

À CHACUN SON CONDO

À DEUX, C'EST MIEUX. Cet appartement réparti sur deux étages, au Village Parisien, comporte deux chambres en bas. Il charme surtout **des couples de tous les âges.**

OPÉRATION



PHOTO ROBERT MAILLOUX, LA PRESSE ©



PHOTO ROBERT MAILLOUX, LA PRESSE ©

NE RIEN MANQUER DE L'ACTION.

Les jeunes dans la vingtaine adorent ce condo très ouvert, au Village Parisien. Il compte deux chambres et coûte 149 700\$ (taxes incluses).

DANIELLE BONNEAU

Les condos modèles sont de formidables outils de vente. Certains promoteurs l'ont compris et investissent des sommes considérables pour les décorer et les meubler avec soin. La clé du succès: présenter plusieurs appartements aux intérieurs très différents les uns des autres, pour toucher diverses clientèles. Car ce qui plaira à certains acheteurs en laissera d'autres indifférents.

À Brossard, le promoteur Village Parisien établit un record, avec ses 15 condos témoins. «L'achat d'un condo, c'est un coup de cœur», explique Michèle Gaston, directrice du marketing. Les gens tombent amoureux d'un décor. Ils ont vraiment leur préférence et tiennent à acheter le modèle qui leur a plu. Beaucoup choisissent d'ailleurs les mêmes finitions que dans les condos modèles. Ils sont certains de ne pas se tromper.»

En offrant une telle diversité, Le Village Parisien voulait s'assurer que les acheteurs trouvent chaussure à leur pied. Concepteur du projet, d'inspiration parisienne, il en construit les 696 logements en copropriété. Ceux-ci sont répartis dans quatre types d'immeubles, susceptibles de plaire à des clientèles aux besoins variés: aux couples et aux person-