



INFO • QUARTIER

CHRONIQUES IMMOBILIÈRES

VOLUME 4 AUTOMNE 2014

NOTRE-DAME-DE-GRÂCE

Photographe : Loïc Romer

LE COLLÈGE LOYOLA
LOYOLA COLLEGE

LE MELON DE MONTRÉAL
THE MONTREAL MELON

LA DÉCLARATION DU VENDEUR :
une protection pour le vendeur,
l'acheteur et le courtier

THE DECLARATIONS BY THE VENDOR:
a Protection for the Vendor, the Buyer and the Broker

Choisir un DESIGNER
D'INTÉRIEUR certifié APDIQ®

Choosing an APDIQ®-certified
INTERIOR DESIGNER

UN ACHETEUR AVISÉ
en vaut deux !

When it Comes to Buying,
FOREWARNED IS FOREARMED!

TAUX FIXE OU TAUX VARIABLE
Comment savoir ce qui vous
convient le mieux ?

FIXED VS. VARIABLE
Which One is Right for You?

CHERS RÉSIDENTS DE NOTRE-DAME-DE-GRÂCE

C'est avec plaisir que nous vous présentons le quatrième numéro de notre Info-Quartier. Ce recueil de chroniques vise à vous faire connaître davantage le quartier de NDG et à vous informer sur différents aspects entourant l'achat et la vente d'une propriété. Nous espérons que vous en apprécierez la lecture!

Cordialement,

SERGE GABRIEL ET MANON SÉNÉCHAL
Courtiers immobiliers



DEAR RESIDENTS OF NOTRE-DAME-DE-GRÂCE

It is with great pleasure that we present the fourth issue of our Info-Quartier. In this collection of articles you'll find lots of useful information on the borough of NDG along with the various aspects of buying or selling a home. Happy reading!

Cordially,

**SERGE GABRIEL
AND MANON SÉNÉCHAL**
Real estate brokers

DAVID GIRARD
Historien • Historian

LE COLLÈGE LOYOLA

L'origine du Collège Loyola à Notre-Dame-de-Grâce vient du Collège Sainte-Marie situé à Côte-des-Neiges. Fondé en 1848 par les Jésuites, ce dernier offrait l'enseignement du cours classique en français et en anglais.

Vers la fin du XIX^e siècle, à cours d'espace, les Jésuites décidèrent de relocaliser le cours classique en anglais à l'extérieur du collège. C'est ainsi qu'en 1896 naquit le Collège Loyola, nommé en l'honneur du fondateur de l'Ordre des Jésuites, Ignace de Loyola (1491-1556).

Le premier Collège Loyola fut ouvert au coin des rues Bleury et Sainte-Catherine en 1896, dans l'édifice d'un ancien couvent des religieuses du Sacré-Cœur. Toutefois, un incendie en 1898 entraîna la relocalisation plus à l'ouest du collège, sur la rue Drummond. En 1903, l'institution, rattachée alors à l'Université Laval, commençait à décerner des diplômes universitaires. Vu le succès croissant du collège, on décida à nouveau de déplacer le collège, mais cette fois dans des bâtiments tout neufs construits sous la direction des architectes Frank Peden et Walter J. Murray entre 1913 et 1916 sur un terrain acheté en 1899 par les Jésuites. Le Collège Loyola fut rattaché à l'Université de Montréal en 1920, quoique le Collège continuât de fonctionner de manière quasi indépendante. La chapelle que

LOYOLA COLLEGE

Loyola College in Notre-Dame-de-Grâce owes its creation to the Collège Sainte-Marie in Côte-des-Neiges. Founded by the Jesuits in 1848, the Collège Sainte-Marie initially offered classical studies in both English and French.

When the school started running out of space in the late 19th century, the Jesuits decided to relocate its classical English courses to another location. Thus was born in 1896 Loyola College, named in honour of the founder of the Jesuit Order, Ignatius of Loyola (1491-1556).

The first Loyola College opened at the corner of Sainte-Catherine and Bleury streets in 1896, in the former Sisters of the Sacred Heart convent. A fire in 1898, however, forced the college to relocate further west to Drummond Street. In 1903, the college, which was now linked with Université Laval, began granting university degrees. The college continued to grow rapidly, and once again needed more room. This time, it decided to move into brand-new buildings that had been designed by architects Frank Peden and Walter J. Murray, and built between 1913 and 1916 on land purchased by the Jesuits in 1899. Loyola College then became linked to the Université de Montréal in 1920, but continued to operate almost independently. The chapel



Vue du Collège Loyola, avec la chapelle en premier plan. Années 1930.

View of Loyola College, with the chapel in the foreground. 1930s.

l'on voit sur la photo ci-dessus a été érigée en 1932. Enfin, le Pavillon Central (à l'arrière du collège) fut construit en 1944.

Mieux adapté à la croissance du nombre d'étudiants, le Collège poursuit son essor au cours du XX^e siècle. L'école de sociologie ouvrit en 1918, puis l'école d'ingénierie en 1940. Le cours classique fut remplacé par les études en sciences humaines en 1940 suivant une tendance de la période d'entre les deux guerres mondiales (entre 1918 et 1939). De nombreux programmes seront créés après la Deuxième Guerre mondiale. Toutefois, les cours de théologie et de philosophie continuèrent à être obligatoires à tous les étudiants jusqu'en 1972.

Au cours des années 1960, la croissance se poursuivait, entraînant la construction de nouveaux bâtiments modernes. C'est aussi durant cette même décennie que le gouvernement du Québec commença à constituer un réseau universitaire cohérent et des démarches seront entreprises pour transformer le Collège Loyola en université. Cependant, dans la foulée de la Commission Parent, le gouvernement demanda en 1968 au Collège Loyola d'envisager une fusion avec le Collège Sir-Georges-Williams (situé au centre-ville). Les négociations s'échelonnèrent de 1969 à 1974 et mèneront finalement à la constitution de l'Université Concordia le 24 août 1974, composée de ses campus du centre-ville et de Notre-Dame-de-Grâce. Récemment, au cours des années 1990, les bâtiments patrimoniaux du Collège Loyola furent restaurés et de nouveaux bâtiments érigés au début des années 2000.

Une plaque de bronze à l'entrée du Collège Loyola commémore aujourd'hui la participation des étudiants du Collège à la Première Guerre mondiale (1914-1918), à la Deuxième Guerre mondiale (1939-1945) et à la Guerre de Corée (1950-1953). La seconde image montre d'ailleurs des étudiants recrutés par le *Canadian Officers Training Corps*, le 4 août 1940.

shown in the photo here was built in 1932. The Central Pavilion (at the back of the college) was built in 1944.

Now better able to accommodate its growing number of students, the college continued to thrive throughout the 20th century. Its School of Sociology opened in 1918, following by its School of Engineering in 1940. It was also during this same year that the college replaced its classical studies education with humanistic education, following a shift in education during the inter-war period (1918-1939). Several other new programs were created following the Second World War, although courses in theology and philosophy continued to be compulsory for all students until 1972.

During the 1960s, the college continued to grow and new buildings were constructed. It was also during this decade that the Quebec Government began to form a coherent university network, and steps were taken to convert Loyola College into a University. In 1968 in the wake of the Parent Commission, the government asked Loyola College to consider merging with Sir George Williams College, which was located in downtown Montreal. The resulting negotiations spanned from 1969 to 1974, and ultimately led to the creation of Concordia University on August 24, 1974. The new university consisted of two campuses: one downtown and the other in Notre-Dame-de-Grâce. More recently, the heritage buildings of Loyola College were restored during the 1990s, and new buildings were completed in the early 2000s.

Today, the entrance of Loyola College displays a bronze plaque commemorating its students' participation in the First World War (1914-1918), Second World War (1939-1945) and Korean War (1950-1953). The second image shows students recruited by the Canadian Officers Training Corps on August 4, 1940.



Des étudiants du Collège Loyola recrutés par la *Canadian Officers Training Corps* (C.O.T.C.), le 4 août 1940.

Loyola College students recruited by the Canadian Officers Training Corps (COTC), August 4, 1940.

LE MELON DE MONTRÉAL THE MONTREAL MELON

Cultivé dès la fin du XVII^e siècle, la variété de melon qui deviendra plus tard le melon de Montréal a connu un parcours des plus incroyables.

En sélectionnant constamment les meilleurs plants et en croisant le Cavaillon et le Giant Green Nutmeg, les fermiers du coteau Saint-Pierre dans Notre-Dame-de-Grâce, bénéficiant d'un microclimat, ont su développer une variété de melon qui a fait la joie des papilles gustatives pendant plusieurs décennies, même au-delà des frontières canadiennes. Vers 1870, la variété se stabilise et reçoit son appellation de melon de Montréal. Sa renommée prend alors de l'ampleur. En effet, dans les années 1880, le grainetier Burpee de Nouvelle-Angleterre écrit que le melon de Montréal est parmi ses plus vendus. L'image qui figure ici est une carte d'affaire datée de 1887 qui montre bien la réputation de ce melon.

Parmi les meilleurs producteurs du melon de Montréal figurait la famille Décarie, celle qui occupait la terre traversée aujourd'hui par l'autoroute du même nom. Barthélemy-Télesphore Décarie et son fils Anatole furent ceux qui contribuèrent le plus à faire connaître cette variété. C'est d'ailleurs pour cette raison que le fameux hôtel Windsor de Montréal s'approvisionnait en melon chez Anatole Décarie.

Par un heureux hasard, un certain monsieur Dawson, ami du roi d'Angleterre Édouard VII (1901 à 1910), était un client du même hôtel. Lorsqu'il découvrit lui aussi le goût de ces melons, il décida d'en faire parvenir au roi. Au palais de Buckingham en Angleterre, il semble que l'on était des plus satisfaits de ces fruits provenant de Notre-Dame-de-Grâce. Au début du XX^e siècle, un autre membre de la famille Décarie, Alphonse-Édouard, approvisionnait en melon de Montréal le fameux hôtel Waldorf-Astoria de New York, tout comme d'autres endroits réputés à Boston, Philadelphie et Chicago. Chaque fruit valait une petite fortune. En 1906, on payait entre 8 et 10 \$ la douzaine. En 1907, le prix



Une carte d'affaire datée de 1887 qui était utilisée pour faire la promotion du melon de Montréal.
Business card dated 1887 used to promote the Montreal melon.

There's a fascinating story behind the Montreal melon—also known as the Montreal muskmelon or the Montreal nutmeg melon. Grown since the late 17th century by farmers in Coteau-Saint-Pierre in Notre-Dame-de-Grâce, which benefitted from a microclimate, the variety was created by constantly selecting the best plants and by crossing the Cavaillon melon and the Giant Green Nutmeg melon.

The result was a unique variety that delighted taste buds for many decades, even well beyond the borders of Canada. By 1870, the variety had been perfected and became known as the Montreal melon. From that point on, its fame skyrocketed. In the 1880s, New England's Burpee Seed Company wrote that the Montreal melon was among its top sellers. The image shown here is a business card dating from 1887 that clearly shows the melon's reputation.

Among the top producers of the Montreal melon was the Décarie family, which occupied the land that's now crossed by the highway of the same name. Barthélemy-Télesphore Décarie and his son Anatole contributed the most to promoting the variety. For this reason, Montreal's famous Windsor Hotel purchased its melons only from Anatole Décarie himself.

Through some happy chance, a certain Mr. Dawson, friend of King Edward VII of England (1901-1910), also happened to be a patron of the Windsor. Upon discovering these tasty melons, he decided to send some to the king. Back at Buckingham Palace in England, it appears that everyone was greatly taken with these fruit from Notre-Dame-de-Grâce. By the early 20th

grimpait à 15 \$. Et après la Première Guerre mondiale, il fallait déboursier entre 25 et 35\$. La majorité des gens ne pouvaient pas se permettre de payer un tel montant. Dans les grands hôtels, une simple tranche de melon de Montréal coûtait aussi cher qu'un steak...

Malheureusement, sa popularité déclina au cours des années 1920 et on cessa de le produire au cours de la première moitié du XX^e siècle. Son prix élevé et les soins méticuleux nécessaires à sa croissance ont peut-être eu raison de sa production. Puis, la crise économique des années 1930 n'a certainement pas aidé à son commerce. Enfin, l'urbanisation pesa de plus en plus lourd sur les terres agricoles de l'île de Montréal.

Depuis une vingtaine d'années, le melon de Montréal connaît un regain d'intérêt. Quelques intrépides tentent de remettre en valeur ce fruit disparu. Toutefois, des spécialistes s'interrogent actuellement sur l'authenticité des graines utilisées, car elles ne semblent pas donner le même rendement. Quoi qu'il en soit, le melon de Montréal est un pan de l'histoire de Notre-Dame-de-Grâce qui gagne à être redécouvert, sinon dégusté!



century, Alphonse-Édouard, another member of the Décarie family, was supplying New York's famous Waldorf-Astoria hotel with Montreal melons, in addition to a number of other renowned establishments in Boston, Philadelphia and Chicago. At the time, each fruit was worth a small fortune. In 1906, a dozen melons cost between \$8 and \$10. By 1907, this price had risen to \$15. And by the end of the First World War, the melons cost anywhere between \$25 and \$35 a dozen. Obviously, few people at the time could afford to pay such an exorbitant amount. In grand hotels, a single slice of Montreal melon could cost as much as a steak.

Unfortunately, its popularity waned in the 1920s and by the mid-20th century the variety was no longer being grown. Its high price and the meticulous care it needed to grow surely played a hand in that. Nor did the Great Depression during the 1930s help. And by that time, urbanization had also encroached heavily on agricultural land on the island of Montreal.

In the last 20 years, a few intrepid growers have attempted to bring back the Montreal melon, and the long-disappeared fruit has made a bit of a comeback. However, some experts question the authenticity of the seeds being used because they do not appear to offer the same yield. Regardless, the Montreal melon remains an important part of the NDG history that's worth discovering, if not tasting!

Champs de melons de Montréal chez la famille Décarie, première moitié du XX^e siècle.
The Décarie family's Montreal melon fields during the first half of the 20th century.

LA DÉCLARATION DU VENDEUR: une protection pour le vendeur, l'acheteur et le courtier

THE DECLARATIONS BY THE VENDOR: a Protection for the Vendor, the Buyer and the Broker



Depuis le 1^{er} juillet 2012, le vendeur d'une propriété de moins de cinq logements a l'obligation de remplir la Déclaration du vendeur sur l'immeuble, document dans lequel il doit consigner les renseignements importants sur la propriété qu'il désire vendre. Un autre formulaire fastidieux à remplir ? Non : plutôt un outil important qui favorise un climat de confiance entre vendeur, acheteur et courtier.

Since July 1st 2012, the vendor of a property of less than 5 units is required to fill the mandatory form Declarations by the vendor of the immovable that contains information on the property offered for sale. Another tedious form to fill? No, rather an important tool to develop trust between the vendor, the buyer and the broker.

Votre propriété a déjà subi une infiltration d'eau ? Vous devez l'indiquer dans la Déclaration du vendeur sur l'immeuble. Même chose si vous avez fait des travaux et des améliorations importantes. Et même chose encore s'il y a déjà eu un suicide ou une mort violente dans l'immeuble. Cette déclaration, élaborée par l'Organisme d'autoréglementation du courtage immobilier du Québec (OACIQ) en collaboration avec l'Association des inspecteurs en bâtiments du Québec, est donc un autre service à valeur ajoutée qu'offrent les courtiers à leurs clients. Et il s'agit d'un service obligatoire puisque dans le cas où un vendeur refuserait de la remplir, le courtier ne peut signer un contrat de courtage avec ce vendeur.

En développant cet outil, l'OACIQ se dotait d'un mécanisme fiable et rigoureux pour répondre à l'obligation qu'a le courtier de vérifier et divulguer au public et aux acheteurs éventuels les renseignements pertinents concernant l'immeuble qu'il met en marché.

La Déclaration du vendeur sur l'immeuble est donc obligatoire dans le cas de la vente d'un immeuble de moins de cinq logements d'une personne physique par l'entremise d'un courtier, qu'il s'agisse d'un condo ou d'une copropriété indivise. Elle est aussi obligatoire dans le cas d'une succession. Toutefois, si la propriété est détenue par une personne morale, par exemple une entreprise, la déclaration n'est pas obligatoire, mais toujours fortement recommandée. Celui qui tente de vendre sa propriété sans courtier n'est pas tenu de remplir la déclaration, se privant ainsi lui-même et privant l'acheteur potentiel d'un élément de protection.

Essentiellement, la Déclaration du vendeur sur l'immeuble remplit un objectif de transparence et de protection des intérêts des parties. Mais elle a aussi d'autres vertus. Entre autres, elle résume les principales caractéristiques de la propriété,

elle révèle les principaux éléments susceptibles de favoriser ou de défavoriser l'une ou l'autre des parties ou qui sont susceptibles d'affecter à la baisse ou à la hausse la valeur de la propriété. Dans ce sens, elle peut fournir des renseignements utiles lorsque vient le temps d'établir le prix de vente.

Bien sûr, le vendeur n'est tenu de consigner dans la déclaration que les renseignements et les éléments dont il a raisonnablement connaissance. Par exemple, si vous avez acheté la propriété il y a cinq ans, vous n'êtes pas tenu de déclarer une infiltration d'eau qui serait survenue il y a 15 ans et dont il n'y a plus aucune trace apparente. Dans une telle situation, l'acheteur ne pourra jamais revenir contre vous.

Enfin, la Déclaration du vendeur sur l'immeuble est un document qui a une réelle valeur légale et qui doit être annexé à la promesse d'achat et transmis au prêteur hypothécaire lors de la demande de financement.

En conclusion, il ne faut surtout pas voir la Déclaration du vendeur sur l'immeuble comme une divulgation des défauts qui eux affectent la propriété, mais bien plutôt comme une protection qui minimise les risques de poursuite contre le vendeur et permet à l'acheteur de savoir exactement l'état de la propriété qu'il acquiert.

In essence, completing the form Declarations by the seller of the immovable is done for the purpose of transparency as well as to protect the interests of the parties to the transaction. It also has other virtues. In particular, it summarizes the main features of the property and brings up the few elements likely to favour or disadvantage either or of the parties. Therefore, the form helps in the establishment of the market value of the property.

The seller must provide the information to the best of his knowledge; the form does not require the seller to declare something that he does not know. For instance, there is no obligation for you to declare a water infiltration that occurred 15 years ago without any apparent sign today if you've owned the property only five years. In such a case, the buyer won't be able to take any legal actions against you.

Finally, the declarations by the seller form has a real legal value. It must be annexed to the buyer's promise to purchase and must be sent to the hypothecary lender to enable the lender to set the terms of the loan to be extended to the buyer.

In conclusion, the form Declarations by the seller of the immovable must not be seen as a disclosure of defects on a property, rather as a protection minimizing the risk of legal action for sellers and allowing buyers to enter into a transaction with a better knowledge of the condition of the property.



Choisir un DESIGNER D'INTÉRIEUR certifié APDIQ®

Choosing an APDIQ®-certified INTERIOR DESIGNER



L'Association professionnelle des designers d'intérieur du Québec (APDIQ) a choisi, en 2011, d'enregistrer la marque de certification Designer d'intérieur certifié APDIQ® pour permettre à ses membres de se distinguer et au grand public de reconnaître les professionnels répondant à des normes d'excellence et des critères de sélection rigoureux.

L'Association compte plus de 900 membres toutes catégories ainsi qu'une équipe composée d'employés et de bénévoles qui contribuent à la notoriété des Designers d'intérieur certifiés APDIQ®. Notre mission est de maintenir et de développer le niveau d'excellence professionnelle des designers d'intérieur, de regrouper tous les professionnels qui répondent aux normes de l'Association et de contribuer à la protection du public.

L'APDIQ a adopté des normes quant à la catégorie de personnes pouvant employer la marque de certification et quant à la qualité des services offerts. Ces normes sont les suivantes :

1

Être un membre en règle de l'APDIQ et, à ce titre, détenir la formation et/ou l'expérience requise conformément aux politiques et lignes directrices sur l'admission de l'APDIQ;

- un diplôme d'études collégiales (DEC) reconnu en design d'intérieur;
- un diplôme universitaire de premier cycle, soit un baccalauréat (BAC) en design d'intérieur.

2

S'engager à respecter les termes et conditions prévus dans les règlements généraux de l'APDIQ ainsi que dans les règlements de l'APDIQ sur :

- l'assurance responsabilité professionnelle;
- le code de déontologie;
- l'inspection professionnelle;
- la tenue de dossiers et des cabinets de consultation.

In 2011, the Association of Professional Interior Designers of Quebec (APDIQ) decided to register the "APDIQ® Certified Interior Designer" certification mark to allow its members to distinguish themselves and allow the general public to recognize professionals meeting the association's strict selection criteria and standards of excellence.

The APDIQ has more than 900 members in various categories as well as a team of employees and volunteers who contribute to the reputation of APDIQ® Certified Interior Designers. Our mission is three-fold: to maintain and improve the level of professional excellence of interior designers, to bring together all professionals who meet the association's requirements and standards, and to help protect the public.

The APDIQ has adopted standards regarding which category professionals may use this certification mark, and regarding the quality of the services offered. These standards are the following:

1

Be a member in good standing of the APDIQ, with the necessary training and/or experience as required in accordance with APDIQ admission policies and guidelines:

- a recognized college diploma (DEC) in interior design
- a university bachelor's degree in interior design

2

Respect the quality standards and requirements outlined in the APDIQ's general rules, in addition to the APDIQ's rules concerning:

- professional liability insurance
- the code of ethics
- professional inspection
- the keeping of records and consulting offices



3

Depuis 2012, les membres provisoires doivent d'abord réussir l'examen nord-américain de qualification obligatoire (NCIDQ - Council for Interior Design Qualification) pour se voir octroyer le titre.

L'APDIQ veille à la protection et à la gestion de la marque de certification Designer d'intérieur certifié APDIQ®. L'APDIQ est un organisme à but non lucratif (OBNL) qui a pour mission l'homologation, la classification et la certification de la profession de designer d'intérieur au Québec. Ces actions ont pour but d'assurer la valorisation et la reconnaissance d'une compétence professionnelle individuelle afin de protéger et de gérer la marque Designer d'intérieur certifié APDIQ® ainsi que son mode d'accréditation.

Seuls les membres en règle de l'Association ont le droit d'employer la marque de certification. L'utilisation illégale ou non conforme de la marque de certification nuit à l'image de marque et aux standards de qualité auxquels les membres de l'APDIQ souscrivent. Toute personne qui prend connaissance d'une situation d'illégalité ou de non-conformité est encouragée à en aviser l'APDIQ le plus rapidement possible pour qu'elle puisse y remédier sans délai.

QU'EST-CE QU'UNE MARQUE DE CERTIFICATION ?

Il s'agit d'une marque employée de façon à distinguer les marchandises ou les services offerts dans le commerce qui correspondent à des normes définies, dans le cas de l'APDIQ, soit des normes quant à la qualité des services offerts et à la catégorie de personnes habilitées à employer la marque.

Une marque de certification est protégée par la Loi sur les marques de commerce suite à son enregistrement auprès de l'autorité fédérale responsable, soit l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC).

3

Since 2012, provisional members must first pass the compulsory NCIDQ (National Council for Interior Design Qualification) North American qualifying exam in order to be granted the title.

The APDIQ works to protect and manage the APDIQ® Certified Interior Designer certification mark. The APDIQ is a non-profit organization that acts as the sole approval agency for the classification and certification of the profession of Interior Designer in Quebec. These actions aim to ensure that the individual's professional competency is recognized and respected in order to protect and manage the APDIQ® Certified Interior Designer certification mark and mode of accreditation.

Only Association members in good standing are authorized to use the certification mark. The illegal or non-compliant use of the certification mark damages the mark's image and the standards to which APDIQ members subscribe. Any individual who becomes aware of a situation of illegality or non-compliance is encouraged to notify the APDIQ as soon as possible so that it can promptly remedy the situation.

WHAT IS A CERTIFICATION MARK?

This mark is used to distinguish commercial goods or services that meet certain defined standards. In the case of the APDIQ, these standards apply to the quality of services offered and to the category of persons authorized to use the mark.

A certification mark is protected by the Trade-marks Act following its registration with the responsible federal authority, the Canadian Intellectual Property Office (CIPO).

UN ACHETEUR AVISÉ en vaut deux!

**When it Comes to Buying,
FOREWARNED IS FOREARMED!**



Un propriétaire ne peut pas faire tout ce qu'il veut sur sa propriété. Certains l'apprennent malheureusement à leurs dépens. Lorsque vous êtes en processus d'achat, vous pouvez procéder à certaines vérifications auprès de la municipalité afin de vous assurer que la propriété est conforme à la réglementation. Cela vous évitera bien des problèmes!

Quelques vérifications utiles

Le certificat de localisation

Avant d'acheter un terrain, une maison, un chalet, un condominium, un duplex ou un multiplex, il est important de consulter votre notaire pour vous aider dans l'analyse et la compréhension du certificat de localisation. Le certificat de localisation est un document préparé par un arpenteur-géomètre qui contient un plan de la propriété reflétant son état à une date précise. Il explique également les vérifications effectuées par l'arpenteur-géomètre ainsi que les particularités et restrictions qu'il a constatées sur la propriété.

Un certificat de localisation récent et à jour permet de constater certaines restrictions et particularités qui affectent la propriété, comme des droits de passage, des servitudes ou autres droits enregistrés (ex. : Hydro-Québec ou Bell Canada) ou encore une zone riveraine où il est impossible de construire.

Lois et règlements gouvernementaux

La maison de votre rêve est située à proximité d'un cours d'eau ou encore dans une zone agricole ? Soyez prudent et consultez votre notaire!

Plusieurs lois et règlements servent à protéger l'environnement, les terres ou encore les biens qui ont un caractère culturel ou historique. Cela peut entraîner des restrictions plus sévères si vous voulez rénover, construire ou agrandir un bâtiment. Ces restrictions peuvent également avoir une incidence sur l'assurabilité de la propriété ou le montant de la prime d'assurance que vous devrez payer.

En plus des lois provinciales et fédérales existantes, chaque municipalité a des règlements pour régir entre autres le zonage, les normes de construction et d'esthétisme des bâtiments et l'usage des propriétés sur son territoire. En cas de

Homeowners cannot do whatever they want to their property. Unfortunately, some learn this lesson the hard way. During the buying process, there are certain verifications you can do with the local municipality to ensure the property you're considering complies with regulations. It can save you endless headaches!

Things to verify

Certificate of location

Before buying land, a house, cottage, condo, duplex or multiplex, consult your notary for help in analyzing and understanding the certificate of location. A certificate of location is a document prepared by a surveyor containing a map of the property and which reflects its state on a specific date. It also explains the verifications performed by the surveyor, along with any features and restrictions observed on the property.

A recent and up-to-date certificate of location will reveal any restrictions or peculiarities that affect the property, such as a right of way, easement or any other registered rights (such as Hydro-Québec and Bell Canada), or even a riparian area where construction is strictly prohibited.

Governmental laws and regulations

Is your dream home located near water or in an agricultural area? Consult your notary first!

There are a number of laws and regulations designed to protect the environment and certain types of land, as well as properties of a cultural or historical character. These properties may be subject to more severe restrictions when it comes to renovating, building or enlarging a building. These restrictions may also affect the property's insurability, or at the least, the amount of your premiums.

In addition to provincial and federal laws, every municipality has its own regulations. These may affect, among other things,



non-respect des lois et règlements, l'autorité concernée pourrait vous imposer une sanction qui vous causera bien des maux de tête!

Que devez-vous faire pour vous protéger?

Rassemblez toutes les informations pertinentes que vous avez trouvées au sujet de la propriété et consultez la réglementation municipale. Vous pourrez poser vos questions aux personnes responsables d'appliquer la réglementation et de délivrer les permis. De même, n'hésitez pas à consulter votre notaire avant de signer une offre d'achat. Il est la meilleure personne ressource à votre disposition pour vous expliquer les conséquences juridiques de votre achat.

Vous avez des questions?

Appelez au 1 800 NOTAIRE (668 2473) pour parler, sans frais, avec un notaire ou soumettez votre question par écrit en visitant notre site www.cnq.org. Ce service est disponible du lundi au vendredi, de 8 h 30 à 17 h.

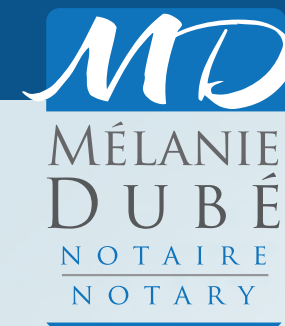
zoning, building standards and aesthetics, and the permitted use of properties within the territory. In the event of non-compliance with laws and regulations, the applicable authorities may impose a hefty fine!

How can you protect yourself?

Gather all the relevant information you can about the property, and consult the municipal regulations. You can also talk to those at city hall who are responsible for enforcing regulations and issuing permits. And be sure to consult your notary before signing a promise to purchase. He or she is best able to explain the legal implications of your purchase.

Have questions?

Call 1-800-NOTARY (668-2473) to speak to a notary free of charge, or send us your written questions at www.cnq.org. This service is available Monday through Friday, 8:30 a.m. to 5:00 p.m.



Mélanie Dubé, Notaire

LL.B. D.D.N.

5765, Av. de Monkland, Montréal (Qc) H4A 1E8
514 481-7500 Fax : 514 487-0667

melanie.dube@notarius.net

TAUX FIXE OU TAUX VARIABLE Comment savoir ce qui vous convient le mieux ?

FIXED VS. VARIABLE Which One is Right for You?



Taux fixe ou taux variable, c'est souvent un dilemme surtout pour ceux qui ne regardent que le taux lors d'une transaction hypothécaire. Habituellement, les taux variables sont moins élevés que les taux fixes.

Il est aussi démontré qu'habituellement, sur une période de 25 ans d'amortissement de prêt, le remboursement avec un taux variable aura coûté moins cher en intérêt que le taux fixe. Mais le taux variable, comme son nom l'indique, varie dans le temps et une variation de taux signifie une variation de paiement.

Avant de choisir, vous devez donc vous demander : « Qu'est-ce qui arrive à mon budget si mon paiement hypothécaire augmente de 50 \$ ou de 100 \$ ou même de 200 \$ par mois ? ». Si la réponse est que cela réduira d'autant votre budget de la colonne des imprévus, vous pouvez considérer un prêt à taux variable. Par contre, si la réponse est que vous auriez de la difficulté à payer votre épicerie, vous avez besoin d'un paiement stable à taux fixe. Entre ces deux extrêmes, il y a également plusieurs réponses possibles.

Il est essentiel que vous vous posiez la question et y répondiez honnêtement afin de mesurer la conséquence d'une hausse de taux. La plupart des institutions financières offrent la possibilité de convertir votre taux variable en taux fixe durant le terme de votre prêt. Il faut préciser que si vous décidez de convertir votre taux variable, c'est parce que les taux ont augmenté... donc les taux fixes aussi.

Lorsque le taux variable est converti en taux fixe, l'institution financière utilisera le taux fixe en vigueur au moment de la conversion. Lorsqu'une telle conversion est faite, vous, le client, n'aurez aucun pouvoir de négociation sur le taux d'intérêt du prêteur. Plusieurs institutions financières utiliseront leurs taux affichés pour faire la conversion.

Certains prêteurs offrent également la possibilité de plafonner les paiements de votre prêt à taux variable. Dans ce cas-ci, le montant supplémentaire que vous ne payez pas à cause du plafond est ajouté à votre prêt hypothécaire.

Fixed or variable? It's a dilemma for most people, especially those who only look at the interest rate when shopping around for a mortgage.

It's certainly no secret that variable rates tend to be lower than fixed rates. It has also been shown that over a 25-year amortization period, you'll usually end up paying less interest with a variable rate than with a fixed rate. But as its name suggests, a variable rate varies over time. And that means when interest rates change, so will your payments.

Before deciding, ask yourself what would happen to your budget if your mortgage payments increased by \$50, \$100 or even \$200 a month. If the answer is that your budget for miscellaneous items would decrease by that amount, then a variable rate would work for you. On the other hand, if you would have a hard time paying for essentials like groceries, then you need a fixed rate.

Between these two extremes is more of a gray area. What's important is that you ask yourself this question and answer it honestly so that you can truly assess how an interest rate hike would affect your ability to keep making your mortgage payments. Keep in mind that most financial institutions will also allow you to convert your variable rate to a fixed rate during the term of your loan. The flip side of this coin is that if you do decide to convert your variable rate due to higher interest rates, the fixed rates will have increased as well.

When converting your variable rate to a fixed rate, your financial institution will use the fixed rate in effect at the time of conversion. As the customer, you have absolutely no bargaining power over the interest rate that's charged during this type of conversion. Many organizations will charge you their posted rates.

Some lenders also offer the option of capping the payments of your variable rate loan. In this type of situation, the additional amount you're not paying becomes added to the principal of

Vous aurez une certaine sécurité pour votre paiement maximum, mais n'aurez pas de cadeau de la part du prêteur. Il est important de bien vous renseigner sur les conditions entourant un prêt avec paiements plafonnés.

En résumé, si vous hésitez entre le taux variable et le taux fixe, posez-vous la question sur votre capacité à absorber une hausse de paiement. Il ne faudrait pas qu'une telle hausse vous empêche de dormir ou vous oblige à vendre votre propriété!

Vous avez des questions ? N'hésitez pas à contacter un courtier hypothécaire de Multi-Prêts. Avec plus de 400 courtiers et 50 points de vente à travers le Québec, trouvez votre courtier au multiprets.ca

your loan.

While a capped mortgage gives you some security about your maximum payment, it's far from being a free gift, so make sure you understand all of the conditions before signing.

In the end, if you're having a hard time deciding between a fixed or variable rate, the answer usually lies in your ability to absorb higher payments. The last thing you want is for higher payments to keep you awake at night... or worse, force you to sell your home!

Got questions? Talk to a Multi-Prêts broker. Find a broker close to you at multiprets.ca; we have over 400 brokers and 50 branches across Quebec.

UN PRÉCIEUX CONSEIL!

Familiarisez-vous avec les concepts entourant le domaine hypothécaire. Vous serez mieux à même de comprendre ce dont vous avez besoin et quels sont les choix qui s'offrent à vous.

EXPERT TIP!

Familiarize yourself with the various concepts and terms used in the mortgage industry. This will help you better understand the options available and determine which ones will best meet your needs.



MISE EN MARCHÉ DE VOTRE PROPRIÉTÉ MARKETING YOUR PROPERTY



Serge et Manon, c’est beaucoup plus que deux passionnés de l’immobilier. Nous sommes des professionnels passés maîtres dans la mise en marché des propriétés. Pour connaître du succès dans la vente d’une maison, il est impératif que les acheteurs et les vendeurs soient également satisfaits. C’est pourquoi nous offrons un plan marketing intelligent et ciblé.

Notre plan marketing personnalisé combine des méthodes traditionnelles et des outils à la fine pointe de la technologie pour la vente de votre propriété. Ce plan génère ordinairement des offres multiples en très peu de temps, selon notre prix de liste suggéré et selon les conditions du marché. Il aide donc à diminuer le stress lié à la vente de votre demeure.

“Serge and Manon” signifies much more than just two individuals who are passionate about real estate. We are professionals who have mastered the art of selling properties. For the sale of a home to be successful, it’s essential that both the buyer and the seller are satisfied with the final outcome. That’s why we offer an intelligent and targeted marketing plan.

Our tailored marketing plan pairs traditional methods with cutting-edge tools to sell your property. Our plan routinely generates multiple bids in very little time, based on our suggested listing price and subject to market conditions. This decreases the amount of stress associated with selling your home.

VOTRE PROPRIÉTÉ EST AFFICHÉE SUR CINQ SITES WEB, POUR ASSURER LE MAXIMUM D’« E-XPOSITION »

Notre site personnel **SERGEGABRIEL.COM** est consulté en moyenne par 5 000 visiteurs uniques chaque mois.

- on y retrouve une description détaillée de votre propriété, accompagnée de photos
- les frappes électroniques des visites en ligne de votre propriété sont enregistrées en temps réel
- les demandes de visite électroniques lors de votre navigation en ligne sont immédiatement transmises à notre bureau
- notre site est compatible avec les téléphones intelligents

Le site de notre courtier franchisé : **royalpagevillemarie.com**

Le site de notre bannière : **royalpage.ca**

- votre propriété est également inscrite sur le site national – un site primé – de Royal LePage
- grâce à la portée internationale de ce site, la description et les photos de votre propriété sont accessibles aux acheteurs potentiels des quatre coins du monde

Les sites : **centris.ca** et **realtor.ca**

Le site régional du Service inter-agences (S.I.A.) : **MLS.CA**

- votre propriété est affichée sur ce site, accessible aux professionnels de l’immobilier ainsi qu’au public

YOUR PROPERTY IS LISTED ON FIVE WEBSITES FOR MAXIMUM “E-XPOSURE”

Our site, **SERGEGABRIEL.COM** averages 5,000 unique visitors each and every month.

- a detailed description of your property is available, along with accompanying photos
- online visits of your property are recorded, updated and displayed in real time
- electronic visit requests submitted through our site are transferred immediately to our office
- our website is smartphone compatible

The site of our franchised brokerage: **royalpagevillemarie.com**

Our banner site: **royalpage.ca**

- your property is also listed on Royal LePage’s award-winning national site
- thanks to the site’s international reach, potential buyers from the four corners of the globe will be able to access a description and photos of your property

The sites: **centris.ca** and **realtor.ca**

The regional Multiple Listing Service (MLS) site: **MLS.CA**

- your property is listed on this site, making it accessible to both real estate professionals and the general public

NOTRE PLAN MARKETING PERSONNALISÉ COMBINE DES MÉTHODES TRADITIONNELLES ET DES OUTILS À LA FINE POINTE DE LA TECHNOLOGIE POUR LA VENTE DE VOTRE PROPRIÉTÉ.

Ce plan génère ordinairement des offres multiples en très peu de temps, selon notre prix de liste suggéré et dépendant des conditions du marché. Il aide donc à diminuer le **stress lié à la vente de votre demeure**.

Nous avons une passion pour l'immobilier comme le démontrent nos nombreuses attestations de ventes: vendeurs top 2 à Montréal, top 1% au Canada, membres de l'attestation Platine, membres de l'attestation Diamant, membres de l'attestation à vie du Club des Élites.

Ce magazine informatif vous explique nos **services haut de gamme** offerts. De plus, vous pourrez compter sur nous pour :

- **un service offert en cinq langues** : français, anglais, italien, arménien et arabe
- **disponibilité** : nous sommes toujours disponibles pour les visites urgentes ou imprévues, et pour offrir conseils et soutien à nos clients. Les messages laissés au bureau à l'intention de Serge ou de Manon leur sont acheminés dans les minutes qui suivent.
- **fiabilité** : nous sommes toujours présents lors des premières visites de votre propriété et pouvons continuer à le faire jusqu'à ce que votre propriété soit vendue.
- **sécurité** : les clés de votre propriété ne sont jamais laissées à personne ne faisant pas partie de notre équipe. De plus, elles ne sont jamais données à d'autres courtiers à moins que la propriété ne soit vacante et que vous ayez donné votre permission.
- **confiance** : discrétion, diplomatie, respect et ce toujours avec un **sourire**

N'hésitez pas à nous contacter pour plus d'information ou si vous avez des questions ou préoccupations qui n'ont pas été abordées dans ce magazine. Sinon, nous espérons avoir le plaisir de pouvoir rendre la vente de votre maison aussi plaisante et facile que possible.

OUR TAILORED MARKETING PLAN PAIRS TRADITIONAL METHODS WITH CUTTING-EDGE TOOLS TO SELL YOUR PROPERTY.

Our plan routinely generates multiple bids in very little time, based on our suggested listing price and subject to market conditions. This helps to reduce the amount of **stress associated with selling your home**.

Our passion for real estate can be seen in our sales results: top 2 sellers in Montreal, top 1% in Canada, Platinum Club Members, Diamond Club Members and Lifetime Members of the elite Chairman's Club.

This informative magazine explains our top-of-the-line services. You can also count on us for:

- **services offered in five languages**: French, English, Italian, Armenian and Arabic
- **availability**: we are always available for the urgent or unexpected visits, and to provide advice and support to our customers. Messages left at the office for Serge or Manon are forwarded to them within minutes.
- **reliability**: we are always present for the initial visits to your property and can continue to do so until your property is sold.
- **security**: the keys to your property are never left with anyone who is not part of our team. They are also never given to other brokers unless the home is vacant and only with your permission.
- **trust**: discretion, diplomacy and respect, always with a smile

Do not hesitate to contact us for more information or if you have any questions or concerns that have not been addressed in this magazine. We sincerely hope to have the pleasure of making the sale of your home as easy and enjoyable as possible.

DIFFUSION WEB

Plus de 90 % des recherches de propriétés s'effectuent via le Web. Un impératif est d'avoir une visibilité accrue. Notre rôle est de nous assurer que votre propriété est présente sur les sites Web les plus visités. Notre site personnel et l'ensemble des partenaires Web vous l'assurent.

WEB PRESENCE

Over 90% of all property searches are done over the Internet. Visibility is therefore critical and our role is to ensure your home appears on high-traffic sites, whether through our personal website or those of our Web partners.

sergegabriel.com



BROCHURES INFO-RÉSIDENCE

La mise en marché de votre propriété mérite les meilleurs outils de diffusion, dont la création d'une superbe brochure illustrée. Elle séduira autant les acheteurs potentiels qu'elle sera pour vous un magnifique souvenir de votre propriété.

INFO-RÉSIDENCE BROCHURES

Your home should be marketed with the best promotional tools, including the creation of a stunning, photo-rich brochure. These brochures will not only seduce potential buyers but also serve as a beautiful souvenir of your former home.



CONNAISSEZ-VOUS LA VALEUR DE VOTRE PROPRIÉTÉ ?

Demandez une estimation gratuite !

514.917.2228

WHAT IS YOUR HOME WORTH?

Request a free appraisal!

clients@sergegabriel.com

VENDU SOLD

VENDU / SOLD
@ 96 %
du prix recommandé /
of the suggested price
Le 5788 NDG



VENDU / SOLD
@ 96 %
du prix recommandé /
of the suggested price
The 3465 Hingston



VENDU / SOLD
@ 98.8 %
du prix recommandé /
of the suggested price
The 3760 Melrose



VENDU / SOLD
@ 97.3 %
du prix recommandé /
of the suggested price
Le 4530-32 Beaconsfield



VENDU / SOLD
@ 97 %
du prix recommandé /
of the suggested price
Le 4511 Melrose



VENDU / SOLD
@ 98.6 %
du prix recommandé /
of the suggested price
Le 3447 Beaconsfield



VENDU / SOLD
@ 96 %
du prix recommandé /
of the suggested price
The 4615-17 Draper



PROPRIÉTÉS À VENDRE PROPERTIES FOR SALE

OFFRE acceptée

COTTAGE
LE 3490 HINGSTON
@ 955 000 \$
MLS 18696704

3 chambres,
2 1/2 salles de bains,
jardin, stationnement



COTTAGE
LE 4191 WILSON
@ 1 160 000 \$
MLS 17992176

4 chambres,
3 1/2 salles de bains,
jardin, garage



OFFRE acceptée

COTTAGE
LE 4161 BEACONSFIELD
@ 635 000 \$
MLS 27867075

4 chambres,
1 salle de bains,
petit jardin, garage



COTTAGE
LE 4082 GRAND
@ 598 000 \$
MLS 16614105
4 chambres,
2 salles de bains,
terrasse, stationnement



HAUT
LE 4381 DRAPER
@ 428 000 \$
MLS 11141560

3 chambres,
nouvelle cuisine,
terrasse, garage



HAUT
LE 4364 OXFORD
@ 574 000 \$
MLS 26737358

2+1 chambres
+ garconnière, terrasse,
stationnement



COTTAGE
LE 3451 MONTCLAIR
@ 789 000 \$
MLS 25996489

8 chambres et plus encore,
garage double



Nombre de transactions depuis janvier 2014 : 75
Number of transactions since January 2014: 75

Autres propriétés de choix
More choice homes
www.sergegabriel.com



Serge **GABRIEL** INC

Manon **SÉNÉCHAL** INC

Courtiers immobiliers
Real Estate Brokers

514-917-2228



clients@sergegabriel.com

WWW.SERGEGABRIEL.COM



Royal LePage Ville-Marie, agence immobilière, 5765 avenue Monkland, Montréal, Qc. H4A 1E8

SI VOTRE PROPRIÉTÉ EST DÉJÀ INSCRITE AUPRÈS D'UN AUTRE COURTIER, VEUILLEZ NE PAS TENIR COMPTE DE CETTE PUBLICITÉ.
NOT INTENDED TO SOLICIT PROPERTIES ALREADY LISTED FOR SALE.

Concept original Ma Clé Inc. macle.ca Éditrice: Hélène Grou Membres de la rédaction: David Girard, Marie-Claude Parenteau-Lebeuf,
La Chambre des notaires du Québec, Denis Doucet Traduction: Rhonda Sherwood Graphisme: Leila Nayeri Photographe: Stéphane Jourdain Distribution: Postes Canada

