

SOMO

# Bien dessiné, bien situé et à bon prix

«Un style osé à Montréal» en plein cœur du Quartier international

Conception Rachel-Julien, le nom vous dit quelque chose? C'est l'équipe de concepteurs immobiliers montréalais à l'origine de la construction des condos du même nom sur le Plateau Mont-Royal, de la conversion d'une église en condos dans la Petite-Italie (Place Delacroix) et d'un audacieux projet de condos dans le quartier Parc-Extension (les Condos de la gare). Voilà donc que Conception Rachel-Julien investit à nouveau le Quartier international pour la deuxième phase du projet Îlot Anderson. Une deuxième phase si différente de la première qu'elle a son propre nom: SOMO, pour «style osé à Montréal». Évocation à peine voilée du quartier Soho à New York? Oui et non, puisque le projet d'appartements de style lofts se veut résolument montréalais.

MARILYSE HAMELIN

Situées en plein cœur du secteur immobilier en développement qu'est le quadrilatère formé des rues Jeanne-Mance, de la Gauchetière, de Bleury et Viger, à mi-chemin entre le Vieux-Montréal et le centre-ville, collées au Palais des congrès et à deux pas de la Place des Arts, les 50 unités du projet SOMO se démarquent par leur prix. Variant de 200 000 à 275 000 dollars, le coût moyen d'un condo SOMO est de 225 000 dollars.

Pour Jacques Dufresne, de Dufresne/Chmielecka & associés, la firme de design ayant participé à la conception du projet, le prix relativement bas de ces condominiums s'explique par l'étude de marché effectuée ainsi que par les commentaires des acheteurs des divers projets précédents.

«Notre public cible, ce sont les Montréalais. On vise les gens qui vont s'installer à temps plein dans nos condos ou encore y demeurer durant la semaine de travail. On propose un prix de vente abordable pour attirer une clientèle locale», de dire M. Dufresne. De plus, l'attention particu-

lière portée au design, allié au coût raisonnable du projet, devraient contribuer à attirer une clientèle de jeunes professionnels. C'est exactement ce que visent les promoteurs du projet: «On veut casser l'idée que les condos s'adressent uniquement à une clientèle retraitée. Bien sûr que les "vieux jeunes" sont les bienvenus chez nous, mais nous aimons aussi l'idée d'accueillir une nouvelle génération.»

Il faut dire que, contrairement aux investisseurs ponctuels, Conception Rachel-Julien se concentre sur le marché montréalais depuis plusieurs années et ne risque pas de disparaître de sitôt. Passionnés par le développement de projets immobiliers locaux — voire pris d'une vocation, selon les dires de Jacques Dufresne —, les promoteurs de Conception Rachel-Julien vont jusqu'à encourager les designers et fabricants de la région lorsque c'est possible. Pour les salles de bain et du lavabo (aux formes carrées plutôt qu'arrondies, d'une très grande beauté) et



SOURCE CONCEPTION RACHELJULIEN

Les promoteurs de Conception Rachel-Julien encouragent les designers et fabricants de la région lorsque c'est possible. Pour les salles de bain, on a fait appel à la compagnie québécoise Neptune pour ce qui est du design du bain et du lavabo (aux formes carrées plutôt qu'arrondies).

à SL Baril de la Mauricie pour la robinetterie. «L'avantage d'utiliser des éléments de design québécois plutôt que des articles d'importation, c'est que le remplacement des pièces est beaucoup plus facile à effectuer», d'expliquer M. Dufresne.

## Un style personnalisé

De facture loft avec ses plafonds en béton apparent, l'aménagement intérieur des condos s'inspire du style zen à la japonaise d'où émane une étonnante sensation de confort et de chaleur,

probablement en raison de l'utilisation massive du bois, de l'érable dans ce cas-ci. Un autre avantage pour l'acheteur: est inclus dans le service après-vente une rencontre avec un designer afin de personnaliser l'unité.

C'est lors de ces rencontres que les nouveaux propriétaires choisiront la couleur des tuiles de la cuisine ou de la salle de bain, mais aussi des armoires (bois naturel ou brun chocolat) et du comptoir de cuisine (vert pomme, orange ou bourgogne). Le bois, présent partout dans le projet — des planchers aux armoires de cuisine en passant par le meuble de salle de bain —, est un choix dont est fier Jacques Dufresne. «Nous n'utili-

sons que des matériaux nobles, car c'est ce que le client veut», explique-t-il. De facture moderne, les tiroirs et comptoirs de cuisine ont eux aussi une finition carrée, pour un effet plus «meuble».

Du haut du cinquième étage du SOMO, les propriétaires des unités à deux étages, dites «cottage», pourront observer l'effervescence du quartier résidentiel en plein développement depuis leurs balcons bilatéraux. Pour les propriétaires des trois étages inférieurs, l'observation du quartier pourra s'effectuer soit de leurs portes françaises, soit de leur balcon, selon qu'ils occupent la portion de l'immeuble donnant respectivement sur la rue ou la cour.

Avec le mode de vie des gens qui s'urbanise de plus en plus, les concepteurs du projet ont misé sur l'attrait du style loft pour le projet SOMO. Et ils ont gagné leur pari. Le succès n'a pas tardé à venir avec 10 unités vendues la première semaine seulement. Et après deux mois, jour pour jour, depuis le lancement du projet, c'est 50 % des condos qui ont été vendus. À un point tel que la livraison, initialement prévue pour novembre 2005, pourrait bien se faire

## Tout sur le SOMO

- Grande fenestration
- Unités sur un ou deux niveaux
- Insonorisation supérieure
- Planchers de bois franc
- Céramique dans la cuisine et la salle de bain
- Armoires en érable dans la cuisine et la salle de bain
- Plafonds d'une hauteur de 9 pi 10 en béton apparent traité au jet de sable
- Portes d'une hauteur de 8 pi 10
- Air climatisé
- Superficie des unités: de 745 à 1305 pi<sup>2</sup>

## Tout sur le projet

- Promoteur: Conception Rachel-Julien (réalisations: le Rachel-Julien, le Wilfrid-Laurier, le Berri-Bonsecours, Place Delacroix, les Condos de la gare)
- [www.racheljulien.com](http://www.racheljulien.com)
- Développeur-construteur: Etmar Construction inc.
- Architecte: Groupe Cardinal-Hardy inc.
- Design et marketing: Dufresne/Chmielecka & associés