

LA NEW-YORK LIFE

La New-York Life Insurance Co. qui termine son année d'affaires le 31 décembre de chaque année est en mesure d'établir son bilan annuel à l'heure même où se termine l'année.

Le seul fait d'avoir une comptabilité aussi parfaitement organisée serait un crédit pour n'importe quelle compagnie de moindre importance que la New-York Life.

Mais quand on songe que cette dernière a 924,712 polices d'assurance en vigueur représentant \$1,928,609,308, on est forcément émerveillé d'un pareil tour de force qui s'est produit cette année pour la seconde fois. Rien ne prouve mieux qu'avec de la méthode on arrive aisément à obtenir des résultats qu'il semblait d'abord impossible d'atteindre.

Il a fallu de la méthode aussi pour arriver aux chiffres fabuleux de polices et d'assurance que nous venons d'indiquer et nous ne doutons nullement qu'avec la fin de l'année qui commence, la New-York Life Insurance Co. dépassera le million de polices et les deux milliards de montant d'assurance.

Pendant l'année qui vient de prendre fin, elle a délivré 185,367 polices nouvelles pour un total d'assurance de \$342,212,569.

Dans cette somme le Canada est compris pour un montant de \$8,745,000 qui témoigne en même temps et du bon renom dont la Compagnie jouit au Canada et de l'activité de ses agents canadiens.

Nos lecteurs verront, dans le rapport que nous publions d'autre part, les chiffres de l'actif et du passif de la New-York Life, ainsi que le détail de son revenu et de ses débours; nous n'en parlons donc pas ici.

Nous nous contenterons de faire observer que la Compagnie, qui ne fait aucun placement sur actions ou valeurs industrielles d'aucune sorte, a en portefeuille des bons du Gouvernement, des Etats, Comtés, etc., valeurs de tout repos, pour plus de 294 millions, aux prix du marché, qui ne figurent à son bilan que pour 287 millions, valeur d'achat. La valeur de l'actif est donc, en réalité, de \$7,247,377 plus grande que celle indiquée. Ce seul fait indique avec quel souci de l'intérêt de ses assurés elle opère ses placements et la prudence avec laquelle elle agit en établissant son actif.

Un excellent point encore en faveur des assurés, c'est que la proportion des dépenses aux revenus tend de plus en plus à diminuer.

CITRON ESSENCE

En vente à \$1.00 la livre fluide, par Jules Bourbonnière. Téléphone Bell, Est 1122, Montréal.

LES ASSOCIATIONS DE COMMER-
CANTS ET LES TIMBRES DE
COMMERCE

Les diverses associations de commerçants s'occupent d'une manière très sérieuse de mettre fin à l'exploitation du commerce par les compagnies dites de timbres de commerce.

Pour tuer cette exploitation, il ne faut rien moins que l'action législative; toute autre mesure nous paraît d'avance vouée à l'insuccès.

Il serait nécessaire, en effet, pour en finir avec les timbres de commerce qu'il fût illégal d'en distribuer. Tant qu'on pourra légalement livrer des timbres à la clientèle, on trouvera toujours quelques marchands dans toutes les branches du commerce de détail, prêts à en distribuer.

Ceux qui sont désireux aujourd'hui de renoncer à ces timbres ne le veulent faire qu'à la condition expresse que d'autres commerçants dans la même ligne n'en distribueront pas. A notre avis, cette condition ne peut se réaliser, car rien n'empêchera les compagnies de donner gratuitement à quelques marchands des timbres à distribuer. Et, ce faisant, les compagnies de timbres empêcheront la réussite du mouvement qui s'est produit pour l'abolition des timbres.

Nous le répétons, c'est au Parlement fédéral qu'il faut s'adresser pour obtenir une loi mettant fin à l'exploitation dont le commerce est victime.

Que les diverses Associations de commerçants s'adressent donc à Ottawa sans retard, si les marchands veulent être débarrassés à jamais de cette plaie des timbres.

En France, où les timbres de commerce sont également une plaie, la Chambre de Commerce de Lons-le-Saunier, sur le rapport de son président, a pris la décision suivante:

"Considérant que la vente des timbres de commerce dits timbres rouges et timbres de remise, est à la fois préjudiciable aux commerçants de détail et sans avantage réel pour les consommateurs;

"Qu'en effet, elle impose aux commerçants qui les achètent une charge qu'ils ne peuvent compenser qu'en majorant le prix de vente de leurs marchandises;

"Que d'autre part, la distribution de ces timbres n'est qu'un leurre pour les acheteurs qui ne reçoivent, contre un nombre considérable de timbres, qu'une prime insignifiante, bien inférieure au coût de ces timbres, et qu'ainsi le bénéfice de ces opérations est acquis à l'émetteur seul;

"Considérant enfin que la vente de ces timbres constitue, en réalité, une émission de papier-monnaie dont la valeur fiduciaire ne repose sur aucun gage sérieux;

"Par ces motifs,

"La Chambre, à l'unanimité décide:

"1. De s'associer à la proposition de loi de M. Gervais, député de la Seine, tendant à l'interdiction des timbres de commerce;

"2. D'adresser copie de la présente délibération à M. le ministre du Commerce, de l'Industrie, des Postes et des Télégraphes, ainsi qu'à MM. les sénateurs et députés du Jura."

Voilà un exemple à suivre qui, nous n'en doutons pas, produirait des résultats qu'on ne saurait atteindre d'une autre manière.

La loi provinciale qui abolit les timbres de commerce est constatée; les compagnies prétendent que, seul, le Parlement fédéral a pouvoir de légiférer en la matière. Qu'on obtienne une loi fédérale, le procès interminable actuellement engagé tombera de lui-même avec la chute des timbres de commerce.

Le Parlement est maintenant en session, que les marchands se hâtent donc d'obtenir la loi de délivrance.

LES FAILLITES AU CANADA EN 1904

D'après Bradstreets, le nombre des faillites en Canada a été de 23 p. c. plus élevé en 1904 qu'en 1903.

Le passif surpasse aussi de 20 p. c. celui de 1903.

En 1903 il y avait également une augmentation sur 1902, mais pendant ces deux mêmes années, les faillites furent beaucoup moindres par le nombre et l'importance qu'en 1901 et que pendant les années précédentes.

MODIFICATION DE SOCIÉTÉ

La Compagnie Brophy, Cains & Co., vient d'être dissoute, M. Howell un des intéressés se retirant de la firme.

Les affaires continueront sous la même raison sociale, M.M. Thos. Brophy & Fred. L. Cains, conservant la direction. La firme est convertie en une compagnie à fonds social au capital de \$500,000; la charte d'incorporation est actuellement demandée.

Par suite de l'accroissement du capital, M.M. Brophy, Cains & Co., seront dans les meilleures conditions possibles pour remplir les commandes de leur nombreuse clientèle et ils continueront comme par le passé à faire de leur mieux pour la satisfaire.

La maison L. Chaput, Fils & Cie, qui a la représentation au Canada des Pâtes Alimentaires de Brusson, Villemur, Haute-Garonne, vient de recevoir la troisième expédition, 535 boîtes de toutes qualités.

Vu la grande demande du blé Taganrok de Russie, les prix augmenteront sensiblement ce printemps.

Avis aux intéressés de communiquer sans retard avec les agents.