



## Rouge-blanc-bleu à Pilsen 🇨🇪

Le 16 mai 2024, le musée brassicole de Pilsen a brillé aux couleurs luxembourgeoises. L'ambassade du Grand-Duché de Luxembourg pour la République tchèque, la Bulgarie, l'Estonie et l'Ukraine a organisé une exposition mettant en avant les relations entre le Luxembourg et la Tchéquie. Placée sous le haut patronage de l'ambassadeur Son Excellence Ronald Dofing, un grand nombre de politiciens et intéressés s'étaient déplacés au dit musée pour l'inauguration de cette exposition.

### Les sujets de l'exposition

Un thème majeur a été la libération par les Américains à la fin de la Deuxième Guerre mondiale. Tout comme Luxembourg-Ville, la ville de Pilsen a été libérée par les troupes de la Troisième Armée du général Patton. Deux musées en Europe préservent la mémoire de ce général célèbre : le Patton Memorial de Pilsen et le General Patton Memorial Museum d'Ettelbruck.

D'autres sujets abordés ont été les relations diplomatiques plus que centenaires entre les deux pays, les relations commerciales ou encore les compétitions sportives dans différentes disciplines.

Après la chute du rideau de fer, les relations entre les deux pays ont été redynamisées par un nouveau vent de fraîcheur, comme en témoignent les nombreuses visites officielles et moins officielles de représentants des deux pays.

Mais que serait Pilsen sans sa fameuse bière ? Le domaine brassicole a évidemment été dominant à travers toute

## Sommaire

Rouge-blanc-bleu à Pilsen	1
L'Histoire derrière l'objet	5
« Les Bofferding » - un récit entre défaillances, présomptions et vengeance	6
Un nouveau hangar pour le 20 <sup>e</sup> anniversaire	9
En bref	9
La bourse ou la bière ! (suite)	10
Dons & impressum	10



Photo : Pilsen Brewery Museum / Jan Ružička

cette exposition. Plusieurs pièces provenant des archives du Musée de la Brasserie Pilsner Urquell et du Musée brassicole des deux Luxembourg ont aidé à visualiser les nombreux liens entre ces deux pays.

### La conférence

J'ai été invité par l'Ambassade à donner une conférence au sujet des relations entre les deux pays dans le domaine brassicole. Intitulée « From the taproom to the courtroom – bohemian beer in Luxembourg » (Du bistrot à la cour de justice – les bières bohémiennes au Luxembourg), ce titre

a rendu curieux plus d'un. Le mot « bohémien » a été choisi volontairement, *primo* pour définir la région tchèque qui a exporté ses bières au Luxembourg, *secundo* pour regrouper les périodes de l'empire austro-hongrois et de la République tchèque en un seul nom.

Le mot de bienvenue a été prononcé par Monsieur Rudolf Šlehofer, le directeur du musée de la Brasserie Pilsner Urquell. Il a ensuite donné la parole à Monsieur Max Gerten, Deputy Head of Mission auprès de l'ambassade. C'est sous sa responsabilité que cette exposition a vu le jour et elle a été minutieusement orchestrée par Madame Alena Velišková, assistante personnelle de l'ambassadeur.

La conférence commençait avec une brève rétrospective sur le Luxembourg à travers les différents siècles. Elle a été suivie par une explication du cadre légal luxembourgeoise du 19<sup>e</sup> siècle, afin de mieux comprendre l'évolution industrielle ultérieure.

Les importations et exportations luxembourgeoises pendant la période du Zollverein ont démontré les différentes



Photo : Pilsen Brewery Museum / Jan Ružička

Max Gerten a été la cheville ouvrière dans la mise en place de cette exposition.

Photo : Pilsen Brewery Museum / Jan Ruzicka



La coutume tchèque veut qu'on trinque avant ET après la conférence.  
Ci-dessus : de gauche à droite : Rudolf Šlehofer, Max Gerten et Yves Claude.

Ci-dessous : la bière Battin était de la fête au musée brassicole de Pilsen.

Photo : Pilsen Brewery Museum / Jan Ruzicka



---

*Avec l'argent dépensée par les brasseries de Pilsen pour frais d'avocats lors de procès pour la protection de l'appellation « Bière de Pilsen », on aurait pu dorer des cours entières de toutes les brasseries impliquées.*

---

Jana Domanická, archiviste

influences auxquelles les brasseurs luxembourgeois ont été soumis. C'est grâce au chemin de fer que les bières de différentes brasseries bohémiennes ont trouvé leur chemin vers le Luxembourg.

Ensuite, un procès de justice a été analysé dans lequel une brasserie luxembourgeoise a été la cible de sept brasseries étrangères pour une frauduleuse utilisation des noms « Pilsener Bier » et « Münchener Bier ».

Dans la période d'entre les deux guerres, c'est notamment le cas des brasseries de Clausen et Battin qui ont été éclairées sous différents angles et qui ont fortement intéressé le public.

La période d'après-guerre a été documentée par les activités de Munhoven et de Hentges, l'un figurant en tant qu'importateur exclusif des bières Pilsner Urquell, l'autre en tant qu'importateur exclusif des voitures Skoda.

En résumé, il s'agissait d'une conférence intéressante qui a permis de travailler ensemble avec les archives et le musée de la Brasserie Pilsner Urquell. L'avenir nous montrera si une collaboration plus approfondie entre nos deux maisons est envisageable.

YC ● MD



Photo : Pilsen Brewery Museum / Jan Ruzicka

Lors d'une discussion avec l'archiviste Jana Domanická, nous avons découvert une coïncidence intéressante entre la Brasserie Battin et la *Erste Pilsner Actien-Brauerei* de Pilsen.

Theodor Mocker a travaillé au début du 20<sup>e</sup> siècle en tant que maître-brasseur auprès de cette brasserie à Pilsen. Après le démantèlement de l'empire austro-hongrois et la création de nouveaux pays, la *Erste Pilsner Actien-Brauerei* a changé de nom et de logo. Dorénavant, la brasserie s'appellera *Pilsner Gambrinus*, et un roi aux joues bien gonflées par le plaisir de vivre et trinquant avec un verre à bière sera représenté sur les publicités.

Kurt Mocker, le fils de Theodor Mocker, a suivi des cours à la Brauereischule Pilsen

et est devenu maître-brasseur comme son père. Après avoir travaillé pendant 13 ans dans différentes brasseries, il a atterri à Esch-sur-Alzette où il était en charge de surveiller la construction de la nouvelle brasserie. Après la Deuxième Guerre mondiale, la Brasserie Battin a décidé de laisser tomber définitivement le monogramme entrelacé de Charles Battin et de prendre un logo plus orienté vers le client, à savoir un Gambrinus trinquant avec le client.



Est-ce qu'il s'agit d'une simple coïncidence ou bien Kurt Mocker s'est-il servi du logo de l'entreprise de son père ? En voilà une énigme qu'il faudra encore résoudre. Quoi qu'il en soit, la soirée au musée brassicole de Pilsen s'est terminée autour d'une bonne bière Battin et à la gloire de tous les Gambrinus parmi nous !

## L'Histoire derrière l'objet

Tous les collectionneurs belges ont probablement déjà rencontré le sous-bock « Metziger Adler-Pils ». Certains sont d'avis qu'il a été édité par la Brasserie Haecht. Mais son origine demeure un mystère jusqu'aujourd'hui.

Lors d'une discussion avec notre ami Stéphane Schneider, une théorie a été développée qui nécessite toutefois une confirmation.



L'origine de cette marque pourrait se trouver en Province de Luxembourg, à Messancy pour être exact. La brasserie Claes Xavier Veuve y a été active jusqu'à

la période 1925-1930, pendant laquelle elle portait également le nom de Brasserie de l'Aigle. Après la fermeture définitive de ses portes, la brasserie aurait pu travailler encore comme dépôt de boissons pendant quelques années. Suivant les dires de certains anciens de la région, le fils Claes n'était pas intéressé de continuer à vendre de la bière, mais voulait s'investir dans une vraie brasserie. Il aurait donc quitté son village et rejoint les rangs d'une brasserie, donc probablement la Brasserie Haecht, qui était présente dans la région à travers un dépositaire dans le Arelerland. Suivant ces mêmes personnes, il aurait fait carrière dans cette brasserie et il serait à l'origine du nom « Metziger Adler-Pils ».

Un nom belge à consonance allemande n'a rien d'extraordinaire dans la deuxième moitié du 20<sup>e</sup> siècle. Du début des années 1950 jusqu'à la fin des années 1960, la bière de type Dortmunder était très en vogue en Belgique. Beaucoup de brasseries belges adoptaient ainsi des noms germanophones pour favoriser la vente de leurs bières. Le mot « Adler » signifie aigle, il pourrait ainsi exister un lien entre la Brasserie de l'Aigle et la Pils de l'Aigle. Mais tout cela reste encore relativement flou et ne prouve rien.

C'est plutôt le nom « Metziger » qui nous a mis la puce à l'oreille. Metzigt n'a rien à voir avec les localités « Mertzigt » au Grand-Duché ou « Merzig » en Sarre allemande. Ce nom provient de la dénomination allemande de Messancy, « Miezeg » en luxembourgeois. Il s'agit donc d'un nom utilisé antérieurement à 1839, année à laquelle la partie francophone (plus le Arelerland) du Grand-Duché de Luxembourg a été cédée au Royaume de Belgique.

Comme mentionné, il s'agit d'une piste pour l'instant qu'il faudra explorer davantage. Nous lançons donc un appel à tous les collectionneurs de nous avertir s'ils détiennent plus d'informations au sujet de la « Metziger Adler-Pils ».

YC ● MD



## « Les Bofferding » - un récit entre défaillances, présomptions et vengeance 🇱🇺

En novembre 2023, les Editions Schortgen ont sorti un livre appelé « Les Bofferding – Brasseurs à Bascharage », issu de la plume de Paul Bofferding. L'auteur a été invité le 15 novembre 2023 dans une séance d'interview avec le journaliste Maurice Molitor à la radio 100,7, où il a livré des détails sur sa création.

En discutant à la radio au sujet de son ancien associé Georges M. Lentz, actuellement administrateur de la Brasserie Nationale, Paul Bofferding a déclaré : « *Wann dat esou wäit géif gouen, dann kéint ech och nach zréckschéissen !* » (si on en viendrait à ce point, alors je pourrais encore tirer en retour). Cette phrase a été dite dans un contexte, où Georges M. Lentz viendrait à contester des détails repris dans ce livre.

Interpellé par cette phrase guerrière, je me suis procuré le livre pour un examen approfondi. Disposant d'un savoir solide grâce à plus de 30 ans de recherches dans le domaine brassicole luxembourgeois, j'ai donc entamé la lecture de cette publication.

Peu de temps après la publication, un article d'une page entière a été publié dans le journal « Land » apportant une première analyse de ce livre. Le journaliste décrit le livre comme « *une chronique familiale et comme un règlement de comptes* ». Il détecte également une anomalie dans la conception du livre. Alors que la première partie traitant du volet historique ne donne lieu à aucunes observations, la « *seconde partie des mémoires se lit comme un long (et relativement déstructuré) réquisitoire contre Georges M. Lentz jr.* »

Certaines anomalies m'ont interpellé en cours de lecture et nous efforcerons de rectifier quelques-unes ici.



**P. 15 :** « *plus de 120 000 hl de bière vendus par an* » (avant la Première Guerre mondiale).

Il est invraisemblable que ce chiffre n'ait été atteint par la Brasserie Bofferding à cette époque, car en 1914, la production totale luxembourgeoise a été de 318 475 hl. Or, les plus grandes brasseries (par leur volume de production) ont été la Brasserie de Diekirch S.A., la Brasserie de Luxembourg S.A. et ensuite probablement la Brasserie Henri Funck. En 1906, la Brasserie de Diekirch fabriquait 60 959 hl de bière. Le chiffre énoncé semble donc être largement exagéré. De plus, l'auteur ne cite pas de sources permettant une vérification de ses propos.

**P. 35 :** « *Les nouvelles bouteilles [...] à étiquette émaillée [...] avaient les contenances suivantes : 0,20 l pour l'exportation en Belgique* ».

Nous n'avons encore jamais rencontré ce type de bouteilles. De plus, aucune publicité représentant cette bouteille ou en faisant référence ne nous est connue. Ce type de bouteilles a été utilisé pour la commercialisation de limonades et de jus. Or, la Brasserie Bofferding n'a jamais produit de boisson non alcoolisée.

**P. 39 :** « [...] Dick [...] reprit les parts de ses tantes Anne Peffer-Bofferding et Sophie Bofferding dans la « société Sources Rosport ». »

L'auteur parle sûrement de l'entreprise « Source naturelle carbo-gazeuse Giesbournes-Echternach, Bofferding & Cie s.e.c.s », qui a été transformée en 1959 en « Source Naturelle carbo-gazeuse Rosport, Dick Bofferding & Cie s.a. ». Il continue plus loin avec un descriptif du logo : « Le Logo [...] était et est toujours le cheval de course monté par son Jockey ». Or le site internet officiel des eaux de Rosport nous renseigne que le logo « illustré par un cheval [...] doit son explication aux traversées de la Sûre à dos de cheval à l'époque où le premier pont n'était pas encore construit ». Nous sommes donc très loin du milieu de la haute bourgeoisie qui fréquente les courses aux hippodromes.

**P. 48 :** « Les bouteilles [contenant la bière de Noël] s'ornèrent alors d'un gadget à l'effigie du Père-Noël [...] ».

Il existe bel et bien une figurine en forme de lapin pour décorer la bière de Pâques, mais un Père Noël n'est pas connu dans le milieu des collectionneurs.

**P. 71 :** « [La brasserie] continuerait à vendre ses bières en boîte dans différents automates

installés dans des lieux publics et privés (quai de la gare de Luxembourg [...]) ».

Le distributeur, inauguré en 1969 sur le quai de la gare centrale à Luxembourg-Ville, desservait de la bière en bouteilles et non de la bière en canettes. Les photos de presse d'époque illustrant Paul Bofferding à côté du distributeur de bouteilles sont disponibles auprès de la Photothèque de la Ville de Luxembourg.

**P. 80 :** « Le premier grand problème [...] fut celui des prix de la bière [...] qui n'avaient pas été adaptés depuis des années ».

Si on pouvait passer jusqu'à présent sur le flou des dates, la séquence reprise ci-dessus nécessite néanmoins un minimum de précisions. De combien d'années parle-t-on ? 1, 5, 10 ou 20 ans ?

**P. 83 :** « Après l'échec des pourparlers pour une fusion entre la Brasserie de Clausen et la Brasserie de Diekirch, auxquelles s'étaient jointes en dernière minute les Brasseries Réunies, [...] ».

L'auteur confond ici plusieurs processus de concentration. Il y avait tout d'abord la Brasserie Bofferding, la Brasserie de Clausen et la Brasserie de Diekirch qui négociaient en vue d'une fusion. Le pourparleur du côté Bofferding a d'ailleurs été Paul Bofferding lui-même. Suite à l'échec



Calvin et Hobbes - Tous aux abris ! de Bill Watterson, Editions Hors Collection/Presses de la Cité, 1995  
Universal press Syndicate, 1987  
ISBN : 2-258-0341-X

Des phrases pathétiques comme « Paul Bofferding résista à toutes ces attaques » (p. 106) ou encore « Paul Bofferding fut étonné de son propre courage et de son sang froid » (p. 115) m'ont immédiatement fait penser aux aventures de « Spiff le spationaute », personnage imaginaire du petit garçon Calvin de la bande dessinée américaine Calvin and Hobbes.

de ces négociations, la Brasserie de Clausen s'est tournée vers sa voisine, la Brasserie de Luxembourg, avec laquelle elle a fusionné. La nouvelle entité s'appelait au début « Brasseries Réunies de Luxembourg » (1971) avant de changer sa dénomination en « Brasseries Réunies de Luxembourg Mousel-Clausen » cinq mois plus tard.

**P. 89 : « Après peu d'années de succès, Edmond Reiffers de la Brasserie Mousel, et Lucien Dury de la Brasserie de Clausen prièrent Dick d'assumer la direction de « Soutirages Luxembourgeois ». »**

Cette phrase n'est pas correcte d'un point de vue historique. Soit l'appellation « Soutirages Luxembourgeois » est juste et alors l'appellation des deux brasseries est erronée ou pas assez précise, soit l'appellation des brasseries est correcte et le nom de « Soutirages Luxembourgeois » est mal choisi. Cette dernière entreprise n'a été créée qu'en 1974. De plus, l'auteur affirme que l'entreprise Soutirages Luxembourgeois était établie dans une ancienne malterie à Clausen, alors qu'elles se trouvent depuis leur création dans le quartier du Howald.

L'auteur a tendance à divulguer des détails de santé sur ses anciens collaborateurs. Étant donné que ces personnes ne jouaient pas un rôle déterminant dans l'évolution de la brasserie et qu'il ne s'agissait pas de personnes publiques (le « visage » de la brasserie), nous jugeons que cette divulgation n'est non seulement pas appropriée, mais pourrait même être considérée comme populiste.

Il est d'ailleurs étonnant de voir que le livre s'arrête avec le départ de Paul Bofferding de l'entreprise. Or, son frère José Bofferding a continué à être employé auprès de la Brasserie Nationale. Il est dommage que l'auteur n'ait pas voulu témoigner de cet épisode.

Une certaine phrase a également retenu notre attention : « L'introduction par la Brasserie de bières étrangères, revenait à dire que les bières de la marque Bofferding n'étaient pas les seules bières de qualité, les meilleures » (p. 90).

Il n'existe pas une seule bière qui est la meilleure de toutes. C'est d'ailleurs pour cette raison qu'il existe des différentes catégories dans les concours officiels de bière.

D'un point de vue général, on peut retenir que le livre manque d'objectivité. Comme on a pu voir dans l'échantillon développé ci-dessus, plusieurs éléments ne correspondent pas à la réalité, certains détails sont superflus et n'apportent aucune valeur ajoutée au récit. Pire encore, le mélange de détails anodins avec des décisions d'envergure, sans encadrement chronologique ni dates, sème la confusion dans la lecture de la deuxième partie du livre. Nous nous rallions donc au constat du journaliste du Land.

Le suremploi du nom de l'auteur nous a également interpellé. On a l'impression, que plus on approche de la fin, plus l'auteur s'écrit en rage. Le chapitre V affiche en tout 29 fois le nom de l'auteur, ce qui en fait une moyenne de 1,16 par page écrite au format A5. Le chapitre VI reprend quant à lui 133 fois le nom Paul Bofferding, ce qui fait une moyenne de 3,69 fois. Le maximum de répétition de ce nom a été atteint à la page 103 avec 9 citations sur un total de 33 lignes.

pages	nombre de citations « Paul Bofferding »
55-64	8
65-74	7
75-84	14
85-94	14
95-104	56
105-118	63

En guise de conclusion, il est difficile d'attribuer un genre au livre décrit. Un lecteur qui n'est pas familier avec le monde brassicole risque de se perdre dans la lecture car il ne dispose d'aucunes dates-clés grâce auxquelles il pourrait suivre l'évolution des choses.

Le livre ne peut pas non plus servir comme livre de références pour de futures recherches historiques. Le manque de précision, d'objectivité et le nombre d'erreurs repérées ne

sont pas propices à un tel objet. Le livre donne néanmoins quelques détails intéressants sur le fonctionnement interne de cette entreprise, mais il faut considérer ces éléments avec précaution. Il s'agit plutôt d'une base pour effectuer des recherches ailleurs.

Nous classerions ce récit dans la catégorie

Divertissement. À lire donc pendant les longues soirées d'hiver devant un feu ouvert et sans se poser trop de questions.

YC ● MD

## Un nouveau hangar pour le 20e anniversaire

Notre association bénéficiera prochainement d'un nouveau local pour abriter son matériel roulant. Cet espace devra accueillir avant la fin de l'année les véhicules qui se trouvent actuellement éparpillés dans différents endroits.

Plus d'infos dans la prochaine newsletter.

YC ● MD



### En bref

Nous avons été présents avec notre **Zapwoon** à la Brocante brassicole des 3 frontières, qui a eu lieu le 18 mai à Arlon.

Notre association a mis à disposition du matériel de décoration pour le tournage de la suite de la série « **Oktoberfest 1900** », qui sera diffusée prochainement sur Netflix.

Vu le temps pluvieux depuis mars dernier, nous n'avons pas pu avancer sur l'aménagement de nos deux **containers de stockage**.

Résultat du **concours** n° 6 :

- 1) Brochamnn / 2) France
- 3) Alzette / 4) Buchholtz
- 5) Mathieu / 6) Gout
- 7) Rollefax / 8) Dudelange
- 9) Wouters / 10) Munhowen
- 11) Diekirch / 12) Neudorf

## La Bourse ou la bière ! (suite)

Depuis la parution de notre article au sujet du « Musée de la bière » bruxellois dans la newsletter précédente, ce musée était de nouveau sur le devant de la scène fin mars.

L'agence de presse Belga a rapporté que le conseil communal de Bruxelles n'est pas satisfait du taux de fréquentation du musée situé dans l'ancien bâtiment de la Bourse.

Suivant les calculs, les organisateurs s'attendaient à réceptionner environ 1000 visiteurs par jour. Or, la moyenne n'a été « que » de 300 personnes à avoir trouvé l'accès vers les étages de ce splendide bâtiment.

L'élu Coomans de Brachène (MR) est d'avis, qu'il s'agit d'un « échec retentissant », alors que la majorité du conseil communal annonçait « plusieurs millions de bénéficiaires dès la première année d'ouverture ». La réalité veut que l'établissement a accumulé plus d'un million d'euros de déficit en un an d'exploitation.

En ce qui concerne le résultat du secteur Horeca interne, celui-ci se situe à un tiers des prévisions. Quant à la location des salles pour événements, elle n'a rapporté que 900 euros en 4 mois, alors qu'on espérait toucher 38 000 euros sur toute l'année 2023.

Nous sommes toujours d'avis que les organisateurs ont trop misé sur le côté digital et que le patrimoine authentique est sous-représenté. De l'autre côté, les restrictions environnementales en ce qui concerne la circulation automobile à Bruxelles, l'aspect délabré voire insalubre de certaines gares et places publiques, ainsi que les problèmes persistants auprès de la SNCB n'incitent pas vraiment certains visiteurs à se déplacer à Bruxelles.

YC ● MD

## Dons

Plusieurs dons nous ont également été faits ces derniers mois :

- Un lot de manomètres par Monsieur Herber Paul ;
- Un lot de sous-bocks par Monsieur Bintener Romain ;
- Un lot d'autocollants et de sous-bocks par Monsieur Heckemanns Romain ;
- Une lithographie de la brasserie Funck-Erdmer par Madame Wagener Renée ;



- Un casier Bofferding métallique, un lot de bouteilles à bière serigraphiées, ainsi qu'une table et des chaises de terrasse Henri Funck par la famille Thill ;
- Un panneau Jupur de Diekirch, ainsi qu'un lot d'étiquettes de la brasserie Henri Funck par Monsieur Brack Henri ;



- Un calendrier Diekirch, ainsi qu'un lot de chopes par Madame Turmes ;
- Un lot de rapports annuels des Brasseries Réunies de Luxembourg par Monsieur Hénoumont Jean-Luc.