

**METROPOLITAN**

Life Assurance Co'y

:-: of New-York :-:

(Compagnie à Fonds Social)

Actif..... \$352,785,890.36

Polices en vigueur au 31 décembre 1911..... 12,007,138.

En 1911, la compagnie a émis au Canada des polices pour..... 27,139,000

Elle a déposé entre les mains du Gouvernement Canadien exclusivement pour les Canadiens, environ..... 10,000,000.

Il y a plus de 446,000 Canadiens assurés dans la METROPOLITAN.

**WESTERN ASSURANCE CO.**

INCORPORÉE EN 1861

ACTIF, au-delà de \$3,284,171.93

Bureau Principal: TORONTO, Ont.

Hon. GBO. A. COX, Président.

W. R. BRUCE, Vice-Président.

W. B. MEIKLE, Gérant-Général.

C. C. FOSTER, Secrétaire.

Bureau de Montréal:

61 RUE ST-PIERRE.

ROBT BICKERDIKE, Gérant

**LA COMPAGNIE D ASSURANCE "FEDERAL LIFE"**

Bureau Principal: HAMILTON, Can.

Capital et Actif \$5,116,968.65  
Assurances en force en 1910 23,887,141.41  
Surplus 1911 3,701,773.64

Contrats d Assurance les plus désirables

DAVID DEK - ER, Président et Directeur GÉR.  
C. L. SWERNKY, Gérant, District de Montréal

Téléphone : Main 553

**ESINHART & EVANS**

Courtiers d'Assurance

Feu, Vie, Accident, Cambriolage,  
Bris de glaces, Automobiles,  
Responsabilité des Fonctionnaires

Agents principaux pour :

The Scottish Union & National Ins. Co.  
d'Edinbourg.German American Insurance Co.  
de New-York.Bureau : EDIFICE LAKE of the WOODS  
39 rue St-Sacrement,  
MONTREAL.**Assurances**LA PUBLICITE EN MATIERE,  
D'ASSURANCE

(Suite)

Quand les paiements pour réclamations sont faits promptement, il est utile de le faire savoir non seulement dans l'intérêt de la compagnie, mais aussi pour donner au public une idée de la peine que l'agent s'est donnée pour éviter les délais et prendre en mains les intérêts de ses clients.

Le genre de publicité concernant l'assurance, qui est négligé en raison de faibles sommes attribuées à ce département, est la publicité générale et soutenue qui met en relief les principes sur lesquels l'assurance est basée et renseigne le public sur ses besoins. Peu de personnes méritent qu'une campagne bien et vigoureusement menée serait avantageuse à l'agent d'assurance. Moins il a d'arguments à refuser, plus il lui est facile de mener à bien une affaire.

Tous les agents d'assurance s'accordent à dire qu'ils préfèrent essayer de vendre une police à un homme déjà renseigné (ou prétendu l'être), sur la compagnie qu'ils représentent; ils n'ont pas alors besoin de le convaincre de la sagesse de cette compagnie ni des dividendes qu'elle distribue à ses porteurs de police. Ces renseignements ont été répandus par les statistiques publiées par la compagnie comme réclame.

Toutefois, les compagnies d'assurance n'ont pas poussé à fond leur argumentation, car elles ont négligé de préparer le terrain en éduquant le public sur le besoin qu'il y a de l'assurance et sur le genre de police qu'il peut choisir suivant les circonstances.

Le défaut de publicité à ce sujet ne doit pas être attribué à une aptitude des compagnies à comprendre le profit qu'elles en pourraient tirer. Ce défaut de publicité est dû aux faibles sommes d'argent dont les compagnies disposent pour faire de la réclame en leur faveur. Elles sont à peine suffisantes pour subvenir aux frais des annonces locales et à la publication nécessaire des statistiques.

Cette négligence n'est pas excusable, car il ne semble pas que l'on puisse invoquer une raison justifiant toutes les compagnies de ne pas créer un fonds commun pour mener une pareille campagne de publicité éducative. Chaque compagnie n'aurait à verser qu'une somme relativement modique, et cette campagne collective aurait beaucoup plus d'effet sur l'esprit du public que des campagnes individuelles. Cela semble évident, et la difficulté d'organisation ne semble pas insurmontable.

ASSUREZ-VOUS

DANS

**LA SAUVEGARDE**

- 1<sup>o</sup> PARCE QUE Ses Taux sont aussi avantageux que ceux de n'importe quelle compagnie.
- 2<sup>o</sup> PARCE QUE Ses polices sont plus libérales que celles de n'importe quelle compagnie.
- 3<sup>o</sup> PARCE QUE Ses garanties sont supérieures à la généralité de celles des autres compagnies.
- 4<sup>o</sup> PARCE QUE La sagesse et l'expérience de sa direction sont une garantie de succès pour les années futures.
- 5<sup>o</sup> PARCE QUE Par-dessus tout, elle est une compagnie Canadienne-Française et ses capitaux restent dans la Province de Québec pour le bénéfice des nôtres.

Siège Social : 7 Place d'Armes

MONTREAL

Bureau au Canada, Bureau Chef à Montréal  
DIRECTEURSSir E. S. Clouton, Bart., Président. Sir Alex-  
andre Lucote, M. Chevalier, Ecr., William Mol-  
ton Macpherson, Ecr., T. J. Drummond, Ecr.J. Gardner Thompson, Gérant.  
J. W. Binnie, Assistant Gérant.**Les Prévoyants du Canada**

Assurance Fonds de Pension

CAPITAL AUTORISÉ \$500,000

Achetez des Parts des Prévoyants :

Parce que c'est un placement sans  
pareilParce que c'est avec la plus petite  
prime, la plus grosse rente ;Parce que c'est la seule compagnie  
à "Fonds Social" faisant une spécialité  
du Fonds de Pension.

Bureau à Montréal :

Chambre 22,  
Edifice "La Patrie"

Bureau - Chef,

85, rue Dalhousie,  
QUEBEC.