

LUXEMBOURG

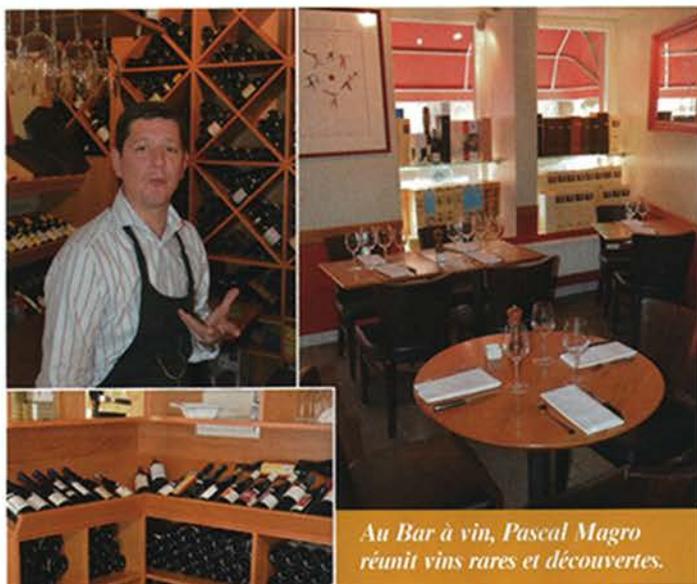
Trois bars à vin où déguster sans a priori

Dans le grand-duché, l'industrie hôtelière et la restauration restent l'apanage des Français. Pour survivre dans ce micro-État, deux règles d'or s'imposent: faire preuve d'un professionnalisme à toute épreuve et surtout d'imagination.

Le Luxembourg est la cinquième place financière européenne. Cent cinquante banques y sont installées et près de la moitié de son produit intérieur brut (PIB) est générée par ce secteur. La population de ce mouchoir de poche (pas plus grand que l'île de la Réunion) ne dépasse pas 550 000 habitants et celle de la capitale, Luxembourg, avoisine 100 000 personnes. Dans le centre historique, perché sur un rocher juché sur les casemates d'anciennes fortifications, les rues s'ordonnent autour de l'ancienne place d'armes. Luxembourg possède le charme et la tranquillité d'une ville de province. Bien sûr, la ville s'est étendue au-delà, mais c'est dans ces quartiers aux maisons anciennes contournées par des ruelles pavées que nous avons décidé de partir à la découverte de trois bars à vin, parce que c'est là que les gens aiment sortir.

Dégustations privées

Pascal Magro tient le Bar à vin, tout près de la place du Théâtre. Quelques tables et chaises, un comptoir de bar et ses verres, des rayonnages, une barrique, des cartons empilés,



Au Bar à vin, Pascal Magro réunit vins rares et découvertes.

c'est tout. Pas plus de trente mètres carrés, mais en plein centre-ville. « Nous avons une très belle clientèle, assure Pascal Magro, constituée de banquiers, d'avocats, de juristes des fiduciaires... À midi, nous faisons une quinzaine de couverts. L'addition peut s'avérer assez conséquente. Trois amis peuvent s'offrir un chassagne-montrachet à 800 euros... »

Luxembourg est une ville de hauts revenus, mais la médaille a son revers. « Les loyers sont très chers. Les prix flambent. Une vingtaine de magasins dans le centre historique viennent de fermer, détaille le propriétaire, dont une très belle

vinothèque tenue par un Argentin et spécialisée dans les vins du sud andin, de même que le caviste Vinilux & More. On ne peut pas simplement attendre que les gens entrent et achètent une bouteille. Il faut savoir gagner la confiance de ses clients. »

Le Bar à vin, ouvert il y a cinq ans, est le premier du genre à Luxembourg. « Je travaille les vins français car je suis Français: il faut savoir de quoi on parle, connaître ses vins, expliquer les parcelles, etc. et pas seulement laisser entendre que c'est bon parce que c'est cher. Faire part aussi de ses découvertes », conseille Pascal

Magro, qui, chaque premier jeudi du mois, invite les vignerons à venir parler de leur vin autour de fromages et de charcuteries.

Mais le secret de Pascal Magro, c'est la privatisation de son établissement, qui permet de réunir vingt ou trente personnes dans l'ambiance d'un club de dégustation. Pour lui, parler du vin, c'est surtout se montrer capable de raconter une histoire: « Les gens attendent un petit plus qu'ils transmettront, à leur tour, à leurs invités ou à leurs amis ». Dénicheur de raretés, il propose des offres mensuelles et constitue des lots de six bouteilles très rares, dont le prix varie de 70 à 900 euros, constitués de vins introuvables. Encore une question de confiance. « Les producteurs de ces grands domaines acceptent de me vendre leurs vins, car ils savent que la bouteille va être ouverte ici et que je ne vais pas la mettre sur Ebay! De même, je vends la bouteille de la tâche à 1 000 € si c'est à consommer sur place, mais ce sera 2 000 € si c'est à emporter... »

Côté restauration – succincte mais jugée indispensable – elle est affichée sur un tableau tandis que les vins du jour apparaissent sur de petites ardoises dressées sur les tables.

