

Assurances

LA PROTECTION DES AFFAIRES

Votre propriété peut ne jamais brûler, mais vous êtes sûr de mourir, voilà une vérité qui comporte des conséquences sérieuses pour les intérêts financiers des hommes de réflexion et d'action.

Les biens et effets devraient être protégés contre les hasards d'un incendie. Il est donc inconcevable que des hommes perspicaces et prévoyants à la tête d'une société ne se prémunissent pas pour conserver le fruit de leurs travaux.

Toute entreprise est le résultat de l'ambition, de l'initiative et de l'énergie de l'homme. Les associés dans une affaire et ceux qui sont intéressés financièrement à son succès assurent réciproquement leur vie, quand il est clairement prouvé que le décès de l'un d'eux entraverait les affaires et causerait une perte réelle d'argent aux survivants.

Plus les affaires d'une société sont prospères, plus les associés sont satisfaits les uns des autres, plus important aussi devient chaque facteur individuel et plus grande est la perte subie, si la mort vient faire disparaître un des partenaires.

La prudence ordinaire et l'économie demandent que la firme pourvoie à une indemnité contre la perte d'un membre important tout autant que contre la destruction de ses marchandises par le feu. La continuité des plans l'exige.

Tout autre point de vue est hors de question.

Cette protection devrait prendre la forme de polices individuelles pour chaque membre, les autres membres étant nommés bénéficiaires, plutôt que la forme d'une police en commun émise sur les vies de tous les membres dans un seul contrat, où la firme est nommée comme bénéficiaire.

Une police en commun exige une prime plus élevée que celle que l'on paierait pour le même montant d'assurance sur chaque vie séparément, mais est moins satisfaisante, car le décès d'un des membres met fin à la protection des partenaires survivants. Il faudrait prendre une nouvelle assurance au taux plus élevé applicable à l'âge atteint et à une époque où un ou plusieurs des associés peuvent être incapables physiquement de passer l'examen exigé.

Le coût exigé d'une telle indemnité devrait être compté dans les dépenses d'affaires, comme on le fait pour le coût de la protection contre le feu.

Les arguments en faveur de l'assurance entre associés diffèrent très peu de ceux applicables à la protection de la famille. A la firme d'un homme comme à sa famille s'attachent une considéra-

tion et une valeur qui s'étendent au-delà de sa tombe.

La valeur monétaire de la vie d'un homme d'affaires devrait être capitalisée en faveur de ceux qui sont intéressés financièrement à sa force de travail. C'est une considération qui n'a pas moins d'importance que l'assurance, pour la protection de la famille, d'une somme représentant la valeur présente de son revenu futur ou de cette portion de son revenu qui semble nécessaire au confort de la famille. La somme ainsi prévue par une police d'assurance-vie refléterait la satisfaction d'anciens associés en affaires non moins qu'elle assurerait le confort des héritiers. Les défauts d'un homme sont charitablement oubliés après sa mort — on ne parle du défunt qu'en bien — mais on peut se rappeler longtemps les défauts d'une maison de commerce, ce qui peut l'embarrasser ou amener sa faillite.

De l'argent comptant, au décès, aidera le mieux le partenaire ou les partenaires survivants à régler les intérêts du membre décédé sans sacrifice ou sans procès coûteux et à épargner de l'argent pour tous ceux concernés. Le règlement sur la base de la valeur réelle et non pour ce qu'on peut obtenir exige l'élimination de la vente à l'encan et du seul homme qui gagne dans un procès — l'avocat.

L'achat de l'assurance en commun, quand l'état physique des associés le permet, pourvoit à l'affaiblissement futur des affaires et à leur sauvegarde. Cet achat est le meilleur moyen d'établir le crédit, de donner confiance aux banques et, en assurant l'ordre, la sécurité et la prospérité, il fixe le taux commercial.

Des polices d'assurance représentant des millions de dollars ont été prises, dans les récentes années, pour protéger les intérêts commerciaux. La demande, dans cette ligne ne se ralentit pas, et les agents qui négligent les maisons d'affaires laissent échapper de bonnes occasions.

Téléphone Main 553.
ESINHART & EVANS
Agents principaux
**SCOTTISH UNION & NATIONAL
INSURANCE COMPANY
OF EDINBURGH**

**GERMAN AMERICAN
INSURANCE COMPANY,
NEW YORK**

et Courtiers Généraux d'Assurance.

Argent à prêter sur Biens Fonciers, aux
taux courants les plus bas. Demande
directe sollicitée.

BUREAU :
EDIFICE LAKE OF THE WOODS,
39 RUE ST-SACREMENT,
MONTREAL.

London Guarantee & Accident Co. Limited.

Bureau Principal pour le Canada à
TORONTO.

D. W. ALEXANDER,
Gérant.

EMET des Contrats de Garantie de la Probité des Gérants, Secrétaires, Trésoriers, Comptables, Caissiers, etc., et de tout Fonctionnaire manipulant de l'argent ou des marchandises.

ASSUREZ-VOUS DANS LA SAUVEGARDE

- | | |
|-------------------------|---|
| 10 PARCE
QUE | Ses <u>taux</u> sont aussi <u>avantageux</u> que ceux de n'importe quelle compagnie. |
| 20 PARCE
QUE | Ses <u>polices</u> sont plus <u>libérales</u> que celles de n'importe quelle compagnie. |
| 30 PARCE
QUE | Ses <u>garanties</u> sont <u>supérieures</u> à la généralité de celles des autres compagnies. |
| 40 PARCE
QUE | La <u>rapidité</u> et l' <u>expérience</u> de sa <u>direction</u> sont une garantie de succès pour les années futures. |
| 50 PARCE
QUE | Par dessus tout, elle est une compagnie <u>canadienne française</u> et ses capitaux restent dans la province de Québec pour le <u>bénéfice des nôtres</u> . |

**Siège social: 7 PLACE D'ARMES,
MONTREAL.**

NOUVELLE COMPAGNIE D'ASSURANCE

La "Gazette du Canada" en date du 19 Décembre donne avis qu'une licence a été accordée à la Hudson Bay Insurance Company, dont le siège social est à Vancouver, sous la direction de M. Charles E. Berg, son agent en chef. Cette compagnie est autorisée à assurer contre le Feu et la Grêle.

L'annonce représente la vapeur qu'actionne la machinerie, montez la vapeur. La publicité est le lubrifiant des affaires, ne ménagez pas l'huile. La publicité est le réveil-matin des affaires, sonnez le réveil.