

HÔTEL ET RESTAURANT, LA RECETTE POUR SÉDUIRE NON PAS UNE... MAIS DEUX CLIENTÈLES !

La preuve avec «L'Auberge du Sabotier» qui, midi et soir, se mue aussi en restaurant sous un nom désormais bien connu, «Les 7 Fontaines»...

Dans notre quête des bonnes recettes mises en place par les établissements horeca qui ont pignon sur rue en province de Luxembourg, le Comptoir hôtelier du Luxembourg belge s'est, ce mois-ci, intéressé à la stratégie de Luc Dewalque, patron d'une belle adresse du cœur de l'Ardenne.

Perdu dans le petit village d'Awenne, dans un coin isolé de la commune de Saint-Hubert, l'homme a su faire jouer ses atouts et, surtout, mettre en place une dynamique porteuse pour attirer toujours plus de clientèle vers son Auberge du Sabotier, un relais gourmand qu'il a repris il y a plus de vingt ans, c'était en 1993...

Entreprendre aujourd'hui : Luc Dewalque, en quelques mots, qui êtes-vous ?

LD : Je suis à la fois un vrai Ardennais et un entrepreneur dans l'âme. Ardennais, parce que né à La Roche-en-Ardenne, au milieu du massif dont la Cité rochoise tire une partie de son nom. Et entrepreneur, tout simplement parce que fils de commerçants ! Mon père était dans le domaine du chauffage et ma mère tenait un magasin de jouets et d'articles de camping. C'est dans mon sang ! D'ailleurs, depuis le 18^e siècle, ma famille a toujours été active dans le monde du commerce. Autant dire que la fibre d'indépendant a germé dans un terreau propice depuis plusieurs années...

EA : Et l'hôtellerie ?

LD : C'est une passion ! Je me suis toujours défini comme un gourmand-gourmet. Dès mon plus jeune âge, je passais des heures en cuisine avec ma grand-mère. En âge de choisir, j'ai donc logiquement opté pour une filière dans le domaine. J'ai suivi les cours de l'école hôtelière de La Roche. Après le service militaire, je suis alors parti une dizaine d'années à l'étranger, d'abord l'Allemagne, puis le Luxembourg, la France, la Suisse, avant d'aller jusqu'en Afrique du Sud et en Nouvelle Calédonie.

EA : Fameux périples...

LD : Oui, une aventure à la fois enrichissante et diversifiée qui m'a permis d'aborder tantôt la facette hôtelière, tantôt l'approche restauration. Mais bon, tout a une fin. Je me

suis donc un jour réveillé avec l'envie de revenir en Belgique. Ce fut à Malines, où je me suis très fortement impliqué dans l'ouverture de deux établissements.

EA : Comment êtes-vous finalement arrivé ici, à Awenne ?

LD : A priori, je n'aurais pas dû... À un moment de ma vie, j'ai pourtant souhaité développer mon propre projet et revenir dans ma région d'origine. J'ai visité une trentaine d'établissements à remettre dans les environs de La Roche. Et puis, je suis passé ici... et je suis tombé amoureux du bâtiment.

EA : À l'époque, cet ancien relais de poste était donc déjà un hôtel-restaurant...

LD : Oui, mais nous avons tout refait... Nous avons notamment transformé une série de chambres. Certaines ne disposaient par exemple que d'un lavabo privatif, la salle de bain étant commune par étage...

EA : Un standard alors déjà dépassé ?

LD : Bien sûr... En dépit de la beauté de l'ensemble, cela ne cadrerait pas avec les attentes de la clientèle. Je vous rappelle que nous avons ouvert en juillet '93...



La table VIP, au cœur de la cuisine...



EA : Tout avait été fait pour l'ouverture...

LD : Beaucoup de choses, mais nous avons aussi continué à rénover petit à petit, à notre rythme. Le résultat est d'ailleurs à la hauteur de nos attentes, avec des chambres aujourd'hui considérées comme étant de grand luxe. Cela étant, cette manière de faire ne serait plus envisageable de nos jours. Désormais, il faut être au top dès l'ouverture.

EA : Venons-en à votre stratégie... Le restaurant - les 7 Fontaines - jouit d'une appellation différente de celle de l'hôtel. Pourquoi ?

LD : Au début, 99 % des personnes qui réservaient une nuit à l'hôtel mangeaient aussi chez nous. Le restaurant vivait donc de la bonne santé de l'activité hôtelière. Aujourd'hui, les choses ont largement changé. Le rapport est tombé à 50/50. Ce qui prouve que le restaurant s'est forgé une réputation à part entière. Du coup, je n'hésite désormais plus à prétendre que je propose un restaurant où il est possible de dormir... plutôt que l'inverse !

EA : Les deux noms vous offrent par ailleurs une double visibilité...

LD : C'est vrai... Dans les guides, ces deux appellations séparées nous permettent de jouir de deux cotations distinctes (les deux établissements étant classés haut de gamme, ndlr). Nous n'avons par contre qu'un seul site internet, mais avec deux adresses différentes. L'idée est de mieux cibler le client et d'organiser le marketing en conséquence. Prenons un exemple : Vous êtes en vacances ou vous vous promenez en ville. S'il vous venait subitement l'envie de manger, vous auriez, vous, l'idée de pousser la porte d'un hôtel pour vérifier s'il reste de la place pour y souper ? Chez nous, le restaurant représente plus de 80 % de l'attrait, l'hôtel étant finalement proposé comme un service.



EA : Il faut cependant que les prestations du restaurant en question soit suffisamment attirantes. Vous êtes orientés « gastronomie » depuis toujours ?

LD : Non, au début nous proposons une cuisine dite traditionnelle. Ce n'est que dans un deuxième temps que nous nous sommes positionnés sur le gastronomique. C'était, en fait, une vraie volonté... mais il fallait à nouveau laisser mûrir le projet. Aujourd'hui, on peut dire que c'est notre positionnement, notre image de marque. Nous sommes situés dans un tout petit village donc, pour attirer le monde, il faut se distinguer.

EA : Parlez-nous de votre clientèle ?

LD : Les trois quarts de nos clients, comme souvent en Ardenne, viennent de Flandre. Phénomène très récent, un sur dix est scandinave ! Pour le reste, notre clientèle vient des quatre coins de la région wallonne, de France ou d'ailleurs en Europe, avec une clientèle locale qui est exclusivement attirée par notre cuisine gastro.

EA : Justement, pour cette cuisine, vous travaillez avec des producteurs locaux ?

LD : Dans la mesure du possible, oui. Nous travaillions par exemple jusque-là avec le maraîcher du village, malheureusement il vient d'arrêter. Nous privilégions aussi des produits dont nous garantissons la provenance et la qualité, comme ceux de la Chèvrerie Bois des Mûres, à Havrenne, ou ceux de la ferme Bioherin, à Lesterny. Pour les volailles, on ne se fournit que chez Philippe Devos. Notre règle veut que nous n'utilisions que les produits frais.

EA : La qualité est clairement au cœur de votre démarche marketing ?

LD : Bien sûr... Qualité des produits et qualité des prestations. Un positionnement qui nous engage... mais qui nous sert également,

comme lorsque cela conduit à être repris sous l'appellation « Châteaux Demeures », avec qui nous travaillons pour la réservation en ligne. Cette appellation regroupe des établissements - dont très peu sont belges - répartis dans 15 pays.

EA : Fameuse image...

LD : De fait... L'image du guide international redore notre blason autant qu'elle nous incite à viser une constance dans la qualité de nos infrastructures et de nos services. Nous travaillons aussi, vous vous en doutez, avec des sites spécialisés dans la réservation, comme Booking, ainsi qu'avec des « tour operators », surtout pour les périodes creuses. Nous réfléchissons également à l'utilisation des réseaux sociaux...

EA : Proposez-vous des packages... ou des formules ?

LD : Oui, depuis un moment déjà. Notre offre évolue d'ailleurs en permanence. Pour prendre un ou deux exemples, nous proposons des week-ends thématiques (découverte du cheval de trait ardennais, brame du cerf ou, tout simplement, « nature »). Les groupes sont encadrés et accompagnés de guides. En fait, c'est un peu comme au Club Med, nous prenons le client par la main et nous lui proposons des formules toutes faites.

EA : D'autres projets dans votre musette ?

LD : J'avais effectivement un projet d'extension... pour augmenter le nombre de chambres et créer un espace thalasso/bien-être. Les contraintes restent malheureusement assez importantes et il faut bien reconnaître que la partie « séminaires » est en recul depuis la crise, en 2008. Tout cela mis ensemble fait que j'ai prolongé la période de gestation du projet.

EA : Et si c'était à refaire ?

LD : Je ferais pareil ! Mais sans doute pas ici, même si je n'ai aucun regret. La région est magnifique, malgré le climat aléatoire. Cependant, les conditions économiques sont trop défavorables. Il n'est pas (plus) du tout évident d'être indépendant en Belgique aujourd'hui !

EA : Les émissions culinaires n'ont pas un impact positif sur le métier ?

LD : Disons que les émissions comme « Top Chef » nous font indéniablement de la publicité. Mais tout cela est hélas trop éloigné de la réalité... et donne donc une image erronée de notre métier. Vous connaissez beaucoup de restaurant où l'on prépare un menu pour quatre convives ?

EA : C'est le concept. Chacun sait que cette réalité ne vaut que pour l'émission.

LD : D'accord, mais l'ensemble est tellement bien ficelé qu'on en oublie les fondamentaux. Notre métier est très technique. Et, comme tous les métiers techniques, il ne jouit pas toujours de l'engouement qu'il faudrait. Il arrive encore trop régulièrement que le choix de s'inscrire dans la filière soit fait par défaut. Or, l'hôtellerie et la restauration sont avant tout des vocations.

EA : Avez-vous des concurrents proches ?

LD : Mon plus gros concurrent, c'est Ryan Air, qui propose des destinations exotiques à des prix dérisoires. Pour le reste, si la concurrence existe, j'estime qu'elle est positive. Je suis, par exemple, très content de la réouverture de la Barrière de Transinne. La concurrence draine du monde et oblige à maintenir un niveau de qualité.

EA : Il y a, dans votre restaurant, un endroit particulièrement insolite : la table VIP. Quésako ?

LD : C'est une table en triangle, réservée pour certains événements spécifiques ou pour des invités exceptionnels. Étonnamment peut-être, cette table est située en cuisine... de sorte que la table VIP a une vue imprenable sur l'intimité de l'équipe. Un truc un peu insolite, de fait.

EA : Qui se poursuit avec un mur très spécial, toujours dans cette cuisine, qui fait office de livre d'or...

LD : Exact ! C'est une sorte de mur d'or, sur lequel certains invités ont laissé une trace écrite. On peut y retrouver des témoignages de l'équipe de « C'est pas sorcier », d'Olivier Gourmet, de Monseigneur Léonard, d'ambassadeurs étrangers, mais aussi de Jean-Pierre Castaldi ou encore de Guy Lemaire... à côté de celle de l'abbé Denis, curé du village. C'est un peu notre fierté, une reconnaissance pour notre investissement quotidien. ■

Les noms des deux établissements sont tirés de l'histoire du village qui rassemblait plusieurs sabotiers. Quant aux sept fontaines, on peut l'imaginer, on les retrouve un peu partout dans le village. Ces fontaines, en fonte, ont été placées au XIX^e siècle à la suite de nombreux - et violents ! - incendies. Le village d'Awenne, empli de quiétude, vit ainsi désormais au rythme du clapotis de l'eau.