, Produkt- und Preispolitik zurück. **Das ONT bietet diesbezüglich zwei Online-Tools an**, die eine solche Politik unterstützen: „**SmartMix**“ ist eines der ersten „Dynamic Packaging“-Tools europaweit eines nationalen Fremdenverkehrsamtes, derweil die Rubrik „**Pauschalangebote**“ jedem Hotel erlaubt, seine aktuellen Packages vorzustellen. Gut 1/3 der befragten Hoteliere nutzen momentan diesen Service; das ONT appelliert deshalb an die Betriebe, diese (kostenlose) Plattform zwecks effizienterer Vermarktung noch stärker in Anspruch zu nehmen.

In diesem Zusammenhang erwähnenswert ist die Tatsache, dass sich die Werbekampagnen des ONT in den Monaten Mai und Juni wieder großen Zuspruchs erfreuen konnten: auf den beiden speziell im Rahmen dieser Aktion geschaffenen Websites wurden in diesen beiden Monaten 18%



mehr Besucher als im gleichen Zeitraum des Vorjahres gezählt.

Mehrere Hoteliere forderten darüber hinaus auch eine bessere Vernetzung und Produktgestaltung des touristischen Angebotes auf regionaler Ebene; einige Betriebe sprachen von der Notwendigkeit einer gewissen „Erneuerung“ der touristischen Infrastrukturen und – damit verbunden – des Images der ländlichen Regionen. Das oben erwähnte Qualitätsbewusstsein in der Hotellerie sollte sich, so eine Reihe befragter Hoteliere, auch in der Optimierung des Angebotes touristischer Attraktionen und Events, sowie einer stärkeren (abendlichen) Animation widerspiegeln.

Was die Herkunftsländer der Hotelgäste betrifft, so hat sich, im Vergleich zur Vorsaison 2008, die Entwicklung auf den beiden bedeutendsten Quellmärkten Belgien und Niederlande nur geringfügig verändert. Deutlich rückläufig waren die Gäste aus Deutschland und Frankreich hingegen in der Hauptstadt, wo rund 40% der befragten Betriebe über weniger deutsche und französische Kunden klagten. Über Land konnte diese Tendenz nicht in gleichem Ausmaß festgestellt werden.

Wie die ETC (European Travel Commission) in einem rezenten Bericht festgestellt hat, muss auf europäischer Ebene für 2009 von einem Rückgang der Ankünfte um -3,8%

ausgegangen werden. Erst voraussichtlich im Jahr 2011 werde die Gesamtzahl der internationalen Ankünfte in Europa wieder das Level von 2008 erreichen. Besonders das Incoming aus Staaten außerhalb der Eurozone wird aufgrund des sehr hohen Euros zusätzlich belastet werden. Der Markt der Fernreisen und Geschäftsreisen nach/in Europa wird laut ETC am stärksten von der wirtschaftlich prekären Lage betroffen sein.

Wenngleich viele Staaten noch keine Statistiken zur Vorsaison 2009 ermittelt haben, so scheint die Variation der Übernachtungen ausländischer Gäste für die ersten Monate des laufenden Jahres auch in anderen Ländern rückläufig zu sein: Belgien -9%, Niederlande -21%, Österreich -4%, Dänemark -12%, Deutschland -7%, Großbritannien -10% (Ankünfte), Irland -7% (Ankünfte). In Rheinland-Pfalz gingen die Übernachtungen aus dem Ausland um -8%, in Nordrhein-Westfalen um -11% zurück.

Campingsektor

Das ONT befragte die Vereinigung der privaten Campingbetreiber „Camprilux“, sowie die größten Verkehrsämter zum Saisonauftakt 2009 im Campingsektor. Im Vergleich zur Hotellerie zeichnet sich hier ein deutlich positiveres Bild ab. So dürften die Übernachtungen gegenüber dem Vorjahr durchschnittlich um +5% bis +7%

gestiegen sein. Dementsprechend zufrieden zeigen sich die Verantwortlichen der „Camprilux“ über die diesjährige Vorsaison.

Dass die Resultate allgemein positiv sind, überrascht insofern nicht, als dass der traditionell stark witterungsabhängige Campingsektor 2009 von jeweils meteorologisch vorteilhaften langen Wochenenden profitieren konnte. Die hohe Auslastung an Ostern, 1. Mai, Christi Himmelfahrt und Pfingsten gleichermaßen bestätigt dies: zahlreiche Last-Minute-Buchungen aufgrund günstiger Wettervorhersagen wurden an jenen Festtags-Wochenenden verbucht. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer bleibt im Vergleich zur Vorsaison 2008 stabil im Campingsektor. Ein weiterer Grund für das gute Resultat könnte auch die Werbeaktion des Tour Operators Vacancesoleil gewesen sein, der unlängst einen umfassenden Bericht mit Film zum Thema Camping in Luxemburg konzipiert hatte.

Dass das Wachstum derart hoch ausfiel, konnte jedoch, gerade vor dem Hintergrund des aktuellen wirtschaftlichen Klimas, nicht unbedingt erwartet werden. Die „Camprilux“ bestätigt in diesem Zusammenhang, dass die Wirtschafts- und Finanzkrise nur einen sehr geringen Impact auf den Verlauf der Vorsaison im Campingbereich hatte. Im Gegenteil dürfte sich im Campingbereich das Sparverhalten vieler Gäste vor allem in niedrigeren Anreisekosten ausdrücken, wovon schnell und preisgünstig zu erreichende Nahziele wie Luxemburg eher profitieren. Dieser Faktor spielt naturgemäß vor allem auf den traditionellen Hauptquellmärkten (allen voran den Niederlanden) eine Rolle; die Übernachtungszahlen der Briten hingegen waren in dieser Vorsaison leicht rückläufig. Diese Tendenz konnte auch in den Nachbarländern festgestellt werden, und hängt vermutlich mit dem ungünstigen Wechselkurs des britischen Pfund gegenüber dem Euro zusammen. Generell scheint sich im Campingsektor aufgrund der Krise eine stärkere Tendenz hin zum Urlaub „im eigenen Land“ bzw. in benachbarten Regionen bemerkbar zu machen.

Nach schwachem Start hat das Niveau der Buchungen für die Sommersaison jenes der vorigen Jahre erreicht und teilweise gar



übertroffen; viele Reservierungen wurden erst im März und April (anstatt wie sonst üblich zu Jahresbeginn) verbucht. Weiterhin positiv verlief die Nachfrage im mittlerweile sehr lukrativen Segment der Mietobjekte (Chalets, Mobilhomes).

Empfangsbüros

In der Hauptstadt wurden sowohl aus dem Empfangsbüro des Luxembourg City Tourist Office (LCTO) am „Knuedler“, als auch jenem des Office National du Tourisme (ONT) am Hauptbahnhof jeweils Besucher-rückgänge gegenüber der Vorsaison 2008 gemeldet. Das LCTO zählte zwischen dem 1. Januar und 30. Juni 77.670 Besucher (Büro + „Luxembourg Jackets“); dies sind -12,2% weniger als im gleichen Vorjahreszeitraum. Im Büro des ONT fiel die Besucherzahl im selben Zeitraum um -7,1% auf 27.665 Kunden. Die Besucher aus Deutschland blieben stabil im ONT-Büro und belegen weiterhin den ersten Platz in der Rangfolge der Herkunftsländer, gefolgt von Frankreich (die um -9% zurückgingen) und den Gästen aus asiatischen Ländern (+5,7%).

Die Teilnehmerzahl an den geführten Besichtigungen des LCTO ist ebenfalls rückläufig gegenüber dem Vorjahr (84.920 Personen; -14,8%), ebenso wie die Besucherzahl in den Kasematten (22.949 Eintritte; -43,1%), wobei zu beachten ist,

dass die Bock-Kasematten in dieser Vorsaison aufgrund von Renovierungsarbeiten vorübergehend geschlossen blieben.

Über Land berichteten die acht meistbesuchten Empfangsbüros durchweg (bis auf eine Ausnahme) von stabilen bzw. ansteigenden Besucherzahlen gegenüber dem Vorjahr. Dies wird vor allem auf die günstigen klimatischen Bedingungen an den langen Wochenenden zurückgeführt, aber auch auf eine zunehmend hohe Zahl von (Tages-)Wanderern und Ausflüglern (deren Präsenz sich somit nicht notwendigerweise in höheren Übernachtungszahlen für die jeweilige Region niederschlägt).

Die Besucherauslastung in den Museen dürfte sich auf Vorjahresniveau bewegen, in den übrigen Freizeitattraktionen über Land scheinen die Gästezahlen generell angestiegen zu sein, verglichen mit der Vorsaison 2008. Der Bettenburger Märchenpark sowie die „Family of Man“ in Clervaux berichten von Zuwachsraten von +11% bzw. +15%; ebenfalls deutlich steigend gegenüber dem Vorjahr waren die Besucherzahlen beim Viandener Sessellift, während die Auslastung der „MS Princesse Marie-Astrid“ zumindest stabil im Vergleich zum Vorjahr blieb.

Das ONT wird wie üblich detailliertere Infos zur Saison in den Museen und Freizeitattraktionen im Rahmen seines Berichtes zur „Randonnée ministérielle“ im Herbst liefern.

Incoming Day 2009: „Shopping-Tourismus“

Im Rahmen des 16. „Incoming Day“ des ONT am vergangenen 18. Juni wurden Vorträge und Diskussionen rund um das Thema „Shopping-Tourismus“ abgehalten; nachfolgend ein Resümee der wichtigsten Schlussfolgerungen, sowie weiterführende Infos zu den einzelnen Präsentationen.

Allgemeine Trends und Feststellungen

Bei „Shopping“ stehen (im Gegensatz zum „Einkaufen“) Erlebnis und Spaß im Mittelpunkt: diese typischen Merkmale einer Freizeitaktivität rücken Shopping in die Nähe des Tourismus.

Es bestehen positive Wechselwirkungen zwischen Tourismus und Shopping: ein ansprechendes und originelles Shopping-Angebot erhöht die Attraktivität einer Destination und wirkt imagefördernd; umgekehrt kann eine Steigerung der Touristenströme den Umsatz im Einzelhandel erhöhen.

Shopping-Tourismus gilt heute als bedeutender Wirtschaftsfaktor; weiteres Potential besteht vor allem im Wachstumsmarkt Asien (speziell China). Gefragt sind hier vor allem qualitativ hochwertige Markenartikel (vielfach im Luxussegment).

Immer neue Arten von Shopping-Standorten entstehen (von der Innenstadt über das Shopping-Center hin zu „Mega Malls“ und „Life Style Centers“); Städte können indes mit ihrer einzigartigen Mischung aus individuellen und (oft) originellen Geschäften, Architektur, Ambiente und Kultur punkten.

Anregungen und Maßnahmen für die Zukunft

Seitens asiatischer Besucher existieren eine hohe Erwartungshaltung, kulturelle Differenzen und ein Mangel an Zeit (kurze Aufenthaltsdauer): Flexibilität und hohe Serviceleistung sind deshalb vom Personal in Handel und Hotellerie gefordert; Sprachkenntnisse sind von Vorteil; das Personal im Einzelhandel sollte des Weiteren über Kenntnisse über das touristische Angebot verfügen.

Shopping muss Erlebnischarakter haben: originelle Geschäfte, innovative Geschäftsideen sowie Shopping-Events (die Einkaufen mit Sport/Freizeit-Angeboten verbinden) sind beim Kunden gefragt; ihre Umsetzung muss deshalb vorangetrieben werden.

Die Stadt Luxemburg hat Standortvorteile (vielfältiges Warenangebot, niedrige Mehrwertsteuer, kurze Wege), muss jedoch ihr Image als Shopping-Destination noch weiter ausbauen; dies kann nur durch eine von allen beteiligten Leistungsträgern gemeinsam entworfene und in die Praxis umgesetzte Marketingstrategie geschehen.

Gefragt sind vor allem attraktive buchbare Angebote, die Shopperlebnis mit Übernachtung, Kulinarik, Wellness, Kultur, Events oder Besichtigungen kombinieren; das Angebot solcher Packages ist in Luxemburg noch ausbaufähig.

Unbedingt notwendig ist eine stärkere Vernetzung des Angebotes; es besteht diesbezüglich ein erhöhter Informationsbedarf seitens der Gäste. Maßnahmen: Info-Center zum Thema Shopping, Entwurf thematischer Shopping-Routen, zusätzliches Info-Material u. ä. Dies kann nur durch eine intensivere Zusammenarbeit aller beteiligten Akteure geschehen.

Die drei letztgenannten Punkte verdeutlichen das eklatante Bedürfnis nach einer stärkeren Kooperation (z. B. im Rahmen regelmäßiger Arbeitsgruppen) der verantwortlichen Akteure aus Handel, Tourismus und Kultur.

PROSYS
Solution complète pour la gestion de votre restaurant

Nous sommes leader dans la fourniture et l'intégration de solutions complètes dans les domaines de la gestion de restaurants, d'hôtels et de Système de Caisses.

Le système PROSYS est la solution la plus simple et la plus efficace pour la gestion complète de votre restaurant.

3, rue Nic. Glesener
L-6131 Junglinster

Tel.: +352 460311- 1
Fax: +352 465207

info@prosys.lu
www.prosys.lu

Natur erleben und genießen

Wildpflanzenküche und Kräuterwanderung mit Jean-Marie Dumaine

In der Natur hat Jean-Marie Dumaine sein kulinarisches Thema entdeckt. Der französische Spitzenkoch praktiziert in Deutschland eine hoch aromatische Naturküche, die auf selbst gesammelten Wildpflanzen und erstklassigen regionalen Produkten basiert. Die ehemaligen Schüler der Diekircher Hotelfachschule trafen sich mit dem Naturexperten in Sinzig zu einer Wildkräuterwanderung.

„Menschen zu begeistern ist eine tolle Sache!“ Mit diesen Worten begann Jean-Marie Dumaine die Kräuterwanderung in dem romantischen Städtchen Sinzig, das in der Nähe von Bonn, direkt an der Mündung der Ahr in den Rhein, liegt. In der Wildpflanzenwelt des gebürtigen Normannen dreht sich alles um Kräuter und Gewächse von Wiesen und Feldern, von Waldrändern und Flussläufen. Aus dieser Fülle an Schätzen der Natur, wie der Naturliebhaber die Wildpflanzen umwirbt, ergeben sich schier unendliche Möglichkeiten für eine kreative Küche auf Basis von Naturprodukten.

Rund 15.000 essbare Wildpflanzen gibt es in Europa, etwa 1.700 wachsen im Mündungsbereich der Ahr und etwa hundert von diesen Kräutern verarbeitet der Kräuterkoch regelmäßig in seinem Restaurant. Beim Spaziergang durch die Botanik konnten die Wanderer die Pflanzen fühlen, riechen und schmecken. Erstaunen breitete sich auf den Gesichtern der Beteiligten aus, als es darum ging, Brennnesseln oder anderen Gewächsen, die man bis dato als „Unkraut“ eingestuft hatte, ungeahnte Aromen zu entlocken, die so manche Speise in einen neuen, ungeahnten Genuss verwandeln. „Die Kunst des Kochens besteht darin, einen besonderen Geschmack hervorzuzaubern, indem man mehrere Geschmäcker vereint. Dies kann man fabelhaft mit den Aromen der Pflanzen tun“, so Dumaine. An Beispielen ungewöhnlicher Gerichte mangelt es im Repertoire des Naturkochs nicht. Klatschmohn-pesto, Löwenzahnblütenchutney, Bärenklaupickels, Lindenblütenmousse und noch viel mehr gibt es in seiner Wildpflanzenküche zu entdecken.

Den Spaziergängern wurde es nicht langweilig, während sie dem Profi bei seinen Ausführungen über die Vorzüge und Verwendungsmöglichkeiten der einzelnen Wildpflanzen zuhörten. Einige fachsimpelten sogar mit, als es um Geschmackstropfen aus Wiesenkraut-Senf und Spitzwegerichknospen ging und stimmten mit dem Kräutergott überein, als er meinte: „Wildpflanzen sind extrem wild. Man muss sie zähmen und man darf dabei seine Gäste nicht überfordern. Denn deren Gaumen ist immer noch an das blässere, bekömmlichere, weniger kernige Zucht-Grünzeug gewohnt.“

Im schön angelegten Steingarten des fünfeckigen Innenhofes des Restaurant „Vieux Sinzig“ empfängt Madame Dumaine, mit gestärkter Haube, die Gäste mit einem Maitrank Apéro, bestehend aus Beifuss, Wein, Cognac und Zucker. In dem luftigen, mit viel Licht durchflutenden Speisesaal genießt man den Blick auf die belebte Naturbühne von Kräutern und Wildgemüse wie von einem Logenplatz. Das Plätschern des Wassers im Brunnen ist die einzige Geräuschkulisse, welche die Gäste beim Genießen der Speisen begleitet. Neugierig wartete man auf den roten Thunfisch mit Dostkirschen, Muscovado-Rohrzucker, Mandelgomasio, Grüner Meerrettichsauce und rotem Johanniskrautöl mit Wildkräutersalat. In einem Einmachglas wurde das Spargel-Bärlauch-Capuccino mit Jakobsmuschel-Spieß serviert. Zum Rücken vom Schwarzwälder Weidenrind mit Akazienblüten, Zuckererbsen und Tannenspitzensauce wurde Brennnessel-Aligot mit Tomme de Laguiole gereicht. Auf gleich zwei Desserts konnten sich die Gourmets aus dem Großherzogtum freuen. Auf die Kombination von Mokka crème, Nougatespuma und Haselnussbrand folgte ein Löwenzahn-Tiramisu von den Blüten und Wurzeln mit Tresterfrüchten.

Mit einem Gläschen Akazien-Gelee und Mispel-Mus sowie einem signierten Kochbuch von Jean-Marie Dumaine trat die Reisegruppe zufrieden die Weiterreise an.

Auf der Heimreise machten die Amicalisten noch Halt am „Deutschen Eck“ in Koblenz. Im Blesius-Garten in Trier-Olewig klang der Tag mit einem abschließenden Bier und ein paar Weißwürsten aus. So lässt sich doch Natur erleben und genießen.



Les Français sont les pires touristes

Une enquête TNS Infratest pour Expédia menée auprès de 4000 hôteliers du monde entier a dévoilé que les Français sont considérés comme les pires touristes en Europe.

Les hôteliers interrogés soulignent que les Français sont réfractaires aux langues étrangères, avarés en pourboires « et râlent encore plus que l'an dernier ». Autre grief relevé par l'étude : les Français seraient également impolis en vacances.

Toutefois, les Français se classent en 4^e position parmi les touristes les plus discrets alors que les italiens et les espagnols sont jugés particulièrement bruyants.

Cette année encore, les Japonais obtiennent la palme du meilleur touriste du monde et d'Europe. Encensés pour leur discrétion, leur courtoisie, leur sagesse et leur générosité, ils ont tout de même des difficultés avec les langues étrangères et la cuisine locale. Les Allemands arrivent en seconde position du classement mondial, devant les Anglais et les Canadiens. Dans le bas du classement, les Chinois et les Indiens rejoignent les Français dans le trio des pires touristes du monde.

Les meilleurs en Europe sont

- | | |
|---------------|-----------------|
| 1. Japonais | 6. Hollandais |
| 2. Allemands | 7. Belges |
| 3. Américains | 8. Norvégiens |
| 4. Suisses | 9. Canadiens |
| 5. Suédois | 10. Australiens |

La Bavière assouplit l'interdiction de fumer

Le parlement de Bavière vient d'assouplir sa loi anti-tabac, autorisant la cigarette sous les tentes de la Fête de la bière de Munich. Après une année d'interdiction de fumer dans la plupart des restaurants, bars et discothèques, le « Landtag » a décidé d'autoriser également la fumée dans les « cafés de coin » (moins de 75m²), trop petits pour se doter d'une salle « non fumeurs ».

Comme leurs confrères berlinois, ils devront toutefois clairement s'afficher en tant qu'établissements pour fumeurs et refuser l'entrée aux mineurs. Par ailleurs, les discothèques et restaurants, disposant de salles séparées, pourront offrir une salle aux « fumeurs ». Le vote du parlement fait suite à une décision de la Cour constitutionnelle qui avait estimé que les lois anti-tabac en vigueur depuis janvier 2008 dans 14 des 16 Etats régionaux allemands étaient discriminatoires envers les patrons des nombreux établissements constitués d'une seule pièce.

En septembre, les conservateurs de la CSU, alliés locaux de la chancelière Angela Merkel, ont connu une débâcle historique lors des élections régionales, perdant la majorité absolue qu'ils détenaient depuis 46 ans. Nombre de commentateurs avaient imputé l'impopularité récente des dirigeants régionaux notamment à la loi anti-tabac particulièrement stricte en Bavière.

Indoor/Furniture

Enjoy the art of hospitality



Romeo



A23 SC



Mildred HS



Mildred



Romeo HS



Romeo



A23 HS

Fordern Sie gratis unseren 400-seitigen Katalog mit der gesamten Möbelkollektion an:
20, um Bëchel, 9632 Alscheid/Lux., Tel. 950 428, Fax 959 710, www.satelliet.net
E-mail: satel@pt.lu



Wäistuff Beim Tiirmchen

Jeannot Weis & Hilleray Porteous
Rue Large
L-1917 Luxembourg
Tél. : 26 27 07 33

Jeannot Weis qui exploite le restaurant Am Tiirmchen dans l'îlot gastronomique situé derrière le palais grand-ducal vient d'ouvrir une vinothèque à deux pas du restaurant. Le cadre est chaleureux avec de nombreuses bouteilles exposées et des murs anciens à la pierre apparente. Les clients peuvent bien entendu déguster une cuisine qui se veut simple mais bonne avec des plats typiques comme le jambon du pays cuit et cru avec frites et salades, la salade de pommes de terre avec viennoises, la Feierstengzalot ou encore le filet américain préparé minute. En été, la maison propose une grande palette de salades. Un autre point fort de la Wäistuff sont les nombreux vins vendus en bouteille ou au verre. Ici les responsables proposent une large gamme de crus luxembourgeois aussi bien que des vins étrangers. Pour l'instant la Wäistuff est ouverte sept jours sur sept, midi et soir.



EXKI

11, rue du Fort Bourbon
L-1249 Luxembourg
Tél. : 26 19 00 11
www.exki.lu

Un troisième restaurant EXKI vient d'ouvrir ses portes. Après le Kirchberg et le centre-ville, c'est à la gare que les responsables de la société Happy Snacks (qui gère aussi les Pizza Hut et Chi Chi's) ont décidé de s'implanter. Ils ont pour cela profité des infrastructures de la librairie Libo. Rappelons qu'EXKI est un restaurant rapide proposant des produits naturels et frais à tout moment de la journée selon la devise « natural, fresh & ready ». La gamme va des salades aux quiches en passant par des soupes, des tartelettes, des sandwichs ou encore des pâtes à réchauffer. Les produits dont certains sont labellisés bio se trouvent en libre service. Le matin il est possible de profiter d'une formule café (du commerce équitable) et viennoiserie à prix promotionnel. Enfin une deuxième salle est à la disposition des clients à l'étage. Ouvert du lundi au vendredi de 7h00 à 18h30 et le samedi de 9h00 à 18h00.

Café Madame Sans Gêne

Thierry Raach
101, route d'Eich
Luxembourg

Thierry Raach, patron de l'ancien café « An der Spelunk » à Eich et de l'actuel café « Beim Mike », près de la place de l'Etoile vient d'ouvrir le bistro « Madame Sans Gêne » en face de la clinique d'Eich. Le cadre a été refait et se veut à la fois feutré et fashion avec les couleurs brun et beige qui dominent. L'établissement est ouvert



du dimanche au lundi de 17h00 à 1h00, le vendredi de 17h00 à 3h00 et le samedi de 20h00 à 3h00. On s'y amuse aux sons des tubes des années '70 et '80 et une fois par mois les responsables y organisent un « Showtime-travesti ». Le programme précis peut être consulté sur le site facebook de Thierry Raach.

Hôtel de Foetz

Restaurant-Café Am Brill
1, rue de l'Avenir, L-3895 Foetz
Tél. : 57 25 45, www.hotel-foetz.lu

L'Hôtel de Foetz qui existe depuis quinze ans vient d'être repris par Arthur Fernandes qui a exploité pendant plus de vingt ans l'Hôtel-Restaurant Nideschgaass à Schifflange. A Foetz, l'établissement d'hébergement dispose d'une quarantaine de chambres tout confort avec salle de bains privée, TV, prise pour ordinateur, bureau, etc. La clientèle est bien entendu principalement constituée d'hommes d'affaires en semaine quoique les week-ends, quelques touristes de loisirs profitent des prix promotionnels. Le Restaurant « Am Brill » est agencé dans un style classique et propose un menu du jour ainsi qu'une carte variée avec plats français, steaks de cheval et poissons fins. A retenir ici les excellents vins dont les plus belles bouteilles sont exposées au milieu de la salle. Un autre avantage constitue sans aucun doute le parking privé à la disposition des clients.



Restaurant Belle-Vue

175, rue de Schiffflange, L-3676 Kayl
Tél. : 56 75 95

Le restaurant chinois Belle-Vue à Kayl ne se trouve plus au centre de la localité mais sur la route de Schiffflange. Dans un nouvel immeuble, l'établissement dirigé par la famille Li propose une cuisine chinoise classique avec un buffet à volonté en semaine à midi et des spécialités comme les mets cuits dans un four en forme de vase géant. Le restaurant est ouvert sept jours sur sept et dispose d'une terrasse à l'arrière.



Golden Bar

Alexa Miny & Dominique Seurin
8, rue St-Ulric, L-2651 Luxembourg-Grund
Tél. : 621 64 10 09, www.cocktail-and-co.com

Les responsables de la société Cocktailedit spécialisée dans la création et la commercialisation de cocktails, crémants aromatisés et autres liqueurs viennent d'ouvrir le Golden Bar.

Ce nouveau bar situé à deux pas de la sortie de l'ascenseur du Grund propose sous un même toit un cocktail bar, un shot bar, un snack et une boutique avec essentiellement les produits de la marque Cocktailedit. Disposant entre autres de plus de 300 liqueurs et 50 sirops de fruits l'établissement propose quelque 2.700 shots, présents sur la plus grande base de données dédiée aux shots : shotpedia. Pour garder leur indépendance, Alexa Miny et Dominique Seurin (photo à droite) n'ont signé aucun contrat avec une brasserie et sont donc libre de proposer ce qu'ils veulent à leur clientèle. Le Golden Bar est ouvert le soir, du mardi au dimanche, de 18h00 à 1h00 sachant que la boutique est ouverte en journée.

Restaurant EMS

Brigitte Welbes
69, rue du Fort Neipperg, Luxembourg-Gare
Tél. : 48 77 99

Le Restaurant EMS vient de rouvrir ses portes dans la rue du Fort Neipperg, à deux pas de son ancien emplacement en face de la gare. Sous la direction de Brigitte Welbes, cette maison de tradition propose une cuisine variée avec des spécialités luxembourgeoises comme le « Kuddelfleck », la tête de veau et les pieds de porc, une cuisine de brasserie plus classique (steaks et escalopes) et bien entendu les moules en saison. Tout comme les clients, le personnel est resté fidèle à l'enseigne. Certains collaborateurs comptent plus de 25 ans d'ancienneté. Le restaurant est agencé en deux salles de décor moderne auxquelles il faut ajouter la terrasse, sortie les beaux jours d'été. Les prix se veulent compétitifs et les portions bien garnies.

Signalons que le restaurant est ouvert tous les jours de 11h00 à 0h45 (dernière commande) et le samedi à partir de 18h00.



Les gourmets étaient au Marché culinaire

Grâce à l'étroite collaboration entre restaurateurs et artisans de la commune de Mondorf-les-Bains, la 7^e édition du Marché culinaire a pu se dérouler sur la place des villes jumelées du nouveau centre Brill. L'A.s.b.l. Marché culinaire de Mondorf-les-Bains, sous le patronage de la commune avec la précieuse collaboration du Syndicat d'Initiative local, a de nouveau accueilli le dernier dimanche du mois de juin des milliers de gourmets pour faire la fête dans une ambiance chaleureuse au village du Marché culinaire.

L'animation culinaire dans les 22 chalets était garantie par les brigades du Casino 2000, du Restaurant La Rameaudière, du Restaurant Kohn, de la Résidence Monplaisir, de la Brasserie de Paris, de la Cafétéria la Roseraie, du Domaine Thermal, de l'Hôtel Beau Séjour, de l'Hôtel-Restaurant Grand Chef, du Restaurant l'Amitié, de la Brasserie les Arcades, de la Pizzeria Belle Fontaine, du Chalet Brill, du Restaurant Dolce Vita, de la boulangerie Fischer Panelux, du Supermarché Match, de Kalendula – Jardin Solidaire, de la Luxlait et des Fruits & Légumes Grosbusch.

Les vigneronns de la région ont assuré la parfaite harmonie entre mets et vins en proposant des délicieux vins et crémants de la Moselle.

Peter Körner, président de l'A.s.b.l. Marché culinaire de Mondorf-les-Bains, était heureux du grand succès de cet événement unique à Luxembourg et dans la Grande Région.



Der öffentliche Transport, meine Lebensqualität

In Zusammenarbeit mit Dexia und der „Revue“, hat das „Office National du Tourisme im Rahmen der Werbung für nachhaltigen Tourismus einen Fotowettbewerb ins Leben gerufen, an dem sich sowohl Einheimische als auch Besucher beteiligen können. Es gilt, die Lebensqualität im Bild zu vermitteln, die das Reiseziel Luxemburg in Verbindung mit dem öffentlichen Transport auszeichnet. Die Teilnahme ist bis zum 31. Dezember 2009 möglich!

Der Wettbewerb dreht sich um die drei folgenden Aspekte:

- Die Eisenbahn als ästhetische Komponente der Landschaft.
- Der öffentliche Transport (Bahn und Bus) führt ohne Stau in die Innenstädte!
- Bahn und Bus gestalten Freizeittourismus mit (Rad- und Fußwanderungen von Bahnhof zu Bahnhof, Hotelangebote, die auf die Benutzung des öffentlichen Transports hinzielen (shuttle-service, spezifische Ermäßigungen).

Mehr Infos auf: www.photos-luxembourg.lu

Taux d'inflation stable à -0,3%

L'indice des prix à la consommation, publié par le STATEC, a enregistré au mois de juin une forte progression de 0.51%. Cette évolution a été déterminée par les prix des produits pétroliers qui ont augmenté de 5.2% par rapport au mois de mai. Néanmoins, par rapport au mois de juin 2008, ces derniers demeurent inférieurs de 26.8%, ceci explique que le taux d'inflation reste tout comme au mois de mai négatif avec -0.27%. L'indice du mois de juin exprimé en base 100 en 2005 se chiffre à 109.37 points. La moyenne semestrielle utilisée comme élément déclencheur de l'indexation des salaires et pensions est en hausse en passant de 737.49 à 739.02 points. **Chez les hôtels, restaurants et cafés l'inflation a atteint 0,07% en juin ce qui porte le taux annuel à 2,51 %.** Le prochain déclenchement de l'échelle mobile des salaires n'est pas prévu avant l'année 2010.

Cap sur l'Alto Adige



L'Alto Adige (ou Südtirol) est une région au nord de l'Italie, réputée pour ses paysages alpins qui attirent de nombreux touristes et pour son vignoble. Afin de faire découvrir ses vins exceptionnels, la société Vinissimo a récemment organisé une dégustation de vins venant de la maison Alois Lageder autour d'un repas au Restaurant Lagura à Luxembourg-Limpertsberg.

Comme nous a expliqué Alexandre Proudhon, sommelier – conseil de la société Vinissimo, les cépages sont à la fois typiques de la région (Pinot grigio,

Lagrein, Gewurztraminer) et international (Chardonnay, Merlot).

Globalement on peut décrire les vins comme fins et élégants. Ils se marient donc parfaitement en haute gastronomie. Le Restaurant Lagura qui propose une cuisine italienne, française et asiatique a pu laisser libre cours à son chef Flavien Valere qui a réalisé un menu composé entre autres de langoustines au coulis de poire épicé, de raviolis au speck ou encore d'un filet mignon avec girolles et flan d'ail. Le dessert était un millefeuille à la fraise, servi avec un Rosenmuskateller, qui est un muscat rosé liquoreux.

www.vinissimo.lu, www.lagura.lu

Tour Explorer Luxembourg



Tour Explorer Luxembourg 3D ist in Zusammenarbeit mit der „Administration du Cadastre et de la Topographie“ entstanden. Neben einer dynamischen 3D-Darstellung liegen alle Karten auch in 2D vor - jeweils blattschnittfrei. Diese DVD-Reihe bietet völlig neue Funktionen für die Planung Ihrer Freizeitaktivitäten. Die Software

verbindet Routenplanung mit hochwertigem Kartenmaterial. Alle Touren lassen sich auf einfache Weise auf GPS-Geräte übertragen und direkt für die Outdoor-Navigation nutzen. Zusätzliche Werkzeuge helfen Ihnen bei der Bearbeitung und Verwaltung Ihrer eigenen Touren. Die interaktive 3D-Ansicht mit Luftbildern und eine große Auswahl von Tourenvorschlägen runden den Tour Explorer Luxembourg ab.

Erhältlich zum Preis von 39,90 € in den Internetshops der Firma MagicMaps (www.magicmaps.de) und des „Office National du Tourisme“ (www.visitluxembourg.lu).

ZORN
GmbH

Votre
vision
est
notre
exigence



PRO CONCEPT CREATEURS D'ESPACES



24A, Dicksstroos
L- 5451 Stadtbredimus

Tél.: 26 66 01 07
Fax: 26 66 06 84

www.zorn.de
E- Mail: info@pro-concept.lu



présente le

cocktail du mois

« Basilito »

Ingrédients :

- 40 g de concombres coupés en dés
- 10 feuilles de basilic frais
- 1 cl de jus de citron vert
- 1 c.à c. de sucre de canne en poudre
- 3 cl de rhum havanais blanc
- Ginger Ale pour compléter



Piler le concombre avec le basilic, le sucre et le jus de citron. Ajouter la glace et le rhum. Mélanger et compléter avec le Ginger Ale (Canada Dry, Schweppes...). Décorer avec une cerise qui donne une touche colorée au cocktail.

A la base du « Basilito », Noelle Koeger qui travaille au Piano Bar de l'hôtel Le

Royal à Luxembourg, s'est inspirée d'un cocktail présenté à un concours à l'école hôtelière d'Illkirch (Strasbourg). La recette a par la suite été « travaillée » pour arriver à une boisson estivale où le concombre qui devrait surprendre plus d'un dégustateur procure une sensation bien fraîche. A boire en été.



Noelle Koeger

Des barmen en herbe !

Dans le cadre d'un projet pédagogique ayant pour thème « l'alimentation », Madame Bentz, enseignante au Lycée Classique de Diekirch a choisi de faire travailler ses élèves sur une création de cocktail sans alcool. Onze élèves se sont inscrits à cet atelier avec pour but final l'organisation d'un concours primant la meilleure réalisation.

Soutenus dans ce projet par l'Association Luxembourgeoise des Barmen, les candidats ont pu découvrir l'art de la création au cours de deux séances de travail intensif dispensées par des barmen professionnels. Seulement huit élèves se présentèrent pour réaliser le cocktail de leur création, cocktails qui furent plus ou moins modifiés afin de pouvoir être dégustés par des professeurs du Lycée.

Le choix fut difficile, tant les cocktails étaient différents, mais tous étaient réussis, finalement 5 furent retenus pour disputer la « grande finale ».

C'est au cours de la « Soirée Talenta 2009 » à la salle des fêtes du Lycée Classique de Diekirch le 6 juillet à partir de 18h00, que le meilleur des 5 finalistes était déclaré vainqueur.

10^e anniversaire du Musée de la bière



Le 23 mai 1999, la phase initiale du premier musée national d'art brassicole fut inaugurée dans les anciennes écuries du Château de Wiltz, sous forme d'une scène de bistrot à l'ancienne, d'ambiance fin du XIX^e siècle.



Il ne s'agissait nullement d'une réplique fidèle d'un café

ayant réellement existé dans un village reculé du Grand-Duché, mais d'un lieu quelque peu idéalisé voué à l'art brassicole dans sa plus noble signification du terme.

Depuis l'offre du musée s'est étoffée avec notamment l'exposition permanente dénommée: « 6000 ans de tradition brassicole : un voyage gustatif à travers le temps » inaugurée en 2001 ou encore les séminaires à la micro-brasserie didactique et expérimentale où les participants peuvent brasser une bière (50 litres) à leur goût.

Plus d'infos au syndicat d'initiative de Wiltz (tél. : 957444) ou sur Internet www.touristinfowiltz.lu et www.gambrinus.lu



Les Clefs d'Or de 40 pays se sont rencontrées

Les concierges d'hôtels de Luxembourg, membres de l'Union internationale des Clefs d'Or, ont eu le plaisir d'organiser une réunion pour 7 présidents nationaux venant des 40 pays membres à travers le monde.

Rappelons que cette organisation fut fondée en 1952 à Cannes avec pour but premier de regrouper en amicale les concierges d'hôtels dont la profession reste trop méconnue par le grand public. On compte maintenant 3.400 membres dans 40 pays. Le Luxembourg compte 10 membres qui sont sous la présidence de Simon Delcominette, chef concierge à l'hôtel « Le ROYAL ».

Cette année, la section luxembourgeoise fête ses 20 ans d'existence et c'est dans la joie et la bonne humeur (l'une des qualités principales d'un concierge avec celle de la discrétion) que les membres luxembourgeois se sont regroupés dans les salons de l'hôtel « Le Royal » pour un magnifique dîner de gala le samedi 27 juin 2009.

Pour cet évènement, Simon Delcominette en a profité pour inviter une dizaine de collègues des pays voisins. On a pu rencontrer des Suisses, des Belges, des Français, des Irlandais, des Anglais et des Hollandais qui, le temps d'un week-end sont venus visiter le cœur vert de l'Europe pour ensuite rentrer chez eux en ambassadeur de choix de notre ville auprès de leur clientèle désireuse de trouver une destination agréable!

Lors de divers discours, les responsables ont profité pour remercier les hôteliers, les restaurateurs, certains commerçants, le LCTO et le bourgmestre sans lesquels ce week-end n'aurait pas été possible.



Restaurant Parmentier, Junglinster



www.knaf-buchler.lu

ETABLISSEMENTS KNAF-BUCHLER

3, RUE DES ECOLES
L-6315 BEAUFORT
Tél.: 83 60 26
Fax: 86 90 59

Spanische Reisejournalisten erkundeten Luxemburg!



Auf Einladung des „Office National du Tourisme“, der Luxair, sowie der Hotels Melia (Luxemburg) und Parc Plaza (Goeres Group), haben kürzlich sechs spanische Reisejournalisten das Reiseziel Luxemburg erkundet, um anschließend in ihren Medien davon zu berichten. Die Pressereise führte zunächst zum „Luxem-

bourg City Tourist Office“, wo den Gästen die Stadt Luxemburg im Detail vorgestellt wurde. Auch in der Region Müllerthal, Kleine Luxemburger Schweiz, wurden die Journalisten in spanischer Sprache vom Leiter des regionalen Verkehrsamtes, José Virginio (1.v.r.), begrüßt. Anlässlich des 150. Jubiläums der Eisenbahn in Luxemburg lud ONT-Pressesprecher Jean-Claude Conter (2.v.r.) zu einem Ausflug mit der Bahn nach Clervaux und Kautenbach ein. An der Mosel führte Marc Gales in der Kellerei Saint-Martin in die Besonderheiten der Luxemburger Weine und Crémants ein. Den krönenden Abschluss der Pressereise bildete das Feuerwerk am Vorabend des Luxemburger Nationalfeiertages. Während der gesamten Reise wurde die Gruppe im Auftrag der Luxemburger Botschaft von Frau Nieves Vilar von der belgisch-luxemburgischen Handelskammer aus Madrid (4.v.r.) betreut.

Gruß der ehemaligen Rosenstadt Luxemburg an die Insel Mainau



Anlässlich des 100. Geburtstages des Grafen Lennart Bernadotte, der 1951 durch die Großherzogin Charlotte in den Luxemburger Adelsstand erhoben wurde, präsentierte sich kürzlich die ehemalige Rosenstadt Luxemburg auf der Insel Mainau. Während zwei Tagen informierte das Luxembourg City Tourist

Office (LCTO) über das touristisch-kulturelle Angebot der Hauptstadt des ehemaligen „pays des roses“. Die Insel Mainau ist mit jährlich 1,2 Millionen Besuchern die größte Attraktion in der Bodensee-Region. Die Luxemburger Rosen waren einst der Exportartikel Nummer 1 des kleinen Großherzogtums, die Stadt Luxemburg, eine Hochburg der Rosenzüchtung.

Höhepunkt der Luxemburg-Präsentation war die Überreichung der wohl ältesten in Luxemburg gezüchteten Rose „Tour de Malakoff“ an die Gräfin Bettina, die die Rose persönlich im Palmenhaus der Insel in Empfang nahm.

Foires touristiques et salons professionnels 2010

Communiqué du Ministère du Tourisme

Les pré-inscriptions sont ouvertes

Tout récemment, nous venons de faire le bilan de notre présence aux foires et salons de cette année. Globalement, les partenaires qui se sont présentés avec nous lors d'une dizaine de foires ou salons ont été très satisfaits de leur participation.

Déjà, les premières pré-inscriptions...

Si la saison 2010 semble encore loin, les premières demandes de (pré-) inscription nous parviennent de la part des grands salons touristiques.

Dans un souci de nous assurer les meilleurs emplacements aux foires et salons auxquels nous sommes susceptibles de participer, nous devons connaître à temps vos intentions de participation, tout en tenant compte des ressources financières qui seront mises à notre disposition pour l'exercice budgétaire 2010.

Afin d'établir un calendrier provisoire des foires et salons pour 2010, nous demandons à tous les intéressés de nous renvoyer les deux formulaires « foires grand-public » et « salons professionnels » disponibles en ligne sous www.mdt.public.lu (rubrique : « à la une »). Vous pouvez retourner les bulletins de participation téléchargés par voie électronique à claud.halsdorf@cmt.etat.lu pour le 14 août 2009 au plus tard.

Pourquoi participer ?

Si tous s'accordent à dire que, lors d'un salon ou d'une foire, il importe de représenter d'abord la destination avant d'exposer les atouts d'un établissement en particulier, tout partenaire qui nous accompagne bénéficiera d'une forte visibilité sur un stand « Destination Luxembourg ». Cette présence est soulignée par un stand à forte identité visuelle, reconnaissable, donnant une image de marque à la présence du Grand-Duché de Luxembourg dans le paysage touristique international et dont la prolongation visuelle se fait au travers d'une gamme de brochures reprenant la même « corporate identity ».

Les frais par exposant participant à une foire touristique ou un salon professionnel s'élèvent à 1.200.- € / HTVA. En échange, tout exposant bénéficie, notamment, des prestations suivantes :

Mise à disposition d'un comptoir-espace de travail:

avec espace de rangement, présentoir pour brochures, écran plat TFT 19" et lecteur DVD, lettrage adhésif personnalisé avec le logo original de l'exposant.

Mise à disposition des parties communes :

un emplacement éclairé & nettoyé; mise à disposition de tables et chaises pour vos réunions et rendez-vous professionnels; mise à disposition d'un local de stockage/cuisine (eau, café à disposition)

Les autres prestations :

Transport aller/retour du matériel de prospection au départ de l'entrepôt de l'ONT
Réalisation d'un DVD personnalisé par exposant (sur base du matériel visuel mis à disposition par l'exposant).

Pour tout renseignement supplémentaire, veuillez vous adresser à M. Claude Halsdorf (tél. : 2478-4755 ou claud.halsdorf@cmt.etat.lu) ou à Mlle Liz Moris (tél. : 42 82 82 35 ou liz.moris@ont.lu).

Grande fête à Rosport

Depuis 50 ans, Rosport, l'eau minérale gazeuse préférée au Grand-Duché pétille dans les bouteilles vertes pour le plaisir des petits et des grands. Quelques dizaines de millions de bouteilles plus tard, Rosport est plus que jamais l'eau minérale naturellement gazeuse de référence... et compte bien le rester!

Bien que le célèbre géologue Michel Lucius ait trouvé la source carbo-gazeuse à Rosport dès 1955, il fallut attendre 1959 pour que la toute première bouteille d'eau minérale naturellement gazeuse de Rosport soit soutirée. Tout au long de son histoire, l'eau de Rosport a su séduire des milliers de consommateurs tant résidents que frontaliers ou touristes, par son goût unique, sa composition en sels minéraux riche et équilibrée et sa teneur en gaz carbonique qui procure un effet rafraîchissant incomparable. Et même si cette teneur en gaz carbonique a diminué au fil des années, les fidèles parmi les fidèles ne jurent que par l'original, la Rosport en bouteille verte version « Gutt spruddeleg ».

Pour fêter dignement cet anniversaire, l'équipe dirigeante de Sources Rosport avait organisé une fête populaire haute en couleur.

De nombreuses familles s'étaient retrouvées sur les rives de la Sûre pour fêter les 50 ans des Sources.

Signalons aussi dans ce contexte que Sources Rosport vient également de lancer sur le marché de l'Horeca et de la grande distribution, une série spéciale pour toute la gamme Rosport qui ravira certainement les collectionneurs en tout genre car cette édition est strictement limitée à l'année anniversaire.



Course de garçons à la place d'Armes



Dans le cadre des festivités organisées pour célébrer ses 50 ans, Sources Rosport a organisé ce mois-ci une course de garçons de café et de serveuses dans la ville de Luxembourg.

Réservée exclusivement aux professionnels de l'Horeca, la course consistait à parcourir un itinéraire en portant d'une seule main un plateau chargé de deux bouteilles d'eau PET 50 cl et deux gobelets remplis d'eau. Pour compliquer la difficulté, il était interdit de porter le plateau à deux mains ou de tenir avec la main libre un ou plusieurs objets du plateau. Le but était d'arriver le premier sachant que pour chaque centilitre de liquide renversé, des secondes étaient ajoutées au temps de la course! Quatre catégories avaient été mises en place. Dans celle des moins de 35 ans, Sébastien Cazenave a gagné chez les hommes et Silva Firmino chez les femmes. Chez les plus de 35 ans Henrique Valent Guimaraey du Restaurant Porta Nova a remporté le titre masculin et Maria Da Conceição Martins le titre féminin.

Nestor



**RESTAURANT & HOTEL
MANAGEMENT SYSTEM**

Vous désirez plus d'informations ?
Contactez-nous pour une présentation,
sans aucun engagement de votre part !

plus de
100
installations
Service
7/7 jours

Proteuss SA

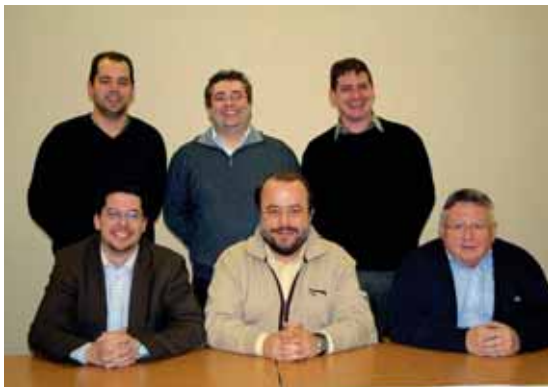
5, rue de la gare · L-9707 Clervaux
Tél.: ++352 26 91 33 77 · Fax: ++352 26 91 33 78
E-Mail: proteuss@pt.lu



Distinctions honorifiques 2009

La Chambre de Commerce à récemment été le cadre de la remise de médailles honorifiques dans notre secteur. Parmi les lauréats Monsieur François Koepp, membre du comité de l'Horesca, Monsieur Pierre Kremp, membre du comité consultant Horesca et de la Commission des examens ont reçu la médaille de vermeil de l'Ordre de la Couronne de Chêne.

Zum höheren Ruhme des Bieres



Die Gambrinus-Bruderschaft Luxemburg hielt ihre Jahreshauptversammlung. Einen Einblick in die Zukunft der Gambrinus-Bruderschaft gewährte Präsident Claude Lorang anlässlich der Begrüßung zur 23. Generalversammlung in Bartringen. Zwei Hauptpunkte waren

dabei der Startschuss für die Vorbereitungen der kommenden Feierlichkeiten, wozu das 10-jährige Jubiläum des Nationalen Braukunst-Museums auf Schloss Wiltz, das 20-jährige Bestehen des zünftigen Vereinslokals im früheren Brauereivorort Stadtgrund, dem „Gambrinus-Keller“, sowie das baldige 25-jährige Bestehen, der Bruderschaft gehören.

Weiterhin wurde Sabino Anelli als neuer Mitbruder aufgenommen und Adrien Vilvens für geleistete Dienste zum Ehrensekretär auf Lebzeiten ernannt.

Der Vorstand besteht aus Präsident Claude Lorang, dem Vizepräsidenten Jacques Schröder, dem Sekretär Joa Baum, dem Schatzmeister John Reis sowie den Mitgliedern Laurent Haas, Jean-Claude Kowalsky, Mike Sergonne und Kristof Della Siega.

Neue Auflage der Broschüre „Sport und Wellness“ und „Kleinod der Kultur“



Kürzlich hat das Office National du Tourisme eine neue Auflage der Broschüre „Sport und Wellness“ in deutscher und englischer Sprache herausgegeben. Gänzlich überarbeitet, legt die Broschüre einen großen Wert auf die praktischen Informationen und ermög-

licht, dank einer reichhaltigen Bebilderung, eine schnelle und einfache Auskunft über die verschiedenen sportlichen Aktivitäten des Landes. Darüber hinaus gibt die Broschüre Aufschluss über die Adressen der einzelnen sportlichen Infrastrukturen, Sportclubs, Vermietung von Fahrrädern und Kayaks, Hotels und Campings mit Schwimmbädern und privaten Fischereien, das Pauschalangebot „Wandern ohne Gepäck“, etc.

Die Broschüre „Kleinod der Kultur“ wurde auch in einer neuen Auflage herausgegeben. Diese 68 Seiten umfassende Broschüre richtet sich an alle Kulturbegeisterte und Geschichtsinteressierte des Großherzogtums Luxemburg.

Beide Broschüren sind im Büro des ONT im hauptstädtischen Bahnhof erhältlich. Das Empfangsbüro ist täglich von 9:30 – 12:30 Uhr und von 13:45 – 18:00 Uhr geöffnet.

Tel: 42 82 82 20, Fax: 42 82 82 30, www.visitluxembourg.lu.

Domaine thermal récompensé



Le Domaine Thermal de Mondorf vient d'être récompensé pour l'engagement dont il a fait preuve en termes de protection concrète de l'environnement en recevant le label de qualité de la SuperDrecksKëscht® fir Betriber.

Un schéma de prévention et de gestion écologique des déchets au Domaine Thermal a été mis au point avec le conseiller de la SuperDrecksKëscht® fir Betriber, une action commune du ministère de l'Environnement et de la Chambre des Métiers. Il a tout d'abord fallu mettre en place l'infrastructure nécessaire et informer et instruire les salariés. Après une période d'attente de 2 ans, le contrôle en vue de l'octroi du label de qualité a pu avoir lieu.

Titulaire du label de qualité, le Domaine Thermal de Mondorf s'est engagé à se soumettre chaque année au contrôle et à continuer à placer la prévention et la réduction des déchets au centre de la gestion des déchets de l'entreprise.



Zehn Jahre

Kürzlich hatte die Familie Van Der Aar - Streumer, die sich schon seit mehr als 39 Jahren um das Wohlbefinden ihrer Gäste bemüht, ihre Mitarbeiter zu einer sympathischen Feier in ihrem Hôtel de la Sûre in Esch Sauer eingeladen. Vor genau 10 Jahren fing Christian Jadot, aus Belgien kommend, in diesem Haus seine Lehre an.

Genau wie sein Chef Ronald Streumer, liebt Christian Jadot es, Speisen auf verschiedenste Arten zuzubereiten, wobei Produkte aus dem Naturpark „Oewersauer-vum Séi“ eine große Rolle spielen. Und seit Anfang dieses Jahres fegt mit Christian Jadot ein Wind mit neuen Ideen durch die Küche des Restaurants Godefroy, wovon sich jetzt zur Sommerzeit die Kunden mit den Pfannenspezialitäten überzeugen können.

Ob im Restaurant oder auf der Burgterrasse im Freien bietet das Gourmet- haus alle 3 Wochen themenwechselnd und saisonbedingt ein 4-Gang-Menü an, von dem 2,50 Euro dem Televie zugute kommen. Auf diese Art können die Gäste die Forschung gegen Krebs und Leukemie mit unterstützen.

Im Saal und Hotel bleibt Bianca Streumer weiterhin verantwortlich. Seit Juni wird die ehemalige Diekircher Hotel- schülerin von der fertiggelernten Nancy Nassar und Frau Delma Do Santos unterstützt.

Weitere Info unter
www.hotel-de-la-sure.lu
und Tel : 83 91 10

Remise des certificats de réussite des formations accélérées pour la création d'entreprise

L'Institut de Formation de la Chambre de Commerce (IFCC) a organisé le mercredi 9 juillet 2009 sa cérémonie officielle de remise des certificats de réussite de ses cours du domaine de formation « création d'entreprise ». Il s'agit des certificats de réussite relatifs aux cours de formation accélérée pour cafetiers, pour futurs commerçants, pour transporteurs de marchandises et de voyageurs par route ainsi que les professions de l'immobilier.

264 lauréats ont reçu des mains de Paul Emering, chargé de direction de l'IFCC et d'Elodie Hofmann, du ministère des Classes moyennes, du Tourisme et du Logement, un certificat délivré sous autorité ministérielle.

Lors des dernières sessions, 47 personnes ont réussi aux cours pour cafetiers, 45 personnes aux cours pour transporteurs, 137 aux cours pour commerçants dont 35 lauréats pour les professions de l'immobilier.

Pour de plus amples renseignements, prière de bien vouloir contacter l'Institut de Formation de la Chambre de Commerce, Tél. : 42 39 39 220 ; e-mail : info@ifcc.lu



Liste des lauréats du cours de formation accélérée pour exploitants de débit de boissons alcooliques et non-alcooliques (Cycle I/2009)

ALVES PERES Emma	GRAFF Viviane	OSPITAL Candice
ARENT Paul	GROU Georges	REICHEL François
BEGA-PETERS Sylvie	HILGER Nathalie	RIBEIRO Daniel
BOERGER Nancy	JACOBY Michel	RIPPINGER Christophe
BONFIGLIOLI Lucie	JUNCKEL Cédric	ROCHA LOPES Benny
BRAGHIN Gaby	KARANOVIC-SOPIC Biserka	SCHINTGEN Raymond
CABEZAS Sandra	KUETE ABOUH Claire	SCHINTGEN-FEYDER Colette
CARDOSO Maria Margarida	KUIJPERS-FISCH Jacqueline	SCHMITT Fabrice
CLASEN Mireille	LIPPERT Mariette	SEURIN Dominique
CORDEIRO LEAL Rui Miguel	LUEDERS Friedrich	SITA Robert
DA SILVA MOREIRA David Manuel	MARIOTTI Myriam	STEHMEIER Jessica
DE JESUS PACHECO Licinio Manuel	MEYLENDER Nico	THOMMES Romain
DE SOUSA MATEUS Maria Clara	MILLIM Sandra	VROLIJK Johan
ERDEM Ahmet	MILLUZZO Isabelle	YILMAZ Recep
FABER Gilles	NARDON Mônica	ZAFRA Marc
GALASSI David	NUNES BASTOS Luis Renato	

Nouveaux réceptionnistes pour l'hôtellerie



Suite à une convention conclue entre le ministère du Travail, le ministère de l'Education nationale et l'HOESCA, une nouvelle édition de la formation pour réceptionnistes en hôtellerie a eu lieu au cours des dernières semaines et les certificats ont été remis dans les locaux du CNFPC d'Esch-sur-Alzette ce 26 juin.

Issus pour une grande partie du secteur tertiaire, les demandeurs d'emploi ont eu l'occasion de réorienter leur carrière professionnelle vers les métiers du tourisme. Cette formation d'une durée d'environ deux mois se veut très concrète et pratique.

L'accueil des hôtes, la prise en charge des clients difficiles, l'accueil téléphonique, le traitement informatique des données sur Fidelio, le travail en équipe et la préparation au stage sont parmi d'autres les aspects traités lors des cours. La formation technique est assurée avec la collaboration du Lycée technique hôtelier « Alexis Heck » de Diekirch. Les inscrits apprennent à connaître les atouts touristiques de notre pays, à se familiariser aux différents moyens de paiement modernes et à se faire une idée sur les débouchés et les perspectives dans ce secteur. Une visite en entreprise clôture la partie théorique.

Ensuite, les participants effectuent un stage pratique de quelques semaines en entreprise. Par ce moyen, ils peuvent se rendre compte des différentes facettes que comporte ce métier au quotidien. En leur enseignant un peu de leur savoir-faire, les hôteliers ont aussi la possibilité

d' étoffer leurs effectifs par du personnel motivé. Un contrat d'embauche est généralement la suite logique, notamment par un deuxième stage, dit contrat d'initiation à l'emploi ou stage de réinsertion, comme le prévoit le plan d'action national en faveur de l'emploi sur une période de douze mois.

La remise des certificats a eu lieu en présence d'Armand Fisch du CNFPC, Claude Reimen de l'Administration de l'emploi, Patrick Wagner du Lycée technique hôtelier de Diekirch et Dave Giannandrea de l'HOESCA

Les lauréats sont :

ASGEIRSSON IRIS
EL HASSAN ATOUAL
DE JESUS MONTEIRO NOEMIA
ESHETU MULUKEN
DA SILVA TAVARES LUIS PEDRO
SOARE FLAVIA
TOLLE MATHIAS
WARA MIKI MAGNUS
PLEIMLING NICOLE
CIEZARKIEWICZ EDYTA
JUNIO CLAUDINE

Les hôteliers intéressés par l'accueil d'un stagiaire ou désirant connaître leurs avantages dans le cadre du contrat d'initiation à l'emploi respectivement stage de réinsertion peuvent se renseigner auprès de l'ADEM (Reimen Claude tél. : 247-85419) ou auprès de l'HOESCA (tél. : 42 13 551) qui propose aussi une bourse d'emploi sur www.horesca.lu

impresum



n° 298

24^e année

Prix de vente: 3 €

Abonnement annuel: 30 €

Publication mensuelle
éditée sous la responsabilité de Horesca, distribuée à tous les hôteliers, cafetiers et restaurateurs, aux médecins, coiffeurs, Communautés européennes, Institutions nationales et internationales

Rédaction:

Horesca, B.P. 2524
L-1025 Luxembourg
Tél.: 42 13 55-1
Fax: 42 13 55-299
e-mail: info@horesca.lu
www.horesca.lu

Rédacteur en chef:

Dave Giannandrea

Direction de la publication:

Jean J. Schintgen
Secrétaire général de l'Horesca
Tél.: 42 13 55-1

Publicité:

saint-paul luxembourg s.a.
éditions commerciales
L-2988 Luxembourg
Tél.: 4993-9002 / 9507
Fax: 4993-9534
publishing@saint-paul.lu

Conception et mise en page:

Editions Publishing,
saint-paul luxembourg s.a.

Impression:

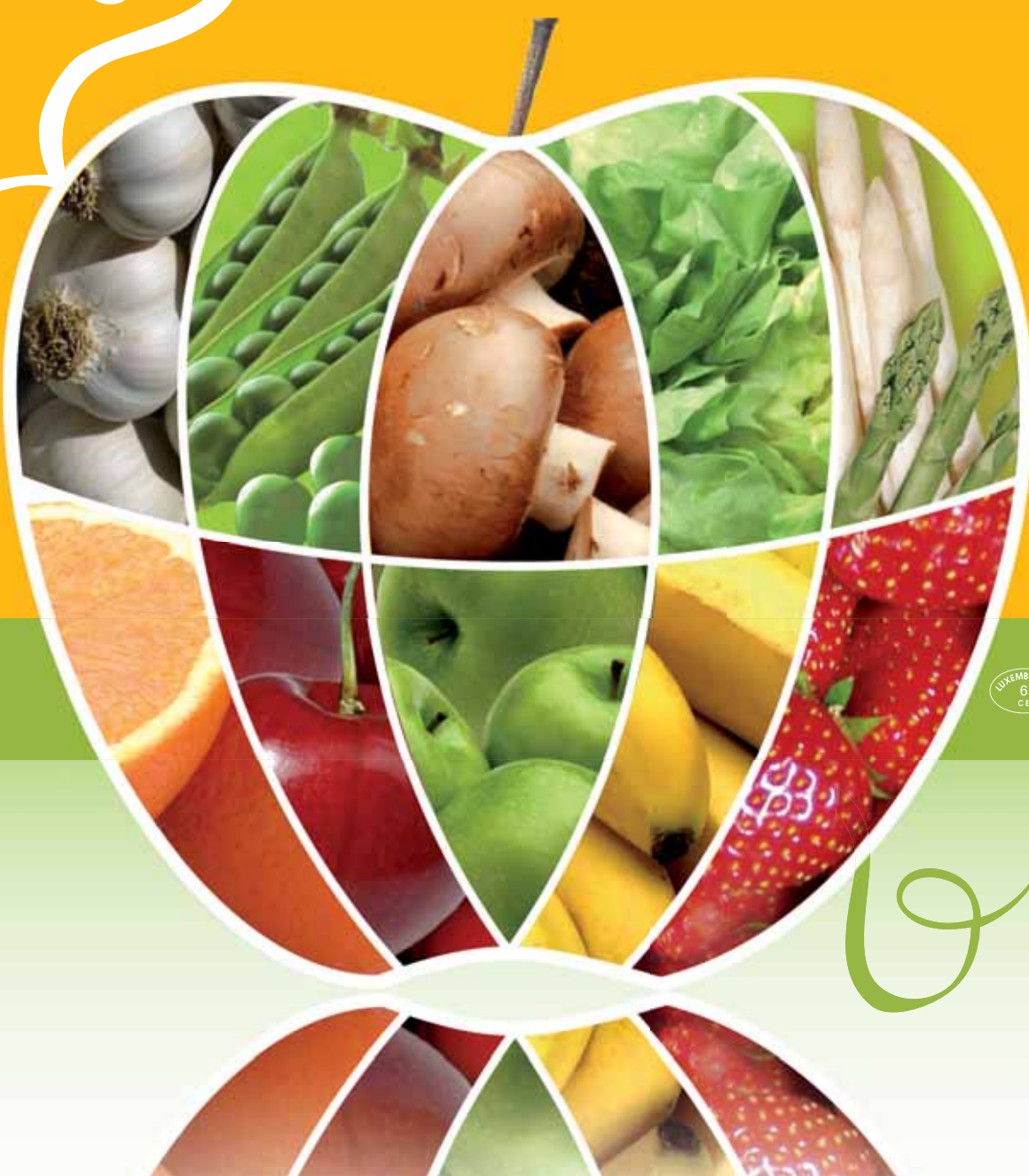
saint-paul luxembourg s.a.

Tirage:

6.000/mois

LA PROVENCALE

VOTRE GARANT DE QUALITÉ



www.provencale.lu

Parce que je mérite un banquier qui me comprend !



BUSINESS



Se prendre le temps de vous écouter, analyser et comprendre vos besoins, anticiper les tendances du marché et agir rapidement avec des solutions pertinentes et efficaces, telle est la vocation de nos conseillers PME. Le développement de produits avantageux en est un atout supplémentaire: les formules **ZEBRA BUSINESS** et **ZEBRA BUSINESS plus** vous proposent tous les services autour de votre compte courant professionnel. Cette offre business "tout compris" inclut tous les services à réelle valeur ajoutée, dont le leasing, pour un rapport qualité/prix exceptionnel. N'hésitez plus et renseignez-vous dès aujourd'hui dans une de nos agences ou sous www.zebra.lu.



SPUERKEESS

Äert Liewen. Är Bank.

Banque et Caisse d'Epargne de l'Etat, Luxembourg, établissement public autonome, 1, Place de Metz, L-2954 Luxembourg, R.C.S. Luxembourg B 30775, www.bcee.lu.