

quelques uns des éléments qui doivent être considérés pour arriver à cette détermination. (1)

Il est néanmoins possible de tirer des jugements importants rendus dans la dernière partie de l'année 1912, et au cours de l'année 1913, les règles suivantes qui peuvent servir de guide dans la détermination de la *valeur de tarification*.

1o. Lorsqu'on suppose le coût pour reproduire en neuf une installation, il est prudent d'augmenter les pourcentages autrefois admis comme représentant les frais généraux: ceci n'est pas dans le but de couvrir des dépenses imaginaires, mais pour tenir compte de déboursés qui échappent fatalement à l'évaluateur.

2o. Lorsque la valeur de tarification est basée sur le coût de reproduction en neuf, il est légitime de faire une diminution pour tenir compte de la dépréciation en valeur du matériel. D'un autre côté, les fonds de réserve et de dépréciation accumulés font partie de l'actif de la compagnie dont il s'agit.

3o. Lorsqu'on veut établir le coût de reproduction en neuf, il est juste de tenir compte des frais nécessaires pour repaver les rues où passent les canalisations, même si les rues n'étaient pas pavées lors de l'installation première par la compagnie.

4o. On doit tabler sur la plus-value aussi bien que sur la dépréciation de l'immeuble. Il n'est donc pas équitable de considérer cette plus-value comme un revenu sur lequel on peut prélever les dividendes ou les impôts.

5o. Dans une évaluation faite pour servir d'assiette à un tarif, il est juste de considérer comme un des éléments de l'estimation la *valeur de l'entreprise en marche*. (2)

6o. Ajoutons, à propos des autres éléments de la valeur immatérielle, qu'il y a tendance à porter au compte-capital les frais de mise en train de l'entreprise; les juristes toutefois refusent de considérer ces éléments constitutifs de la valeur de tarification la valeur des concessions et la valeur de renommée: en effet, les privilèges en question sont accordés à la compagnie concessionnaire par la collectivité et il ne peut pas être question de valeur de bonne ou mauvaise renommée lorsque la compagnie jouit d'un monopole.

Au point de vue social comme au point de vue économique, il serait désirable que les éléments de la valeur réelle d'une

(1) Robert H. Whitten: *Certain principles of valuation in rate cases* dans les *Annals of the American Academy of political and social science*, mai 1914, page 182.

(2) Edwin Gruhl, *Recent tendencies in valuation for rate making purposes*, dans les *Annals of the American Academy of political and social science*, mai 1914, pages 236 et 237.