

SOMMAIRE

Message de la Direction	1
Le saviez-vous?	2
La crise financière : Un défi de longue haleine pour l'industrie du voyage ?	2
Un mot sur... les <i>Snowbirds</i> !	3
Nous assurons la sécurité financière de nos clients depuis 1969	4

Ne manquez pas la prochaine édition de notre bulletin ! Nous y traiterons de la réforme du système de santé aux États-Unis, de l'effet de la récession sur les réclamations d'assurance, ainsi que des résultats d'un sondage sur les primes d'assurance-voyage.



Message de la Direction

André Gaudreault, F.I.C.A., F.S.A.
Vice-président principal, développement

C'est avec plaisir que je vous communique notre second bulletin en ligne traitant d'assurance voyage. Nous avons réuni quelques articles qui, à notre avis, apportent un point de vue différent sur certaines problématiques particulières à ce secteur.

À titre de chef de file en couverture de soins de santé hors Canada, nous, chez Optimum Réassurance, croyons que nous avons la responsabilité d'apporter notre contribution à l'industrie sur une base régulière. C'est pourquoi, tout au long de la dernière année, nous avons fourni des ressources financières et actuarielles pour l'étude de Fraser Group sur les réclamations médicales de montant élevé en assurance collective. Les résultats de cette étude ont été partagés avec les participants à la fin de l'année 2008 et nous croyons qu'ils seront d'une grande utilité à chacun d'entre eux. De plus, le produit d'assurance personnalisé pour les expatriés (Expat Plus) que nous avons lancé est de plus en plus en demande et plusieurs assureurs s'en prévalent régulièrement. En outre, les besoins des clients étant notre prérogative, nous explorons sans cesse de nouvelles avenues en développement de produits qui pourraient être d'intérêt pour nos clients. C'est dans cette optique que notre Séminaire sur l'assurance voyage, qui se tiendra le 14 mai prochain à Toronto, effectuera un survol des sujets essentiels et introduira de nouveaux concepts et idées relatifs aux secteurs de l'assurance voyage et des soins de santé.

Optimum Réassurance s'assure de garder les devants en proposant des solutions innovatrices à ses clients et en transmettant de l'information utile par l'entremise de nos séminaires, nos services en recherche et développement, ainsi que nos publications.

Optimum Réassurance est membre du Groupe Optimum, une institution financière privée qui célèbre son 40^e anniversaire en 2009. Nous nous distinguons par l'expertise, le dévouement et l'attitude novatrice de nos employés. Notre présence active sur le marché contribue au succès de nos clients. J'espère que vous apprécierez les sujets abordés dans le présent bulletin.

Le saviez-vous?

Les canadiens qui voyagent à l'extérieur du pays se procurent leur assurance médicale de voyage par l'entremise de quatre (4) types de fournisseurs. Savez-vous quel type est utilisé le plus fréquemment?

- | | | |
|----|---|-----|
| 1. | Couvert en vertu du régime d'assurance collective (employeur) : | 40% |
| 2. | Achat d'un produit d'assurance couvrant un seul voyage : | 33% |
| 3. | Achat d'un produit d'assurance annuel ou de plusieurs années : | 20% |
| 4. | Couvert par l'entremise d'une carte de crédit « platine » : | 5% |
| 5. | Ne sait pas / ne se rappelle pas : | 2% |

Source: Sondage du Conference Board de Février 2008 portant sur les canadiens de 55 ans et plus.

La crise financière : Un défi de longue haleine pour l'industrie du voyage ?

L'agitation financière actuelle compromettra-t-elle les habitudes bien établies de la génération des baby-boomers pour les voyages d'agrément ? Le nombre de déplacements effectués par les Canadiens à l'extérieur du pays ont augmenté de plus de 10 % en 2007 et de façon très substantielle en 2008. Comment 2009 s'en sortira-t-elle ?

Selon les données du Conference Board et si l'on se fie aux nombreux indicateurs économiques récents, nous nous attendons à ce que l'industrie du voyage connaisse cette année sa pire saison hivernale depuis les événements du 11 septembre 2001. Après avoir enregistré des hausses régulières et significatives au cours des 6 dernières années, la saison des vacances hivernales 2009 pourrait s'avérer être un défi de taille pour l'industrie du voyage et les assureurs. Plusieurs facteurs de natures diverses peuvent avoir un effet combiné de dégradation sur le tourisme.

Un mot sur la devise canadienne

La saison touristique 2007-08 a été marquée par la parité de la devise canadienne à partir de la mi-novembre 2007 jusqu'à la fin de la saison en mai. La devise canadienne n'avait jamais été aussi élevée en plus de 30 ans et il est bien de se rappeler à quel point cette situation était exceptionnelle en soi.

Exactement un an plus tard, soit en novembre 2008, le dollar canadien valait 20 % de moins que son homologue américain. Et rien ne semble indiquer qu'à court terme il puisse rattraper la valeur perdue, le dollar canadien valant actuellement 0,80 \$ américain, un déclin de 25 % par

rapport à la parité de l'an dernier. Une diminution aussi radicale de la valeur en une seule année ne se produit pas sans heurt et ne laisse pas les gens indifférents quand vient le temps de planifier leurs vacances.

De leur côté, les assureurs pourraient éventuellement subir des pertes liées aux devises puisque leur tarification a été établie en août/septembre 2008 et que peu d'entre eux peuvent avoir prédit que la devise canadienne connaîtrait une telle descente.

Effondrement de la Bourse

Le déclin phénoménal de la valeur des marchés boursiers au cours de la seconde moitié de l'année 2008 est sans précédent. L'indice composé S&P/TSX a perdu plus de 40 % de sa valeur entre son point culminant en juin 2008 et la fin de l'année. Tous les indices boursiers en Amérique du Nord et en Europe ont essuyé d'énormes pertes similaires.

Devant cette diminution de la valeur de leurs actifs et un sentiment d'incertitude concernant leur bas de laine, les dépenses reliées aux voyages risquent d'être au premier rang des dépenses qu'ils élimineront, réduisant par le fait même la demande pour les déplacements à l'étranger.

L'étendue du déclin des marchés financiers aura fort probablement un impact significatif sur les *snowbirds*, un segment de la population qui, de façon historique, résiste mieux aux mouvements des marchés, puisqu'ils s'en tiennent à la même destination année après année. La majeure partie des *snowbirds* est composée de « jeunes » retraités, i.e. ceux qui ont pris leur retraite au cours des 10 dernières années. Ceux-ci ont besoin de s'assurer que leurs actifs leur apporteront une sécurité financière à long terme, de façon à pouvoir profiter pleinement de leur retraite et obtenir les soins de santé dont ils ont besoin. Un déclin important de la valeur du portefeuille de ces « jeunes » retraités entraînerait un stress financier énorme et les forcerait à réduire leurs dépenses les plus onéreuses en matière d'activités sociales, soit les voyages.

Les déboires financiers...

Alors que les marchés financiers subissent des pertes considérables et que plusieurs institutions financières se retrouvent sous la protection de la loi sur la faillite, certains indicateurs économiques, tant américains que canadiens, dénotent clairement une tendance baissière :

- Les pertes d'emploi s'accumulent à un rythme jamais vu dans l'histoire récente, touchant plus particulièrement l'industrie manufacturière, mais créant un effet domino sur d'autres secteurs de l'économie.
- Malgré une réduction significative des taux d'intérêt directeurs par les gouvernements, les banques sont réticentes à prêter aux entreprises, réduisant ainsi les investissements.

- L'inflation a rapidement dégringolé au Canada au cours des derniers mois, augmentant les possibilités de déflation, quoique les experts soient peu enclins à y croire.

Nous nous attendons à ce que les consommateurs tentent de garder le contrôle sur leurs dépenses de façon à se prémunir contre les périodes difficiles actuelles ou anticipées. Un tel courant s'avérerait un très bon argument pour les consommateurs qui auraient tendance à réduire leurs dépenses en matière de vacances et de voyage, au profit de besoins de subsistance plus urgents.

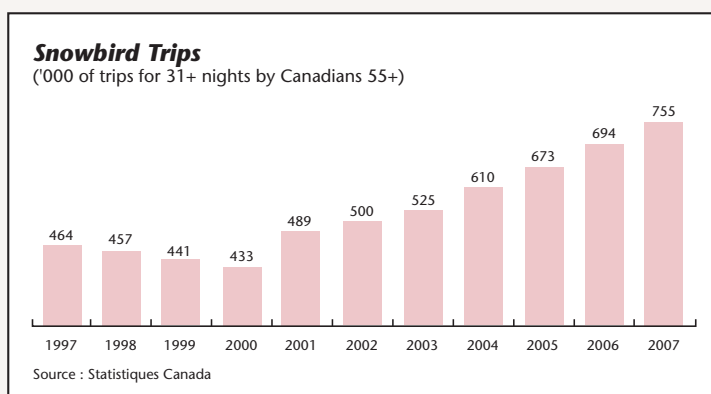
...peuvent avoir de bons côtés !

Au cours de 8 derniers mois, nous avons vu le prix de l'essence réduire de 50 %. Quarante-sept pourcent (47 %) de tous les déplacements à l'étranger par les Canadiens étant effectués en voiture, des coûts d'essence plus bas devraient aider à augmenter le nombre et la durée des voyages par voie terrestre. De plus, cela devrait aussi amener les compagnies aériennes à réduire leurs tarifs.

Nous sommes en droit de nous attendre à des rabais importants sur les forfaits de voyage, puisque les distributeurs de voyage accumulent des surplus d'offres découlant du fait que leurs plans de ventes ont été établis avant que ne surgissent les difficultés économiques majeures énumérées plus haut. Pour les consommateurs qui recherchent la bonne affaire, cette année devrait être la leur !

Un mot sur... les Snowbirds !

(Courtoisie du Conference Board du Canada)



Le marché canadien de l'assurance voyage à l'intention des *snowbirds* représente l'un des plus importants segments de l'industrie de l'assurance voyage au Canada. Le marché canadien de l'assurance des *snowbirds* est plus solide que le marché du voyage d'agrément à l'étranger en général. Le marché des *snowbirds* a profité d'une croissance au cours des années tumultueuses entre 2001 et 2003, alors que les autres marchés du voyage d'agrément étaient en retrait. La principale raison de cette solidité du marché des *snowbirds* est que plusieurs d'entre eux ont tendance à retourner au même endroit chaque hiver – d'où le terme

« *snowbird* ». Ils possèdent souvent une propriété à l'endroit même où ils retournent chaque hiver. Le nombre de voyages effectués par les *snowbirds* a augmenté de 74 % depuis l'an 2000.

Selon Statistiques Canada, en 2007, les *snowbirds* canadiens ont effectué 755,100 voyages d'une durée de 31 nuits ou plus à l'extérieur du Canada. Les *snowbirds* âgés entre 55 et 64 ans ont effectué 43 % de ces voyages en 2007, comparativement à 45 % en 2006.

Nous assurons la sécurité financière de nos clients depuis 1969

La croissance de Groupe Optimum s'est bâtie de façon constante, par étapes, depuis quatre décennies parce que notre équipe a su maintenir une Vision sensée et a continuellement pris des décisions d'affaires conformes à ses Valeurs. En effet, la rigueur et la gestion de risque, deux de nos principes fondamentaux, sont inhérents à la façon de faire chez Optimum depuis notre fondation.

Alors que nous poursuivons nos activités et préparons nos prochains 40 ans, la sécurité financière demeure au coeur des priorités pour toutes les sociétés membres du Groupe Optimum. D'abord, afin de contribuer à la réussite de nos clients et partenaires, et ensuite afin d'assurer la pérennité et la croissance de notre organisation.

Nos 40 ans de présence nous le prouvent : Des fondations solides ouvrent en effet la voie à un avenir prospère.



OPTIMUM®

40
ans

Des fondations solides, gage d'un avenir prospère

N'oubliez pas le...

Séminaire Optimum sur l'assurance voyage

Le 14 mai 2009

Hôtel Hilton - Aéroport de Toronto
5875, Airport Road
Mississauga (Ontario)



OPTIMUM®

Optimum Réassurance inc.