

— Me garantissez-vous, disait un jour un assureur à l'un de ses clients, que, demain, si je viens à mourir, vous me donnerez le montant total de l'assurance que je vous propose contre la prime stipulée audit contrat?

— Jamais de la vie! répondit, avec un bel aplomb, le futur assuré.

Et l'assureur d'ajouter:

— C'est pourtant, mon cher monsieur, ce que je vous propose, et vous hésitez!

L'histoire ne dit pas ce que fit le client, mais il est à présumer, et j'ai quelques raisons de le croire, que le contrat fut signé le jour même.

C'est que l'assurance sur la vie, en effet, vous garantit non seulement un capital certain à l'époque fixée si vous êtes encore de ce monde au moment où vous êtes appelé à bénéficier de vos sages économies, mais encore elle vous donne, en cas de décès prématuré, toute sécurité pour l'existence et l'avenir des vôtres.

C'est là un placement que nulle part ailleurs vous ne pouvez faire, et les aléas de la mortalité sont si nombreux, qu'il importe de se prémunir contre ce risque éventuel: la mort. La camarade n'attend pas, hélas! pour vous frapper, l'heure où votre travail et votre prévoyance vous auraient permis d'assurer l'avenir de ceux qui vous sont chers.

Assurez donc et la tranquillité de vos vieux jours et l'avenir des vôtres, mais surtout ne faites rien à la légère et, à vant que de signer un contrat quelconque, pesez-en bien toutes les conditions, examinez-en avec soin toutes les clauses et, surtout, sachez choisir la combinaison qui vous convient le mieux. Il importe encore que le choix de la Compagnie à laquelle vous confiez vos économies soit fait en connaissance de cause et que toutes les garanties vous soient données de sa parfaite gestion, de sa solidité de son crédit, etc.

**OPINIONS ANGLAISES SUR LA  
REGLEMENTATION DE L'AS-  
SURANCE SUR LA VIE**

M. Young, l'ancien président de l'Institut des actuaire de Londres, vient de publier une étude approfondie sur ce que doit être la législation de l'assurance sur la vie. Elle doit, dit-il, adopter une forme particulière et non pas générale, et se ramener à trois chefs:

a) Tous ceux qui sont intéressés à un titre quelconque à une société d'assurances sur la vie, doivent être certains qu'elle est fondée de bonne foi.

b) Actionnaires et assurés doivent posséder les moyens les plus complets de surveiller la gestion de la compagnie et la marche des affaires.

c) Actionnaires et assurés doivent pouvoir en tout temps mettre fin à une gestion malhonnête ou imprudente. Une pénalité sérieuse doit frapper ceux qui fondent ou gèrent une compagnie à leur profit et non dans l'intérêt du public.

Pour atteindre ce but, M. Young estime que deux moyens suffisent:

1° Le dépôt d'un cautionnement — ce qui empêcherait la fondation de sociétés de pacotille [bubbles].

2° La publication dans une forme claire et précise du bilan et du compte de profits et pertes, ainsi que des méthodes de calcul employées par la Société et la valeur de ses engagements.

Ces données seraient fournies à un Département ministériel qui les publierait après vérification. A part ces mesures qui doivent être prises, l'industrie de l'assurance doit être laissée absolument libre.

Par conséquent, abolition complète de la détermination du mode de placement des réserves, des tables de mortalité et des taux d'intérêts pour le calcul des rentes; abolition par conséquent de tout ce qui tend à remplacer la surveillance

du public intéressé par celle de l'Etat qui, en s'immisçant dans les affaires des Sociétés se trouve être responsable de ce qu'il a contrôlé.

Aussi M. Young pose-t-il comme modèle de loi commerciale, la loi anglaise de 1870.

[L'ASSURANCE MODERNE].

**LA VALEUR DE LA PUBLICITE**

La publicité est le nerf des affaires. Un article bien annoncé est toujours certain de trouver un marché facile.

Il se trompe celui qui pense que la publicité fera vendre n'importe quel article bon ou mauvais.

Il est nécessaire d'annoncer un bon article en vue de le faire connaître au public acheteur. Mais dépenser du bon argent pour annoncer un article médiocre, est du dernier ridicule — même si la publicité provoquait la vente d'une petite quantité de cet article, le fait que cet article ne possède aucun mérite sera rapidement connu et alors toute la publicité du monde n'assurera pas la continuation de sa vente.

L'annonce continue et agressive d'un article constitue une garantie passablement satisfaisante des mérites de la valeur de cet article. Annoncez de bons produits. — "Pearson's".

Pour réussir, il faut travailler et ne rien gaspiller.

**N'ENVIEZ PAS LE VOISIN — CON-  
TENTEZ-VOUS D'ANNONCER**

La plupart des hommes pensent que n'importe quel autre genre d'affaires vaut mieux que celui dans lequel ils sont engagés. Ils en sont souvent tellement sûrs qu'ils changent de ligne de commerce et alors ils arrivent à faire une découverte. Ils trouvent que la nouvelle ligne d'affaires où, à distance tout paraissait couleur de rose, possède son accompagnement d'épines de toute nature qui ne diffèrent pas absolument de celles qu'ils rencontraient sur leur chemin dans leur ancienne occupation. Au lieu de se laisser aller à de semblables rêveries sur les affaires du voisin, les hommes d'affaires réaliseraient plus de progrès en consacrant leurs loisirs à arracher les épines qui les ennuient. . .



**La Grande Police Industrielle de la Banque d'Epargne**

ASSURE VOTRE VIE ET REMBOURSE VOTRE ARGENT.—30. PAR SEMAINE EN MONTANT

Déposée et émise uniquement par

**THE UNION LIFE ASSURANCE COMPANY.**

CAPITAL ENTIEREMENT SOUSCRIT . . . . . UN MILLION DE DOLLARS.

H. POLLMAN EVANS, BUREAU PRINCIPAL: 112 à 118, rue King, Ouest, AGENTS  
Président. TORONTO. DEMANDES.



**ASSURANCES MARITIMES**

AVIS AUX EXPORTATEURS de Grains, Beurre, Fromage, Œufs, Cuir, Fleur, Bois, Pulpe, Amiante, Animaux, Meubles, Etc., Etc.  
IMPORTATEURS d'Epiceries, Vins et Liqueurs, Marchandises Sèches et de Fantaisie, Ferronnerie, Etc., Etc.

**MASTAI PAGNUELO, 97 RUE ST-JACQUES**  
MAIN 279

Le seul assureur maritime Canadien-Français à Montréal.