

# Upsite enfile les escarpins pour mieux séduire



► Atenor a fait appel à l'architecte et designer d'intérieur Caroline Notté pour aménager trois appartements-témoins de la plus haute tour résidentielle du pays, au bord du canal à Bruxelles.

► Le promoteur veut ainsi proposer un projet fini aux derniers acheteurs qui se laissent désirer.

**D**u 37<sup>e</sup> étage, la vue sur Bruxelles est imprenable même si, en ce jour de janvier où il ne fait pas bon mettre le nez dehors, le vent fouette les flocons de neige qui peinent à se poser. Nous sommes dans un appartement d'Upsite, la plus haute tour résidentielle de Belgique construite à flanc de canal, juste en face de Tour et Taxis.

Caroline Notté, une spécialiste de l'aménagement intérieur, trône en ces lieux comme s'ils étaient les siens. Et c'est un peu vrai, d'ailleurs, puisque pendant deux mois, elle s'est employée à apporter un peu de vie dans les appartements qui cherchent encore preneurs. Un moment, elle prend la pose pour le photographe, un autre elle nous emmène dans chaque recoin de ce

trois chambres pour nous expliquer le travail qu'elle y a accompli avec trois de ses collaborateurs. « Ici, j'ai voulu créer une décoration de style suédois, avec des tonalités monochromes et des bleus scandinaves pour profiter un maximum de la lumière. »

Du mobilier réédité de Charles Eames et Arne Jacobsen a été amené sur place. Aux murs, les tons pastel créent une ambiance cocoon en même temps qu'une sensation de « rempli », un argument qui peut s'avérer déterminant lors des visites. « L'acquéreur potentiel peut se projeter dans son nouvel espace, explique ainsi la décoratrice. La déco aide le visiteur à sentir qu'il peut habiter le lieu. Dans cet appartement-ci, la cible est plutôt un jeune couple avec enfants, ou un couple d'expatriés. J'ai choisi des

matières brutes comme le bois, le verre et le lin, les menuiseries ont été faites sur mesures. »

Pour accomplir son œuvre, Caroline Notté a travaillé avec pas

**Pour accomplir son œuvre, Caroline Notté a travaillé avec pas moins de 35 fournisseurs**

moins de 35 fournisseurs. A la demande d'Atenor le promoteur qui a construit la tour, deux autres appartements ont été

aménagés. Au 35<sup>e</sup> étage, dans un bien lui aussi doté de trois chambres avec des terrasses sur toute la longueur de l'appartement, l'ambiance est plutôt bobo, hipster, un mix&match qui ravira les amoureux du vintage, avec des objets des années 60-70. Dans le deux chambres du 30<sup>e</sup> étage, la décoratrice utilise par contre les termes trendy urbain et black and white. La décoration est plus intemporelle et design. « Cet appartement conviendrait très bien à un public branché, sourit-elle. Tout est si aérien... »

Ces trois ambiances différentes, Stéphane Sonnevillie, le patron d'Atenor, les découvre en même temps que nous. S'il ne nie pas l'argument commercial de la démarche, il préfère parler d'accompagnement. « Pour moi, décorer ces trois appartements-témoins est une manière d'aller au bout de l'histoire, dit-il ainsi. Depuis le jour où j'ai acheté le terrain, j'ai accompagné le projet de A à Z en y trouvant de la passion par vagues successives. Il y a eu le chantier, puis l'inauguration, et maintenant la décoration. En quelque sorte, je veux compléter l'histoire d'Upsite... »

L'investissement nécessaire à la décoration, Stéphane Sonnevillie ne tient pas à le chiffrer. « Effectivement, c'est de l'argent mais la plupart des acquéreurs qui prennent un appartement-témoins achètent également des meubles, explique-t-il. Mais l'essentiel est ailleurs. Notre but a été de créer des intérieurs à l'image

de la tour, c'est-à-dire de bon goût, dans un style trempé et très urbain et ce, pour un budget raisonnable. Upsite donne parfois une idée de prix démesurés, j'entends dire que c'est un ghetto pour riches, or ce n'est pas le cas. Je le répète, Atenor a voulu aller au bout de l'exercice avec comme fil rouge l'idée que la ville vaut la peine d'être vécue. »

Le promoteur sait qu'il reste du chemin à faire. Mais cela ne l'inquiète pas. « La tour a été construite dans le but de vendre tous les appartements, dit-il. Les quais doivent encore être aménagés et Atenor sortira pour cela 600.000 euros de sa poche. Ils seront prêts pour l'été et donneront un tout autre visage au site. Le restaurant au pied de l'immeuble sera bientôt prêt, deux commerces doivent encore trouver leurs occupants. Upsite est un projet qui va structurer tout un quartier, un parc sera aménagé et les fonctionnaires flamands vont bientôt venir travailler à deux pas d'ici. Il faudra encore attendre cinq ans pour voir les évolutions définitives. Il n'y a pas lieu d'être pessimiste. »

Des critiques, Stéphane Sonnevillie en a eues. Elles ne l'ont pas surpris. « Quand on fait une tour aussi grande, il faut assumer, avoue-t-il. Mais quand je parle avec les habitants, je me dis que je suis sur le bon chemin. Je ne vais pas me défendre chaque jour, je préfère laisser faire le temps... »

Stéphane Sonnevillie et Caroline Notté se sont rencontrés le jour de l'inauguration de la tour Upsite. « J'ai apprécié l'artiste et nous avons défini les objectifs d'une collaboration qui ne de-

## ÉPINGLÉ

### Affaire en or

Situé au 41<sup>e</sup> et dernier étage, le penthouse de 550 m<sup>2</sup> vient récemment de changer de mains. Et le moins que l'on puisse écrire est que le nouveau propriétaire n'a pas fini de se frotter les mains. La vente forcée du bien appartenant au préalable à l'homme d'affaires Didier Thiry (le propriétaire notamment du resto-hôtel Odette en Ville, au Châtelain), a été remportée à la deuxième vente aux enchères (lors de la première le bien était passé de 1 million à 500.000 euros) par le groupe flamand De Cloedt actif dans le secteur du dragage. Il a acheté le penthouse casco (brut de coffrage, sans finitions intérieures) pour 1,395 million d'euros, hors frais (21%). Une « mi-sère » quand on sait que Didier Thiry l'avait acheté pour plus du double. (PAL)

mande qu'à se développer », déclare le premier qui a également confié à l'architecte la décoration de trois appartements à Port du Bon Dieu, le projet développé par Atenor à Namur. « Le plus grand défi a été le timing, résume la décoratrice. Quant au budget, il concerne celui d'un public très large, pas haut de gamme. Aucune pièce de la déco n'est excessive. Travailler dans une tour comme Upsite a été très excitant car nous avions des vues différentes à chaque heure de la journée. J'ai apprécié le sentiment de sécurité que l'on perçoit dès que l'on franchit la porte d'entrée. On se sent tout de suite chez soi. »

Le jour de la visite, la neige qui n'arrête pas de tournoyer dans le ciel bruxellois n'altère en rien la perception de bien-être que l'on ressent à l'intérieur de la tour. Mais le plus dur reste à faire. En sortir...

PAOLO LEONARDI

## 47 appartements encore à vendre

Inaugurée en 2015, la tour Upsite comprend 251 appartements, auxquels il faut ajouter les 106 autres nichés dans les immeubles situés en son pied et qui font également partie du projet.

Dans ces immeubles, il n'en reste que deux à vendre. Dans la tour, il en reste 47, dans la partie élevée, soit les plus chers. « Ce sont des appartements dont les superficies oscillent entre 85 et 160 m<sup>2</sup> et dont le prix de vente est de 3.300 euros du mètre carré, explique Stéphane Sonnevillie. Pour des biens de cette qualité, situés qui plus est dans un environnement comme celui-ci, ce sont des prix vraiment très raisonnables. »

Notre hôte ne cache pas que s'il avait démarré en trombe, le processus de vente est devenu aujourd'hui plus lent. « Mais c'est pareil dans tous les autres projets de qualité à Bruxelles car le marché n'est pas extensible, intervient-il. Et puis, on sait très bien que les derniers appartements

sont toujours les plus difficiles à écouler. »

Lancée le 29 février 2012, la commercialisation avait pourtant très vite reconforté le promoteur. « Après 15 jours, nous avons déjà vendu 60 appartements, se souvient-il. Par la suite, nous nous sommes rendu compte qu'augmenter le prix de 50 euros/m<sup>2</sup> par étage ne tenait pas la route. Nous avons alors aménagé le prix en fonction de différents critères comme la vue. Aujourd'hui, nous proposons plutôt des prix par appartement. »

### Aucune pression

Des visites, la tour en reçoit régulièrement. « On vend un appartement par semaine active, insiste Stéphane Sonnevillie. Sachant qu'il y a 12 semaines de vacances par an, on vend entre 35 et 40 appartements par an. »

A ce rythme-là, Atenor devra encore attendre un an et demi pour voir Upsite entièrement vendue. C'est beaucoup mais si

l'on en croit le promoteur, il n'y a là rien d'inquiétant. « Je suis moi-même actionnaire d'Atenor. J'analyserai éventuellement toute opportunité d'accélération des ventes qui pourrait se présenter mais je n'en suis pas du tout là pour l'instant. Je ne subis aucune pression, ni de la part des banques ni de celle des actionnaires », jure Stéphane Sonnevillie qui avoue tout de même que parmi les mesures éventuelles qu'il pourrait prendre un jour, il y a celle, pourquoi pas ?, de baisser les prix un jour. Mais il précise d'emblée qu'elles seraient de toute façon minimales.

Parmi les acheteurs d'Upsite, 55 % sont des investisseurs qui n'occupent pas eux-mêmes leur bien. Leur achat est dicté par des raisons de pur rendement. Nonnante pour cent de ceux-ci sont néerlandophones.

Quant aux habitants de la tour, la répartition francophones-néerlandophones est de 50-50.

PAL