



CPA

COMPTABLES
PROFESSIONNELS
AGRÉÉS
CANADA

N° DU CANDIDAT EFC :

--	--	--	--	--	--	--	--

**Examen final commun
Le 7 septembre 2022
Épreuve du Jour 1
(Cahier n° 1 – Version 1 de CFL)**

Durée totale de l'examen : 4 heures

On trouvera d'autres renseignements sur l'examen à la page suivante.

INSTRUCTIONS GÉNÉRALES AVANT L'EXAMEN

1. Inscrivez les sept chiffres de votre numéro de candidat sur les cahiers. Les cahiers (ou les feuilles de réponse, selon les instructions données) doivent être remis avant que vous ne quittiez le centre d'examen. Ils **NE DOIVENT PAS ÊTRE SORTIS** du centre d'examen. S'ils ne sont pas remis, votre réponse pourrait être refusée.
2. Suivez les instructions fournies. Ces instructions ne doivent pas être sorties du centre d'examen.
3. Signez la *Déclaration d'acceptation de la politique sur la confidentialité de l'examen* ci-dessous.

Déclaration d'acceptation de la politique sur la confidentialité de l'examen

Il est entendu que tout le matériel d'examen est la propriété de CPA Canada, et est sous la garde et le contrôle exclusifs de CPA Canada. CPA Canada détient le pouvoir exclusif sur tout le matériel d'examen, dont elle détermine le contenu, l'utilisation, la conservation, la disposition et la publication. Les candidats n'auront accès ni à leurs réponses, ni aux grilles de correction ou autre matériel relatif à la correction. Les études de cas et les guides de correction qui s'y rapportent ne seront accessibles qu'une fois publiés par CPA Canada.

Je conviens par la présente :

- de ne pas obtenir ni utiliser de réponses ou d'informations provenant d'un autre candidat ou d'une autre personne au cours de l'examen, et de ne pas leur en donner;
- de ne pas consulter de documents non autorisés et de ne pas utiliser de matériel non autorisé pendant l'examen;
- de ne pas sortir ni tenter de sortir du centre d'examen des documents, des notes ou d'autres éléments d'un examen de CPA Canada.

Je conviens en outre d'informer CPA Canada de toute situation où il existe un risque sérieux que l'intégrité de l'examen soit compromise.

J'affirme avoir eu l'occasion de lire les *Règlements d'examen CPA*, et j'accepte toutes les conditions qui y sont énoncées.

De plus, il est entendu que le non-respect de la présente déclaration entraînera l'invalidation de mes résultats, et que je pourrais me voir interdire de me présenter aux examens ultérieurs, être expulsé des rangs de la profession et être poursuivi en justice.

NOM DU CANDIDAT (en lettres moulées)

SIGNATURE

Renseignements sur l'examen

L'examen est constitué de ce qui suit :

Cahier n° 1 – Étude de cas connexe (240 minutes) (le présent cahier)

Cahier n° 2 – Étude de cas du module de synthèse 1 (pour consultation) et feuilles pour les notes au brouillon

Vous devez répondre à l'aide du logiciel fourni. Vous y trouverez une application de traitement de texte et un tableur. Veuillez rédiger le corps de votre réponse à l'aide du traitement de texte et n'utiliser le tableur que pour les calculs à l'appui de votre réponse (**Feuille 1**). Vous devez expliquer clairement vos calculs.

Il ne sera tenu compte que des réponses ou parties de réponse enregistrées par le logiciel fourni.

Des feuilles pour les notes au brouillon sont fournies dans un cahier distinct, qui comprend aussi un exemplaire de l'étude de cas du module de synthèse 1, pour consultation uniquement et non pour évaluation. Les notes au brouillon et les annotations faites dans le ou les cahiers d'examen ne seront pas évaluées.

Les Manuels de CPA Canada, la *Loi de l'impôt sur le revenu* et la *Loi sur la taxe d'accise* sont accessibles tout au long de l'examen dans *Folio Views*. *Folio Views* contient les normes en vigueur et les lois fiscales quasi adoptées au 31 décembre 2021.

La formule de calcul de la valeur actualisée des économies d'impôts et d'autres renseignements fiscaux pertinents sont présentés à la fin du présent cahier.

Vous devez rédiger votre réponse en tenant compte du scénario présenté dans l'étude de cas, et faire abstraction des incidences possibles de la pandémie de COVID-19.

Les désignations « Comptables professionnels agréés du Canada », « CPA Canada » et « CPA » sont des marques de commerce ou de certification de Comptables professionnels agréés du Canada.

© 2022 Comptables professionnels agréés du Canada. Tous droits réservés.

Examen final commun, septembre 2022

Comptables professionnels agréés du Canada
277, rue Wellington Ouest
Toronto (Ontario) M5V 3H2

Étude de cas**(Temps suggéré : 240 minutes)**

Nous sommes le 4 juillet 2025. Votre patron chez Serringers Consulting Group s.r.l. (SCG) vous a confié une autre mission auprès de CanDo Fitness Ltée (CFL).

Depuis la dernière mission de SCG chez CFL, en 2022, le nombre d'abonnés des gyms traditionnels de CFL a diminué de façon continue. Cette situation est principalement attribuable à une intensification de la concurrence : de nouvelles entreprises ont fait leur entrée sur le marché du conditionnement physique, qui continue de croître rapidement.

Au cours des trois dernières années, CFL a pris deux décisions d'investissement majeures. D'abord, elle a conclu un contrat de cinq ans pour être le distributeur des produits Zenfit dans l'Ouest canadien et pour la diffusion en direct de séances d'entraînement sur Zenfit Live, la plateforme en ligne de Zenfit. Ensuite, CFL a converti huit de ses gyms en centres d'escalade. Les deux investissements ont été fructueux jusqu'à maintenant. CFL a renoncé à acquérir Mighty Fitness inc. (MFI) et à ouvrir des restaurants PurCafé dans cinq de ses gyms. CFL a conservé sa formule de gym traditionnel, qui est uniforme dans ses 32 autres établissements.

CFL a résolu le conflit avec ses instructeurs de conditionnement physique : elle a augmenté leur taux de rémunération, et les paie maintenant un peu plus que la moyenne sectorielle. Elle a congédié les entraîneurs personnels qui s'étaient fait prendre à vendre des suppléments. De plus, Rosa a démissionné du Conseil d'administration (le Conseil) et de son poste de chef des finances de CFL vers la fin de 2024. Elle veut vendre le plus tôt possible ses 1 000 actions ordinaires de catégorie B de CFL.

Pour financer la conversion de ses établissements en centres d'escalade intérieure et les achats courants de nouvel équipement, CFL a accepté le contrat de cession-bail que lui avait proposé Hume Properties REIT (HPR) en 2022. En date d'aujourd'hui, CFL dispose de 2 millions \$ en trésorerie pour faire des investissements stratégiques. Comme la plupart des prêteurs ont restreint les prêts aux petites entreprises de conditionnement physique, CFL n'a pas accès à de nouvelles facilités de crédit.

La vision, la mission et les valeurs fondamentales de CFL n'ont pas changé.

Le Conseil de CFL vous demande à vous, CPA, d'examiner l'information fournie et de rédiger un rapport dans lequel vous présenterez votre analyse de chacune des propositions qui se présentent à CFL ainsi que vos recommandations pour chacune de ces propositions. Le Conseil veut aussi votre avis sur l'orientation stratégique globale de CFL et sur l'incidence possible de chaque proposition sur cette orientation. Dans le cadre de cette mission, ne tenez pas compte des incidences fiscales, s'il y en a, dans votre analyse et vos recommandations.

LISTE DES ANNEXES

	<u>Page</u>
I Réunion du Conseil à laquelle assiste CPA	4
II Situation dans le secteur	9
III Préférences selon la tranche d'âge	10
IV Gyms	11
V Informations sur la proposition de Zenfit	13
VI Centres d'escalade	14
VII RJ's Health Clubs Itée	15

ANNEXE I
RÉUNION DU CONSEIL À LAQUELLE ASSISTE CPA

Phillip : Merci de vous joindre à nous aujourd'hui, CPA. Comme vous le savez, nos 32 gyms sont aux prises avec des difficultés. Sans un changement majeur, je ne sais pas si nous pourrions les garder ouverts.

Brian : En 2021, plus de 50 000 personnes avaient un abonnement annuel à nos gyms. Aujourd'hui, ce nombre est d'environ 35 000. Nous avons réduit le coût de l'abonnement annuel, sans succès. Compte tenu du coût des achats de nouvel équipement chaque année, nos gyms ne sont plus rentables.

Phillip : Nos concurrents ont investi beaucoup d'argent dans de nouveaux gyms et dans des gyms existants, de sorte qu'il nous est presque impossible de rivaliser avec eux tout en restant rentables. Je suis d'accord avec Brian : la formule actuelle de nos gyms ne fonctionne plus. Si nous voulons qu'ils survivent, nous devons déterminer comment les spécialiser. Deux marchés s'offrent à nous : celui des moins de 40 ans, et celui des plus de 55 ans.

Sandra : C'est exact, Phillip. Notre étude de marché montre une distinction claire entre ces deux groupes d'âge. Nos gyms ne peuvent plus plaire à tout le monde.

Frank : Demandons à CPA de nous aider à prendre une décision.

Phillip : Excellent. CPA, un des objectifs de CFL pour les prochaines années est d'améliorer son BAIIA. Vous devrez donc porter une attention particulière à cet élément dans votre analyse de chaque proposition.

J'ai réuni certaines données, tirées de notre plus récent sondage auprès des abonnés, qui précisent les préférences propres à chacun de nos deux groupes d'âge cibles potentiels (Annexe III). Comme vous pouvez le constater, il sera difficile de plaire aux deux groupes dans un même gym.

Sandra : Notre étude de marché semble montrer que le marché des moins de 40 ans croît beaucoup plus rapidement que celui du groupe plus âgé. En effet, les moins de 40 ans n'ont jamais été aussi soucieux de leur santé et de leur forme physique. Nous pourrions tirer parti de cette croissance en dotant nos gyms d'appareils modernes, que les plus jeunes recherchent manifestement.

Brian : Par contre, les plus de 55 ans sont prêts à payer un peu plus cher pour s'abonner à un gym qui leur convient. De plus, nos charges salariales diminueraient si nous choissions ce groupe, car les plus de 55 ans se satisfont d'un moins grand nombre de cours que les plus jeunes.

ANNEXE I (suite)
RÉUNION DU CONSEIL À LAQUELLE ASSISTE CPA

Sandra : Peut-être, mais nous avons actuellement plus d'abonnés dans le groupe des moins de 40 ans. Si nous ciblons les plus de 55 ans, nos gyms changeront considérablement, ce qui pourrait repousser nombre de nos abonnés actuels.

Nous avons une autre raison de cibler le marché des moins de 40 ans : la synergie actuelle entre CFL et Zenfit. Notre entente avec Zenfit fonctionne bien, et les ventes de produits Zenfit sont les plus élevées dans cette tranche d'âge. De plus, nous avons maintenant l'occasion de devenir le distributeur national exclusif de Zenfit au Canada.

Frank : Je crois qu'il faut être prudent, Sandra. J'ai passé en revue notre projection initiale des ventes découlant de l'entente avec Zenfit (Annexe V), et elle était peut-être trop optimiste. Au cours des six premiers mois du présent exercice, le nombre d'unités vendues a diminué de 20 % par rapport à la même période en 2024. De plus, en raison de la concurrence accrue que représentent les vidéos de conditionnement physique en continu, nous prévoyons une baisse annuelle de 10 % du nombre d'abonnés à Zenfit Live par rapport à 2024. Compte tenu de la situation actuelle, je m'attends à ce que ces tendances se maintiennent.

Sandra : Il faut en tenir compte, en effet. Cependant, Zenfit vient d'annoncer qu'elle lancera l'an prochain un nouvel appareil Zentracker, qui est à la fine pointe de la technologie et qui sera compatible avec presque tous les moniteurs d'activité physique. Cet appareil amélioré a été encensé par les premiers utilisateurs et devrait stimuler les ventes de Zenfit.

Brian : Devenir le distributeur national des produits Zenfit donnerait plus de visibilité à la marque CFL et n'exigerait aucun investissement initial en trésorerie. Toutefois, de nombreux autres nouveaux appareils de conditionnement physique intégrant d'impressionnantes technologies devraient faire leur entrée sur le marché dans quelques mois et années.

Sandra : Tu as raison, Brian. Zenfit a aussi mentionné que si nous n'acceptons pas d'élargir dès maintenant la portée de notre contrat pour devenir son distributeur national, elle ne renouvellera pas notre contrat à son échéance, dans deux ans. Plusieurs entreprises souhaitent devenir le distributeur national de Zenfit; l'une d'entre elles a offert 9 millions \$ à CFL pour acheter nos droits actuels de distribution et de production de vidéos.

Brian : Passons au point suivant. J'ai dressé une liste de six endroits où CFL pourrait ouvrir de nouveaux centres d'escalade. Jusqu'à maintenant, la performance de nos huit centres d'escalade existants dépasse les attentes. Ce succès s'explique notamment par la popularité croissante de l'escalade, une activité qui devrait continuer de faire de nouveaux adeptes dans un avenir prévisible.

ANNEXE I (suite)
RÉUNION DU CONSEIL À LAQUELLE ASSISTE CPA

- Frank : Tu as aussi beaucoup contribué à leur succès, Brian. Ton expertise en escalade est un avantage de taille pour nous. Nos abonnés sont de plus en plus nombreux chaque année dans tous les groupes d'âge, et ils sont très satisfaits de nos centres d'escalade. Nous n'avons donc pas besoin de spécialiser ce volet de nos activités en fonction d'une tranche d'âge en particulier.
- Brian : Merci, Frank. Je suis convaincu que si nous ouvrons de nouveaux centres d'escalade, ces derniers auront encore plus de succès, puisque nous avons beaucoup appris de l'ouverture des huit premiers. Toutefois, quand nous en aurons plus de 10, nous devons embaucher un directeur principal pour m'aider, car il y a une limite au nombre de centres que je peux gérer efficacement seul. Cependant, cette embauche ne sera peut-être pas nécessaire : avant la réunion, Phillip m'a dit que nous avons reçu une offre d'achat de nos centres d'escalade.
- Phillip : C'est exact. On nous a fait une généreuse offre de 12 millions \$ pour nos huit centres d'escalade existants. Nous devrions sérieusement examiner cette offre.
- Brian : Je nous verrais mal abandonner nos centres d'escalade. Nous avons très peu de concurrence dans ce secteur de nos activités, et la plupart des nouveaux venus se concentrent sur le marché des gyms.
- Phillip : Nous devons aussi examiner le projet concernant RJ's Health Clubs Itée (RJ). RJ possède, dans l'Est du Canada, 25 gyms dont la formule ressemble beaucoup à la nôtre. Or, RJ doit malheureusement fermer ses portes.
- Sandra : Pourquoi voudrions-nous acheter une entreprise qui ferme ses portes?
- Phillip : Bonne question, Sandra. Je ne suis pas certain que nous voulions le faire. Toutefois, le prix demandé, soit 7,5 millions \$, est très bas; RJ a été achetée pour près de trois fois ce montant il y a quelques années seulement! Si nous pouvions remettre RJ à flot, nous prendrions une importante expansion dans le secteur des gyms. CFL deviendrait ainsi une marque nationale.
- Frank : Chaque gym de RJ a un studio de yoga et de méditation. Cette particularité aiderait CFL à tirer parti de la popularité croissante de ces deux activités.
- Sandra : D'accord, mais RJ doit tout de même fermer ses portes. Savons-nous pourquoi elle a eu tant de difficultés?

ANNEXE I (suite)
RÉUNION DU CONSEIL À LAQUELLE ASSISTE CPA

Phillip : Pour les mêmes raisons que nous : RJ a perdu beaucoup d'abonnés au profit de la nouvelle concurrence. Elle a tenté de stimuler ses ventes, notamment en augmentant le nombre et la variété des cours de conditionnement physique et en accroissant ses activités de marketing. Mais ces mesures n'ont fait qu'entraîner une hausse des coûts et n'ont pas vraiment amélioré la satisfaction des abonnés. Tout comme CFL, RJ essaie de répondre aux besoins de ses abonnés dans toutes les tranches d'âge. Si nous faisons l'acquisition de RJ et ciblons un groupe d'âge précis, je crois que la recherche et l'analyse que nous avons réalisées pour nos gyms existants s'appliqueraient également aux établissements de RJ.

Enfin, nous devons remplacer Rosa. En plus d'avoir besoin d'un nouvel administrateur, nous devons trouver un acheteur pour les actions de CFL de Rosa.

Brian : J'ai une candidate en tête : Louisa Rice, une athlète d'entraînement en parcours (CrossFit) largement suivie sur les médias sociaux depuis sa victoire aux championnats mondiaux, l'an dernier. Elle a déjà pratiqué l'escalade de compétition, et je la connais depuis des années. Elle habite en Colombie-Britannique et aimerait beaucoup devenir actionnaire de CFL. Pour acheter les actions de Rosa, elle utiliserait les gains qu'elle a obtenus lors de championnats de CrossFit. Sa popularité sur les médias sociaux procurerait à CFL une visibilité immédiate.

Phillip : À part sa popularité sur les médias sociaux, quel serait l'apport de Louisa comme membre du Conseil?

Brian : Louisa est une athlète professionnelle, et elle se passionne pour l'enseignement. Il ne fait aucun doute que ses connaissances aideraient CFL à créer des cours de conditionnement physique uniques que nous pourrions proposer dans nos gyms. Je connais d'expérience l'intensité de ses entraînements!

Frank : Une autre personne pourrait aussi être considérée comme actionnaire et administrateur. Il s'appelle Albert Fong, et il vit au Québec. Nous nous sommes rencontrés il y a bien des années, quand nous faisons tous les deux de la boxe professionnelle. Albert a malheureusement dû mettre fin à sa carrière de boxeur en raison d'une blessure à l'épaule. Depuis, il a beaucoup de succès en finance d'entreprise, mais il aimerait maintenant revenir au monde du conditionnement physique.

Phillip : J'aime le fait que Louisa soit encore active dans le monde du conditionnement physique. Vu sa blessure, Albert peut-il encore faire du sport?

Frank : Oui, mais il met l'accent sur des exercices moins intenses. Après s'être blessé, Albert est devenu un expert dans des exercices favorisant la guérison, comme le pilates et le yoga, pour lesquels il est maintenant un entraîneur certifié.

Phillip : C'est très intéressant.

ANNEXE I (suite)
RÉUNION DU CONSEIL À LAQUELLE ASSISTE CPA

Phillip : Merci à tous pour votre présence et vos commentaires. CPA, comme vous le constatez, nous avons des décisions cruciales à prendre. Votre analyse et vos conseils sur ces questions seront donc les bienvenus.

CPA : Je commence immédiatement à travailler sur mon rapport.

ANNEXE II SITUATION DANS LE SECTEUR

La popularité croissante du conditionnement physique dans tous les groupes d'âge a entraîné l'apparition d'un grand nombre de nouveaux gyms partout au pays, dont la plupart sont équipés d'appareils modernes et à la fine pointe de la technologie. En conséquence, de nombreuses entreprises de conditionnement physique ont réduit leurs frais d'abonnement annuels dans l'espoir d'attirer davantage d'abonnés. Cette tendance devrait se poursuivre.

Les moniteurs d'activité physique compatibles avec les appareils de conditionnement physique sont devenus très populaires au cours des deux dernières années. La plupart de ces moniteurs se connectent directement aux nouveaux appareils de pointe et enregistrent les activités pratiquées par l'utilisateur de même que ses données biométriques. Les appareils de conditionnement physique sophistiqués compatibles avec les moniteurs d'activité physique sont donc en demande, de sorte qu'ils se multiplient sur le marché.

Le nombre de défauts de paiement par les petits exploitants de centres de conditionnement physique étant en hausse depuis deux ans, les prêteurs hésitent à financer les entreprises de conditionnement physique qui possèdent moins de 50 établissements. De plus, des ventes récemment conclues dans le secteur montrent que les centres de conditionnement physique et d'activités récréatives se vendent en moyenne à un prix correspondant à six fois leur BAIIA annuel.

ANNEXE III
PRÉFÉRENCES SELON LA TRANCHE D'ÂGE
(Préparé par Phillip Rogers)

Le sondage mené récemment auprès des abonnés des 32 gyms de CFL montre une distinction claire entre les préférences de deux tranches d'âge : les moins de 40 ans et les plus de 55 ans. Le sondage n'a permis de relever aucune préférence manifeste chez les 40 à 55 ans, à l'exception d'une légère préférence pour les appareils plus modernes.

	Moins de 40 ans	Plus de 55 ans
Activités demandées	Activités très diverses : poids libres; appareils d'entraînement par résistance; grande variété de cours de conditionnement physique; arts martiaux; escalade; natation; tremplins	Activités limitées aux poids libres, aux appareils simples d'entraînement par résistance et aux cours de conditionnement physique
Type d'appareils	Modernes; à la fine pointe de la technologie; compatibles avec les applications de conditionnement physique et les moniteurs d'activité physique	Faciles à utiliser; ne changeant pas constamment
Instructeurs	Préférence pour une variété de cours et d'instructeurs possédant une expertise particulière	Préférence pour un même instructeur d'un cours à l'autre
Types de cours	Entraînement fractionné de haute intensité (HIIT); cours spécialisés en cardio ou en musculation	Aérobic et cardio de faible intensité; yoga et méditation
Caractéristique la plus importante du gym	Variété (d'activités, de cours, d'appareils, etc.); appareils à la fine pointe de la technologie	Uniformité de l'équipement et des cours; sentiment d'appartenance à une communauté (hésitent à changer de gym, car ils y sont attachés)
Caractéristique la moins importante du gym	Sentiment d'appartenance	Appareils à la fine pointe de la technologie
Durée habituelle d'utilisation d'un même appareil d'entraînement	Moins d'un an, parfois même aussi peu qu'une semaine	Utilisation sur de longues périodes, qui peuvent parfois durer des années
Utilisation de l'appareil Zentracker de Zenfit	Utilisé pour sa qualité, mais abandonné par beaucoup parce qu'il n'est pas compatible avec les moniteurs d'activité physique	Très rarement utilisé en raison de sa trop grande complexité

ANNEXE IV
GYMS
(Préparé par Phillip Rogers)

Tableau des résultats sur 12 mois des 32 gyms de CFL, qui fonctionnent encore selon la formule « universelle » appliquée par l'entreprise

Exercice clos le 31 décembre 2024

Nombre d'abonnés par tranche d'âge

Moins de 40 ans	10 854
De 40 à 55 ans	16 653
Plus de 55 ans	10 030
	37 537

Produits

Frais d'abonnement	21 396 000 \$
Séances d'entraînement personnalisé	13 262 000
Total des produits	34 658 000

Charges d'exploitation

Achats	1 191 000
Salaires	19 065 000
Marketing et publicité	1 786 000
Frais d'occupation	5 691 000
Frais généraux et administratifs	6 691 000
	23 424 000

BAIIA	234 000 \$
-------	------------

ANNEXE IV (suite)
GYMS
(Préparé par Phillip Rogers)

Proposition n° 1 – Modernisation des gyms

Prévisions concernant le nombre d'abonnés si CFL choisit de cibler le marché des moins de 40 ans

	2026		2027		2028	
Nombre d'abonnés par tranche d'âge						
Moins de 40 ans	16 281	(+50 %)	24 422	(+50 %)	36 632	(+50 %)
De 40 à 55 ans	18 318	(+10 %)	20 150	(+10 %)	22 165	(+10 %)
Plus de 55 ans	2 006	(-80 %)	2 006	(0 %)	2 006	(0 %)

- L'abonnement annuel au gym coûterait 550 \$.
- Comme on prévoit que davantage d'abonnés utiliseraient des applications d'entraînement en ligne plutôt que de faire appel aux entraîneurs personnels de CFL, les produits tirés des séances personnalisées devraient diminuer de 10 % par année pour les trois prochaines années.
- Comme il faudrait recruter des instructeurs supplémentaires, le coût des salaires devrait initialement augmenter de 5 % en 2026, mais il devrait demeurer stable par la suite.
- Le coût des investissements annuels dans les appareils devrait se chiffrer à 7 millions \$.
- Toutes les autres charges devraient être les mêmes qu'en 2024.

Proposition n° 2 – Spécialisation des gyms

Prévisions concernant le nombre d'abonnés si CFL choisit de cibler le marché des plus de 55 ans :

	2026		2027		2028	
Nombre d'abonnés par tranche d'âge						
Moins de 40 ans	2 171	(-80 %)	2 171	(0 %)	2 171	(0 %)
De 40 à 55 ans	14 988	(-10 %)	13 489	(-10 %)	12 140	(-10 %)
Plus de 55 ans	12 036	(+20 %)	14 443	(+20 %)	17 332	(+20 %)

- L'abonnement annuel au gym coûterait 650 \$.
- Comme les entraîneurs personnels sont en demande chez les plus de 55 ans, les produits tirés des séances personnalisées devraient augmenter de 5 % par année pour les trois prochaines années.
- Compte tenu des préférences de cette tranche d'âge en matière de cours, le coût des salaires devrait diminuer initialement de 25 % en 2026, mais il devrait demeurer stable par la suite.
- Le coût des investissements annuels dans les appareils devrait se chiffrer à 1 million \$.
- Les charges annuelles de marketing augmenteraient, pour passer à 2,5 millions \$.
- Toutes les autres charges devraient être les mêmes qu'en 2024.

ANNEXE V
INFORMATIONS SUR LA PROPOSITION DE ZENFIT
(Préparé par Sandra MacCarthy)

Informations sur le bénéfice réel et sur le bénéfice projeté de l'entente actuelle avec Zenfit :

	Réal			Projeté (Note 1)	
	2022	2023	2024	2025	2026
Redevances de distribution					
Unités vendues	435	683	546	700	750
Ventes annuelles (produits Zenfit)	4 350 000 \$	6 830 000 \$	5 460 000 \$	7 000 000 \$	7 500 000 \$
Redevances de distribution (15 % des ventes)	652 500 \$	1 024 500 \$	819 000 \$	1 050 000 \$	1 125 000 \$
Moins : coûts directs connexes	76 000 \$	84 350 \$	81 800 \$	50 000 \$	50 000 \$
Redevances de distribution annuelles (nettes)	576 500 \$	940 150 \$	737 200 \$	1 000 000 \$	1 075 000 \$
Redevances pour les vidéos					
Nombre d'abonnés	100 000	225 000	202 500	255 000	350 000
Nombre de visionnements annuels par l'intermédiaire de CFL	1 560 000	3 510 000	3 159 000	3 978 000	5 460 000
Redevance par visionnement	0,75 \$	0,75 \$	0,75 \$	0,75 \$	0,75 \$
Redevances annuelles pour les vidéos (nettes)	1 170 000 \$	2 632 500 \$	2 369 250 \$	2 983 500 \$	4 095 000 \$
BAIIA pour CFL	1 746 500 \$	3 572 650 \$	3 106 450 \$	3 983 500 \$	5 170 000 \$

Note 1 – CFL a établi ces projections en 2022, avant la signature de l'entente initiale avec Zenfit.

Informations supplémentaires

- Le contrat exclusif de distribution nationale proposé a une durée de cinq ans.
- Pour rester le distributeur national exclusif des produits Zenfit, CFL doit atteindre des ventes d'au moins 10 millions \$ par an.
- Selon le contrat proposé, en plus des salles de montre Zenfit qu'elle a déjà aménagées dans l'Ouest canadien, CFL doit aménager au moins 10 autres salles de montre dans l'Est du Canada pour que les clients potentiels puissent essayer les appareils avant l'achat.
- Le distributeur national a le droit d'acheter des produits Zenfit pour son propre usage à un prix réduit de 15 % par rapport au prix de détail normal.
- Compte tenu de leur technologie de pointe, les produits Zenfit se vendent au détail dans la partie supérieure de la fourchette de prix des produits comparables.
- La tranche d'âge des 25 à 39 ans est celle auprès de laquelle les vidéos en continu de Zenfit sont les plus populaires.

ANNEXE VI
CENTRES D'ESCALADE
(Préparé par Brian Mitchell)

Informations sur les bénéfices réels des huit centres d'escalade de CFL :

	<u>2023</u>	<u>2024</u>
Nombre d'abonnés	3 500	3 920
Frais d'abonnement annuels	660 \$	660 \$
Produits		
Abonnements	2 310 000 \$	2 587 200 \$
Laissez-passer d'une journée	2 079 000	2 328 480
Événements spéciaux	1 201 200	1 345 344
Autres	1 339 800	1 500 576
Total des produits	<u>6 930 000</u>	<u>7 761 600</u>
Charges		
Salaires	1 455 300	1 629 936
Achats	485 100	543 312
Marketing	207 900	232 848
Frais d'occupation	1 400 000	1 400 000
Autres	1 039 500	1 164 240
Amortissement	622 222	622 222
Total des charges	<u>5 210 022</u>	<u>5 592 558</u>
Bénéfice d'exploitation	<u>1 719 978 \$</u>	<u>2 169 042 \$</u>

Informations supplémentaires

- Les huit centres d'escalade existants sont d'anciens gyms qui ont été convertis. Comme les six nouveaux centres potentiels ne sont pas déjà des établissements de CFL, la préparation et l'ouverture de ces centres coûteront plus cher (850 000 \$ par centre).
- Il y a eu une certaine confusion entre les gyms CFL et les centres d'escalade CFL. Lors de l'ouverture des centres d'escalade, des abonnés aux gyms de CFL étaient mécontents que leur abonnement ne leur donne pas accès aux centres d'escalade.
- CFL a reçu beaucoup de plaintes d'abonnés ayant perdu l'accès aux gyms qui ont été fermés pour être convertis en centres d'escalade. Certains ont carrément annulé leur abonnement.
- Depuis l'ouverture des centres d'escalade, deux personnes y ont subi des blessures graves. Dans les deux cas, les clients avaient mal utilisé l'équipement. Comme ces clients avaient signé une exonération de responsabilité avant d'utiliser les installations, CFL n'a pas été tenue responsable.

ANNEXE VII
RJ'S HEALTH CLUBS LTÉE
(Préparé par Phillip Rogers)

Informations fournies par RJ sur les bénéfices de ses 25 gyms :

	2022	2023	2024
Nombre d'abonnés par tranche d'âge			
Moins de 40 ans	5 524	4 630	3 528
De 40 à 55 ans	9 354	8 570	7 836
Plus de 55 ans	6 980	7 735	8 174
	<u>21 858</u>	<u>20 935</u>	<u>19 538</u>
Produits			
Abonnements	13 989 120 \$	12 561 000 \$	10 745 900 \$
Séances d'entraînement personnalisé	7 367 500	6 630 750	6 344 000
	<u>21 356 620</u>	<u>19 191 750</u>	<u>17 089 900</u>
Charges d'exploitation			
Achats	929 537	935 038	941 895
Salaires	5 719 731	6 672 750	7 054 050
Marketing et publicité	361 587	724 230	1 207 050
Frais d'occupation	3 453 500	3 453 500	3 453 500
Frais généraux et administratifs	4 267 625	4 272 250	4 277 021
BAIIA	<u>6 624 640 \$</u>	<u>3 133 982 \$</u>	<u>156 384 \$</u>

Informations supplémentaires

- Le nombre d'abonnés chez les moins de 40 ans et chez les 40 à 55 ans est en baisse. Cette situation est principalement attribuable à une augmentation de la concurrence par des gyms qui proposent des installations modernes dotées d'équipements à la fine pointe de la technologie. Comme RJ n'avait pas la trésorerie nécessaire pour acheter de tels équipements, ses appareils de conditionnement physique sont devenus désuets.
- Si CFL accepte le contrat d'achat, tous les actifs à court terme, contrats de location (RJ loue tous ses locaux plutôt que d'en être propriétaire) et membres du personnel de RJ seront transférés à CFL. Toutefois, CFL ne sera pas tenue de garder les membres actuels du Conseil d'administration de RJ.
- RJ a 10 établissements en Ontario, 10 au Québec et 5 dans les provinces de l'Atlantique.
- RJ ne cesse de diminuer le prix de son abonnement annuel, qui est actuellement de 550 \$.
- Les abonnés de RJ se disent satisfaits de la variété des cours de conditionnement physique offerts, mais le nombre de participants à chaque cours a diminué à mesure que le nombre de cours offerts augmentait.

Fin de l'examen

TABLEAU DE RÉFÉRENCE – EXAMEN FINAL COMMUN DES CPA**1. VALEUR ACTUALISÉE DES ÉCONOMIES D'IMPÔTS POUR LES ACTIFS AMORTISSABLES**

Valeur actualisée de l'économie d'impôts résultant de la déduction pour amortissement d'un nouvel actif acquis après le 20 novembre 2018

$$= \frac{CdT}{(d+k)} \left(\frac{1+1,5k}{1+k} \right)$$

Abréviations pour la formule ci-dessus :

C = investissement initial net

T = taux d'imposition de la société

k = taux d'actualisation ou valeur temporelle de l'argent

d = taux maximum de la déduction pour amortissement

2. MONTANTS PRESCRITS RELATIFS À L'UTILISATION D'UNE AUTOMOBILE

	2021	2022
Coût amortissable maximum – catégorie 10.1	30 000 \$ + taxes de vente	34 000 \$ + taxes de vente
Coût amortissable maximum – catégorie 54	55 000 \$ + taxes de vente	59 000 \$ + taxes de vente
Frais de location mensuels déductibles maximaux	800 \$ + taxes de vente	900 \$ + taxes de vente
Frais d'intérêts mensuels déductibles maximaux	300 \$	300 \$
Avantage relatif aux frais de fonctionnement – employé	27 ¢ le km d'usage personnel	29 ¢ le km d'usage personnel
Taux des allocations pour frais d'automobile non imposables		
– jusqu'à 5 000 km	59 ¢ le km	61 ¢ le km
– excédent	53 ¢ le km	55 ¢ le km

3. TAUX D'IMPÔT FÉDÉRAL SUR LE REVENU DES PARTICULIERS**Pour 2021**

<u>Revenu imposable se situant entre</u>			<u>Impôt calculé sur le montant de base</u>	<u>Impôt sur l'excédent</u>
0 \$	et	49 020 \$	0 \$	15 %
49 021 \$	et	98 040 \$	7 353 \$	20,5 %
98 041 \$	et	151 978 \$	17 402 \$	26 %
151 979 \$	et	216 511 \$	31 426 \$	29 %
216 512 \$	et	tout montant supérieur	50 141 \$	33 %

Pour 2022

<u>Revenu imposable se situant entre</u>			<u>Impôt calculé sur le montant de base</u>	<u>Impôt sur l'excédent</u>
0 \$	et	50 197 \$	0 \$	15 %
50 198 \$	et	100 392 \$	7 530 \$	20,5 %
100 393 \$	et	155 625 \$	17 820 \$	26 %
155 626 \$	et	221 708 \$	32 180 \$	29 %
221 709 \$	et	tout montant supérieur	51 344 \$	33 %

4. MONTANTS INDEXÉS AUX FINS DU CALCUL DE L'IMPÔT

Les crédits d'impôt personnels correspondent à au plus 15 % des montants suivants :

	2021	2022
Montant personnel de base, et montant pour époux ou conjoint de fait ou pour personne à charge admissible, pour les particuliers dont le revenu net pour l'année est supérieur ou égal au montant à partir duquel le taux d'impôt de 33 % s'applique	12 421 \$	12 719 \$
Montant personnel de base, et montant pour époux ou conjoint de fait ou pour personne à charge admissible, pour les particuliers dont le revenu net pour l'année est inférieur ou égal au montant à partir duquel le taux d'impôt de 29 % s'applique	13 808	14 398
Montant en raison de l'âge – 65 ans ou plus à la fin de l'année	7 713	7 898
Seuil du revenu net pour le montant en raison de l'âge	38 893	39 826
Montant canadien pour emploi	1 257	1 287
Montant pour personnes handicapées	8 662	8 870
Montant canadien pour aidants naturels à l'égard d'enfants de moins de 18 ans, et ajout au montant canadien pour aidants naturels à l'égard de l'époux, du conjoint de fait, ou d'une personne à charge admissible	2 295	2 350
Montant canadien pour aidants naturels à l'égard d'autres personnes à charge handicapées de 18 ans ou plus (montant maximum)	7 348	7 525
Seuil de revenu net pour le montant canadien pour aidants naturels	17 256	17 670
Crédit d'impôt pour frais d'adoption	16 729	17 131

Autres montants indexés :

	2021	2022
Crédit d'impôt pour frais médicaux (excédant 3 % du revenu net)	2 421 \$	2 479 \$
Seuil pour le remboursement de la Sécurité de la vieillesse	79 845	81 761
Plafond annuel CELI	6 000	6 000
Plafond REER	27 830	29 210
Exonération cumulative des gains en capital sur les actions admissibles de petites entreprises	892 218	913 630

5. TAUX D'INTÉRÊT PRESCRITS (taux de base)

<u>Année</u>	<u>1^{er} janv. – 31 mars</u>	<u>1^{er} avr. – 30 juin</u>	<u>1^{er} juill. – 30 sept.</u>	<u>1^{er} oct. – 31 déc.</u>
2022	1	1	2	
2021	1	1	1	1
2020	2	2	1	1

Ces taux s'appliquent aux avantages imposables des employés et des actionnaires, aux prêts à faible taux d'intérêt et autres opérations entre parties liées. Le taux d'intérêt applicable aux paiements d'impôt en retard ou insuffisants et aux retenues non remises est de 4 points de pourcentage plus élevé. Le taux applicable aux remboursements d'impôt faits aux contribuables est de 2 points de pourcentage plus élevé, sauf pour les sociétés par actions, pour lesquelles le taux de base est utilisé.

6. TAUX MAXIMUM D'AMORTISSEMENT FISCAL DE CERTAINES CATÉGORIES DE BIENS

Catégorie 1.....	4 %	pour tous les bâtiments excepté ceux ci-dessous
Catégorie 1.....	6 %	pour les bâtiments acquis après le 18 mars 2007 en vue d'être utilisés pour la première fois et dont au moins 90 % de la superficie sert à des fins non résidentielles
Catégorie 1.....	10 %	pour les bâtiments acquis après le 18 mars 2007 en vue d'être utilisés pour la première fois et dont au moins 90 % de la superficie sert à la fabrication ou à la transformation
Catégorie 8.....	20 %	
Catégorie 10.....	30 %	
Catégorie 10.1.....	30 %	
Catégorie 12.....	100 %	
Catégorie 13.....	S. O.	amortissement linéaire sur la durée initiale du bail plus une période de renouvellement (minimum 5 ans et maximum 40 ans)
Catégorie 14.....	S. O.	amortissement linéaire sur la durée de la vie du bien
Catégorie 14.1.....	5 %	pour les biens acquis après le 31 décembre 2016
Catégorie 17.....	8 %	
Catégorie 29.....	50 %	amortissement linéaire
Catégorie 43.....	30 %	
Catégorie 44.....	25 %	
Catégorie 45.....	45 %	
Catégorie 50.....	55 %	
Catégorie 53.....	50 %	
Catégorie 54.....	30 %	

(PAGE VIERGE)