Aucune autorité en valeurs mobilières ne s'est prononcée sur la qualité des titres offerts dans le présent prospectus; quiconque donne à entendre le contraire commet une infraction.

Les titres décrits dans le présent prospectus ne sont offerts que là où l'autorité compétente a accordé son visa; ils ne peuvent être proposés que par des personnes dûment inscrites. Ces titres n'ont pas été et ne seront pas inscrits en vertu de la Securities Act of 1933 *des États-Unis, dans sa version modifiée (la « Loi de 1933 »), ni d'aucune autre loi sur les valeurs mobilières d'un État et ne peuvent être offerts ou vendus aux États-Unis, sauf conformément aux exigences en matière d'inscription de la Loi de 1933 et des lois sur les valeurs mobilières applicables de chacun de ces États ou aux termes d'une dispense de ces exigences. Se reporter à la rubrique « Mode de placement ».*

PROSPECTUS

Premier appel public à l'épargne

Le 23 novembre 2004

SECOND CUP ROYALTY INCOME FUND

81 453 460 $

8 145 346 parts

Le présent prospectus autorise le placement de 8 145 346 parts (les « parts ») de Second Cup Royalty Income Fund (le « Fonds »). Le Fonds est une fiducie à capital variable établie sous le régime des lois de la province d'Ontario. Il a été créé en vue de détenir indirectement, par l'intermédiaire de Second Cup Trade-Marks Inc. (« MarksCo »), les marques de commerce canadiennes et autres droits de propriété intellectuelle et droits connexes appartenant actuellement à Les cafés Second Cup ltée (« Second Cup ») et utilisés dans le cadre de l'exploitation des Cafés Second Cup au Canada (collectivement, les « marques de Second Cup »). Aux termes d'une convention de licence et de redevance conclue par MarksCo et le successeur de l'entreprise canadienne de Second Cup (la « nouvelle Second Cup »), la nouvelle Second Cup versera à MarksCo une redevance correspondant à 6,5 % du chiffre d'affaires du réseau des Cafés Second Cup inclus dans le fonds de redevance à l'occasion, en contrepartie, pour la nouvelle Second Cup, d'une licence de 99 ans lui permettant d'utiliser les marques de Second Cup au Canada. Le fonds de redevance comprendra initialement 351 Cafés Second Cup. Se reporter aux rubriques « Financement et acquisition des marques de Second Cup » et « Convention de licence et de redevance ». Le présent prospectus autorise également le placement de 1 437 414 parts (représentant 15% des parts émises et en circulation) devant être acquises par la nouvelle Second Cup et de certains droits de MarksCo et de la nouvelle Second Cup de souscrire des parts aux termes de la convention de souscription. Se reporter aux rubriques « Mode de placement » et « Convention de licence et de redevance ».

Il n'existe actuellement aucun marché pour la négociation des parts et il se pourrait que les souscripteurs ne puissent revendre les parts souscrites aux termes du présent prospectus. Le prix des parts a été déterminé en partie d'après une estimation de l'encaisse distribuable du Fonds pour la période de 52 semaines terminée le 12 septembre 2004. Se reporter à la rubrique « Rapport de gestion — Analyse de l'encaisse distribuable ». Bien que le Fonds entende distribuer son encaisse disponible aux porteurs de parts, il n'est pas certain qu'il le fasse. La capacité du Fonds d'effectuer des distributions de l'encaisse et les montants réels distribués dépendront, entre autres, du montant de la redevance reçue par MarksCo de la nouvelle Second Cup et de la capacité de la nouvelle Second Cup de verser la redevance à MarksCo. La valeur marchande des parts pourrait diminuer de façon importante si le Fonds est incapable d'atteindre ses objectifs en matière de distributions de l'encaisse dans l'avenir. Un placement dans les parts comporte un certain nombre de risques dont les souscripteurs éventuels devraient tenir compte. Se reporter à la rubrique « Facteurs de risque ». Aucune note de stabilité n'a été demandée à une agence de notation ni obtenue d'une telle agence à l'égard des parts.

La Bourse de Toronto (la « TSX ») a approuvé sous condition l'inscription à sa cote des parts sous le symbole « SCU.UN ». L'inscription à la cote est subordonnée à l'obligation pour le Fonds de remplir toutes les conditions de la TSX au plus tard le 16 février 2005.

Prix : 10,00 $ par part

	Prix d'offre[1]	Rémunération des preneurs fermes	Produit net[2]
Par part	10,00 $	0,60 $	9,40 $
Placement total auprès du public	81 453 460 $	4 887 208 $	76 566 252 $

Notes :

1) Le prix d'offre des parts a été fixé par voie de négociations entre le Fonds, Les Entreprises Cara Ltée (« Cara »), société mère de Second Cup, et les preneurs fermes.
2) Compte non tenu des frais liés au placement, qui sont évalués à 4 000 000 $.

Les preneurs fermes dans le cadre du placement sont Scotia Capitaux Inc., BMO Nesbitt Burns Inc., Marchés mondiaux CIBC inc. et Valeurs mobilières TD inc. (collectivement, les « preneurs fermes »). Chacun des preneurs fermes est membre du groupe d'une banque canadienne faisant partie du consortium bancaire qui a consenti des facilités de crédit à Cara, société mère de Second Cup, à l'égard desquelles Second Cup a donné une garantie. Les banques canadiennes membres du groupe de Scotia Capitaux Inc. et de BMO Nesbitt Burns Inc. ont également acheté des billets émis par Cara simultanément à la conclusion des facilités de crédit. Cara entend utiliser le produit qu'elle a reçu indirectement par suite de la conclusion du présent placement pour réduire le montant impayé de ces facilités de crédit et pour rembourser partiellement les billets émis dans le cadre de ces facilités. Après ces remboursements, Second Cup sera libérée des obligations qui lui incombent aux termes de sa garantie et de la sûreté connexe. En outre, la banque canadienne membre du groupe de Scotia Capitaux Inc. consentira à MarksCo les prêts à terme et d'exploitation. **Par conséquent, le Fonds peut être considéré comme un émetteur associé de Scotia Capitaux Inc., de BMO Nesbitt Burns Inc., de Marchés mondiaux CIBC inc. et de Valeurs mobilières TD inc., au sens des lois sur les valeurs mobilières canadiennes applicables.** Se reporter à la rubrique « Mode de placement ».

Les preneurs fermes offrent conditionnellement les parts, sous réserve de leur vente préalable et sous les réserves d'usage concernant leur émission, leur vente et leur livraison par le Fonds et leur acceptation par les preneurs fermes, conformément aux modalités de la convention de prise ferme dont il est question à la rubrique « Mode de placement » et sous réserve de l'approbation de certaines questions d'ordre juridique par Osler, Hoskin & Harcourt s.r.l., pour le compte de Second Cup, de Cara et du Fonds, et par Stikeman Elliott S.E.N.C.R.L., s.r.l., pour le compte des preneurs fermes. Dans le cadre du présent placement, les preneurs fermes peuvent attribuer des titres en excédent de l'émission ou faire des opérations visant à fixer ou à stabiliser le cours des parts à un niveau supérieur au cours qui serait autrement formé sur un marché libre. Se reporter à la rubrique « Mode de placement ».

Le rendement après impôt tiré d'un placement dans des parts pour les porteurs de parts assujettis à l'impôt sur le revenu canadien dépendra en partie de la composition, à des fins fiscales, des distributions versées par le Fonds (dont certaines tranches peuvent être entièrement ou partiellement imposables ou à impôt différé). La composition, à des fins fiscales, de ces distributions peut varier au fil du temps, ce qui pourrait avoir une incidence sur le rendement après impôt pour les porteurs de parts. Les rendements à impôt différé ne sont généralement pas imposables pour le porteur de parts, mais sont déduits du prix de base de la part pour celui-ci à des fins fiscales. Se reporter à la rubrique « Description du Fonds — Distributions de l'encaisse ».

Les souscriptions seront reçues sous réserve du droit de les rejeter ou de les répartir en totalité ou en partie et les preneurs fermes se réservent le droit de fermer les livres de souscription à tout moment sans préavis. Un certificat sous forme d'inscription en compte représentant les parts sera délivré à La Caisse canadienne de dépôt de valeurs limitée (la « CDS ») ou à son mandataire et immatriculé à son nom. Ce certificat sera déposé auprès de la CDS à la date de clôture, qui devrait avoir lieu vers le 2 décembre 2004 ou à une date ultérieure dont le Fonds, Cara et les preneurs fermes pourraient convenir, mais dans tous les cas au plus tard le 31 décembre 2004. Le souscripteur de parts ne recevra que la confirmation qui lui sera envoyée par le courtier inscrit (qui est un adhérent au service de dépôt de la CDS) auprès ou par l'intermédiaire duquel il a souscrit les parts.

L'expérience de café *unique*

chef de file

des franchiseurs d'établissements offrant des cafés de spécialité au Canada

Colombie-Britannique	Alberta	Saskatchewan	Manitoba	Ontario	Québec	Atlantique
Vancouver (8)	Edmonton (38)	Regina (3)	Winnipeg (10)	Toronto (147)	Montréal (39)	Nouveau-Brunswick (2)
Ailleurs (7)	Calgary (41)			Ottawa (29)	Ailleurs (6)	Nouvelle-Écosse (7)
	Ailleurs (3)			Ailleurs (31)		Terre-Neuve (1)

372 Cafés partout au Canada

SECOND CUP CAFÉ INC. MD

TABLE DES MATIÈRES

ÉNONCÉS PROSPECTIFS 5
ADMISSIBILITÉ AUX FINS DE PLACEMENT 5
TERMES NON DÉFINIS PAR LES PCGR 5
SOMMAIRE DU PROSPECTUS 6
GLOSSAIRE SÉLECTIF 22
SECOND CUP ROYALTY INCOME FUND . . . 26
ACQUISITIONCO 26
MARKSCO 26
SECOND CUP 27
NOUVELLE SECOND CUP 27
LE MARCHÉ DU CAFÉ 28
- Le marché du café canadien 28
- Qu'est-ce qu'un café de spécialité? 29
- Participants au marché 29

ACTIVITÉS DE SECOND CUP 30
- Aperçu 30
- Historique 30
- Le réseau de Cafés Second Cup 30
- Produits 34
- Chiffre d'affaires 35
- Avantages concurrentiels 37
- Stratégie de croissance 38
- Publicité et commercialisation 39
- Achat et distribution 40
- Franchises 41
- Sources de produits d'exploitation 45
- Employés 46
- Direction 46
- Réglementation gouvernementale 48

LIENS AVEC CARA 48
LES MARQUES DE SECOND CUP 49
FINANCEMENT ET ACQUISITION DES MARQUES DE SECOND CUP 49
- Clôture du placement et acquisition indirecte des marques de Second Cup 49
- Structure du Fonds 51
- Convention d'acquisition 52
- Prêt à terme en faveur de MarksCo et prêt d'exploitation 52

CONVENTION DE LICENCE ET DE REDEVANCE 53
- La licence 53
- La redevance 53
- Sûreté relative à la redevance 54
- Engagements en matière d'exploitation de la nouvelle Second Cup prévus par la convention de licence et de redevance 57
- Rajustements apportés au fonds de redevance et aux paiements effectués aux termes de la convention de licence et de redevance 58
- Nouvelles marques de commerce 60

DIRECTION ET GOUVERNANCE D'ENTREPRISE DE MARKSCO 60
- Dirigeants 60
- Clauses restrictives 63
- Droit de première offre 63

PARTICIPATION CONSERVÉE 65
RAPPORT DE GESTION 66
- Chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau 66
- Second Cup 68
- Analyse de l'encaisse distribuable 77

DESCRIPTION DU FONDS 79
- Déclaration de fiducie 79
- Activités du Fonds 79
- Description des parts 79
- Émission de parts 80
- Droit préférentiel de souscription 80
- Fiduciaires 80
- Distributions de l'encaisse 82
- Droit de rachat 83
- Assemblées des porteurs de parts 84
- Restriction concernant la propriété par des non-résidents 85
- Modifications apportées à la déclaration de fiducie 86
- Durée du Fonds 87
- Offres publiques d'achat 87
- Exercice de certains droits de vote rattachés à certains titres 87
- Information et rapports 88
- Système d'inscription en compte 88
- Administration du Fonds 89

GOUVERNANCE, CAPITAL-ACTIONS ET CAPITAUX EMPRUNTÉS D'ACQUISITIONCO 89
- Administrateurs 89
- Capital-actions d'AcquisitionCo 90
- Politique en matière de distributions 90
- Billets d'AcquisitionCo 90

CAPITAL-ACTIONS ET CAPITAUX EMPRUNTÉS DE MARKSCO 92
- Capital-actions de MarksCo 92
- Politique en matière de distributions 92
- Billets de MarksCo 93
- Prêt à terme en faveur de MarksCo et prêt d'exploitation 94

MODE DE PLACEMENT 95
EMPLOI DU PRODUIT 97
STRUCTURE DU CAPITAL CONSOLIDÉ DU FONDS 97
PRINCIPAUX PORTEURS DE PARTS 97
DIRIGEANTS ET AUTRES PERSONNES INTÉRESSÉS DANS DES OPÉRATIONS IMPORTANTES 97
CERTAINES INCIDENCES FISCALES FÉDÉRALES CANADIENNES 98
- Statut du Fonds 98
- Imposition du Fonds 99
- Imposition des porteurs de parts 100

FACTEURS DE RISQUE 103
CONTRATS IMPORTANTS 110
EXPERTS 110
POURSUITES 110
PROMOTEUR 110
VÉRIFICATEURS, AGENT DES TRANSFERTS ET AGENT CHARGÉ DE LA TENUE DES REGISTRES 111
DROITS DE RÉSOLUTION ET SANCTIONS CIVILES 111
TABLE DES MATIÈRES DES ÉTATS FINANCIERS F-1
ATTESTATION DU FONDS ET DU PROMOTEUR A-1
ATTESTATION DES PRENEURS FERMES . . . A-2

(Cette page a été laissée en blanc intentionnellement.)

ÉNONCÉS PROSPECTIFS

Certains des énoncés contenus dans le présent prospectus peuvent constituer des énoncés « prospectifs ». Les énoncés prospectifs comprennent des termes tels que « s'attend à », « croit », « prévoit », « projette » et d'autres termes similaires et utilisent le conditionnel ou le futur. Ils reflètent les attentes actuelles concernant des faits et le rendement d'exploitation futurs et ne sont valables qu'à la date du présent prospectus. Ils ne devraient pas être assimilés à des garanties quant au rendement ou aux résultats futurs et n'indiqueront pas nécessairement avec précision si ces résultats se réaliseront ou non. Les énoncés prospectifs sont assujettis à des risques connus et inconnus, à des incertitudes et à d'autres facteurs pouvant faire en sorte que les résultats, le rendement et les réalisations réels du Fonds ou ceux de MarksCo, de la nouvelle Second Cup, des Cafés Second Cup ou du secteur diffèrent considérablement des résultats, du rendement ou des réalisations futurs évoqués, explicitement ou implicitement, dans ces énoncés. Certains facteurs pourraient faire en sorte que les résultats réels diffèrent considérablement de ceux dont il est expressément ou implicitement question dans ces énoncés prospectifs, notamment les facteurs suivants : la concurrence, la disponibilité de grains de café de première qualité, la capacité d'attirer des franchisés compétents, l'emplacement des Cafés Second Cup, la capacité d'exploiter et de protéger les marques de Second Cup, l'évolution des préférences des consommateurs et des dépenses discrétionnaires, les renseignements fournis par les franchisés au sujet des produits d'exploitation bruts, ainsi que les résultats d'exploitation et la situation financière de la nouvelle Second Cup. Cette liste n'est pas exhaustive, et il est recommandé aux épargnants éventuels de prendre connaissance des risques décrits à la rubrique « Facteurs de risque ». Bien que les énoncés prospectifs contenus dans le présent prospectus soient fondés sur ce que la direction estime être des hypothèses raisonnables, rien ne garantit que les résultats réels seront conformes aux résultats mentionnés dans ceux-ci. Étant donné que les énoncés prospectifs sont valables à la date du présent prospectus, le Fonds ne s'engage pas à les mettre à jour ou à les modifier en fonction de faits nouveaux ou de circonstances nouvelles.

ADMISSIBILITÉ AUX FINS DE PLACEMENT

À la condition que le Fonds soit une fiducie de fonds commun de placement en vertu de la *Loi de l'impôt sur le revenu* (Canada) et de son règlement d'application (la « LIR »), i) les parts constitueront des placements admissibles en vertu de la LIR pour les fiducies régies par des régimes enregistrés d'épargne-retraite, des fonds enregistrés de revenu de retraite, des régimes de participation différée aux bénéfices (collectivement, les « régimes à impôt différé ») et des régimes enregistrés d'épargne-études et ii) d'après, en partie, une attestation d'un dirigeant sur des questions factuelles, les parts qui seront émises à la date des présentes ne constitueront pas des « biens étrangers » pour les régimes à impôt différé, les régimes de pension agréés et les autres personnes assujetties à l'impôt prévu à la partie XI de la LIR. Les régimes enregistrés d'épargne-études ne sont pas assujettis aux règles concernant les biens étrangers.

TERMES NON DÉFINIS PAR LES PCGR

Outre les mesures financières prescrites par les principes comptables généralement reconnus du Canada (les « PCGR »), d'autres mesures financières et termes non définis par les PCGR sont utilisés dans le présent prospectus. Ces termes comprennent l'« encaisse distribuable » et le « BAIIA » (bénéfice avant intérêts, impôts et amortissement). Ces termes ne sont pas des mesures financières reconnues par les PCGR et n'ont pas de signification normalisée prescrite par les PCGR. Par conséquent, les notions auxquelles ils renvoient ne sont pas nécessairement comparables d'un émetteur à l'autre. Ces mesures et termes non définis par les PCGR ont pour but de fournir de l'information supplémentaire sur le rendement du Fonds et ne doivent pas être utilisés hors contexte ni substitués aux mesures du rendement préparées conformément aux PCGR.

Il est question d'encaisse distribuable dans le présent prospectus parce que le Fonds entend, aux termes de sa politique en matière de distributions, effectuer des distributions mensuelles de son encaisse distribuable dans la pleine mesure possible. Le Fonds est d'avis que l'encaisse distribuable est une mesure utile étant donné qu'elle fournit aux épargnants une indication de l'encaisse disponible aux fins de distribution. Le BAIIA renvoie au bénéfice calculé conformément aux principes comptables généralement reconnus applicables aux états financiers avant que les intérêts, les impôts et l'amortissement soient inclus dans le bénéfice. La direction de Second Cup est d'avis qu'outre le bénéfice net, le BAIIA constitue une mesure complémentaire utile pour l'évaluation de son rendement étant donné qu'il fournit aux épargnants une indication de l'encaisse disponible aux fins de distribution aux fins du service de la dette, des besoins en fonds de roulement et des dépenses en immobilisations. Les épargnants doivent toutefois savoir que l'encaisse distribuable et le BAIIA ne doivent pas être vus comme pouvant être substitués à l'état de l'évolution de la situation financière comme mesure des liquidités et des flux de trésorerie. La méthode de calcul de l'encaisse distribuable et du BAIIA aux fins du présent prospectus peut différer de celle utilisée par d'autres émetteurs et, par conséquent, l'encaisse distribuable et le BAIIA utilisés dans le présent prospectus pourraient ne pas être comparables à l'encaisse distribuable et au BAIIA utilisés par d'autres émetteurs.

SOMMAIRE DU PROSPECTUS

Le texte qui suit est un sommaire des principales caractéristiques du placement de parts et doit être lu à la lumière des renseignements, des données financières et des énoncés plus détaillés qui figurent ailleurs dans le présent prospectus. Certains termes utilisés dans le prospectus sont définis dans le « Glossaire sélectif » qui figure après le présent sommaire.

SECOND CUP ROYALTY INCOME FUND

Le Fonds est une fiducie à capital variable établie sous le régime des lois de la province d'Ontario. Il a été créé en vue de détenir indirectement, par l'intermédiaire de MarksCo, les marques de Second Cup et pourra recevoir, indirectement, par l'intermédiaire de MarksCo, les paiements prévus par la convention de licence et de redevance. Se reporter aux rubriques « Second Cup Royalty Income Fund », « Les marques de Second Cup », « Financement et acquisition des marques de Second Cup » et « Description du Fonds ».

Le Fonds entend effectuer des distributions mensuelles de son encaisse disponible comme il est décrit dans le présent prospectus. La première distribution destinée aux porteurs de parts devrait être effectuée au plus tard le 31 janvier 2005 pour la période comprise entre la date de clôture et le 31 décembre 2004 et est estimée à 0,0821 $ par part. Se reporter à la rubrique « Description du Fonds — Distributions de l'encaisse ».

SECOND CUP ET LA NOUVELLE SECOND CUP

Les cafés Second Cup ltée, filiale en propriété exclusive indirecte de Cara, est une société constituée sous le régime des lois de la province d'Ontario. Second Cup exerce actuellement des activités principalement à titre de franchiseur de Cafés Second Cup et d'exploitant de Cafés Second Cup appartenant à la société. Se reporter aux rubriques « Second Cup » et « Activités de Second Cup ». Avant la date de clôture, Second Cup transférera à une filiale en propriété exclusive nouvellement constituée de Cara (la « nouvelle Second Cup ») la quasi-totalité de ses actifs et passifs liés à son entreprise canadienne, sauf les marques de Second Cup, qu'elle continuera de détenir. Second Cup fusionnera ensuite avec l'un de ses actionnaires et filiale en propriété exclusive pour former MarksCo.

Dans le cadre des opérations associées au placement, le Fonds acquerra indirectement MarksCo de Cara de sorte qu'il aura indirectement par la suite la propriété des marques de Second Cup. Après la clôture, la nouvelle Second Cup exercera les activités consistant à franchiser des Cafés Second Cup et à exploiter des Cafés appartenant à la société au Canada qui sont actuellement exercées par Second Cup. La nouvelle Second Cup sera également partie à la convention de licence et de redevance conclue avec MarksCo aux termes de laquelle elle versera la redevance. Se reporter aux rubriques « Nouvelle Second Cup », « Financement et acquisition des marques de Second Cup » et « Convention de licence et de redevance ».

Dans le présent prospectus, « Second Cup » renvoie à Les cafés Second Cup ltée avant la date de clôture et à la nouvelle Second Cup par la suite, sauf si le contexte exige une autre interprétation.

LE MARCHÉ DU CAFÉ

Le marché du café canadien

L'Association du café du Canada (l'« ACC ») estime que la valeur totale de l'ensemble du café vendu au Canada par tous les canaux de distribution s'élève à plus de 5 milliards de dollars et que les Canadiens consomment plus de 14 milliards de tasses de café par année. Lors d'un sondage effectué en 2003 pour le compte de l'ACC, 63 % des adultes canadiens ont indiqué avoir bu du café la veille du sondage, ce qui ferait du café la boisson la plus largement consommée au Canada après l'eau du robinet.

Selon Euromonitor International, dans son rapport de 2004 sur la consommation de boissons chaudes au Canada, les Canadiens qui boivent du café régulièrement délaissent peu à peu le café moulu courant pour se tourner vers les cafés de spécialité. De même, les boissons à base d'espresso telles que les lattes, espressos et cappuccinos sont le produit alimentaire consommé par les Canadiens ayant connu la deuxième croissance en importance d'après les « occasions de repas » en 2004, selon le CREST/NPD Foodservice Information Group et

l'Association canadienne des restaurateurs et des services alimentaires. Depuis ses débuts dans les années 1960, le marché des cafés de spécialité a connu une croissance rapide en raison des tendances démographiques, de l'innovation dans les produits et de l'évolution des goûts des consommateurs. Bien qu'à la connaissance de Second Cup, aucune donnée fiable ne porte sur la valeur en dollars des ventes de cafés de spécialité au Canada, les conclusions d'Euromonitor International concordent avec les données américaines sur la croissance du marché des cafés de spécialité. La Specialty Coffee Association of America (la « SCAA ») a déterminé que les cafés de spécialité sont l'un des marchés des services alimentaires qui connaît la plus forte croissance au monde et elle estime que les ventes au détail de cafés de spécialité ont atteint quelque 9,0 milliards de dollars américains en 2003, ce qui représente une hausse de 19 % par rapport aux niveaux de 1999. Le marché des cafés de spécialité aux États-Unis a connu une augmentation fulgurante au cours des trois dernières décennies : le nombre d'établissements est passé de moins de 1 000 à la fin des années 1980 à plus de 17 000 en 2003 d'après la SCAA.

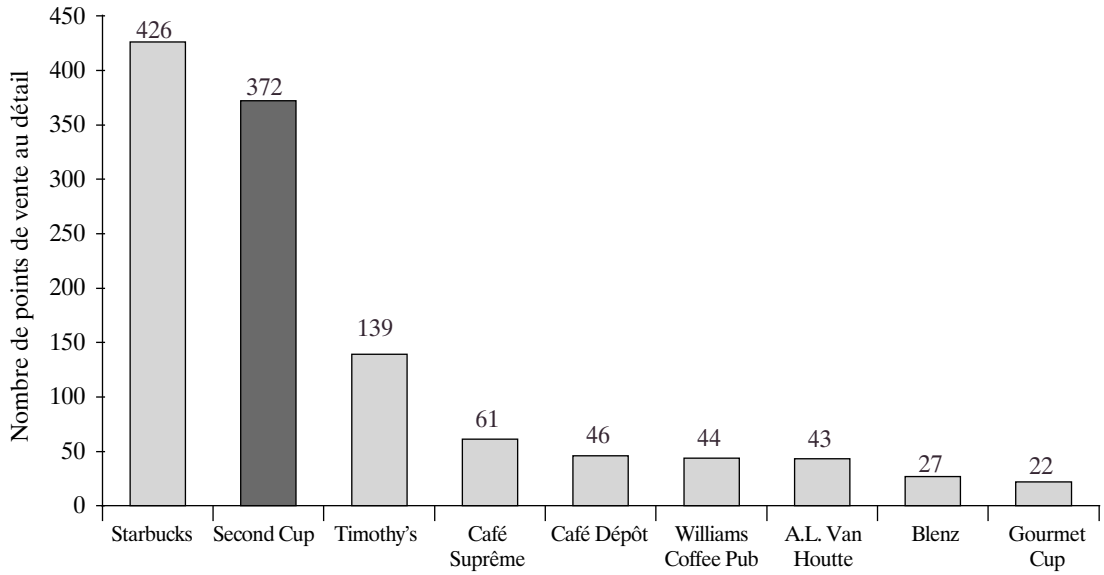
Second Cup est d'avis qu'une croissance similaire du marché des cafés de spécialité s'est produite au Canada comme en font foi la prolifération des détaillants de cafés de spécialité (dont le nombre actuel est estimé à 2 741 d'après des données compilées par The NPD Group et d'autres données publiques) et la hausse des ventes de cafés de spécialité dans les supermarchés et les épiceries fines.

ACTIVITÉS DE SECOND CUP

Le concept Second Cup

Second Cup est le principal franchiseur d'établissements offrant des cafés de spécialité au Canada et le deuxième détaillant de cafés de spécialité en importance, selon le nombre de Cafés. Depuis l'ouverture de son premier Café en banlieue de Toronto en 1975, le réseau de Second Cup s'est agrandi pour englober 372 Cafés au Canada, dont 346 sont franchisés et 26 appartiennent à la société. Comme l'indique le graphique ci-dessous, Second Cup est le deuxième détaillant de cafés de spécialité sur le marché canadien pour ce qui est du nombre de points de vente.

Principaux détaillants de cafés de spécialité au Canada[1)2)]



Notes :

1) Préparé par Second Cup à l'aide de données compilées par The NPD Group et d'autres données publiques recueillies en septembre 2004, telles que celles qui se trouvent sur le site Web des détaillants mentionnés.

2) Les détaillants de cafés de spécialité indépendants et autres détaillants de cafés de spécialité sous marque représentent dans l'ensemble environ 1 561 points de vente au détail au Canada.

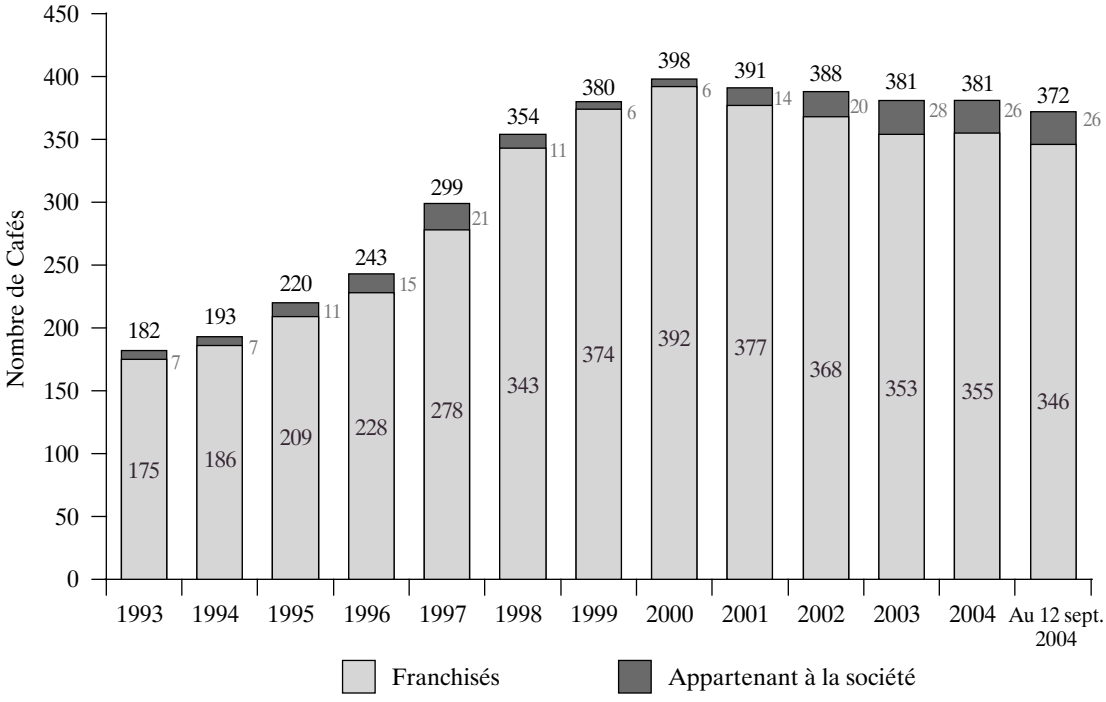
La marque Second Cup a un degré élevé de visibilité sur le marché de détail étant donné que les points de vente sont situés dans des endroits très passants dans presque toutes les grandes villes du Canada. Second Cup est une entreprise axée sur les franchises qui s'engage à offrir à ses clients une « expérience de café unique », ce qui consiste à offrir les meilleurs produits de leur catégorie et à se concentrer sur l'élaboration et le lancement de produits phares qui font des Cafés Second Cup une destination de choix pour les buveurs de café canadiens. Outre les produits à base de café et autres boissons, les Cafés Second Cup offrent une variété de produits complémentaires, notamment des pâtisseries, des muffins, des biscuits, des accessoires et des articles-cadeaux liés au café, ainsi que des sandwiches et des salades dans certains cas.

Emplacements de Second Cup

Les Cafés Second Cup sont répartis géographiquement dans tout le Canada et sont principalement concentrés dans de grands centres urbains tels que Toronto, Calgary, Montréal, Edmonton, Ottawa et Vancouver. Ils sont situés dans un large éventail d'endroits très passants et très visibles, soit des locaux avec façade sur rue, des centres commerciaux, des tours de bureaux, des mégacentres commerciaux, des centres commerciaux linéaires et des points de vente non traditionnels tels que des hôpitaux, des universités, des magasins, des aéroports, des gares et autres lieux de transit. La superficie des Cafés Second Cup varie de 60 pieds carrés pour les bars à cappuccino à 2 800 pieds carrés pour les Cafés avec façade sur rue dotés de sections avec places assises et de terrasses extérieures.

Depuis 1975, le nombre de Cafés Second Cup au Canada a augmenté considérablement. Après les périodes d'expansion soutenue des années 1970 et 1980, le nombre net de nouveaux Cafés Second Cup a connu une croissance rapide de 1997 à 2000 en raison, notamment, d'un placement initial effectué par Cara dans Second Cup en 1996. Après ce placement, Cara et Second Cup ont conclu un partenariat stratégique aux termes duquel Cara a convenu d'aménager des Cafés Second Cup dans des points de vente au détail non traditionnels tels que des magasins, des hôpitaux, des aéroports et d'autres lieux où Cara ou ses filiales faisaient affaire. De plus, Second Cup testait alors ce concept dans d'autres points de vente non traditionnels, soit des magasins, dans le cadre de partenariats avec d'autres détaillants. De 1997 à 2000, 87 de ces emplacements ont été aménagés (72 par Cara), ce nombre étant supérieur au nombre de Cafés aménagés lors des années antérieures. Après cette période d'expansion rapide, le nombre de Cafés a légèrement diminué, la direction s'étant concentrée sur l'amélioration du rendement des Cafés existants, fermant les Cafés non performants et solidifiant la position concurrentielle de Second Cup.

Nombre de Cafés Second Cup au Canada[1)]



Note :

1) Tous les chiffres sont présentés en date de la fin de l'exercice concerné. Pour la période comprise entre 1993 et 2001, les chiffres portent sur les exercices de 52 ou de 53 semaines terminés le dernier samedi de juin. En 2002, l'exercice de Second Cup était un exercice raccourci de 39 semaines terminé le 30 mars 2002 du fait que sa date de fin d'exercice a été changée par suite de l'acquisition de Second Cup par Cara. Pour 2003 et 2004, les chiffres portent sur les exercices de 52 semaines terminés le samedi situé le plus près du 31 mars.

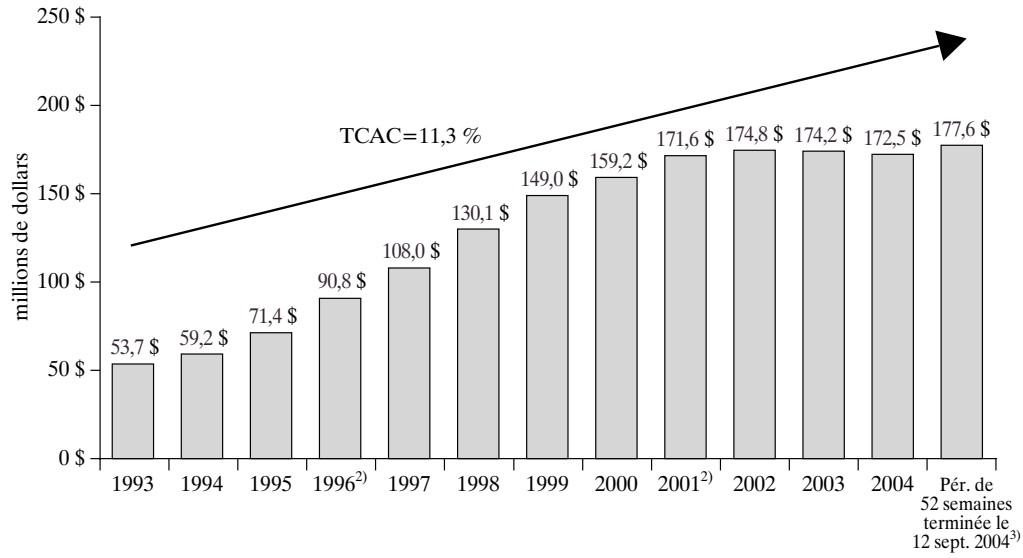
Comme l'indique le tableau ci-dessus, la vaste majorité des Cafés Second Cup sont franchisés. Bien que Second Cup soit une entreprise axée sur les franchises, les Cafés appartenant à la société jouent un rôle important pour celle-ci puisqu'ils lui fournissent la flexibilité nécessaire pour tester de nouveaux produits et de nouvelles mesures et pour former le personnel de direction et les franchisés. Les Cafés appartenant à la société fournissent également à Second Cup une plate-forme lui permettant d'acquérir et de redresser des franchises sous-performantes et de tirer parti des occasions d'expansion en temps opportun. Les Cafés appartenant à la société finissent souvent par être franchisés.

En plus de chercher des locaux pour ses nouveaux Cafés, Second Cup surveille aussi attentivement le rendement de son réseau existant de Cafés franchisés et ferme les Cafés sous-performants de façon discrétionnaire. En fermant les Cafés sous-performants et en choisissant soigneusement des locaux pour ses nouveaux Cafés, Second Cup cherche à solidifier son réseau de Cafés et à augmenter son chiffre d'affaires moyen par Café.

Chiffre d'affaires

Depuis 1993, le chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau de Second Cup, a plus que triplé, passant de 53,7 millions de dollars pour la période de 52 semaines terminée le 26 juin 1993 à 177,6 millions de dollars pour la période de 52 semaines terminée le 12 septembre 2004, ce qui représente un taux de croissance annuel composé d'environ 11,3 %. La croissance de ce chiffre d'affaires est attribuable à l'augmentation du nombre de Cafés ainsi qu'à l'accroissement du chiffre d'affaires des Cafés existants.

Chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau[1)]



Notes :

1) Pour la période comprise entre 1993 et 2001, les résultats portent sur les exercices de 52 ou de 53 semaines terminés le dernier samedi de juin. En 2002, l'exercice de Second Cup était un exercice raccourci de 39 semaines terminé le 30 mars 2002 du fait que sa date de fin d'exercice a été changée par suite de l'acquisition de Second Cup par Cara. Toutefois, ce graphique présente le chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau pour la période de 52 semaines terminée le 30 mars 2002. Pour 2003 et 2004, les résultats portent sur les exercices de 52 semaines terminés le samedi situé le plus près du 31 mars.

2) Les exercices 1996 et 2001 étaient des exercices de 53 semaines.

3) Le deuxième trimestre de Second Cup a pris fin le 12 septembre 2004. À cette date, il y avait 372 Cafés Second Cup au Canada. Sont inclus dans ce nombre, 21 Cafés au total qui ont été ou devraient être fermés entre le 12 septembre 2004 et le 31 décembre 2005. Ces 21 Cafés ne font pas partie des Cafés initiaux inclus dans le fonds de redevance. Par conséquent, 351 Cafés initiaux sont compris dans le fonds de redevance. Le chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau des Cafés Second Cup au Canada pour la période de 52 semaines terminée le 12 septembre 2004 comprend le chiffre d'affaires de 3,3 millions de dollars attribuable aux Cafés qui ont été fermés durant cette période, ainsi que le chiffre d'affaires de 8,1 millions de dollars attribuable aux 21 Cafés non inclus dans le fonds de redevance. De plus, le chiffre d'affaires de 12 Cafés initiaux qui étaient ouverts pendant une période inférieure à la période de 52 semaines terminée le 12 septembre 2004 et qui sont inclus dans le fonds de redevance a été rajusté à la hausse de 1,3 million de dollars afin de refléter le chiffre d'affaires de ces Cafés pour une période de 52 semaines. Le chiffre d'affaires du réseau pour les Cafés initiaux s'est établi à 167,5 millions de dollars pour la période de 52 semaines terminée le 12 septembre 2004.

Croissance du chiffre d'affaires des Cafés existants et chiffre d'affaires moyen par Café

Comme il est indiqué dans le tableau ci-après, depuis 1993, la croissance annuelle du chiffre d'affaires des Cafés existants s'est établie en moyenne à 3,4 %. Second Cup a réalisé cette croissance en augmentant la notoriété de sa marque et en élargissant sa gamme de produits.

Croissance du chiffre d'affaires des Cafés existants[1)]

1993	1994	1995	1996[2)]	1997	1998	1999	2000	2001[2)]	2002	2003	2004[3)]	Pér. de 24 semaines terminée le 12 sept. 2004	Moyenne[4)]
0,8 %	2,5 %	10,8 %	6,1 %	6,7 %	4,7 %	5,5 %	0,8 %	0,6 %	3,0 %	−0,3 %	−0,7 %	6,1 %	3,4 %

Notes :

1) Pour la période comprise entre 1993 et 2001, les chiffres portent sur les exercices de 52 ou 53 semaines terminés le dernier samedi de juin. En 2002, l'exercice de Second Cup était un exercice raccourci de 39 semaines terminé le 30 mars 2002 du fait que sa date de fin

d'exercice a été changée par suite de l'acquisition de Second Cup par Cara. Toutefois, ce tableau présente la croissance du chiffre d'affaires des Cafés existants pour la période de 52 semaines terminée le 30 mars 2002. Pour 2003 et 2004, les chiffres portent sur les exercices de 52 semaines terminés le samedi situé le plus près du 31 mars.

2) Les exercices 1996 et 2001 étaient des exercices de 53 semaines.

3) Les résultats de Second Cup ont été considérablement touchés par la panne d'électricité qui s'est produite en Ontario, en août 2003 et l'épidémie de SRAS qui s'est répandue dans la région du Grand Toronto entre avril et juin 2003. Les résultats financiers pour ces périodes sont reflétés dans l'exercice 2004. Se reporter à la rubrique « Rapport de gestion ».

4) La moyenne ne comprend pas la croissance du chiffre d'affaires des Cafés existants pour la période de 24 semaines terminée le 12 septembre 2004.

En raison de la croissance du chiffre d'affaires des Cafés existants et des efforts déployés pour redresser les Cafés sous-performants, Second Cup a constamment augmenté son chiffre d'affaires moyen par Café, qui est passé d'environ 385 000 $ pour la période de 52 semaines terminée le 29 juin 1996 à environ 479 000 $ pour la période de 52 semaines terminée le 12 septembre 2004.

Chiffre d'affaires moyen par Café[1)]
(en milliers)

1996[2)]	1997	1998	1999	2000	2001[2)]	2002	2003	2004[3)]	Pér. de 52 semaines terminée le 12 sept. 2004
385 $	420 $	438 $	440 $	435 $	442 $	462 $	462 $	464 $	479 $

Notes :

1) Pour la période comprise entre 1996 et 2001, les résultats portent sur les exercices de 52 ou 53 semaines terminés le dernier samedi de juin. En 2002, l'exercice de Second Cup était un exercice raccourci de 39 semaines terminé le 30 mars 2002 du fait que sa date de fin d'exercice a été changée par suite de l'acquisition de Second Cup par Cara. Toutefois, ce tableau présente le chiffre d'affaires moyen par Café pour la période de 52 semaines terminée le 30 mars 2002. Pour 2003 et 2004, les résultats portent sur les exercices de 52 semaines terminés le samedi situé le plus près du 31 mars.

2) Les exercices 1996 et 2002 étaient des exercices de 53 semaines.

3) Les résultats de Second Cup ont été considérablement touchés par la panne d'électricité qui s'est produite en Ontario, en août 2003 et l'épidémie de SRAS qui s'est répandue dans la région du Grand Toronto entre avril et juin 2003. Les résultats financiers pour ces périodes sont reflétés dans l'exercice 2004. Se reporter à la rubrique « Rapport de gestion ».

Avantages concurrentiels

Second Cup est d'avis que les avantages concurrentiels suivants lui ont permis de devenir le premier franchiseur d'établissements offrant des cafés de spécialité au Canada et le deuxième détaillant de cafés de spécialité en importance, selon le nombre de Cafés.

La marque Second Cup

La marque Second Cup jouit d'une grande notoriété, d'une excellente réputation et d'un degré de visibilité élevé sur le marché canadien des cafés de spécialité. Selon une étude indépendante menée par Print Measurement Bureau (PMB) pour le compte de Second Cup, la marque Second Cup jouit de la plus grande notoriété dans la catégorie des cafés de spécialité au Canada. Lors du plus récent sondage réalisé par PMB en 2003 auprès d'un échantillon représentatif de 7 000 adultes canadiens, 73,4 % des personnes interrogées ont reconnu la marque Second Cup. Au cours des 30 dernières années, Second Cup a construit sa marque sur l'« expérience de café unique » en offrant un café de qualité supérieure et en mettant au point des boissons à base de café et d'espresso et d'autres produits innovateurs. Second Cup renforce la notoriété de sa marque à l'aide de publicité, de programmes promotionnels et de partenariats stratégiques axés sur les tendances du marché et les besoins des consommateurs.

Gamme de cafés supérieurs

Second Cup est déterminée à offrir les meilleurs produits de leur catégorie. Pour que son café se distingue par sa qualité supérieure, Second Cup se procure la meilleure qualité au monde de grains de café arabica cultivé en montagne. Une proportion de 1 % à 2 % seulement de la production mondiale de grains de café arabica chaque année répond aux normes strictes de Second Cup en matière d'approvisionnement. Second Cup entretient des relations à long terme avec les caféières San Agustin (Colombie), Fazenda Vista Alegre (Brésil), El Toucan (Panama) et La Minita (Costa Rica), outre ses fournisseurs de café d'origine unique, et offre également une variété de mélanges exclusifs à Second Cup. Second Cup a mis au point une échelle de torréfaction personnalisée de cinq points qui permet à ses clients de choisir le degré de torréfaction qu'ils préfèrent.

Produits innovateurs

Second Cup élabore des produits de première qualité en tenant compte des préférences uniques en matière de goût et d'arôme du marché canadien. Second Cup lance constamment de nouveaux produits tout en améliorant ses produits vedettes. Au cours des quatre dernières années, plusieurs nouveaux produits ont été lancés et ont obtenu du succès, y compris le Vanillate, le Chillatte[MD], le Latte au sirop d'érable et d'autres produits sans café comme le Fruizzi[MD], le Tiamo[MD] et le Chocolat chaud… glacé[MC]. L'élaboration de nouveaux produits a été l'un des principaux éléments à l'origine de la stimulation de la croissance du chiffre d'affaires des Cafés existants étant donné que beaucoup de ces produits se vendent plus cher que les cafés infusés traditionnels. En outre, les produits innovateurs fidélisent souvent la clientèle, augmentent la notoriété de la marque et attirent de nouveaux clients, étant donné que nombre de ces produits ne sont offerts que chez Second Cup.

Réseau de franchises éprouvé soutenu par des Cafés appartenant à la société

Second Cup a démontré sa capacité de choisir, de former, de motiver et de gérer des franchisés afin de créer un réseau de franchises solide. Second Cup applique une méthode rigoureuse et systématique pour la sélection des franchisés et a élaboré un système d'exploitation qui encourage chaque franchisé à maximiser son potentiel d'affaires. En outre, Second Cup continue d'exploiter un nombre relativement faible de Cafés appartenant à la société, ce qui lui permet de former de nouveaux franchisés et de tester de nouveaux produits. Les Cafés appartenant à la société fournissent également à Second Cup une plateforme lui permettant d'acquérir et de redresser des franchises requérant du soutien supplémentaire et de tirer parti des occasions d'expansion en temps opportun.

Concept et design flexibles

Le concept de Second Cup a la flexibilité requise pour fonctionner dans une grande variété de marchés, d'emplacements et de formats. Ces formats vont des bars à cappuccino aux Cafés traditionnels avec des sections avec places assises. Les Cafés sont situés dans des locaux avec façades sur rue, des mégacentres commerciaux et des centres commerciaux linéaires, des centres commerciaux et d'autres endroits non traditionnels tels que des hôpitaux, des lieux de transit et des magasins. Chaque format de Café est disponible dans une variété de thèmes permettant à Second Cup de mieux s'adapter à la collectivité qu'elle sert. Toutefois, certains éléments de design communs sont présents dans chaque Café par souci d'uniformisation des normes d'exploitation et afin de créer un environnement et une image propres à Second Cup.

Répartition géographique

Les Cafés Second Cup sont répartis dans l'ensemble du Canada et se trouvent dans des endroits très passants et très visibles dans presque toutes les grandes villes. Afin de maintenir et d'améliorer cette diversification géographique, Second Cup consacre des ressources considérables pour trouver et évaluer des emplacements potentiels pour ses Cafés sur ses marchés existants ainsi que les marchés où elle n'est pas actuellement présente.

Liens avec Cara

Second Cup est une filiale en propriété exclusive indirecte de Cara. La nouvelle Second Cup sera une filiale en propriété exclusive de Cara. Celle-ci est l'une des premières sociétés d'exploitation de restaurants intégrée canadiennes et le plus grand exploitant de restaurants à service complet au pays. Second Cup estime que son inclusion dans la famille de sociétés Cara crée un effet de synergie qui lui permettra de faire preuve d'innovation dans les produits et les services qu'elle offre à ses clients. En outre, Second Cup bénéficie d'un certain nombre de services administratifs fournis par Cara. Ces services lui permettent d'affecter des ressources de gestion et autres à la gestion efficace et à la croissance de ses activités. Se reporter à la rubrique « Liens avec Cara ».

Stratégie de croissance

Compte tenu des tendances positives observées sur le marché des cafés de spécialité, de l'existence de bon nombre de marchés sous-desservis et inexploités et de ses avantages concurrentiels, Second Cup estime avoir des occasions de croissance considérable. La croissance de Second Cup repose essentiellement sur la hausse du chiffre d'affaires des Cafés existants et l'ajout de nouveaux Cafés à son réseau.

Accent sur les boissons à base d'espresso, les mélanges et les produits alimentaires

Second Cup se concentre sur l'élaboration, la commercialisation et l'offre de boissons à base d'espresso, de mélanges et d'autres produits liés au café exclusifs, qui représentent la catégorie en plus forte croissance du marché des cafés de spécialité. Ces produits sont offerts à des prix supérieurs et tendent à augmenter la somme moyenne dépensée par les clients par visite. Second Cup est d'avis que ces produits lui permettent également d'exercer un plus grand attrait auprès de la jeune génération de buveurs de café étant donné qu'ils sont particulièrement populaires chez le groupe des 18 à 25 ans. En plus d'attirer de nouveaux clients, les efforts déployés par Second Cup pour mettre au point des produits uniques dans cette catégorie fidélisent davantage la clientèle, étant donné que beaucoup des produits de Second Cup sont exclusifs à celle-ci.

De plus, Second Cup élabore continuellement des produits alimentaires qui sont complémentaires à ses principales boissons. Au cours des 10 dernières années, son chiffre d'affaires annuel pour les produits alimentaires est passé d'environ 9,5 millions de dollars à environ 26,6 millions de dollars, atteignant ainsi un taux de croissance similaire à celui du chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau. Vu la tendance des clients à consommer des mets préparés et à grignoter au lieu de prendre des repas traditionnels en particulier, Second Cup estime avoir la possibilité d'augmenter son chiffre d'affaires dans cette catégorie de produits et entend mettre cette catégorie au centre de ses priorités. Par exemple, Second Cup a récemment lancé sur le marché des biscuits déjeuners et teste des produits comme les parfaits au yogourt pour répondre à la demande croissante de grignotines de qualité.

Réaménagement et modernisation des Cafés existants

Des Cafés modernes, revitalisés et bien situés constituent l'élément clé du succès de tout concept de cafés de spécialité. Second Cup limite la durée de ses contrats de franchise à 10 ans. Au moment de renouveler un contrat de franchise, le franchisé est tenu de réinvestir de 150 000 $ à 275 000 $ environ dans la modernisation et le réaménagement de son Café pour s'assurer qu'il satisfait aux normes de design courantes. Les Cafés réaménagés et modernisés peuvent s'attendre à une croissance de leur chiffre d'affaires supérieure à la moyenne de la croissance du chiffre d'affaires des Cafés existants (depuis 2000, la croissance a atteint entre 7 % et 18 % en moyenne) au cours de la première année suivant le réaménagement. Plus de 70 Cafés doivent être réaménagés au cours des trois prochaines années; par conséquent, le réaménagement et la modernisation des Cafés devraient engendrer une croissance considérable du chiffre d'affaires des Cafés existants pour Second Cup.

Agrandissement du réseau de Cafés

Second Cup croit que de nombreuses occasions d'expansion s'offrent à elle pour son réseau de Cafés au Canada par la pénétration de marchés existants ainsi que l'expansion dans de nouveaux marchés. Second Cup est d'avis que bon nombre des grands centres urbains où elle fait affaire actuellement sont encore sous-desservis

par rapport aux marchés urbains plus développés d'Amérique du Nord. Par conséquent, Second Cup continue de se concentrer sur la croissance par l'ajout de nouveaux Cafés sur ses principaux marchés métropolitains de Toronto, Montréal, Calgary et Edmonton, où sa marque a une grande notoriété. Les régions avoisinantes situées à l'extérieur de ces marchés principaux où la population est en forte croissance et qui affichent un profil démographique pouvant soutenir de nouveaux Cafés représentent également une importante occasion d'expansion pour Second Cup.

Attirer et former des franchisés de haute qualité

La sélection de franchisés de haute qualité est une pierre angulaire du succès de Second Cup. Il y a une forte demande pour les franchises de Second Cup, qui suit un processus rigoureux et systématique. Second Cup s'engage également à fournir la formation, les outils et l'encadrement nécessaires pour aider les franchisés à atteindre le succès. Par conséquent, elle entretient des relations très harmonieuses avec ses franchisés, dont bon nombre cherchent à devenir exploitants de plusieurs unités.

ANALYSE DE L'ENCAISSE DISTRIBUABLE

Le résumé qui suit est fondé sur l'information contenue dans le présent prospectus, sur les plus récents renseignements financiers dont dispose la direction et sur l'estimation que fait cette dernière du montant des frais et des charges qui seront engagés par le Fonds et ses filiales. La présente analyse ne constitue ni une prévision ni une projection des résultats futurs. Il est probable que les résultats d'exploitation réels du Fonds et de ses filiales, avant ou après la date de clôture, s'écarteront des montants présentés dans l'analyse qui suit et il se pourrait que les écarts soient importants.

La direction est d'avis qu'après la clôture du placement le Fonds et ses filiales engageront des intérêts débiteurs et des frais d'administration dont les montants s'écarteront des montants inscrits dans les états financiers historiques figurant ailleurs dans le présent prospectus. Le Fonds n'est toutefois pas en mesure de fournir d'état *pro forma* de ses résultats d'exploitation ni d'état *pro forma* de son encaisse distribuable du fait qu'il est établi depuis peu et qu'il ne dispose, par conséquent, d'aucun état financier de ses résultats d'exploitation sur lesquels se fonder pour préparer un état *pro forma*. Bien qu'il n'existe aucun engagement ferme pour ce qui concerne tous les frais d'administration et bien qu'il soit par conséquent impossible de déterminer de manière objective toutes les répercussions financières qu'auront ces frais, le Fonds estime que l'analyse qui suit présente une estimation raisonnable de ce qu'aurait été l'encaisse distribuable de la période de 52 semaines terminée le 12 septembre 2004 s'il avait existé au cours de cette période.

La direction de Second Cup met l'analyse qui suit à la disposition du Fonds et des porteurs éventuels de parts du Fonds afin de les aider à déterminer quel est le revenu du Fonds et quel est le montant de l'encaisse qui aurait pu être distribuée aux porteurs de parts si le Fonds avait existé pendant la période de 52 semaines terminée le 12 septembre 2004. La présente analyse repose sur des hypothèses selon lesquelles le placement est déjà clos, le Fonds s'est déjà porté indirectement acquéreur des marques de la nouvelle Second Cup, MarksCo a déjà conclu une convention de licence et de redevance avec la nouvelle Second Cup et les autres opérations visées par le présent prospectus ont déjà eu lieu, et selon l'hypothèse que toutes ces opérations ont eu lieu au début de cette période.

L'encaisse distribuable ne constitue pas une mesure financière reconnue par les PCGR, mais, de l'avis du Fonds, elle fournit aux investisseurs une indication des montants qui sont disponibles à des fins de distribution. Les investisseurs sont toutefois priés de ne pas considérer l'encaisse distribuable comme un substitut de l'état des flux de trésorerie pour évaluer l'encaisse et les flux de trésorerie du Fonds. Il se peut que la méthode utilisée par le Fonds pour calculer l'encaisse distribuable diffère des méthodes employées par d'autres émetteurs et, par conséquent, il se peut également que l'encaisse distribuable du Fonds ne puisse être comparée aux mesures utilisées par d'autres émetteurs. Se reporter au « Rapport de gestion ».

	Période de 52 semaines terminée le 12 septembre 2004
	(en milliers de dollars, sauf les montants par part) (non vérifiés)
Chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau déclaré par les cafés Second Cup au Canada[1]	177 590 $
Chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau des cafés initiaux[1]	167 504 $
Produits de redevances[2]	10 888
Intérêts sur le prêt à terme et le prêt d'exploitation contractés par MarksCo[3]	(605)
Frais d'administration[4]	(700)
Encaisse distribuable	9 583 $
Encaisse distribuable par part (9 582 760 parts)	1,00 $

Notes :

1) Le deuxième trimestre de Second Cup a pris fin le 12 septembre 2004. À cette date, Second Cup comptait 372 cafés au Canada. De ce nombre, 21 ont fermé, ou devraient le faire, pendant la période du 12 septembre 2004 au 31 décembre 2005. Ces 21 cafés ne font pas partie des cafés initiaux faisant partie du Fonds de redevance, qui compte par conséquent 351 cafés initiaux. Pour la période de 52 semaines terminée le 12 septembre 2004, le chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau des cafés Second Cup au Canada comprend des ventes de 3 289 $ attribuables aux cafés qui ont fermé pendant la période et celles de 8 112 $ des 21 cafés ne faisant pas partie du Fonds de redevance. Les ventes des 12 cafés initiaux qui étaient ouverts pendant une partie seulement de la période de 52 semaines terminée le 12 septembre 2004 et qui faisaient partie du Fonds de redevance ont été rajustées à la hausse de 1 315 $ pour tenir compte d'un chiffre d'affaires établi sur une période de 52 semaines.

2) Les produits de redevances sont calculés à 6,5 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau lié aux cafés initiaux pour la période de 52 semaines terminée le 12 septembre 2004.

3) Il est présumé qu'au cours de la période l'intégralité du principal du prêt à terme contracté par MarksCo (11 000 $) était en cours et qu'aucune tranche du prêt d'exploitation n'était en souffrance. Si le prêt à terme contracté par MarksCo avait porté intérêt à un taux présumé de 5,5 % l'an, les intérêts se seraient élevés à 605 $.

4) Les frais d'administration estimatifs du Fonds (après consolidation) devraient comprendre les honoraires payables aux fiduciaires du Fonds et aux administrateurs d'AcquisitionCo et de MarksCo, les primes d'assurance de responsabilité civile des administrateurs, des dirigeants et des fiduciaires, les honoraires payables aux vérificateurs pour la vérification des états financiers du Fonds, les frais juridiques pour la préparation des documents envoyés aux porteurs de parts ou déposés, ainsi que les frais payés à l'agent des transferts et aux organismes de réglementation, les frais boursiers et autres frais. Ces estimations sont fondées sur les exigences actuelles en matière de présentation de l'information financière et elles peuvent changer.

SOMMAIRE DU PLACEMENT

Placement :	8 145 346 parts.
Montant :	81 453 460 $.
Prix :	10,00 $ par part.
Parts :	Chaque part représente un intérêt bénéficiaire indivis égal dans les distributions du Fonds. Chaque part est cessible, donne le droit à son porteur de participer à parts égales aux distributions du Fonds, n'est pas susceptible d'appels subséquents et confère à son porteur des droits de rachat et le droit d'exprimer une voix à toutes les assemblées des porteurs de parts. Se reporter à la rubrique « Description du Fonds ».
Emploi du produit :	Le Fonds affectera le produit net de 76 566 252 $ tiré du placement, après le versement de la rémunération des preneurs fermes, déduction faite des frais du placement, évalués à 4 000 000 $, majoré du produit tiré de la souscription de parts par la nouvelle Second Cup, à la souscription de billets d'AcquisitionCo de série 1 d'un capital total d'environ 78 246 353 $ et d'environ 8 694 039 actions ordinaires d'AcquisitionCo. AcquisitionCo utilisera le produit tiré de la souscription du Fonds pour acquérir de Cara la totalité des actions ordinaires de MarksCo émises et en circulation. Au moment de cette acquisition, les marques de Second Cup constitueront les actifs de MarksCo. Se reporter à la rubrique « Financement et acquisition des marques de Second Cup ».
La redevance :	La nouvelle Second Cup et MarksCo seront parties à la convention de licence et de redevance aux termes de laquelle la nouvelle Second Cup aura une licence d'utilisation des marques de Second Cup dans toutes les provinces et dans tous les territoires du Canada (sauf le Nunavut) pendant une période de 99 ans en contrepartie d'une redevance payable à MarksCo d'un montant équivalant à 6,5 % du chiffre d'affaires du réseau provenant des Cafés Second Cup au Canada compris dans le fonds de redevance. Les Cafés initiaux compris dans le fonds de redevance ne comprendront pas les 21 Cafés qui ont été ou devraient être fermés à l'expiration de leurs baux respectifs, soit entre le 12 septembre 2004 et le 31 décembre 2005. Le montant de la redevance sera rajusté annuellement pour refléter certains événements, dont une augmentation du chiffre d'affaires du réseau attribuable à des Cafés supplémentaires et la fermeture de Cafés Second Cup. Se reporter à la rubrique « Convention de licence et de redevance — Rajustements apportés au fonds de redevance et aux paiements effectués aux termes de la convention de licence et de redevance ». Le paiement de redevance sera garanti par une sûreté grevant tous les biens actuels et futurs de la nouvelle Second Cup. Se reporter à la rubrique « Convention de licence et de redevance — Sûreté relative à la redevance ».
Participation conservée :	À la date de clôture, Cara, par l'entremise de la nouvelle Second Cup, souscrira et recevra 1 437 414 parts au prix d'offre, soit 15 % des parts émises et en circulation.
Politique en matière de distributions du Fonds :	L'encaisse par part qui sera distribuée mensuellement aux porteurs de parts correspondra à une participation proportionnelle dans les intérêts et (le cas échéant) dans les remboursements du capital des billets d'AcquisitionCo de série 1 de même que dans les dividendes ou les autres sommes se rapportant aux actions ordinaires d'AcquisitionCo dont le Fonds est propriétaire, déduction faite des sommes qui sont payées, payables, engagées ou prévues

durant cette période à l'égard i) des frais d'administration et autres obligations du Fonds et sommes à payer par celui-ci; ii) des sommes que le Fonds peut verser dans le cadre d'un rachat au comptant de parts; iii) de l'acquittement obligations au titre du service de la dette qui incombent au Fonds, le cas échéant et iv) des réserves raisonnables que les fiduciaires peuvent établir à leur gré des et qui, selon les estimations actuelles, devraient être minimes.

La première distribution destinée aux porteurs de parts devrait être effectuée au plus tard le 31 janvier 2005 pour la période allant de la date de clôture au 31 décembre 2004 et est estimée à 0,0821 $ par part. Par la suite, le Fonds a l'intention de verser chaque mois des distributions à l'égard des fonds que les fiduciaires jugent disponibles aux fins de distribution par le Fonds pour le mois. Les distributions payables chaque mois devraient être versées le dernier jour du mois suivant aux porteurs de parts inscrits à des dates devant être précisées (sauf pour ce qui est du mois de décembre, où la date de clôture des registres sera le dernier jour de décembre). Se reporter à la rubrique « Description du Fonds — Distributions de l'encaisse ».

Politique en matière de distributions d'AcquisitionCo :

L'encaisse distribuable d'AcquisitionCo proviendra principalement des sommes versées par MarksCo à titre d'intérêt sur les billets de MarksCo et des dividendes ou des autres sommes versés sur les actions ordinaires de MarksCo détenues par AcquisitionCo à compter de la date de clôture. Le Fonds croit comprendre que le conseil d'administration d'AcquisitionCo adoptera une politique visant la distribution de la totalité de son encaisse disponible, sous réserve des lois applicables, au moyen de dividendes ou d'autres sommes versés sur les actions ordinaires d'AcquisitionCo ou à l'égard de celles-ci après i) l'acquittement de toutes ses obligations au titre du service de la dette, y compris les obligations relatives aux frais, telles que les remboursements de capital et les versements d'intérêt; ii) l'établissement de provisions aux fins de ses dépenses administratives et de ses autres obligations et sommes à payer (y compris les taxes et impôts, s'il y a lieu); iii) les remboursements de capital à l'égard des billets d'AcquisitionCo que le conseil d'administration d'AcquisitionCo juge souhaitables, moyennant le consentement du Fonds et celui des porteurs des billets d'AcquisitionCo donné par voie de résolution spéciale des porteurs de billets; iv) l'établissement de provisions pour toute somme additionnelle qui pourrait devoir être versée aux termes de la convention de souscription et v) les réserves raisonnables pour fonds de roulement que le conseil d'administration juge appropriées.

Politique en matière de distributions de MarksCo :

Le Fonds croit comprendre que le conseil d'administration de MarksCo adoptera une politique visant la distribution de la totalité de son encaisse disponible, sous réserve des lois applicables, au moyen de dividendes ou d'autres sommes versés sur les actions ordinaires de MarksCo après i) l'acquittement de ses obligations au titre du service de la dette, y compris les obligations relatives aux frais, telles que les remboursements de capital et les versements d'intérêt; ii) l'établissement de provisions aux fins de ses dépenses administratives et de ses autres obligations et sommes à payer (y compris les taxes et impôts, s'il y a lieu); iii) l'établissement de provisions pour toute somme additionnelle qui pourrait devoir être versée à la nouvelle Second Cup aux termes de la convention de licence et de redevance si des Cafés supplémentaires sont ajoutés au fonds de redevance; iv) les remboursements de capital sur les billets de MarksCo que le conseil

d'administration de MarksCo juge souhaitables, moyennant le consentement du Fonds et celui des porteurs des billets de MarksCo donné par voie de résolution spéciale des porteurs de billets et v) les réserves raisonnables pour fonds de roulement que le conseil d'administration juge appropriées.

Facteurs de risque :

Un placement dans les parts comporte certains risques. Les distributions de l'encaisse destinées aux porteurs de parts seront tributaires de la capacité d'AcquisitionCo de s'acquitter de ses obligations concernant le versement des intérêts sur les billets d'AcquisitionCo et de dividendes sur les actions ordinaires d'AcquisitionCo détenues par le Fonds. Les paiements devant être effectués par AcquisitionCo sont, quant à eux, tributaires de la capacité de MarksCo de s'acquitter de ses obligations concernant le versement des intérêts sur les billets de MarksCo et de dividendes sur les actions ordinaires de MarksCo détenues par AcquisitionCo. Le revenu de MarksCo proviendra principalement de la redevance devant être versée par la nouvelle Second Cup aux termes de la convention de licence et de redevance. Le paiement et le montant de la redevance sont assujettis à un certain nombre de risques. Ces risques et les autres risques associés à un placement dans les parts comprennent ce qui suit :

Risques reliés aux activités de Second Cup

- le secteur canadien des cafés de spécialité se caractérise par une forte concurrence et une diversification restreinte et est assujetti à de nombreux facteurs touchant les dépenses discrétionnaires des consommateurs;
- une rupture d'approvisionnement ou une augmentation du prix des grains de café de première qualité pourrait nuire à la nouvelle Second Cup;
- la croissance du réseau de Cafés est tributaire de la capacité de la nouvelle Second Cup d'attirer des franchisés qualifiés;
- la capacité de trouver et d'obtenir des emplacements acceptables pour les Cafés Second Cup pourrait être limitée;
- la fermeture de Cafés Second Cup pourrait toucher le montant de la redevance;
- la capacité de la nouvelle Second Cup de verser la redevance sera principalement tributaire de la capacité des franchisés de réaliser des produits d'exploitation bruts;
- les franchisés déclarent les produits d'exploitation bruts à Second Cup sans vérification ni autre forme de certification indépendante;
- la perte d'employés clés pourrait toucher de façon importante les activités de la nouvelle Second Cup;
- l'omission de faire respecter ou de maintenir les marques de Second Cup ou une contestation accueillie de celle-ci pourrait nuire à la redevance;
- les modifications ou le non-respect des règlements gouvernementaux pourraient nuire à la nouvelle Second Cup;
- tout litige éventuel et d'autres plaintes pourraient nuire au chiffre d'affaires du réseau.

Risques reliés à la structure du Fonds

- les distributions de l'encaisse effectuées au bénéfice des porteurs de parts ne sont pas garanties et seront tributaires de la capacité d'AcquisitionCo de verser des dividendes et des intérêts au Fonds;
- MarksCo doit s'en remettre à la redevance que la nouvelle Second Cup doit lui verser;
- les parts ne constituent pas un placement direct dans AcquisitionCo ou MarksCo;
- la sûreté octroyée par la nouvelle Second Cup à MarksCo pourrait ne pas s'appliquer aux baux relatifs à certains Cafés Second Cup;
- le Fonds peut émettre des parts additionnelles, ce qui aurait pour effet de diluer la participation actuelle des porteurs de parts;
- un placement dans les parts est assujetti à certaines incidences fiscales;
- si elles sont adoptées, les modifications proposées de la LIR pourraient faire perdre au Fonds son statut de fiducie de fonds commun de placement dans certaines circonstances;
- rien ne garantit que les parts continueront de constituer des placements admissibles et ne constitueront pas des biens étrangers;
- la distribution de titres au moment d'un rachat de parts ou à la dissolution du Fonds peut faire en sorte que les porteurs de parts détiennent des titres non liquides;
- MarksCo a des dettes;
- MarksCo a un passif éventuel;
- il n'existe aucun marché public pour les parts;
- il existe un faible risque qu'un porteur de parts puisse être tenu personnellement responsable des obligations du Fonds.

Se reporter à la rubrique « Facteurs de risque ».

FINANCEMENT ET ACQUISITION DES MARQUES DE SECOND CUP

À la clôture, le Fonds détiendra les marques de Second Cup par l'entremise de sa propriété indirecte de MarksCo, et MarksCo sera partie à la convention de licence et de redevance conclue avec la nouvelle Second Cup. Dans le cadre de ces opérations, Second Cup transférera à la nouvelle Second Cup la quasi-totalité de ses actifs et passifs se rapportant à l'entreprise canadienne de Second Cup, sauf les marques de Second Cup et le prêt à terme en faveur de MarksCo, et transférera à Cara tous ses actifs et ses passifs se rapportant à l'entreprise non canadienne de Second Cup. La nouvelle Second Cup exercera ensuite les activités à titre de franchiseur des Cafés Second Cup et d'exploitant des Cafés Second Cup appartenant à la société au Canada. Ces ententes seront mises en œuvre au moyen des opérations suivantes :

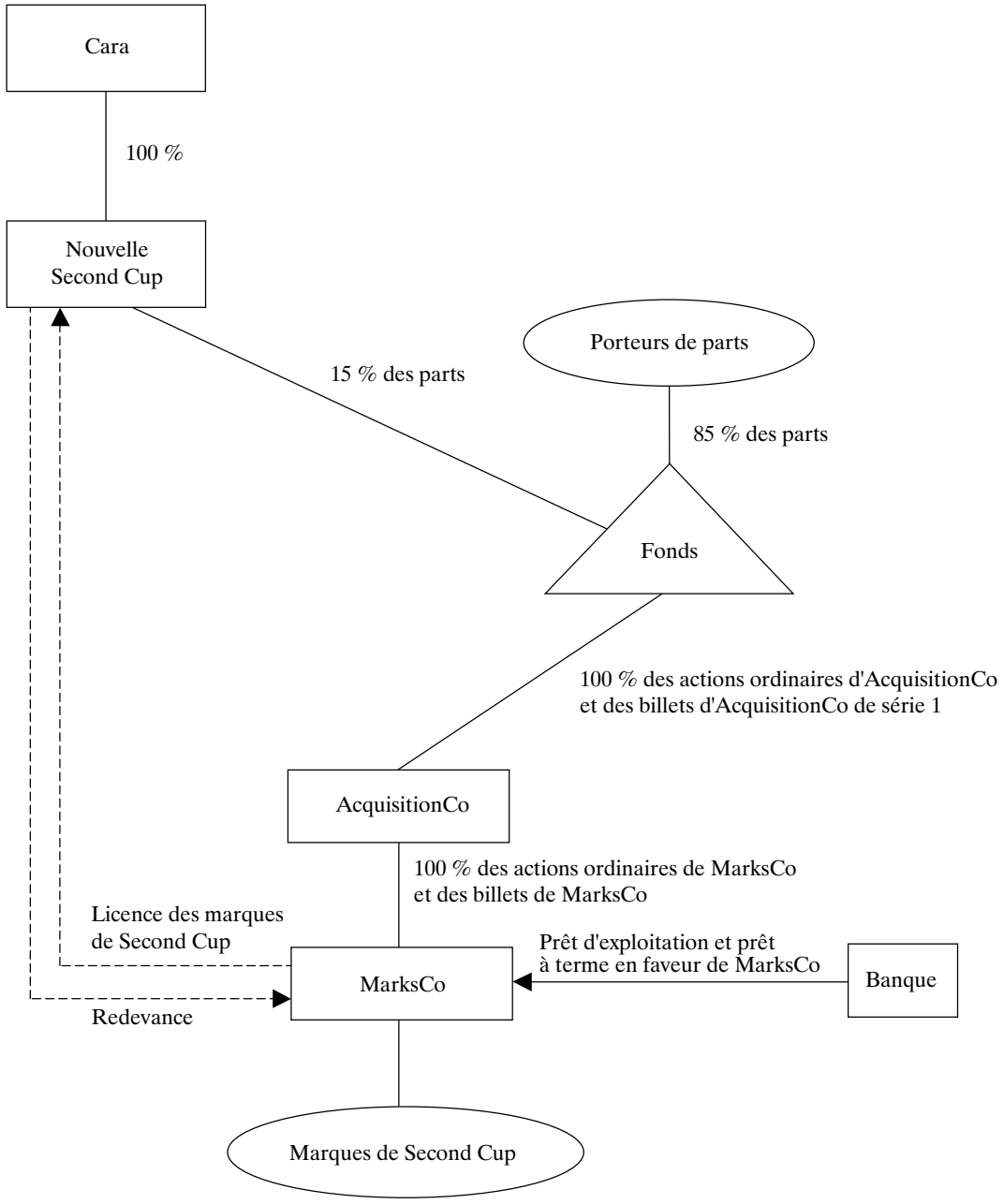
- Second Cup transférera à la nouvelle Second Cup la quasi-totalité de ses actifs et passifs liés à son entreprise canadienne, sauf les marques de Second Cup, et transférera à Cara tous ses actifs et ses passifs liés à son entreprise non canadienne;
- Second Cup transférera les marques de Second Cup à sa filiales en propriété exclusive existante, qui conclura la convention de licence et de redevance avec la nouvelle Second Cup;
- Second Cup obtiendra de la Banque un prêt à terme de 11,0 millions de dollars (qui deviendra le prêt à terme en faveur de MarksCo après la fusion de Second Cup décrite ci-après);

- Second Cup fusionnera avec un de ses actionnaires (une filiale en propriété exclusive de Cara) et avec une de ses filiales en propriété exclusive existantes, ce qui former a MarksCo. Par suite de la fusion, MarksCo sera une filiale en propriété exclusive de Cara, partie à la convention de licence et de redevance conclue avec la nouvelle Second Cup et l'emprunteur aux termes du prêt à terme en faveur de MarksCo;
- MarksCo distribuera à Cara, à titre de remboursement de capital, le reliquat de ses actifs, y compris le produit net du prêt à terme en faveur de MarksCo, à l'exclusion des marques de Second Cup et de certains soldes de trésorerie, de sorte que les marques de Second Cup et ces soldes de trésorerie constitueront ses seuls actifs;
- Le Fonds émettra 8 145 346 parts dans le public et la nouvelle Second Cup souscrira 1 437 414 parts (soit 15 % des parts émises et en circulation) pour un produit brut de 95 827 600 $;
- Le Fonds affectera le produit tiré du placement, déduction faite de la rémunération payable aux preneurs fermes et des frais liés au placement, majoré du produit tiré de la souscription de parts par la nouvelle Second Cup, à la souscription de billets d'AcquisitionCo de série 1 d'un capital global d'environ 78 246 353 $ et d'environ 8 694 039 actions ordinaires d'AcquisitionCo;
- AcquisitionCo acquerra de Cara toutes les actions ordinaires de MarksCo émises et en circulation à un prix d'achat d'environ 86 940 392 $, qu'elle règlera à l'aide de l'argent comptant qu'elle aura reçu en contrepartie de la souscription de billets d'AcquisitionCo de série 1 et des actions ordinaires d'AcquisitionCo;
- AcquisitionCo transférera les actions ordinaires de MarksCo à une filiale en propriété exclusive d'AcquisitionCo en contrepartie d'environ 8 694 039 actions ordinaires et de billets d'un capital global d'environ 78 246 353 $ de la filiale (qui deviendront les billets de MarksCo). La filiale d'AcquisitionCo fusionnera par la suite avec MarksCo, ce qui formera une société prorogée sous la dénomination « Second Cup Trade-Marks Inc. » qui sera une filiale en propriété exclusive d'AcquisitionCo, continuera de détenir les marques de Second Cup et sera partie à la convention de licence et de redevance ainsi que l'emprunteur aux termes du prêt à terme en faveur de MarksCo. AcquisitionCo détiendra des billets de MarksCo d'un capital global d'environ 78 246 353 $ et environ 8 694 039 actions ordinaires de MarksCo.

Si, pour quelque raison que ce soit, la clôture des opérations au terme desquelles le Fonds acquerra indirectement les marques de Second Cup n'a pas lieu, le Fonds remboursera le prix d'achat versé par les investisseurs à l'égard des parts sans intérêt ni déduction. L'engagement du Fonds d'acquérir indirectement les marques de Second Cup et les opérations connexes sont notamment assujettis à la conclusion du placement et à l'avance de fonds par la Banque en vertu du prêt à terme en faveur de MarksCo.

Structure du Fonds

Le diagramme suivant illustre la structure organisationnelle du Fonds après la clôture.



GLOSSAIRE SÉLECTIF

En plus des autres termes définis dans le présent prospectus, les termes suivants sont utilisés fréquemment dans les présentes et définis ci-après. Sauf incompatibilité avec le contexte, toute mention dans le présent prospectus d'une convention, d'un document, d'un contrat, d'une déclaration ou de tout autre document sera réputée constituer une mention d'une telle convention, d'un tel document, d'un tel contrat ou d'un tel autre document, dans sa version modifiée, complétée et mise à jour à l'occasion.

« **AcquisitionCo** » s'entend d'une filiale en propriété exclusive du Fonds qui acquerra de Cara la totalité des actions ordinaires de MarksCo émises et en circulation;

« **actions ordinaires d'AcquisitionCo** » s'entend des actions ordinaires du capital-actions d'AcquisitionCo;

« **actions ordinaires de MarksCo** » s'entend des actions ordinaires du capital-actions de MarksCo;

« **adhérent de la CDS** » s'entend d'un adhérent au service de dépôt de la CDS;

« **BAIIA** » s'entend du bénéfice avant intérêts, impôts et amortissement;

« **Banque** » s'entend de la banque canadienne membre du groupe de Scotia Capitaux Inc.;

« **billets d'AcquisitionCo** » s'entend des titres de créance subordonnés non garantis d'AcquisitionCo pouvant être émis en séries à l'occasion aux termes de la convention relative aux billets d'AcquisitionCo;

« **billets d'AcquisitionCo de série 1** » s'entend des titres de créance subordonnés non garantis d'AcquisitionCo appelés les billets d'AcquisitionCo de série 1 qui seront émis à l'occasion aux termes de la convention relative aux billets d'AcquisitionCo;

« **billets d'AcquisitionCo de série 2** » s'entend des titres de créance subordonnés non garantis d'AcquisitionCo appelés les billets d'AcquisitionCo de série 2 devant être émis conformément à la convention relative aux billets d'AcquisitionCo exclusivement en faveur des porteurs de parts à titre de paiement intégral ou partiel du prix de rachat des parts dans le cadre d'un paiement en nature du prix de rachat des parts rachetées par un porteur de parts;

« **billets de MarksCo** » s'entend des titres de créance subordonnés non garantis de MarksCo pouvant être émis en séries à l'occasion aux termes de la convention relative aux billets de MarksCo;

« **bourse** » s'entend d'une bourse reconnue par la Commission des valeurs mobilières de l'Ontario à ces fins et, lorsque les parts sont négociées à plus d'une bourse durant la période visée, de la bourse où le plus grand volume de parts a été négocié durant la période visée;

« **Café fermé** » s'entend, au cours d'une année donnée, d'un Café Second Cup qui était inclus dans le fonds de redevance au début de l'année, mais qui a été fermé définitivement durant cette année;

« **Cafés initiaux** » s'entend des 351 Cafés Second Cup au Canada inclus dans le fonds de redevance à la date de clôture;

« **Cafés Second Cup** » renvoie aux points de vente au détail de cafés de spécialité et de produits connexes exploités par la nouvelle Second Cup ou la société qu'elle a remplacée, Second Cup, ou encore les franchisés de Second Cup et qui affichent les marques de Second Cup;

« **Cafés supplémentaires** » s'entend des Cafés Second Cup au Canada qui, le 1er novembre de l'année civile précédente, avaient été ouverts pendant au moins 60 jours et n'avaient pas encore été inclus dans le fonds de redevance;

« **Cara** » s'entend de Les Entreprises Cara Limitée, société fermée constituée sous le régime des lois de la province d'Ontario;

« **CDS** » s'entend de La Caisse canadienne de dépôt de valeurs limitée;

« **chiffre d'affaires du réseau** » constitue la base sur laquelle la redevance est payable; il s'agit des produits d'exploitation bruts de tous les Cafés Second Cup compris dans le fonds de redevance, dont i) les produits d'exploitation bruts des Cafés Second Cup appartenant à la société au Canada et devant appartenir à la nouvelle

Second Cup et ii) les produits d'exploitation bruts devant être déclarés par les Cafés Second Cup compris dans le fonds de redevance qui sont visés par des contrats de franchise conclus avec la nouvelle Second Cup, sans vérification ni autre forme de certification indépendante;

« **clôture** » s'entend de la conclusion du placement et des opérations décrites dans le présent prospectus;

« **convention d'acquisition** » s'entend de la convention d'acquisition devant être conclue à la date de clôture par Cara, la nouvelle Second Cup et AcquisitionCo aux termes de laquelle AcquisitionCo acquerra la totalité des actions ordinaires de MarksCo émises et en circulation;

« **convention d'administration** » s'entend de la convention d'administration devant être conclue à la date de clôture par MarksCo, AcquisitionCo et le Fonds aux termes de laquelle MarksCo s'engagera à fournir les services requis pour l'administration du Fonds et d'AcquisitionCo ou à voir à la prestation de ces services;

« **convention de gouvernance** » s'entend de la convention de gouvernance devant être conclue à la date de clôture par la nouvelle Second Cup, Cara, MarksCo, AcquisitionCo et le Fonds aux fins, notamment, de la gouvernance de MarksCo;

« **convention de licence et de redevance** » s'entend de la convention de licence et de redevance devant porter la date de clôture ou une date antérieure et être conclue par MarksCo et la nouvelle Second Cup, aux termes de laquelle la nouvelle Second Cup obtiendra la licence et s'engagera à payer la redevance à MarksCo;

« **convention de prise ferme** » s'entend de la convention de prise ferme datée du 22 novembre 2004 qui a été conclue par Cara, la nouvelle Second Cup, les preneurs fermes et le Fonds;

« **convention de souscription** » s'entend de la convention de souscription devant être conclue à la date de clôture par le Fonds, AcquisitionCo, MarksCo et la nouvelle Second Cup et aux termes de laquelle, entre autres, le Fonds verra à ce que MarksCo soit en mesure de remettre des parts à la nouvelle Second Cup, si elle y est tenue aux termes de la convention de licence et de redevance;

« **convention de sûreté générale** » s'entend de la convention de sûreté générale devant être signée par la nouvelle Second Cup au plus tard à la date de clôture, aux termes de laquelle elle octroiera à MarksCo une sûreté générale grevant tous les biens et actifs actuels et futurs de la nouvelle Second Cup en garantie du paiement de la redevance et de l'exécution de toutes les obligations qui incombent à la nouvelle Second Cup aux termes de la convention de licence et de redevance;

« **convention relative aux billets d'AcquisitionCo** » a le sens qui lui est attribué à la rubrique « Gouvernance, capital-actions et capitaux empruntés d'AcquisitionCo — Billets d'AcquisitionCo »;

« **convention relative aux billets de MarksCo** » a le sens qui est attribué à ce terme à la rubrique « Capital-actions et capitaux empruntés de MarksCo — Billets de MarksCo »;

« **cours des parts** » s'entend, à toute date ou pour toute période, du cours moyen pondéré auquel les parts se sont négociées à une bourse durant la période de 20 jours de bourse consécutifs terminée cinq jours de bourse avant cette date ou la fin de cette période, selon le cas;

« **date de clôture** » s'entend de la date de conclusion du placement;

« **date de rajustement** » s'entend du 1er janvier de chaque année;

« **déclaration de fiducie** » s'entend de la déclaration de fiducie datée du 22 octobre 2004 établissant et régissant Second Cup Royalty Income Fund, telle qu'elle pourrait être modifiée et mise à jour au plus tard à la date de clôture;

« **États-Unis** » s'entend des États-Unis d'Amérique;

« **fiduciaires** » s'entend, à tout moment pertinent, des fiduciaires du Fonds;

« **Fonds** » s'entend de Second Cup Royalty Income Fund;

« **fonds de redevance** » s'entend, initialement, des Cafés initiaux et désignera par la suite le nombre de Cafés Second Cup rajusté le plus récemment qui doit être utilisé pour calculer le chiffre d'affaires du réseau pour une période de paiement donnée;

« **licence** » s'entend de la licence d'utilisation des marques de Second Cup (y compris des noms commerciaux et des noms de domaine) dans l'ensemble des provinces et territoires du Canada, à l'exclusion du territoire du Nunavut, pendant une période de 99 ans;

« **LIR** » s'entend de la *Loi de l'impôt sur le revenu* (Canada);

« **Loi de 1933** » s'entend de la *Securities Act of 1933* des États-Unis, dans sa version modifiée;

« **Loi sur les valeurs mobilières** » s'entend de la *Loi sur les valeurs mobilières* (Ontario), dans sa version modifiée;

« **MarksCo** » s'entend de la société issue de la fusion de Second Cup, de l'un de ses actionnaires et de sa filiale en propriété exclusive existante, et, après l'acquisition des actions ordinaires de MarksCo par AcquisitionCo, de la société issue de la fusion de cette société avec une filiale en propriété exclusive d'AcquisitionCo, selon le contexte;

« **marques de Second Cup** » s'entend des marques de commerce appartenant actuellement à Second Cup et déposées ou en voie d'être déposées en vertu de la *Loi sur les marques de commerce* (Canada), et des marques de commerce non déposées, des noms commerciaux, des procédures d'exploitation, des méthodes, des systèmes et autres droits de propriété, notamment les droits de propriété intellectuelle, appartenant actuellement à Second Cup et utilisés dans le cadre de l'exploitation des Cafés Second Cup au Canada, ainsi que de tous les droits connexes;

« **membre du groupe** » ou « **membre de son groupe** » s'entend, à l'égard d'une personne physique ou morale, d'une autre personne physique ou morale qui serait considérée comme une entité affiliée (*affiliated entity*) de cette personne pour l'application de la Règle 45-501 de la Commission des valeurs mobilières de l'Ontario, telle qu'elle pourrait être modifiée ou remplacée à l'occasion;

« **nouvelle Second Cup** » s'entend d'une filiale directe en propriété exclusive nouvellement formée de Cara qui, avant la clôture, acquerra l'entreprise de franchisage des Cafés Second Cup et d'exploitation des Cafés appartenant à la société au Canada qui est actuellement exploitée par Second Cup;

« **part** » s'entend d'une part de fiducie du Fonds, qui représente un intérêt bénéficiaire indivis égal dans les distributions du Fonds, qu'elles proviennent de son revenu net, de ses gains en capital réalisés nets ou de toute autre source, et dans les distributions effectuées par le Fonds en cas de dissolution de celui-ci;

« **PCGR** » s'entend des principes comptables généralement reconnus du Canada;

« **période de paiement** » s'entend de chaque mois d'une année civile, sauf en ce qui a trait au premier paiement de redevance par la nouvelle Second Cup, auquel cas la période de paiement sera la période commençant à la date de clôture et se terminant le 31 décembre 2004;

« **personne qui a un lien** » a le sens attribué à ce terme dans la Loi sur les valeurs mobilières;

« **porteurs de parts** » s'entend, à tout moment pertinent, des porteurs des parts;

« **preneurs fermes** » s'entend de Scotia Capitaux Inc., de BMO Nesbitt Burns inc., de Marchés mondiaux CIBC inc. et de Valeurs mobilières TD inc.;

« **prêt à terme en faveur de MarksCo** » s'entend du prêt à terme d'un capital de 11,0 millions de dollars devant être consenti au plus tard à la date de clôture par la Banque à une société qui sera remplacée par MarksCo, de tout renouvellement et de tout remplacement de celui-ci par une institution financière faisant affaire au Canada, comme il est plus amplement décrit à la rubrique « Financement et acquisition des marques de Second Cup — Prêt à terme en faveur de MarksCo et prêt d'exploitation »;

« **prêt d'exploitation** » s'entend de la facilité de prêt renouvelable d'un montant maximal de 1,0 million de dollars établie par la Banque en faveur de MarksCo au plus tard à la date de clôture, comme il est plus amplement décrit à la rubrique « Financement et acquisition des marques de Second Cup — Prêt à terme en faveur de MarksCo et prêt d'exploitation »;

« **prix de rachat** » a le sens qui est donné à ce terme à la rubrique « Description du Fonds — Droit de rachat »;

« **produits d'exploitation bruts** » a le sens attribué à ce terme à la rubrique « Activités de Second Cup — Franchises — Contrats de franchise de Second Cup » lorsqu'il est question des Cafés appartenant à la société et des Cafés franchisés;

« **redevance** » s'entend de la redevance pour chaque période de paiement devant être versée aux termes de la convention de licence et de redevance par la nouvelle Second Cup à MarksCo pour la licence d'un montant équivalant à 6,5 % du chiffre d'affaires du réseau pour tous les Cafés Second Cup compris dans le fonds de redevance durant la période de paiement concernée;

« **régimes de revenu différé** » s'entend des régimes enregistrés d'épargne-retraite, des fonds enregistrés de revenu de retraite et des régimes de participation différée aux bénéfices;

« **rendement d'une part** » s'entend, à une date de rajustement, des distributions de l'encaisse versées par le Fonds aux porteurs de parts pour chaque part détenue durant la période de 52 semaines ayant pris fin immédiatement avant cette date, divisée par le cours d'une part à cette date;

« **résolution spéciale des porteurs de billets** » s'entend d'une résolution adoptée par les porteurs d'au moins 66 ⅔ % du capital des billets représentés en personne ou par procuration à une assemblée des porteurs de billets convoquée aux fins de l'approbation de cette résolution, ou encore d'une approbation fournie par écrit par les porteurs d'au moins 66 ⅔ % du capital des billets alors en circulation;

« **résolution spéciale des porteurs de parts** » s'entend d'une résolution adoptée par la majorité d'au moins 66 ⅔ % des voix exprimées, en personne ou par procuration, à une assemblée des porteurs de parts convoquée aux fins de l'approbation de cette résolution, ou encore d'une résolution approuvée par écrit par les porteurs d'au moins 66 ⅔ % des parts donnant le droit de voter à l'égard d'une telle résolution;

« **Second Cup** » désigne Les cafés Second Cup ltée avant la date de clôture et la nouvelle Second Cup par la suite, sauf si le contexte exige une autre interprétation;

« **système d'inscription en compte** » s'entend du système d'inscription en compte administré par la CDS aux fins de l'inscription de participations dans les parts et du transfert de celles-ci.

SECOND CUP ROYALTY INCOME FUND

Le Fonds est une fiducie à capital variable établie sous le régime des lois de la province d'Ontario. Il a été créé en vue de détenir indirectement, par l'intermédiaire de MarksCo, les marques de Second Cup et pourra recevoir, indirectement, par l'intermédiaire de MarksCo, les paiements prévus par la convention de licence et de redevance. Le bureau principal et siège social du Fonds est situé au 6303 Airport Road, Mississauga (Ontario) L4V 1R8. Se reporter aux rubriques « La marque de Second Cup », « Financement et acquisition des marques de Second Cup » et « Description du Fonds ».

Le Fonds entend effectuer des distributions mensuelles de son encaisse disponible comme il est décrit dans le présent prospectus. La première distribution destinée aux porteurs de parts devrait être effectuée au plus tard le 31 janvier 2005 pour la période comprise entre la date de clôture et le 31 décembre 2004 et est estimée à 0,0821 $ par part. Se reporter à la rubrique « Description du Fonds — Distributions de l'encaisse ».

ACQUISITIONCO

AcquisitionCo est une filiale en propriété exclusive du Fonds nouvellement constituée sous le régime des lois de la province d'Ontario. Le Fonds affectera le produit net du placement, moins les frais, à la souscription des billets d'AcquisitionCo de série 1 et des actions ordinaires d'AcquisitionCo, et AcquisitionCo utilisera le produit de la souscription pour acquérir de Cara la totalité des actions ordinaires de MarksCo émises et en circulation. AcquisitionCo transférera les actions ordinaires de MarksCo à une filiale en propriété exclusive nouvellement constituée d'AcquisitionCo en échange d'actions et de titres de créance (qui deviendront les billets de MarksCo) de la filiale. La filiale d'AcquisitionCo fusionnera ensuite avec MarksCo pour former une société qui aura pour dénomination « Second Cup Trade-Marks Inc. ». Par suite de la fusion, AcquisitionCo sera propriétaire des billets de MarksCo et des actions ordinaires de MarksCo, MarksCo continuera de détenir les marques de Second Cup et sera partie à la convention de licence et de redevance. Se reporter aux rubriques « Financement et acquisition des marques de Second Cup », « Emploi du produit » et « Gouvernance, capital-actions et capitaux empruntés à AcquisitionCo ».

MARKSCO

MarksCo sera formée par la fusion de Second Cup avec l'un de ses actionnaires et une filiale en propriété exclusive sous le régime des lois de la province d'Ontario. À la date de clôture, AcquisitionCo acquerra la totalité des actions ordinaires de MarksCo émises et en circulation et MarksCo fusionnera ensuite avec une filiale en propriété exclusive d'AcquisitionCo (comme il est décrit ci-dessus) en vue de former une société qui sera prorogée sour la dénomination « Second Cup Trade-Marks Inc. ». Au moment de cette acquisition, les marques de Second Cup et certains soldes de trésorerie constitueront les actifs de MarksCo. Dans le présent prospectus, « MarksCo » renvoie à la société issue de chaque fusion, selon le contexte.

Les activités de MarksCo consisteront à détenir les marques de Second Cup, à prendre des mesures conformes à la convention de licence et de redevance en vue d'exploiter l'utilisation de ces marques par la nouvelle Second Cup, à recouvrer la redevance payable à MarksCo aux termes de la convention de licence et de redevance et à administrer le Fonds et AcquisitionCo aux termes de la convention d'administration. Se reporter aux rubriques « Convention de licence et de redevance », « Direction et gouvernance d'entreprise de MarksCo » et « Capital-actions et capitaux empruntés de MarksCo ».

Aux termes de la convention de licence et de redevance, MarksCo jouira du droit contractuel de contrôler la nature et la qualité des produits et services offerts par la nouvelle Second Cup et ses franchisés et titulaires de sous-licence et d'exiger que les marques de Second Cup soient utilisées par la nouvelle Second Cup ainsi que ses franchisés et titulaires de sous-licence de façon à renforcer la réputation des marques de Second Cup. De plus, MarksCo pourra :

- vérifier l'utilisation des marques de Second Cup par la nouvelle Second Cup, ses franchisés et titulaires de sous-licence pour s'assurer que ceux-ci préservent et consolident la réputation associée aux marques de Second Cup;

- obtenir, chaque trimestre, une attestation d'un dirigeant de la nouvelle Second Cup indiquant que celle-ci utilise les marques de Second Cup conformément à la convention de licence et de redevance et décrivant les mesures et procédés mis en œuvre pour assurer la conformité à cette convention;
- exiger de la nouvelle Second Cup qu'elle soumette un rapport, chaque trimestre, décrivant l'utilisation des marques de Second Cup par la nouvelle Second Cup et ses franchisés et titulaires de sous-licence au cours du trimestre, y compris toutes les sous-licences d'utilisation des marques de Second Cup octroyées par la nouvelle Second Cup à ses franchisés ou titulaires de sous-licence durant ce trimestre;
- établir les normes qui régiront la nature et la qualité des produits et services offerts et la manière dont la nouvelle Second Cup et ses franchisés et titulaires de sous-licence doivent utiliser les marques de Second Cup.

La nouvelle Second Cup devra obtenir l'approbation écrite de MarksCo avant d'utiliser les marques de Second Cup d'une manière non expressément autorisée au moment où la convention de licence et de redevance a été conclue.

La convention de licence et de redevance prévoit que la redevance ne sera payable qu'à l'égard des Cafés Second Cup inclus dans le fonds de redevance qui, immédiatement après la date de clôture, seront les Cafés initiaux. La redevance correspondra à 6,5 % du chiffre d'affaires du réseau pour tous les Cafés Second Cup inclus dans le fonds de redevance à l'occasion.

SECOND CUP

Les cafés Second Cup ltée, filiale en propriété exclusive indirecte de Cara, est une société constituée sous le régime des lois de la province d'Ontario. Comme il est décrit à la rubrique « Activités de Second Cup — Aperçu », Second Cup exerce actuellement des activités principalement à titre de franchiseur de Cafés Second Cup et d'exploitant de Cafés Second Cup appartenant à la société.

Avant la date de clôture, Second Cup transférera à la nouvelle Second Cup la quasi-totalité de ses actifs et passifs liés à son entreprise canadienne, sauf les marques de Second Cup. Second Cup transférera également à Cara tous les actifs et passifs liés à son entreprise non canadienne. Elle fusionnera ensuite avec l'un de ses actionnaires et une de ses filiales en propriété exclusive pour former MarksCo. Dans le cadre des opérations associées au placement, le Fonds acquerra indirectement MarksCo de Cara de sorte qu'il aura indirectement par la suite la propriété des marques de Second Cup. Dans le présent prospectus, « Second Cup » renvoie à Les cafés Second Cup ltée avant la date de clôture et à la nouvelle Second Cup par la suite, sauf si le contexte exige une autre interprétation.

NOUVELLE SECOND CUP

La nouvelle Second Cup est une filiale en propriété exclusive de Cara nouvellement constituée sous le régime des lois de la province d'Ontario. Avant la date de clôture, la nouvelle Second Cup acquerra la quasi-totalité des actifs et prendra en charge la quasi-totalité des passifs de Second Cup liés à son entreprise canadienne, sauf les marques de Second Cup, que Second Cup continuera de détenir. La nouvelle Second Cup n'acquerra pas d'actifs et ne prendra pas en charge de passifs de Second Cup liés aux activités actuellement exercées par Second Cup à l'extérieur du Canada. Ces actifs et passifs seront acquis par Cara.

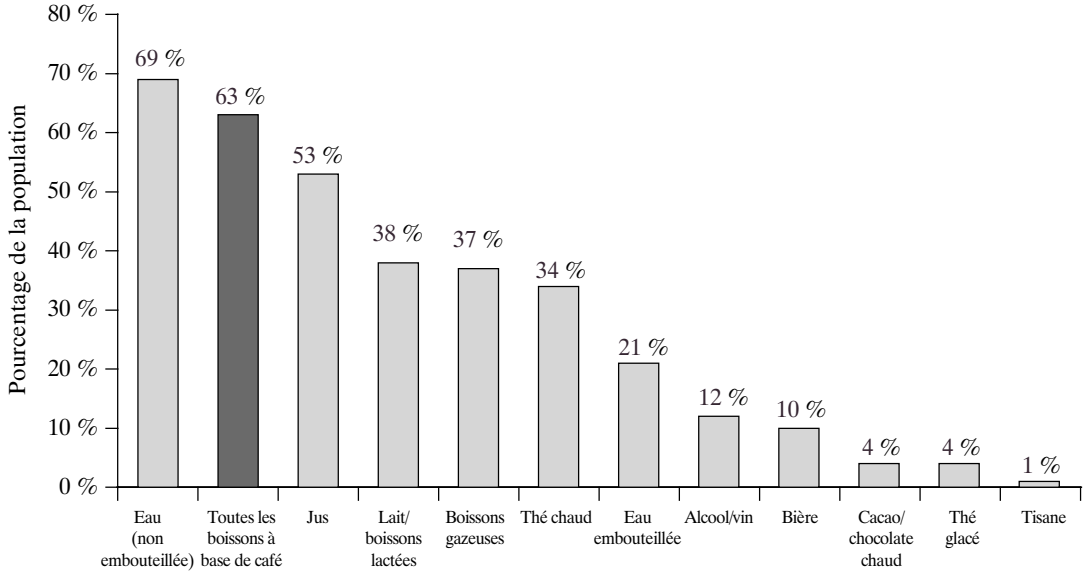
Après la clôture, la nouvelle Second Cup exercera les activités consistant à franchiser des Cafés Second Cup et à exploiter des Cafés appartenant à la société au Canada qui sont actuellement exercées par Second Cup. La nouvelle Second Cup sera également partie à la convention de licence et de redevance conclue avec MarksCo aux termes de laquelle elle versera la redevance. La nouvelle Second Cup adoptera la dénomination « Les cafés Second Cup ltée » après la fusion de Second Cup pour former MarksCo.

LE MARCHÉ DU CAFÉ

Le marché du café canadien

L'Association du café du Canada (l'« ACC ») estime que la valeur totale de l'ensemble du café vendu au Canada par tous les canaux de distribution s'établit à plus 5 milliards de dollars et que les Canadiens consomment plus de 14 milliards de tasses de café par année. Lors d'un sondage effectué en 2003 pour le compte de l'ACC, 63 % des adultes canadiens ont indiqué avoir bu du café la veille du sondage, ce qui ferait du café la boisson la plus largement consommée au Canada après l'eau du robinet.

Boissons consommées au Canada quotidiennement[1)]



Note :

1) Source : étude intitulée « 2003 Canadian Coffee Drinking Study », qui a été préparée pour l'ACC par Maritz/Thompson Lightstone & Company. Les pourcentages représentent la proportion des personnes sondées qui ont répondu par l'affirmative à une question portant sur leur consommation de boissons la veille du sondage.

Selon Euromonitor International, dans son rapport de 2004 sur la consommation de boissons chaudes au Canada, les Canadiens qui boivent du café régulièrement délaissent peu à peu le café moulu courant pour se tourner vers les cafés de spécialité. De même, les boissons à base d'espresso telles que les lattes, espressos et cappuccinos sont le produit alimentaire consommé par les Canadiens en 2004 ayant connu la deuxième croissance en importance d'après les « occasions de repas », selon le CREST/NPD Foodservice Information Group et l'Association canadienne des restaurateurs et des services alimentaires.

Depuis ses débuts dans les années 1960, le marché des cafés de spécialité a connu une croissance rapide en raison des tendances démographiques, de l'innovation dans les produits et de l'évolution des goûts des consommateurs. Bien qu'à la connaissance de Second Cup, aucune donnée fiable ne porte sur la valeur en dollars des ventes de cafés de spécialité au Canada, les conclusions d'Euromonitor International concordent avec les données américaines sur la croissance du marché des cafés de spécialité. La Specialty Coffee Association of America (la « SCAA ») estime que les cafés de spécialité sont l'un des marchés des services alimentaires qui connaît la plus forte croissance au monde et elle estime que les ventes au détail de cafés de spécialité ont atteint quelque 9 milliards de dollars américains en 2003, ce qui représente une hausse de 19 % par rapport aux niveaux de 1999. Le marché des cafés de spécialité aux États-Unis a connu une augmentation fulgurante au cours de chacune des trois dernières décennies : le nombre d'établissements est passé de moins de 1 000 à la fin des années 1980 à plus de 17 000 en 2003 selon la SCAA.

Second Cup est d'avis qu'une croissance similaire du marché des cafés de spécialité s'est produite au Canada comme en font foi la prolifération des détaillants de cafés de spécialité (dont le nombre actuel est

estimé à 2 741 d'après des données compilées par The NPD Group et d'autres données publiques) et la hausse des ventes de cafés de spécialité dans les supermarchés et les épiceries fines.

Qu'est-ce qu'un café de spécialité?

Le terme « café de spécialité » utilisé relativement à la production de café désigne le café produit à partir de grains de café arabica de première qualité préparés conformément à des normes rigoureuses. En général, le café de spécialité provient de 10 % de la meilleure production mondiale de grains de café arabica, et doit satisfaire à des normes de classement et de triage strictes, ce qui fait que les cafés de spécialité ont un goût qui les distingue nettement des autres cafés moulus et instantanés courants. Le terme « café de spécialité » utilisé pour qualifier le marché de détail des produits du café est de plus en plus utilisé de façon générale pour décrire le secteur au sein du marché du café qui se caractérise par des entreprises axées sur le marché de détail haut de gamme et offrant des produits du café de première qualité tels que des boissons à base d'espresso, des mélanges et des boissons à base de café glacé.

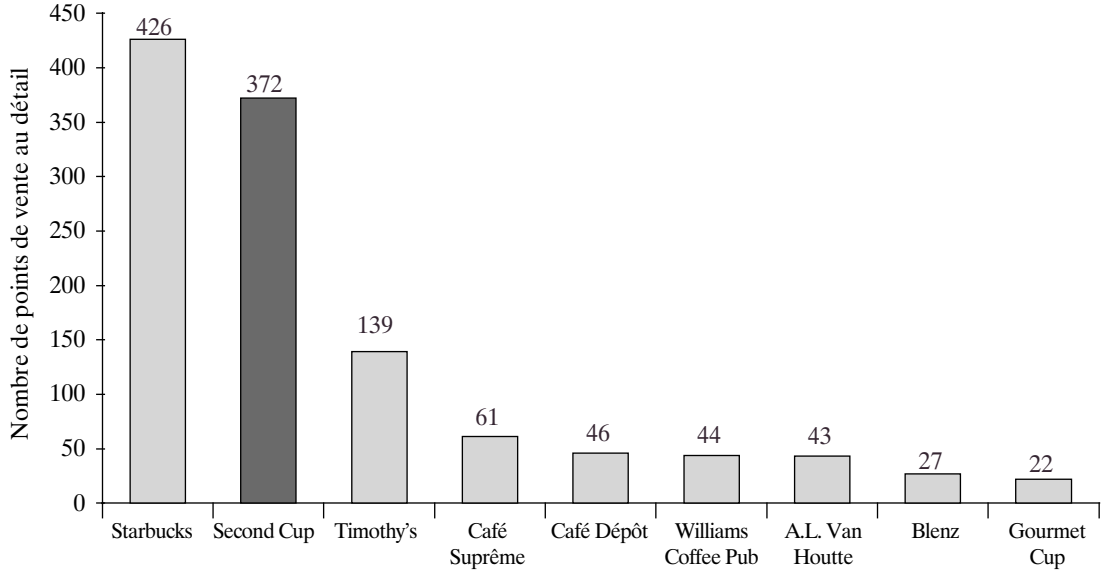
Participants au marché

Le marché des cafés de spécialité au Canada est très concurrentiel et fragmenté étant donné qu'il y a peu de barrières à l'entrée. Les détaillants de cafés de spécialité indépendants constituent environ 57 % des détaillants de cafés de spécialité au Canada selon le nombre de points de vente. Trois détaillants de cafés de spécialité ont une présence marquée au Canada : Second Cup, Starbucks et Timothy's, qui représentent environ 13,6 %, 15,5 % et 5,1 %, respectivement, des points de vente de cafés de spécialité au Canada. Le reste des chaînes de cafés de spécialité sous marque au Canada comptent dans l'ensemble pour environ 8,9 % des points de vente de cafés de spécialité et sont des participants de petite taille et surtout régionaux comme A.L. Van Houtte, Blenz, Café Depôt, Café Suprême, Gourmet Cup et Williams Coffee Pub.

Outre les détaillants de cafés de spécialité, un certain nombre de chaînes de vente au détail de café « conventionnel » telles que Tim Horton's, Coffee Time et Country Style livrent concurrence à Second Cup sur le marché du café.

Comptant 372 Cafés au 12 septembre 2004, Second Cup est le deuxième détaillant de cafés de spécialité en importance pour ce qui est du nombre de points de vente sur le marché canadien.

Principaux détaillants de cafés de spécialité au Canada[1)2)]



Notes :

1) Préparé par Second Cup à l'aide de données compilées par The NPD Group et d'autres données publiques recueillies en septembre 2004, telles que celles qui se trouvent sur le site Web des détaillants mentionnés.

2) Les détaillants de cafés de spécialité indépendants et autres détaillants de cafés de spécialité sous marque représentent dans l'ensemble environ 1 561 points de vente au détail au Canada.

ACTIVITÉS DE SECOND CUP

Aperçu

Second Cup est le principal franchiseur d'établissements offrant des cafés de spécialité au Canada et le deuxième détaillant de cafés de spécialité en importance, selon le nombre de Cafés. Depuis l'ouverture de son premier Café en banlieue de Toronto en 1975, le réseau de Second Cup s'est agrandi pour englober 372 Cafés au Canada, dont 346 sont franchisés et 26 appartiennent à la société. Au cours de la période de 52 semaines terminée le 12 septembre 2004, le chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau de Second Cup s'est établi à 177,6 millions de dollars.

Les Cafés Second Cup offrent une vaste sélection de cafés de spécialité infusés, de boissons à base d'espresso chaudes et froides, de mélanges, de thés de spécialité et de chocolats chauds à consommer sur place, à emporter et à commander au service à l'auto. Outre les produits à base de café et autres boissons, les Cafés Second Cup offrent une variété de produits complémentaires, notamment des pâtisseries, des muffins, des biscuits, des accessoires et des articles-cadeaux liés au café, ainsi que des sandwiches et des salades dans certains cas.

Historique

Second Cup a ouvert son premier Café dans un centre commercial de la banlieue de Toronto en 1975. Tout au long de la fin des années 1970 et des années 1980, la chaîne a connu une croissance rapide. En 1989, Second Cup comptait environ 130 Cafés, situés, pour plus des deux tiers, dans des centres commerciaux et des tours de bureaux et dont le chiffre d'affaires reposait essentiellement sur le café infusé, le café en grains et les produits connexes.

Tout au long des années 1990 et au début des années 2000, Second Cup s'est concentrée sur l'élargissement de sa gamme de produits de base en vue d'y inclure des boissons à base d'espresso, des boissons glacées, des mélanges et des produits alimentaires complémentaires tels que des pâtisseries, muffins et biscuits. Durant cette période, Second Cup a également poursuivi son expansion en ouvrant des Cafés dans des locaux avec façade sur rue, des mégacentres commerciaux et des centres commerciaux linéaires ainsi que dans des points de vente non traditionnels tels que des hôpitaux, des universités, des aéroports, des gares et autres lieux de transit. En 1993, Second Cup a réalisé un premier appel public à l'épargne au terme duquel ses actions ordinaires ont été inscrites à la cote de la Bourse de Toronto et en 1996, Cara a acquis environ 36 % des actions de Second Cup alors en circulation. En 2000, Second Cup a commencé à prendre un certain nombre de mesures visant à améliorer sa position concurrentielle qui ont fait en sorte qu'un nombre moins élevé de nouveaux Cafés ont été ouverts et que des Cafés sous-performants ont été fermés. En 2002, Cara a acquis le reste des actions en circulation de Second Cup. Par suite de cette acquisition, Second Cup est devenue une filiale en propriété exclusive de Cara et ses actions ordinaires ont été radiées de la cote de la Bourse de Toronto. L'inclusion de Second Cup dans la famille de sociétés de Cara a permis à Second Cup de bénéficier davantage de la longue expérience de Cara et de ses ressources dans le secteur des services alimentaires.

En 2004, Second Cup détenait 372 Cafés au Canada et le chiffre d'affaires de l'ensemble de son réseau a totalisé 177,6 millions de dollars pour la période de 52 semaines terminée le 12 septembre 2004.

Le réseau de Cafés Second Cup

Le concept Second Cup

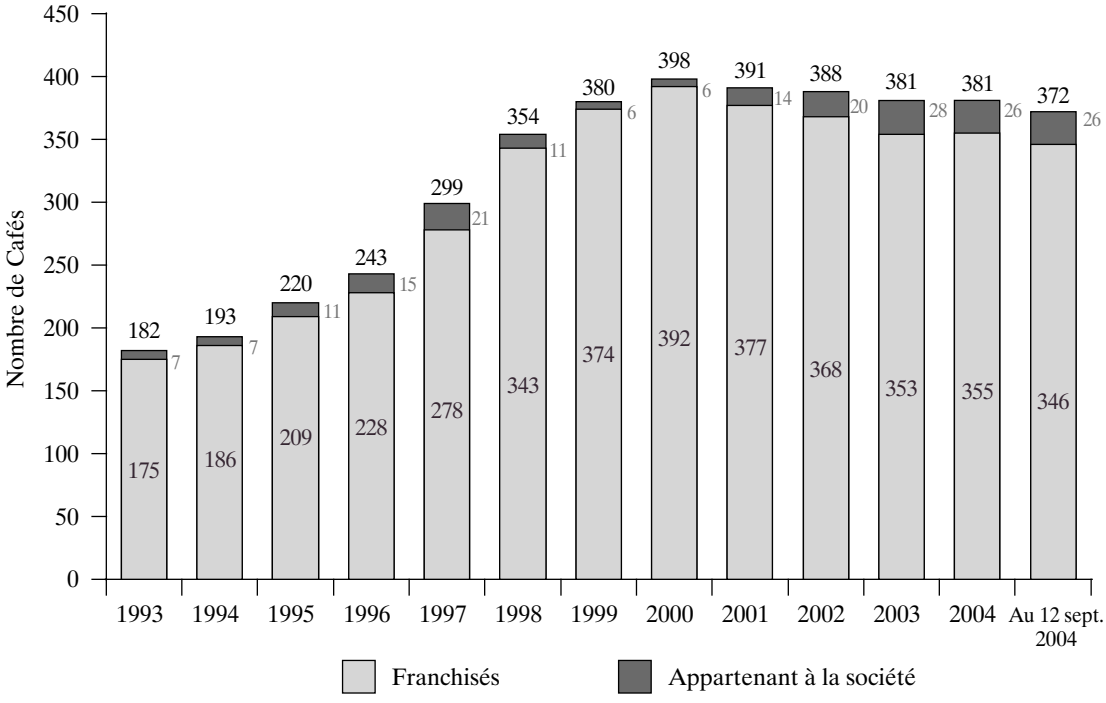
La marque Second Cup a un degré élevé de visibilité sur le marché de détail étant donné que les points de vente sont situés dans des endroits très passants dans presque toutes les grandes villes du Canada. Second Cup est une entreprise axée sur les franchises qui s'engage à offrir à ses clients une « expérience de café unique », ce qui consiste à offrir les meilleurs produits de leur catégorie et à se concentrer sur l'élaboration et le lancement de produits phares qui font des Cafés Second Cup une destination de choix pour les buveurs de café canadiens. Second Cup cherche à consolider la marque Second Cup en stimulant la croissance du chiffre d'affaires de ses Cafés existants et en agrandissant son réseau de Cafés Second Cup.

Nombre d'emplacements

Depuis 1975, le nombre de Cafés Second Cup au Canada a augmenté considérablement. Après les périodes d'expansion soutenue des années 1970 et 1980, le nombre net de nouveaux Cafés Second Cup a connu une croissance rapide de 1997 à 2000 en raison, notamment d'un placement initial effectué par Cara dans Second Cup en 1996. Après ce placement, Cara et Second Cup ont conclu un partenariat stratégique aux termes duquel Cara a convenu d'aménager des Cafés Second Cup dans des points de vente au détail non traditionnels tels que des magasins, des hôpitaux, des aéroports et autres lieux où Cara ou ses filiales faisaient affaire. De plus, Second Cup testait alors ce concept dans d'autres points de vente non traditionnels, soit des magasins, dans le cadre de partenariats avec d'autres détaillants. De 1997 à 2000, 87 de ces emplacements ont été aménagés (72 par Cara), ce nombre étant supérieur au nombre habituel de Cafés aménagés les années antérieures. Durant la même période, 25 de ces emplacements ont été fermés (15 par Cara).

Après cette période d'expansion soutenue, le nombre de Cafés a légèrement diminué, la direction s'étant concentrée sur l'amélioration du rendement des Cafés existants, fermant les Cafés non performants et solidifiant la position concurrentielle de Second Cup.

Nombre de Cafés Second Cup au Canada[1)]



Note :

1) Tous les chiffres sont présentés en date de la fin de l'exercice concerné. Pour la période comprise entre 1993 et 2001, les chiffres portent sur les exercices de 52 ou de 53 semaines terminés le dernier samedi de juin. En 2002, l'exercice de Second Cup était un exercice raccourci de 39 semaines terminé le 30 mars 2002 du fait que sa date de fin d'exercice a été changée par suite de l'acquisition de Second Cup par Cara. Pour 2003 et 2004, les chiffres portent sur les exercices de 52 semaines terminés le samedi situé le plus près du 31 mars.

Comme l'indique le tableau ci-dessus, la vaste majorté des Cafés Second Cup sont franchisés. Bien que Second Cup soit une entreprise axée sur les franchises, les Cafés appartenant à la société jouent un rôle important pour celle-ci puisqu'ils lui fournissent la flexibilité nécessaire pour tester de nouveaux produits et de nouvelles mesures et pour former le personnel de direction et les franchisés. Les Cafés appartenant à la société fournissent également à Second Cup une plate-forme lui permettant d'acquérir et de redresser des franchises sous-performantes et de tirer parti des occasions d'expansion en temps opportun. Les Cafés appartenant à la société finissent souvent par être franchisés.

En plus de chercher des locaux pour ses nouveaux Cafés, Second Cup surveille aussi attentivement le rendement de son réseau existant de Cafés franchisés et ferme les Cafés sous-performants de façon discrétionnaire. En fermant les Cafés sous-performants et en choisissant soigneusement des locaux pour ses nouveaux Cafés, Second Cup cherche à solidifier son réseau de Cafés et à augmenter son chiffre d'affaires moyen par Café.

Ouvertures et fermetures de Cafés Second Cup[1)]

	1993	1994	1995	1996[2)]	1997	1998	1999	2000	2001[2)]	2002	2003	2004
Ouvertures	15	18	34	29	61	76	56	50	18	7	10	12
Fermetures	7	7	7	6	5	21	30	32	25	10	17	12

Notes :

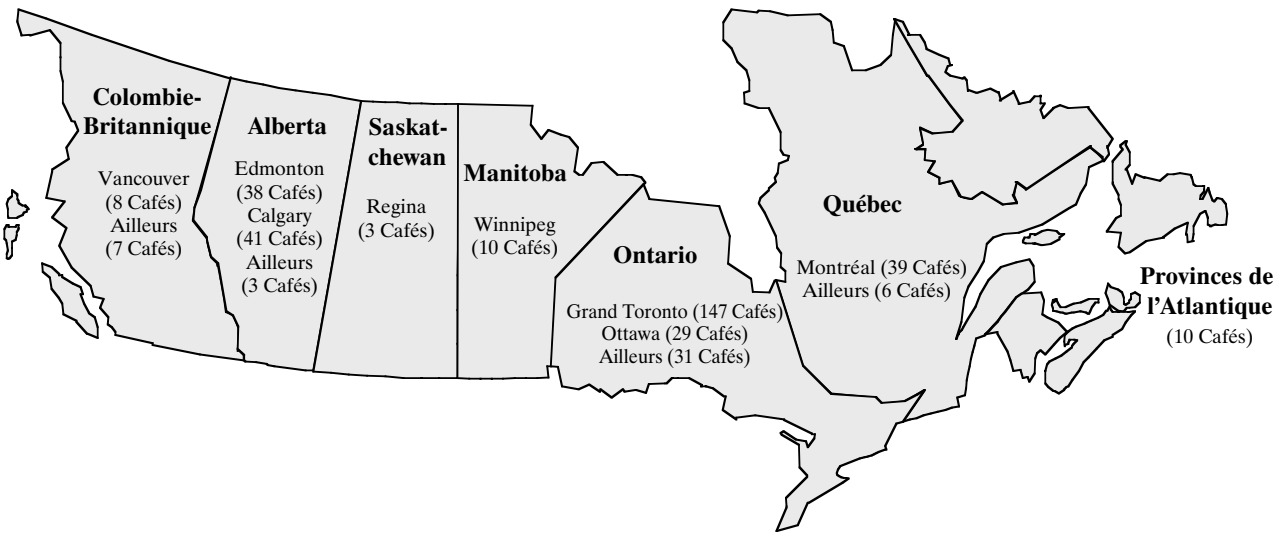
1) Pour la période comprise entre 1993 et 2001, les chiffres portent sur les exercices de 52 ou de 53 semaines terminés le dernier samedi de juin. En 2002, l'exercice de Second Cup était un exercice raccourci de 39 semaines terminé le 30 mars 2002 du fait que sa date de fin d'exercice a été changée par suite de l'acquisition de Second Cup par Cara. Toutefois, ce tableau présente le nombre de Cafés ouverts et fermés pour la période de 52 semaines terminée le 30 mars 2002. Pour 2003 et 2004, les chiffres portent sur les exercices de 52 semaines terminés le samedi situé le plus près du 31 mars.

2) Les exercices 1996 et 2001 étaient des exercices de 53 semaines.

Au 12 septembre 2004, il y avait 372 Cafés Second Cup en exploitation au Canada. Toutefois, 21 d'entre eux ont été ou devraient être fermés entre le 12 septembre 2004 et le 31 décembre 2005, à l'expiration de leurs baux respectifs. Par conséquent, ces Cafés ne feront pas partie des Cafés initiaux compris dans le fonds de redevance.

Présence géographique

Les Cafés Second Cup sont répartis géographiquement dans tout le Canada et sont principalement concentrés dans les grands centres urbains tels que Toronto, Calgary, Montréal, Edmonton, Ottawa et Vancouver. La carte suivante illustre la répartition géographique des Cafés Second Cup au Canada.



Au 12 septembre 2004, Second Cup exploitait également 12 Cafés au Moyen-Orient aux termes de deux contrats de franchise cadres conclus avec des partenaires à Dubaï et au Koweït. Ces Cafés ne seront pas exploités par la nouvelle Second Cup et ne feront pas partie des Cafés initiaux.

Types de Cafés

Les Cafés Second Cup sont situés dans un large éventail d'endroits très passants et très visibles, soit des locaux avec façade sur rue, des centres commerciaux, des tours de bureaux, des mégacentres commerciaux, des centres commerciaux linéaires et des points de vente non traditionnels tels que des hôpitaux, des universités, des magasins, des aéroports, des gares et autres lieux de transit. La superficie des Cafés Second Cup varie de 60 pieds carrés pour les bars à cappuccino à 2 800 pieds carrés pour les Cafés avec façade sur rue dotés de sections avec places assises et de terrasses extérieures.

Le tableau suivant illustre la composition relative du réseau de Cafés Second Cup au 12 septembre 2004 :

	Nombre de Cafés	% du total	Chiffre d'affaires moyen par Café [1]
			(en milliers)
Façades sur rue	106	29 %	550 $
Mégacentres commerciaux et centres commerciaux linéaires	76	20 %	502 $
Centres commerciaux	76	20 %	499 $
Points de vente non traditionnels	76	20 %	336 $
Tours de bureaux	38	11 %	459 $
Total	372	100 %	479 $

Note :

1) Comprend seulement les Cafés dont le chiffre d'affaires porte sur une période d'au moins 50 semaines durant la période de 52 semaines terminée le 12 septembre 2004.

- *Façades sur rue* — Il y a actuellement 106 Cafés Second Cup situés dans des locaux avec façade sur rue, soit 29 % de tous les Cafés Second Cup au Canada. Les Cafés avec façade sur rue sont d'une superficie moyenne de 1 500 pieds carrés et peuvent généralement asseoir au moins 15 clients environ et nombre d'entre eux ont une terrasse extérieure. Le chiffre d'affaires annuel moyen des Cafés avec façade sur rue qui avaient été ouverts pendant au moins 50 semaines au 12 septembre 2004 était d'environ 550 000 $.
- *Mégacentres commerciaux et centres commerciaux linéaires* — Avec l'augmentation des mégacentres commerciaux et des centres commerciaux linéaires au Canada abritant des magasins à grande surface et des magasins d'usine, Second Cup a ouvert un nombre croissant de Cafés dans ce type de centres. Second Cup compte actuellement 76 Cafés situés dans des mégacentres commerciaux et des centres commerciaux linéaires, représentant 20 % de l'ensemble des Cafés Second Cup au Canada. Ces Cafés sont d'une superficie moyenne de 1 700 pieds carrés et sont généralement dotés d'une section avec places assises pour les clients et d'une terrasse extérieure ainsi que, dans certains cas, d'un service à l'auto. Le chiffre d'affaires annuel moyen des Cafés Second Cup situés dans les mégacentres commerciaux et les centres commerciaux linéaires qui avaient été ouverts pendant au moins 50 semaines au 12 septembre 2004 a atteint environ 502 000 $.
- *Centres commerciaux* — Actuellement, 76 Cafés Second Cup sont situés dans des centres commerciaux, soit 20 % de l'ensemble des Cafés Second Cup au Canada. Ces Cafés sont d'une superficie moyenne de 600 pieds carrés, pouvant varier de 60 pieds carrés pour les bars à cappuccino à 1 600 pieds carrés dans d'autres cas. Le chiffre d'affaires annuel moyen des Cafés Second Cup situés dans des centres commerciaux qui avaient été ouverts pendant au moins 50 semaines au 12 septembre 2004 s'est établi à environ 499 000 $.
- *Points de vente non traditionnels* — Second Cup a mis sur pied un format de Café flexible qui se prête bien aux points de vente non traditionnels comme des hôpitaux, des universités, des magasins, des aéroports, des gares et autres lieux de transit. Second Cup exploite actuellement 76 Cafés situés dans des locaux non traditionnels, qui représentent 20 % de tous les Cafés Second Cup au Canada, soit 17 dans des hôpitaux, 15 dans des établissements d'enseignement, 17 dans des lieux de transit et 27 dans des magasins, principalement des magasins Home Depot. Le chiffre d'affaires annuel moyen des Cafés Second Cup situés dans des locaux non traditionnels qui avaient été ouverts pendant au moins 50 semaines au 12 septembre 2004 s'est élevé à environ 336 000 $.

- *Tours de bureaux* — Second Cup détient actuellement 38 Cafés situés dans des tours de bureaux, soit 11 % de l'ensemble des Cafés Second Cup au Canada. La superficie moyenne des Cafés de tours de bureaux est de 850 pieds carrés, mais peut varier de 150 pieds carrés pour les bars à cappuccino à 1 600 pieds carrés dans d'autres cas. Ces Cafés servent généralement une clientèle captive de personnes qui travaillent dans les tours de bureaux mêmes. Le chiffre d'affaires moyen des Cafés Second Cup situés dans des tours de bureaux qui étaient ouverts pendant au moins 50 semaines au 12 septembre 2004 s'est établi à environ 459 000 $.

Nouveaux emplacements

Avant de pénétrer une zone de marché particulière, Second Cup procède à une évaluation approfondie de celle-ci afin de déterminer le nombre optimal de Cafés et leur emplacement. Le processus de sélection des emplacements de Second Cup repose sur une variété de techniques analytiques visant à évaluer les facteurs qui auraient une incidence sur la viabilité d'un emplacement envisagé tels que la visibilité, l'accessibilité et le flux de clientèle ainsi que la densité de la population, le revenu familial, la concurrence locale et la proximité par rapport aux principaux centres d'activités. La direction examine attentivement les nouveaux engagements locatifs de Second Cup à l'aide d'une analyse du rendement du capital investi projeté. Second Cup est d'avis que la prudence dans le choix des emplacements pour ses Cafés a contribué à son succès et aidé à réduire au minimum le nombre de Cafés sous-performants dans le réseau de Second Cup.

Baux

Presque tous les Cafés Second Cup sont exploités dans des locaux loués. Second Cup conclut le bail principal pour chaque emplacement, puis un contrat de sous-location avec chacun de ses franchisés. Second Cup est d'avis que la conclusion de ce type de contrat lui permet de mieux surveiller le processus d'expansion et l'achalandage de ses Cafés et de conserver une plus grande flexibilité par rapport à ceux-ci. Les périodes de renouvellement des baux conclus par Second Cup sont échelonnées, un nombre moyen d'environ 36 baux devant être renouvelés chaque année au cours des 10 prochaines années. L'échelonnement des périodes de renouvellement des baux donne à Second Cup la flexibilité nécessaire pour s'occuper des Cafés sous-performants et s'assurer que son réseau de Cafés est modernisé périodiquement étant donné que les franchisés sont tenus de rénover leurs locaux au renouvellement du contrat de franchise.

Produits

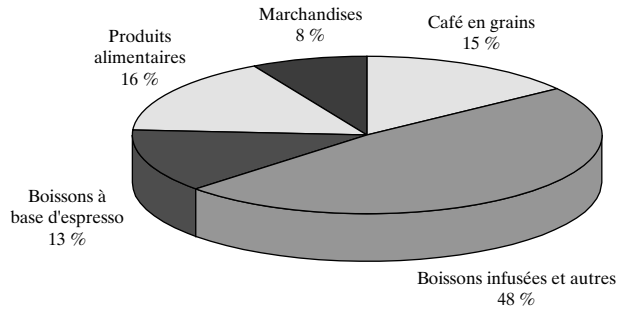
La gamme de cafés de Second Cup comprend plus de 40 types de cafés, y compris un certain nombre de grands crus, de cafés d'origine unique et une variété de mélanges exclusifs à Second Cup tels que le mélange Soho, les cafés Paradiso[MD] et Espresso Forte et le Mélange des Fêtes de Second Cup. Second Cup a mis au point une échelle de torréfaction de cinq points afin de distinguer chaque café en fonction de son degré de torréfaction. Grâce à cette échelle de torréfaction de un à cinq (cinq étant le degré de torréfaction le plus foncé), les clients peuvent choisir le degré de torréfaction qu'ils préfèrent. Second Cup offre également une grande variété de boissons à base d'espresso et de mélanges tels qu'espressos, cappuccinos, cafés latte et cafés glacés et élabore continuellement des variations de ces produits. Le Vanillate, le Moccaccino, le Caramel Coretto[MD], le Chillatte[MD], le Chocolat chaud… glacé[MC], le Tiamo[MD] et le Granité Icepresso[MC] sont des exemples de boissons à base d'espresso et de mélanges innovateurs mis au point par Second Cup.

Outre les produits à base de café et autres boissons, les Cafés Second Cup offrent une variété de produits complémentaires, dont des pâtisseries, des muffins, des biscuits, des accessoires et articles-cadeaux liés au café ainsi que, dans certains cas, des sandwiches et des salades. Second Cup a récemment introduit sur le marché les biscuits déjeuners et teste des produits tels que les parfaits au yogourt afin de tirer parti d'une tendance observée chez ses clients à grignoter au lieu de prendre des repas traditionnels.

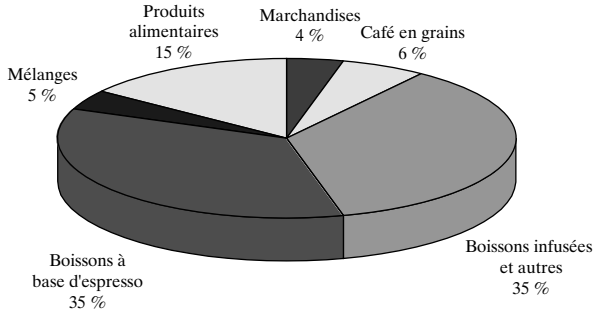
La variété de produits de Second Cup a évolué considérablement depuis 1994. Les ventes de produits alimentaires exprimées en pourcentage du chiffre d'affaires total ont été relativement constantes; toutefois, les ventes de boissons ont augmenté considérablement et les ventes de café en grains et de marchandises ont diminué. La hausse des ventes de boissons découle de l'intérêt suscité par les boissons à base d'espresso et les mélanges dans la catégorie boissons, ce qui dénote que les clients ont développé un goût pour les boissons plus

sophistiquées. Les ventes de boissons à base d'espresso et de mélanges, par exemple, ont triplé, passant de 13 % en 1994 à environ 40 % en 2004. Le fait que ces produits se vendent généralement plus chers que les cafés infusés a contribué à hausser le chiffre d'affaires et les marges.

Composition des produits — 1994[1)2)]
(chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau de 59,2 millions de dollars)



Composition des produits — 2004[3)]
(chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau de 177,6 millions de dollars)



Notes :

1) D'après des estimations de la direction pour l'exercice de 52 semaines terminé le 25 juin 1994.

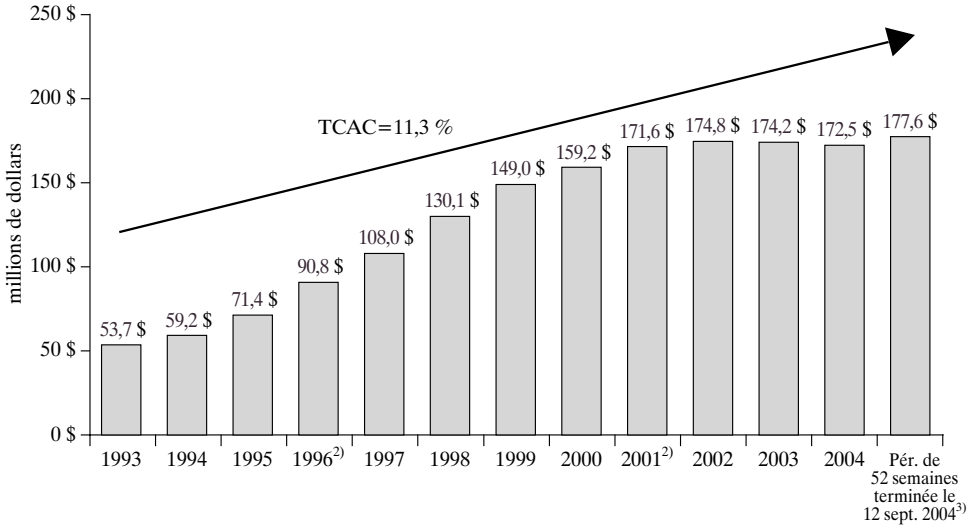
2) Les mélanges ont été lancés sur le marché en 2001 et ne figurent donc pas dans le graphique de 1994.

3) Pour la l'exercice de 52 semaines terminé le 12 septembre 2004.

Chiffre d'affaires

Depuis 1993, le chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau de Second Cup a plus que triplé, passant de 53,7 millions de dollars pour la période de 52 semaines terminée le 26 juin 1993 à 177,6 millions de dollars pour la période de 52 semaines terminée le 12 septembre 2004, ce qui représente un taux de croissance annuel composé d'environ 11,3 %. La croissance de ce chiffre d'affaires est attribuable à l'augmentation du nombre de Cafés ainsi qu'à l'accroissement du chiffre d'affaires des Cafés existants.

Chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau[1)]



Notes :

1) Pour la période comprise entre 1993 et 2001, les résultats portent sur les exercices de 52 ou 53 semaines terminés le dernier samedi de juin. En 2002, l'exercice de Second Cup était un exercice raccourci de 39 semaines terminé le 30 mars 2002 du fait que sa date de fin d'exercice a été changée par suite de l'acquisition de Second Cup par Cara. Toutefois, ce graphique présente le chiffre d'affaires de

l'ensemble du réseau pour la période de 52 semaines terminée le 30 mars 2002. Pour 2003 et 2004, les résultats portent sur les exercices de 52 semaines terminés le samedi situé le plus près du 31 mars.

2) Les exercices 1996 et 2002 étaient des exercices de 53 semaines.

3) Le deuxième trimestre de Second Cup a pris fin le 12 septembre 2004. À cette date, il y avait 372 Cafés Second Cup au Canada. Sont inclus dans ce nombre 21 Cafés au total qui ont été ou devraient être fermés entre le 12 septembre 2004 et le 31 décembre 2005. Ces 21 Cafés ne font pas partie des Cafés initiaux inclus dans le fonds de redevance. Par conséquent, 351 Cafés initiaux sont compris dans le fonds de redevance. Le chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau des Cafés Second Cup au Canada pour la période de 52 semaines terminée le 12 septembre 2004 comprend le chiffre d'affaires de 3,3 millions de dollars attribuable aux Cafés qui ont été fermés durant cette période, ainsi que le chiffre d'affaires de 8,1 millions de dollars attribuable aux 21 Cafés non inclus dans le fonds de redevance. De plus, le chiffre d'affaires de 12 Cafés initiaux qui étaient ouverts pendant une période inférieure à la période de 52 semaines terminée le 12 septembre 2004 et qui sont inclus dans le fonds de redevance a été rajusté à la hausse de 1,3 million de dollars afin de refléter le chiffre d'affaires de ces Cafés pour une période de 52 semaines. Le chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau pour les Cafés initiaux s'est établi à 167,5 millions de dollars pour la période de 52 semaines terminée le 12 septembre 2004.

Croissance du chiffre d'affaires des Cafés existants et chiffre d'affaires moyen par Café

Comme il est indiqué dans le tableau ci-après, depuis 1993, la croissance annuelle du chiffre d'affaires des Cafés existants s'est établie en moyenne à 3,4 %. Second Cup a réalisé cette croissance en augmentant la notoriété de sa marque et en élargissant sa gamme de produits.

Croissance du chiffre d'affaires des Cafés existants[1)]

1993	1994	1995	1996[2)]	1997	1998	1999	2000	2001[2)]	2002	2003	2004[3)]	Pér. de 24 semaines terminée le 12 sept. 2004	Moyenne[4)]
0,8 %	2,5 %	10,8 %	6,1 %	6,7 %	4,7 %	5,5 %	0,8 %	0,6 %	3,0 %	−0,3 %	−0,7 %	6,1 %	3,4 %

Notes :

1) Pour la période comprise entre 1993 et 2001, les chiffres portent sur les exercices de 52 ou de 53 semaines terminés le dernier samedi de juin. En 2002, l'exercice de Second Cup était un exercice raccourci de 39 semaines terminé le 30 mars 2002 du fait que sa date de fin d'exercice a été changée à la suite de l'acquisition de Second Cup par Cara. Toutefois, ce tableau présente la croissance du chiffre d'affaires des Cafés existants pour la période de 52 semaines terminée le 30 mars 2002. Pour 2003 et 2004, les chiffres portent sur les exercices de 52 semaines terminés le samedi située le plus très du 31 mars.

2) Les exercices 1996 et 2001 étaient des exercices de 53 semaines.

3) Les résultats de Second Cup ont été considérablement touchés par la panne d'électricité qui s'est produite en Ontario, en août 2003 et l'épidémie de SRAS qui s'est répandue dans la région du Grand Toronto entre avril 2003 et juin 2003. Les résultats financiers pour ces périodes sont reflétés dans l'exercice 2004. Se reporter à la rubrique « Rapport de gestion ».

4) La moyenne ne comprend pas la croissance du chiffre d'affaires des Cafés existants pour la période de 24 semaines terminée le 12 septembre 2004.

En raison de la croissance du chiffre d'affaires des Cafés existants et des efforts déployés pour redresser les Cafés sous-performants, Second Cup a constamment augmenté son chiffre d'affaires moyen par Café, qui est passé d'environ 385 000 $ pour la période de 52 semaines terminée le 29 juin 1996 à environ 479 000 $ pour la période de 52 semaines terminée le 12 septembre 2004.

Chiffre d'affaires moyen par Café[1)]
(en milliers)

1996[2)]	1997	1998	1999	2000	2001[2)]	2002	2003	2004[3)]	Pér. de 52 semaines terminée le 12 sept. 2004
385 $	420 $	438 $	440 $	435 $	442 $	462 $	462 $	464 $	479 $

Notes :

1) Pour la période comprise entre 1996 et 2001, les résultats portent sur les exercices de 52 ou de 53 semaines terminés le dernier samedi de juin. En 2002, l'exercice de Second Cup était un exercice raccourci de 39 semaines terminé le 30 mars 2002 du fait que sa date de fin d'exercice a été changée par suite de l'acquisition de Second Cup par Cara. Toutefois, ce tableau présente le chiffre d'affaires moyen par

Café pour la période de 52 semaines terminée le 30 mars 2002. Pour 2003 et 2004, les résultats portent sur les exercices de 52 semaines terminés le samedi situé le plus près du 31 mars.

2) Les exercices 1996 et 2001 étaient des exercices de 53 semaines.

3) Les résultats de Second Cup ont été considérablement touchés par la panne d'électricité qui s'est produite en Ontario, en août 2003 et l'épidémie de SRAS qui s'est répandue dans la région du Grand Toronto entre avril 2003 et juin 2003. Les résultats financiers pour ces périodes sont reflétés dans l'exercice 2004. Se reporter à la rubrique « Rapport de gestion ».

Avantages concurrentiels

Second Cup est d'avis que les avantages concurrentiels suivants lui ont permis de devenir le premier franchiseur d'établissements offrant des cafés de spécialité au Canada et le deuxième détaillant de cafés de spécialité en importance, selon le nombre de Cafés.

La marque Second Cup

La marque Second Cup jouit d'une grande notoriété, d'une excellente réputation et d'un degré de visibilité élevé sur le marché canadien des cafés de spécialité. Selon une étude indépendante menée par Print Measurement Bureau (PMB) pour le compte de Second Cup, la marque Second Cup jouit de la plus grande notoriété dans la catégorie des cafés de spécialité au Canada. Lors du plus récent sondage réalisé par PMB en 2003 auprès d'un échantillon représentatif de 7 000 adultes canadiens , 73,4 % des personnes interrogées ont reconnu la marque Second Cup. Au cours des 30 dernières années, Second Cup a construit sa marque sur l'« expérience de café unique » en offrant un café de qualité supérieure et en mettant au point des boissons à base de café et d'espresso et d'autres produits innovateurs. Second Cup renforce la notoriété de sa marque à l'aide de publicité, de programmes promotionnels et de partenariats stratégiques axés sur les tendances du marché et les besoins des consommateurs.

Gamme de cafés supérieurs

Second Cup est déterminée à offrir les meilleurs produits de leur catégorie. Pour que son café se distingue par sa qualité supérieure, Second Cup se procure la meilleure qualité au monde de grains de café arabica cultivé en montagne. Une proportion de 1 % à 2 % seulement de la production mondiale de grains de café arabica chaque année répond aux normes strictes de Second Cup en matière d'approvisionnement. Second Cup entretient des relations à long terme avec les caféières San Agustin (Colombie), Fazenda Vista Alegre (Brésil), El Toucan (Panama) et La Minita (Costa Rica), outre ses fournisseurs de café d'origine unique, et offre également une variété de mélanges exclusifs à Second Cup. De plus, Second Cup a mis au point une échelle de torréfaction personnalisée de cinq points qui permet à ses clients de choisir le degré de torréfaction qu'ils préfèrent.

Produits innovateurs

Second Cup élabore des produits de première qualité en tenant compte des préférences uniques en matière de goût et d'arôme du marché canadien. Second Cup lance constamment de nouveaux produits tout en améliorant ses produits vedettes. Au cours des quatre dernières années, plusieurs nouveaux produits ont été lancés et ont obtenu du succès, y compris le Vanillate, le Chillatte[MD], le Latte au sirop d'érable et d'autres produits sans café comme le Fruizzi[MD], le Tiamo[MD] et le Chocolat chaud… glacé[MC]. L'élaboration de nouveaux produits a été l'un des principaux éléments à l'origine de la stimulation de la croissance du chiffre d'affaires des Cafés existants étant donné que beaucoup de ces produits se vendent plus cher que les cafés infusés traditionnels. En outre, les produits innovateurs fidélisent la clientèle, augmentent la notoriété de la marque et attirent de nouveaux clients, étant donné que nombre de ces produits ne sont offerts que chez Second Cup.

Réseau de franchises éprouvé soutenu par des Cafés appartenant à la société

Second Cup a démontré sa capacité de choisir, de former, de motiver et de gérer des franchisés afin de créer un réseau de franchises solide. Second Cup applique une méthode rigoureuse et systématique pour la sélection des franchisés et a élaboré un système d'exploitation qui encourage chaque franchisé à maximiser son potentiel d'affaires. En outre, Second Cup continue d'exploiter un nombre relativement faible de Cafés

appartenant à la société, ce qui lui permet de former de nouveaux franchisés et de tester de nouveaux produits. Les Cafés appartenant à la société fournissent également à Second Cup une plateforme lui permettant d'acquérir et de redresser des franchises requérant du soutien supplémentaire et de tirer parti des occasions d'expansion en temps opportun.

Concept et design flexibles

Le concept de Second Cup a la flexibilité requise pour fonctionner dans une grande variété de marchés, d'emplacements et de formats. Ces formats vont des bars à cappuccino aux Cafés traditionnels avec des sections avec places assises. Les Cafés sont situés dans des locaux avec façades sur rue, des mégacentres commerciaux et des centres commerciaux linéaires, des centres commerciaux et d'autres endroits non traditionnels tels que des hôpitaux, des lieux de transit et des magasins. Chaque format de Café est disponible dans une variété de thèmes permettant à Second Cup de mieux s'adapter à la collectivité qu'elle sert. Toutefois, certains éléments de design communs sont présents dans chaque Café par souci d'uniformisation des normes d'exploitation et afin de créer un environnement et une image propres à Second Cup.

Répartition géographique

Les Cafés Second Cup sont répartis dans l'ensemble du Canada et se trouvent dans des endroits très passants et très visibles dans presque toutes les grandes villes. Afin de maintenir et d'améliorer cette diversification géographique, Second Cup consacre des ressources considérables pour trouver et évaluer des emplacements potentiels pour ses Cafés sur ses marchés existants ainsi que les marchés où elle n'est pas actuellement présente.

Liens avec Cara

Second Cup est une filiale en propriété exclusive indirecte de Cara, l'une des premières sociétés d'exploitation de restaurants intégrée canadiennes et le plus grand exploitant de restaurants à service complet au pays. La nouvelle Second Cup sera également une filiale en propriété exclusive de Cara. Second Cup estime que son inclusion dans la famille de sociétés Cara crée un effet de synergie qui lui permettra de faire preuve d'innovation dans les produits et les services qu'elle offre à ses clients. En outre, Second Cup bénéficie d'un certain nombre de services administratifs fournis par Cara. Ces services lui permettent d'affecter des ressources de gestion et autres à la gestion efficace et à la croissance de ses activités. Se reporter à la rubrique « Liens avec Cara ».

Stratégie de croissance

Compte tenu des tendances positives observées sur le marché des cafés de spécialité, de l'existence de bon nombre de marchés sous-desservis et inexploités et de ses avantages concurrentiels, Second Cup estime avoir des occasions de croissance considérable. La croissance de Second Cup repose essentiellement sur la hausse du chiffre d'affaires des Cafés existants et l'ajout de nouveaux Cafés à son réseau.

Accent sur les boissons à base d'espresso, les mélanges et les produits alimentaires

Second Cup se concentre sur l'élaboration, la commercialisation et l'offre de boissons à base d'espresso, de mélanges et d'autres produits liés au café exclusifs, qui représentent la catégorie en plus forte croissance du marché des cafés de spécialité. Ces produits sont offerts à des prix supérieurs et tendent à augmenter la somme moyenne dépensée par les clients par visite. Second Cup est d'avis que ces produits lui permettent également d'exercer un plus grand attrait auprès de la jeune génération de buveurs de café étant donné qu'ils sont particulièrement populaires chez le groupe des 18 à 25 ans. En plus d'attirer de nouveaux clients, les efforts déployés par Second Cup pour mettre au point des produits uniques dans cette catégorie fidélisent davantage la clientèle, étant donné que beaucoup des produits de Second Cup sont exclusifs à celle-ci.

De plus, Second Cup élabore continuellement des produits alimentaires qui sont complémentaires à ses principales boissons. Au cours des 10 dernières années, son chiffre d'affaires annuel pour les produits alimentaires est passé d'environ 9,5 millions de dollars à environ 26,6 millions de dollars, atteignant ainsi un taux de croissance similaire à celui du chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau. Vu la tendance des clients à

consommer des mets préparés et à grignoter au lieu de prendre des repas traditionnels en particulier, Second Cup estime avoir la possibilité d'augmenter son chiffre d'affaires dans cette catégorie de produits et entend mettre cette catégorie au centre de ses priorités. Par exemple, Second Cup a récemment lancé sur le marché des biscuits déjeuners et teste des produits comme les parfaits au yogourt pour répondre à la demande croissante de grignotines de qualité.

Réaménagement et modernisation des Cafés existants

Des Cafés modernes, revitalisés et bien situés constituent l'élément clé du succès de tout concept de cafés de spécialité. Second Cup limite la durée de ses contrats de franchise à 10 ans. Au moment de renouveler un contrat de franchise, le franchisé est tenu de réinvestir de 150 000 $ à 275 000 $ environ dans la modernisation et le réaménagement de son Café pour s'assurer qu'il satisfait aux normes de design courantes. Les Cafés réaménagés et modernisés peuvent s'attendre à une croissance de leur chiffre d'affaires supérieure à la moyenne de la croissance du chiffre d'affaires des Cafés existants (depuis 2000, la croissance a atteint entre 7 % et 18 % en moyenne) au cours de la première année suivant le réaménagement. Plus de 70 Cafés doivent être réaménagés au cours des trois prochaines années; par conséquent, le réaménagement et la modernisation des Cafés devraient engendrer une croissance considérable du chiffre d'affaires des Cafés existants pour Second Cup.

Agrandissement du réseau de Cafés

Second Cup croit que de nombreuses occasions d'expansion s'offrent à elle pour son réseau de Cafés au Canada par la pénétration de marchés existants ainsi que l'expansion dans de nouveaux marchés. Second Cup estime que bon nombre des grands centres urbains où elle fait affaire actuellement sont encore sous-desservis par rapport aux marchés urbains plus développés d'Amérique du Nord. De plus, la population globale et l'étendue géographique de ces marchés urbains continuent de s'accroître. Par conséquent, Second Cup continue de se concentrer sur la croissance par l'ajout de nouveaux cafés sur ses principaux marchés métropolitains de Toronto, Montréal, Calgary et Edmonton, où sa marque a une grande notoriété. Les régions avoisinantes situées à l'extérieur de ces marchés principaux où la population est en forte croissance et qui affichent un profil démographique pouvant soutenir de nouveaux Cafés représentent également une importante occasion d'expansion pour Second Cup.

Attirer et former des franchisés de haute qualité

La sélection de franchisés de haute qualité est une pierre angulaire du succès de Second Cup. Il y a une forte demande pour les franchises de Second Cup, qui suit un processus rigoureux et systématique. Second Cup s'engage également à fournir la formation, les outils et l'encadrement nécessaires pour aider les franchisés à atteindre le succès. Par conséquent, elle entretient des relations très harmonieuses avec ses franchisés, dont bon nombre cherchent à devenir exploitants de plusieurs unités.

Publicité et commercialisation

Les initiatives de commercialisation et de publicité de Second Cup visent à renforcer la marque Second Cup et à promouvoir de nouveaux produits. Second Cup s'efforce de créer des campagnes uniques qui sont en harmonie avec l'« expérience de café unique » offerte dans ses Cafés.

Le programme de commercialisation de Second Cup est financé au moyen des contributions des Cafés appartenant à la société et des Cafés franchisés à un fonds de coopération national de Second Cup, qui est administré par celle-ci. Tous les Cafés Second Cup sont tenus de verser un pourcentage fixe de leurs produits d'exploitation bruts (généralement entre 1,5 % et 3,0 %, selon le type de Café) dans ce fonds. Ces contributions sont affectées à l'élaboration et à la mise en œuvre des stratégies de vente et de commercialisation, aux activités de recherche et de développement liées aux produits, à la formation, à des initiatives d'amélioration des Cafés et à d'autres programmes qui bénéficient à l'ensemble du réseau de Second Cup. La publicité imprimée (dans les magazines et les journaux) et à l'extérieur (sur les panneaux-réclames) constitue un exemple de ces initiatives. Le fonds sert également à payer d'autres programmes de commercialisation tels que le programme de satisfaction de la clientèle « Second to None » de Second Cup, qui permet aux clients d'évaluer leur expérience

dans un Café Second Cup sur un site Internet auquel les franchisés ont accès pour mesurer la performance de leur Café. Pour la période de 52 semaines terminée le 27 mars 2004, des contributions de 4,6 millions de dollars au fonds de coopération ont été affectées à ces programmes.

En plus de contribuer au fonds de coopération national, aux termes du contrat de franchise cadre, les franchisés sont tenus d'engager des sommes pour la publicité locale et la promotion de leur Café jusqu'à concurrence de 2 % de leurs produits d'exploitation bruts annuels ou de la somme devant être engagée aux termes des dispositions du bail relatif aux locaux, selon le plus élevé des deux.

Achat et distribution

Pour faire en sorte que ses cafés de spécialité se distinguent par leur qualité, Second Cup a établi des normes rigoureuses pour l'approvisionnement, la torréfaction, l'emballage, la distribution et le mélange du café Second Cup.

Approvisionnement

Second Cup n'utilise que des grains de café arabica, qu'elle cherche à acheter auprès des meilleurs producteurs du monde entier. Les grains de café vert de Second Cup proviennent de divers fournisseurs d'Amérique centrale (Costa Rica et Guatemala), d'Amérique du Nord (Mexique), d'Amérique du Sud (Colombie et Brésil), d'Afrique (Kenya et Éthiopie) et d'Indonésie (Sumatra et Java). Une proportion de 1 % à 2 % seulement de la production mondiale de grains de café arabica chaque année répond aux normes strictes de Second Cup en matière d'approvisionnement.

Second Cup a consacré plusieurs années à établir et à entretenir des relations à long terme avec les agriculteurs, les coopératives et les entreprises de transformation afin de s'assurer un approvisionnement en café de haute qualité. Ces relations permettent à Second Cup d'offrir de nombreux cafés en exclusivité. La Minita, qui est un grand cru du Costa Rica considéré par plusieurs dans le secteur des cafés de spécialité comme l'un des meilleurs, est un exemple de ce type de café. Second Cup cherche continuellement à renforcer ses programmes d'approvisionnement en café en visitant régulièrement les régions où on produit du café, en solidifiant ses liens avec les fournisseurs, en partageant les pratiques optimales avec les producteurs et en cherchant d'autres sources d'approvisionnement en café de la plus haute qualité.

Second Cup estime avoir développé des liens avec un nombre suffisant de producteurs pour s'être assuré un approvisionnement en grains de café de première qualité. Toutefois, Second Cup ne conclut pas d'ententes écrites ou à long terme avec ses producteurs. Elle croit également avoir établi suffisamment de liens avec d'autres producteurs de grains de café de haute qualité pour pouvoir s'approvisionner si jamais il devenait impossible de s'approvisionner auprès de ses fournisseurs actuels pour des raisons de disponibilité ou de rentabilité.

Comme le prix de toutes les marchandises, le prix du café est susceptible de fluctuer. Second Cup utilise les services d'une importante multinationale du secteur de l'alimentation qui effectue les achats de grains de café de Second Cup aux termes d'une convention de transformation et de distribution à façon décrite ci-après. Aux termes de cette convention, Second Cup gèle généralement une partie de ses coûts futurs en café plutôt que de s'exposer aux fluctuations des prix au comptant. En gelant leurs coûts d'approvisionnement, Second Cup et ses franchisés peuvent plus facilement prévoir les coûts et la disponibilité d'ingrédients clés.

Torréfaction, emballage et distribution

Dans le cadre de son engagement à livrer des produits de qualité et fraîchement torréfiés à chaque Café, Second Cup combine achat de grains de café de haute qualité et normes élevées de torréfaction, d'emballage et de distribution. Second Cup a conclu un contrat de transformation et de distribution de café à façon (le « contrat de transformation de café ») avec une importante multinationale alimentaire (le « torréfacteur ») aux termes duquel elle décide de tous les aspects liés aux stocks, à la torréfaction, à l'emballage et à la distribution de ses produits. Le contrat de transformation de café permet à Second Cup de maintenir un contrôle de ses coûts et de ses normes de qualité et de bénéficier des compétences en matière de fabrication d'un tiers. Ce contrat permet également à Second Cup d'avoir accès à un service national d'entreposage et de distribution faisant en sorte que

chaque Café dispose en tout temps de café fraîchement torréfié. De plus, en vertu de ce contrat, Second Cup n'a pas à investir dans des installations de production, de l'équipement ou du fonds de roulement et peut demeurer centrée sur l'aspect de son entreprise lié au commerce au détail.

Aux termes du contrat de transformation de café, les franchisés paient un prix calculé en fonction du coût de production global (qui inclut une marge de profit fixe pour le torréfacteur). Le contrat de transformation de café est d'une durée initiale de 10 ans (se terminant en 2007) et Second Cup peut le renouveler à quatre reprises pour des durées de cinq ans. Le torréfacteur peut, à l'intérieur d'un délai prescrit, s'objecter au renouvellement du contrat de transformation par Second Cup à la fin de sa durée initiale ou à la fin de la période de renouvellement, auquel cas Second Cup a la possibilité de prolonger le contrat de transformation de café pour une période maximale de 12 mois. Il peut être annulé par l'une ou l'autre des parties moyennant un préavis raisonnable et, dans la plupart des circonstances, moyennant le versement de frais compensatoires. Selon Second Cup, si le contrat de transformation de café était résilié, d'autres ententes pourraient être conclues avec un certain nombre d'autres fournisseurs sans trop perturber ses activités.

Contrôle de la qualité

Second Cup estime essentiel de maintenir des normes de contrôle de la qualité à chaque étape du processus d'achat et de distribution afin de fournir l'« expérience de café unique » à chacun de ses clients.

Le contrôle de la qualité de Second Cup commence à la livraison des grains de café vert, étape à laquelle on procède à l'inspection et à la dégustation du café pour vérifier sa conformité aux spécifications avant de l'expédier à l'usine de torréfaction permanente de Second Cup. Une fois inspectés, les cafés de Second Cup sont torréfiés selon une méthode de torréfaction en lots. Cette méthode consiste à torréfier des quantités relativement faibles de grains à la fois afin d'en maximiser le goût. La torréfaction en lots permet à Second Cup d'obtenir une qualité de café supérieure puisqu'il est possible de déterminer la température exacte et la durée de ses divers degrés de torréfaction. En outre, en utilisant une installation de torréfaction permanente, Second Cup peut maintenir des normes élevées de grains de café, qui sont à l'abri de toute contamination par les grains de café de qualité inférieure utilisés par d'autres producteurs de café.

Second Cup adhère également à une politique d'emballage stricte. Comme c'est la norme dans le secteur des cafés de spécialité, le café est emballé dans des sacs à valve antireflux spéciaux qui permettent aux gaz émis par le café fraîchement torréfié de s'échapper tout en empêchant l'air ou la moisissure d'entrer dans le sac pour éviter que le café ne s'évente. Cette méthode d'emballage se distingue des méthodes d'emballage utilisées pour la majorité des cafés qui ne sont pas des cafés de spécialité, qui consistent à emballer ces derniers dans des boîtes de métal ou de l'emballage brique après que les émissions de gaz ont cessé et que le café a commencé à s'éventer.

Second Cup a également établi des normes en matière de contrôle de la qualité pour le mélange de ses cafés. Pour la préparation sur place, le café doit être utilisé dans les quatre heures suivant le moment où il a été moulu et doit être vendu conformément aux normes de fraîcheur strictes de Second Cup.

Franchises

Second Cup est le plus grand franchiseur d'établissements offrant des cafés de spécialité au Canada. Elle voit son réseau de franchises comme le principal moyen pour améliorer la marque Second Cup et agrandir son réseau de Cafés. Au 12 septembre 2004, Second Cup avait 346 Cafés franchisés en exploitation appartenant à un nombre total de 246 franchisés différents. Trente-huit de ces Cafés franchisés sont exploités aux termes du contrat de franchise cadre conclu avec Cara.

Le processus rigoureux et systématique de présélection et de sélection des franchisés de Second Cup a été mis au point afin que seuls les franchisés possédant les connaissances, l'expérience, les capitaux, la passion et la motivation nécessaires pour réussir soient choisis. Les franchisés se soumettent à un processus de présélection qui consiste en une vérification de leur solvabilité et de leurs antécédents ainsi qu'en une série d'entrevues avec la haute direction avant que leur candidature soit approuvée.

Les franchisés de Second Cup investissent généralement entre 225 000 $ et 350 000 $ pour ouvrir un nouveau Café Second Cup. Ils sont propriétaires des Cafés Second Cup et les exploitent à titre d'entreprises indépendantes et sont autorisés, aux termes d'un contrat de franchise, à utiliser les marques de Second Cup. Les franchisés de Second Cup sont tenus de consacrer tout leur temps et attention à l'entreprise et à jouer personnellement un rôle de leadership dans les activités du Café.

Second Cup a démontré qu'elle était capable de choisir, de former, de gérer et de motiver ses franchisés en vue de susciter une croissance à long terme tant des Cafés existants que par l'ajout de nouveaux Cafés. Au cours des trois dernières décennies, Second Cup a mis au point un système d'exploitation qui fournit à chaque franchisé les outils de formation et l'encadrement nécessaires pour permettre à chaque franchisé de maximiser son potentiel d'affaires. Les composantes clés de ce système sont notamment la sélection efficace d'un emplacement, le design et l'aménagement des Cafés, le choix de l'équipement et les programmes d'entretien, l'obtention des meilleurs produits et services de leur catégorie des fournisseurs, l'élaboration de produits innovateurs et la gestion des catégories.

Chez Second Cup, les franchisés qui se conforment en tout temps à des normes d'exploitation élevées ont la chance de devenir franchisés d'unités additionnelles et sont connus comme étant des exploitants d'unités multiples. Le franchisage d'unités multiples a permis d'accélérer la croissance par l'ajout de nouveaux Cafés et de motiver les franchisés propriétaires d'un seul Café.

Contrats de franchise de Second Cup

La relation qui unit Second Cup à chacun de ses franchisés est régie par un contrat de franchise. Les modalités des contrats de franchise conclus avec les franchisés de Second Cup diffèrent parfois pour certains franchisés (p. ex., Cara et certains franchisés dont le Café est situé dans des endroits non traditionnels comme les hôpitaux et les universités); toutefois, il s'agit généralement de modalités standard, qui sont résumées ci-après.

À la signature d'un contrat de franchise, les franchisés de Second Cup doivent payer certains frais, notamment des frais de franchise non remboursables initiaux, qui sont actuellement de 25 000 $. Outre les frais de franchise initiaux, les franchisés doivent payer tous les frais engagés pour l'ensemble des travaux de construction ou de rénovation effectués dans les locaux afin de les rendre conformes aux normes de Second Cup. Dans le cadre de cette exigence, une somme non remboursable de 12 000 $ est exigée pour l'administration de la construction.

Aux termes du contrat de franchise cadre de Second Cup, les franchisés paient, sur une base continue, une redevance de 9 % sur les produits d'exploitation bruts du Café. Certains Cafés sont assujettis à un taux de redevance inférieur; cependant, la majorité d'entre eux sont situés dans des établissements tels que des hôpitaux et des établissements d'enseignement ou sont des Cafés exploités par Cara, qui nécessitent généralement moins de soutien de la part du franchiseur. Par conséquent, le taux de redevance moyen effectif pour tous les franchisés de Second Cup est d'environ 8,5 %. Les redevances sont payables sous forme de versements, au plus tard le 10^{e} jour suivant immédiatement la fin d'une période de quatre semaines déterminée conformément au système comptable de Second Cup.

Les « produits d'exploitation bruts » (*Gross Revenues*) sont généralement définis dans le contrat franchise cadre de Second Cup comme le montant total de toutes les ventes et de tous les autres produits de quelque source que ce soit (qu'ils proviennent de la vente au détail ou en gros ou qu'ils soient de toute autre nature), tirés de l'exploitation d'un Café Second Cup ou de toute autre activité commerciale exercée au Café Second Cup ou encore tirés de la vente de produits d'un emplacement, que ces sommes soient recouvrées ou non et que leur paiement soit effectué au comptant, à crédit ou autrement. Sans que soit limitée la portée générale de ce qui précède, les produits d'exploitation bruts comprennent ce qui suit :

- toutes les ventes effectuées en réponse à une commande téléphonique ou électronique ou à d'autres commandes similaires;
- le montant de toutes les ventes présumées avoir été perdues en raison de l'interruption des activités d'un Café Second Cup et pour laquelle un assureur a versé ou versera des prestations pour pertes d'exploitation;
- toutes les ventes effectuées dans une partie du centre commercial, de l'édifice ou du complexe dans lequel le Café Second Cup est situé ou dont il fait partie.

Les éléments suivants n'entrent pas dans le calcul des produits d'exploitation bruts :

- le montant de tout impôt prélevé par le gouvernement de la province canadienne dans laquelle le Café Second Cup est situé, directement sur les ventes au détail et recouvré auprès des clients en leur présence au moment de la vente, pourvu que le montant de cet impôt soit de fait versé par l'exploitant du Café Second Cup au gouvernement provincial;
- le montant de toute taxe de vente prélevée par le gouvernement fédéral du Canada, directement sur les ventes au détail et recouvré auprès des clients en leur présence au moment de la vente, pourvu que le montant de cette taxe de vente soit de fait versé par l'exploitant du Café Second Cup au gouvernement fédéral du Canada.

Dans le calcul des produits d'exploitation bruts, les éléments suivants sont déduits :

- le montant de toute somme d'argent remboursée à un client qui a retourné un produit, à la condition que la somme remboursée à l'égard du produit ait été initialement incluse dans le calcul des produits d'exploitation bruts;
- un échange de produits effectué entre l'exploitant du Café Second Cup et un client, pourvu que la somme versée pour les produits par le client ait été initialement incluse dans le calcul des produits d'exploitation bruts;
- une somme équivalant à la valeur de tout rabais accordé à un client à l'achat de produits sur présentation d'un coupon-rabais ou dans le cadre d'autres promotions similaires approuvés par Second Cup, pourvu que la vente sur laquelle le rabais est accordé ait été comptabilisée à la pleine valeur dans le calcul des produits d'exploitation bruts.

Dans le calcul des produits d'exploitation bruts, aucune provision pour créances douteuses n'est constituée. Chaque vente de produits effectuée à tempérament ou à crédit est traitée comme une vente au plein prix au moment où les produits sont commandés, quel que soit le moment où l'exploitant du Café Second Cup livre les produits ou reçoit le paiement de ces produits.

Dans le cadre du contrat de franchise cadre, les franchisés sont également tenus d'engager des frais pour la publicité locale et la promotion du Café d'un montant équivalant à 2 % des produits d'exploitation bruts annuels du franchisé ou aux dépenses devant être engagées aux termes des dispositions du bail conclu à l'égard des locaux, selon le plus élevé des deux. Outre la publicité locale et la promotion, la majorité des franchisés sont tenus de verser entre 1,5 % et 3,0 % de leurs produits d'exploitation bruts annuels au fonds de coopération national de Second Cup. Ces frais sont payables à Second Cup en même temps que la redevance décrite ci-dessus. Se reporter à la rubrique « — Publicité et commercialisation » ci-dessus.

Second Cup conclut généralement un bail principal pour un Café, puis un sous-bail avec le franchisé lors de la conclusion du contrat de franchise. Aux termes du sous-bail, le franchisé s'engage à respecter toutes les modalités contenues dans le bail principal. Le franchisé est généralement chargé de payer le loyer et les autres sommes devant être versées par Second Cup aux termes du bail principal, en plus de toutes les autres sommes payables aux termes du contrat de franchise, qui sont considérées comme un loyer additionnel exigible aux termes du bail principal et du sous-bail, sans quoi Second Cup pourrait exercer des recours prévus en cas de non-paiement du loyer. Tout défaut du franchisé à l'égard du sous-bail est réputé constituer un défaut à l'égard du contrat de franchise et permet à Second Cup de résilier le contrat de franchise. De même, tout défaut du franchisé à l'égard du contrat de franchise est réputé constituer un défaut à l'égard du sous-bail et permet à Second Cup de résilier le sous-bail.

Exception faite du bail principal, Second Cup n'est pas tenue de prendre des engagements financiers ou de fournir des garanties lorsqu'un franchisé conclut des ententes financières, notamment pour la location d'équipements et l'achat de fournitures. De plus, chaque franchisé est tenu de souscrire une assurance tous risques à l'égard des locaux loués et de l'équipement (valeur à neuf), une assurance de la responsabilité civile — formule générale, une assurance contre les pertes d'exploitation, l'assurance requise aux termes du bail conclu à l'égard des locaux et toute autre assurance que Second Cup pourrait exiger.

Sauf s'il est résilié par Second Cup conformément à ses modalités, chaque contrat de franchise de Second Cup prend effet à la signature du contrat et se termine à la fermeture des bureaux le jour qui précède la première des dates suivantes : i) la date à laquelle la durée du bail régissant l'occupation des locaux au moment au moyen de la conclusion du contrat de franchise expire et ii) la date à laquelle le bail conclu à l'égard des locaux est résilié. À la fin de cette période, qui est généralement de 10 ans, le franchisé peut, avec le consentement de Second Cup et sans qu'il soit nécessaire de signer un nouveau contrat de franchise, continuer d'occuper les lieux et d'exercer ses activités à titre de franchisé de Second Cup de mois en mois conformément aux modalités du contrat de franchise initial. Le contrat de franchise de Second Cup ne confère au franchisé aucun droit de renouvellement. Si le Café a été bien géré et qu'il satisfait par ailleurs aux critères de succès, le contrat de franchise pourra être renouvelé. Un contrat de franchise ne sera pas renouvelé si la direction de Second Cup estime qu'en raison des tendances démographiques ou d'autres critères essentiels au succès d'un Café, les probabilités économiques de succès sont faibles.

Le contrat de franchise de Second Cup permet de transférer la participation d'un franchisé dans un Café Second Cup, sous réserve du consentement de Second Cup. En cas de transfert, le franchisé est tenu de verser à Second Cup 10 % du prix d'achat devant être versé par l'acheteur. Préalablement au transfert, l'acheteur est soumis au même processus de présélection que les autres nouveaux candidats et doit suivre avec succès la formation qui pourrait lui être imposée par Second Cup.

Information devant être communiquée par les franchisés

Conformément à leur contrat de franchise, les franchisés sont tenus de fournir chaque semaine un rapport de leurs produits d'exploitation bruts et de leurs liquidités. Dans les 10 jours suivant la fin de chaque période de quatre semaines, les franchisés doivent soumettre un état des produits d'exploitation bruts qui présente les produits d'exploitation bruts réalisés quotidiennement et le montant total des produits d'exploitation bruts pour cette période. Les franchisés doivent également fournir un état des résultats et divers autres rapports, notamment un rapport des heures travaillées, un rapport de production, un registre des achats et un relevé des stocks.

Outre la communication d'information par les franchisés, les directeurs de territoire de Second Cup doivent « noter » les Cafés Second Cup trois fois par année en fonction d'une liste exhaustive de normes d'exploitation en vue de préserver une certaine qualité et uniformité au sein de la chaîne.

Services de soutien aux franchisés

Le réseau de franchises de Second Cup est géré par un vice-président, Exploitation, qui est soutenu par deux directeurs régionaux et 12 directeurs de territoire, ainsi qu'un certain nombre d'autres employés affectés au service à la clientèle, à la formation et à d'autres fonctions d'exploitation. Second Cup cherche à fournir une variété de services de soutien à ses franchisés pour les aider à devenir des exploitants émérites. Ces services sont notamment les suivants :

- *Institut du café* — Second Cup croit fermement que la transmission de connaissances sur le café et la formation représentent des points de différenciation importants sur le marché des cafés de spécialité. Après avoir pris la décision de se joindre à la famille de franchisés de Second Cup, les franchisés s'inscrivent à un programme de formation de l'« Institut du café » de Second Cup. Pendant une période de trois semaines, ils obtiennent une formation détaillée sur la gestion d'un Café Second Cup ainsi que sur les rudiments et la vente au détail du café. L'Institut du café donne de la formation en classe et au Café.
- *Formation continue* — En plus de la formation donnée par l'Institut du café, des séances de formation sont organisées périodiquement tout au long de l'année. Second Cup fournit également, sur une base continue, de l'encadrement à ses franchisés au moyen de visites régulières de directeurs de territoire, de la tenue de séminaires, d'ateliers et de rencontres périodiques et d'un programme de formation sur CD-ROM en vue d'aider les franchisés à former adéquatement leur personnel. De plus, en vue de promouvoir une compréhension approfondie de l'industrie du café, chaque exploitant est tenu de faire un voyage éducatif au Costa Rica au moment de la conclusion du contrat de franchise en vue d'expérimenter sur le terrain en quoi consistent la culture, la récolte et la transformation du café de haute qualité.

- *Soutien à l'ouverture d'un Café* — Second Cup fournit des services de soutien sur place pendant un minimum de 12 à 14 jours à temps plein lors de l'ouverture d'un Café. Un directeur de territoire fournit pendant trois jours des services de planification préliminaire et de formation au franchisé, puis reste au Café pendant une semaine complète suivant l'ouverture de celui-ci. En outre, deux séances de suivi d'un jour sont prévues de 30 à 90 jours après l'ouverture du Café afin de s'assurer que les normes d'exploitation sont respectées.
- *Congrès, événements spéciaux et conseil consultatif des franchisés* — Second Cup organise un congrès annuel auquel sont conviés les franchisés, la direction et les fournisseurs clés en vue d'échanger et de participer à des séances de formation, à des ateliers et à des activités sociales. De plus, des réunions régionales ont également lieu périodiquement durant l'année. Second Cup a également établi un conseil consultatif des franchisés qui permet à la direction d'obtenir les commentaires des franchisés sur des processus décisionnels clés. Le conseil est composé de 12 membres élus par les franchisés et se réunit généralement trois fois par année pour discuter de stratégies et d'objectifs d'affaires avec la direction.
- *Construction et design* — Second Cup fournit des services de gestion complets (y compris des services de design, d'approvisionnement en équipement et de gestion de la construction) aux franchisés tant pour la construction de nouveaux Cafés que pour la rénovation et la modernisation des Cafés existants afin de s'assurer qu'ils sont conformes aux normes actuelles en matière de design.
- *Commercialisation et programmes nationaux* — Second Cup est chargée de recouvrer auprès des franchisés toutes les contributions au fonds de coopération national qui seront ensuite affectées à la publicisation de la marque Second Cup, à la promotion de nouveaux produits et de produits existants et à l'élaboration des programmes destinés à toute la chaîne pour le compte des franchisés.
- *Programmes de satisfaction de la clientèle (Second to None)* — Au cours de l'exercice 2004, Second Cup a mis sur pied un programme de satisfaction de la clientèle sur le Web intitulé « Second to None ». La direction et les franchisés sont en mesure d'évaluer le degré de satisfaction de la clientèle vis-à-vis certains Cafés et à l'égard de la chaîne en général. Ces données sont mises à jour en temps réel et permettent à la direction et aux franchisés de prendre des décisions d'affaires en vue de s'adapter aux besoins de la clientèle non seulement à l'échelle nationale, mais également individuellement, Café par Café.
- *Approvisionnement* — Pour maintenir la qualité des ingrédients et des produits et une certaine uniformité, ainsi que pour s'assurer que les franchisés obtiennent des prix avantageux, Second Cup établit des spécifications relativement à ses produits et négocie des ententes d'approvisionnement avec ses fournisseurs autorisés.

Sources de produits d'exploitation

Second Cup tire ses produits d'exploitation des sources suivantes :

Paiements de redevance — Les paiements de redevance provenant des franchisés constituent la principale source de produits d'exploitation de Second Cup. Aux termes du contrat de franchise cadre de Second Cup, le franchisé doit payer, sur une base continue, une redevance correspondant à 9 % des produits d'exploitation bruts du Café. Certains Cafés sont assujettis à un taux de redevance inférieur; toutefois, la vaste majorité d'entre eux sont situés dans des établissements tels que des hôpitaux et des établissements d'enseignement ou sont des Cafés exploités par Cara, qui nécessitent généralement moins de services de soutien du franchiseur. Par conséquent, le taux de redevance moyen effectif pour tous les franchisés de Second Cup est d'environ 8,5 %.

Frais de franchise initiaux et de renouvellement — Second Cup exige généralement des frais de franchise, qui sont actuellement de 25 000 $, pour tous les nouveaux Cafés et pour le transfert de Cafés appartenant à la société à de nouveaux franchisés. Si un nouveau contrat de franchise est conclu avec l'exploitant existant d'un Café, les frais de franchise exigés correspondront à la moitié des frais de franchise initiaux normalement exigés. Les frais de franchise initiaux et de renouvellement de franchise sont payables en entier à l'entrée en vigueur du contrat de franchise.

Frais d'administration — Second Cup exige habituellement des frais de 12 000 $ à titre de frais d'administration pour les services qu'elle fournit relativement au bail et à l'aménagement d'un nouveau Café ou à la rénovation complète d'un Café existant au moment du renouvellement du contrat de franchise. Les frais d'administration sont payables en entier à l'entrée en vigueur du contrat de franchise.

Frais de transfert — Lorsqu'un franchisé existant vend son Café à un autre franchisé approuvé, Second Cup exige des frais correspondant à 10 % du prix d'achat brut. Les frais de transfert sont payables au moment de la conclusion de la vente du Café.

Frais de coordination des achats — Second Cup a conclu des ententes avec plusieurs fournisseurs pour qu'ils approvisionnent ses Cafés en ingrédients de haute qualité à des prix avantageux et exige des frais de coordination d'un grand nombre de ces fournisseurs conformément à son contrat de franchise cadre.

Produits d'exploitation tirés des Cafés appartenant à la société — En date du 12 septembre 2004, Second Cup avait 26 Cafés appartenant à la société. Les produits d'exploitation bruts tirés de 20 de ces Cafés qui sont exploités par Second Cup sont comptabilisés à titre de produits d'exploitation de Second Cup. Les six autres Cafés sont exploités par des franchisés.

Autres sources — Second Cup fournit également du café de marque à Air Canada, aux Hôtels Delta et aux Hôtels Fairmont aux termes de partenariats avec ses torréfacteurs existants. Les torréfacteurs consentent des rabais à Second Cup, qui s'élèvent actuellement à 300 000 $ par année environ, et sont fondés sur le volume de café vendu.

Employés

Au 12 septembre 2004, Second Cup engageait 34 personnes à son siège social ainsi qu'un nombre estimatif de 240 employés dans les Cafés appartenant à la société. Les employés de Second Cup ne sont pas syndiqués et Second Cup n'a jamais vécu de grève ou d'arrêt de travail. Second Cup est d'avis que ses relations avec ses employés sont très harmonieuses.

Direction

Le succès continu de Second Cup dépendra en partie de sa capacité d'attirer et de conserver à son service du personnel de gestion de premier ordre. Les nom et poste des dirigeants et membres de la haute direction de la nouvelle Second Cup sont fournis ci-après :

Nom	Poste occupé chez la nouvelle Second Cup
Gabriel Tsampalieros	Président du conseil d'administration
Bruce Elliot	Président
Douglas Moffatt	Vice-président directeur, Expansion des affaires et Finances
Christopher Sonnen	Vice-président, Exploitation
Ian Wilkie	Secrétaire
Stephen Devito	Directeur des finances et de l'administration
Marla Copeland	Directrice de la commercialisation et de l'élaboration de nouveaux produits
Michael Kinsella	Directeur du développement international et de nouveaux débouchés

Une biographie sommaire de chacun des membres de la haute direction de la nouvelle Second Cup est fournie ci-après :

Gabriel Tsampalieros — président du conseil d'administration

M. Tsampalieros a touché à tous les aspects du secteur des services alimentaires depuis plus de 20 ans. En octobre 1995, il est devenu président et chef de l'exploitation de Cara. Depuis octobre 1997, il est président et chef de la direction de celle-ci. Il est devenu administrateur de Second Cup en mai 1996 et président de son conseil d'administration en 2002.

Bruce Elliot — président

M. Elliot est devenu président de Second Cup en août 2004. Il a touché à de nombreux aspects de l'industrie des aliments et des boissons depuis la fin des années 1970. Avant de se joindre à Second Cup, M. Elliot était chez les Brasseries Labatt du Canada où il a passé 25 ans à monter progressivement les échelons de la haute direction. De 1977 à 1992, il a occupé divers postes de haute direction à la commercialisation et aux ventes et de 1992 à 1995, il a été vice-président, Commercialisation et ventes. De 1995 à 1998, M. Elliot a été président de Labatt Atlantic; de 1998 à 2000, il a été président des Brasseries Labatt d'Ontario et de 2000 à 2003, il a été président des Brasseries Labatt du Canada.

Douglas Moffatt — vice-président directeur, Expansion des affaires et finances

M. Moffatt a touché à des aspects financiers du commerce de détail depuis 1989 et est comptable agréé membre de l'Institut des comptables agréés de l'Ontario. De 1998 à 2000, il a été président et chef de l'exploitation du Groupe UCS, chaîne de magasins au détail nationale, dont il était auparavant le chef des finances. M. Moffatt s'est joint à Second Cup en 2000 à titre de premier vice-président et chef des finances. En 2002, il est devenu vice-président directeur et chef de l'exploitation de Second Cup et, en 2004, vice-président directeur, Expansion des affaires et finances.

Christopher Sonnen — vice-président, Exploitation

M. Sonnen œuvre dans le secteur de la vente au détail et des services alimentaires depuis 1987. Il s'est joint pour la première fois à Second Cup en 1994 et a donné sa démission en 2000 pour diriger le groupe d'exploitation pour l'Ouest canadien de HMV Media Group. Pendant qu'il était chez Second Cup, M. Sonnen a occupé divers postes de direction, notamment au sein de la direction régionale et au service de la formation et du perfectionnement pour finalement occuper le poste de directeur de l'exploitation. M. Sonnen est revenu joindre les rangs de l'équipe de haute direction de Second Cup en 2002 en vue d'assumer la responsabilité de tous les aspects liés à l'exploitation des Cafés Second Cup, notamment l'exploitation, les systèmes et le perfectionnement, la formation des franchisés et l'approvisionnement en café.

Ian Wilkie — Secrétaire

M. Wilkie a occupé divers postes au sein de la haute direction et du service du contentieux de Cara depuis 1988. Il est actuellement vice-président principal, chef du contentieux et secrétaire général de Cara. Avant de se joindre à Cara, il a gravi pendant 11 ans les échelons de la haute direction et occupé notamment le poste de vice-président, Affaires juridiques et générales chez Wardair International Ltd., qui était alors une société ouverte et le troisième transporteur aérien international en importance au Canada.

Stephen Devito — directeur des finances et de l'administration

M. Devito a occupé divers postes liés aux finances et à la comptabilité depuis 1995 et il est comptable agréé membre de l'Institut des comptables agréés de l'Ontario. De 1998 à 2000, il a été vérificateur chez PricewaterhouseCoopers s.r.l. De 2000 à 2001, il a occupé le poste de contrôleur chez le développeur de logiciels mondial DWL Incorporated. M. Devito a joint les rangs de l'équipe de haute direction de Second Cup en 2001 à titre de directeur des finances.

Marla Copeland — directrice de la commercialisation et de l'élaboration de nouveaux produits

M^me^ Copeland travaille dans le secteur des aliments et des boissons depuis 1990, plus précisément au volet commercialisation et élaboration de nouveaux produits. Elle s'est jointe à Second Cup en 2001 à titre de directrice de l'élaboration de nouveaux produits et s'occupe de l'ensemble des activités liées à la commercialisation de Second Cup depuis novembre 2003. Avant de se joindre à Second Cup, M^me^ Copeland a occupé divers postes liés à la commercialisation chez General Mills Canada, Kellogg Australia et Nabisco Canada. Elle a également occupé un poste au sein de la haute direction de George Patterson Bates Australia, importante agence de publicité australienne, où elle fournissait des services conseils à des chefs de file dans le secteur des aliments et des boissons sur le lancement de nouveaux produits et la stratégie de marque.

Michael Kinsella — directeur du développement international et des nouveaux débouchés

M. Kinsella œuvre dans les secteurs de la vente au détail de cafés de spécialité et des services alimentaires depuis 1990 où il a touché à de différents aspects, notamment la fabrication, la distribution et la vente au détail. De 1990 à 1993, M. Kinsella a été responsable des relations avec les distributeurs chez Lavazza Premium Coffees aux États-Unis. De 1993 à 1997, il était responsable, chez Kraft Canada, du principal client national de services alimentaires de cette entreprise. De 1997 à 2004, M. Kinsella a occupé le poste de directeur de la fabrication et de la distribution en gros chez Timothy's World Coffee. Il s'est joint à la haute direction de Second Cup en avril 2004 à titre de directeur du développement international et des nouveaux débouchés.

Réglementation gouvernementale

Second Cup et ses Cafés sont assujettis aux lois et règlements qui s'appliquent habituellement aux exploitants de services alimentaires canadiens. Par exemple, les Cafés Second Cup appartenant à la société et les Cafés Second Cup franchisés sont assujettis à la réglementation d'un certain nombre d'autorités gouvernementales en matière, notamment, de santé, d'hygiène, de sécurité, d'incendies et de bâtiment dans les provinces ou municipalités dans lesquelles les Cafés sont situés. Second Cup doit également se conformer aux lois et règlements adoptés dans les provinces d'Ontario et d'Alberta selon lesquels certains renseignements doivent être fournis concernant l'offre et la vente de franchises. Ces lois exigent que Second Cup fournisse aux franchisés éventuels exerçant des activités en Ontario ou en Alberta, selon le cas, un document renfermant de l'information prescrite par ces lois. En outre, Second Cup et ses franchisés sont assujettis aux les lois provinciales en matière d'emploi et de relations de travail qui régissent leurs relations avec les employés en ce qui concerne, notamment, le salaire minimum, le temps supplémentaire et les conditions de travail.

LIENS AVEC CARA

Second Cup est une filiale en propriété exclusive indirecte de Cara. Cara est l'une des premières sociétés d'exploitation de restaurants intégrée canadiennes et le plus grand exploitant de restaurants à service complet au pays selon le chiffre d'affaires et le nombre de restaurants. La nouvelle Second Cup sera également une filiale en propriété exclusive de Cara. Les activités liées aux services alimentaires de Cara sont axées sur la préparation, le service et la distribution d'une variété de produits par l'intermédiaire de six chaînes de restaurants sous marque, des programmes de services de traiteur et des activités de distribution d'aliments intégrées. Outre Second Cup, Cara détient les marques Chalet Suisse, Kelsey's Neighbourhood Bar & Grill, Montana's Cookhouse, Milestone's Grill & Bar, Harvey's et, à titre de franchisé au Canada, Outback Steakhouse. Cara est devenue une société fermée en février 2004.

Second Cup estime que son inclusion dans la famille de sociétés Cara crée un effet de synergie qui lui permettra de faire preuve d'innovation dans les produits et les services qu'elle offre à ses clients. En outre, Second Cup bénéficie d'un certain nombre de services administratifs fournis par Cara. Ces services permettent à Second Cup d'affecter du personnel et d'autres ressources à la gestion efficace et à la croissance de ses activités. Les services d'administration fournis par Cara à Second Cup comprennent les suivants : i) des locaux et des services de soutien; ii) des services juridiques, notamment des services de soutien en matière de franchisage, de location, de marques de commerce et de litige; iii) des services d'achat aux termes desquels Cara gère les ententes avec les fournisseurs, sauf celles liées à l'approvisionnement en grains de café verts et à la torréfaction; iv) la gestion des ressources humaines; v) la comptabilité générale; vi) les services liés aux technologies de

l'information; vii) le design et la construction des Cafés; viii) des services immobiliers aux propres ressources de Second Cup qui gèrent le réaménagement et la croissance de son portefeuille de baux et ix) des services de vérification interne. Après la réalisation des opérations décrites dans le présent prospectus, Cara continuera de fournir ces services à la nouvelle Second Cup aux termes d'une convention de services devant prendre effet à la clôture.

Cara est également un franchisé de Second Cup. En effet, elle exploite actuellement 38 Cafés aux termes d'un contrat de franchise cadre conclu avec Second Cup en 1996.

LES MARQUES DE SECOND CUP

Second Cup est actuellement propriétaire des marques de Second Cup, qui sont des marques de commerce déposées ou pour lesquelles une demande d'enregistrement a été présentée en vertu de la *Loi sur les marques de commerce* (Canada), et de toute autre marque de commerce non déposée utilisée par Second Cup dans le cadre de ses activités au Canada. Les marques de Second Cup comprennent également les méthodes, systèmes et procédures d'exploitation des Cafés Second Cup qui utilisent certains types d'équipements, de fournitures, d'ingrédients, de recettes, de marchandisage, de publicité et de techniques commerciales au Canada. Après une série d'opérations qui auront lieu au plus tard à la date de clôture, les marques de Second Cup seront détenues par MarksCo. Aux termes de la convention d'acquisition, le Fonds acquerra indirectement les marques de Second Cup par l'acquisition, par AcquisitionCo, de la totalité des actions émises et en circulation de MarksCo. Après l'acquisition, MarksCo fusionnera avec une filiale en propriété exclusive d'AcquisitionCo en vue de former une société qui aura pour dénomination « Second Cup Trade-Marks Inc. ». Par conséquent, MarksCo détiendra les marques de Second Cup, et les marques de Second Cup qui sont déposées ou qui font l'objet d'une demande d'enregistrement seront déposées en vertu de la *Loi sur les marques de commerce* (Canada) au nom de MarksCo. Aux termes de la convention de licence et de redevance, la nouvelle Second Cup détiendra la licence, qui lui permettra d'utiliser les marques de Second Cup dans toutes les provinces et dans tous les territoires du Canada, à l'exclusion du territoire du Nunavut, pendant une période de 99 ans. La nouvelle Second Cup peut à l'occasion créer d'autres marques de commerce. Si celles-ci sont liées aux marques de Second Cup ou sont destinées à être utilisées relativement aux Cafés Second Cup au Canada, elles seront cédées à MarksCo sans coût additionnel et feront partie des marques de Second Cup, et la nouvelle Second Cup sera libre d'utiliser une partie ou la totalité d'entre elles (y compris les noms commerciaux et noms de domaine) conformément aux modalités de la convention de licence et de redevance. Se reporter à la rubrique « Financement et acquisition des marques de Second Cup ».

Les marques de Second Cup ne comprennent pas les droits pouvant être exercés à l'extérieur du Canada à l'égard des marques de commerce ou des noms commerciaux utilisés par Second Cup ou une entité affiliée dans ses activités et, plus particulièrement, ne comprennent pas les droits pouvant être exercés à l'extérieur du Canada à l'égard des marques de commerce déposées en vertu de la *Loi sur les marques de commerce* (Canada) ou faisant l'objet d'une demande d'enregistrement en vertu de cette loi.

Voici la liste des marques de Second Cup qui seront détenues par MarksCo après la réalisation des opérations décrites dans le présent prospectus : Second Cup, The Second Cup[MD], Second Cup Coffee Co., Second Cup Café Inc., Coffee College[MD], Institut du café, The Ultimate Coffee Experience[MD], l'expérience de café unique, Caramel Corretto[MD], Chillatte[MD], Chiller[MD], Fruizzi[MD], Tiamo[MD], First Thing, Ma Matière Première, Nouvelles Express[MD], Passport[MD], Profitmaker[MD], Steamy Monday[MD], Take A Second For Yourself[MD], The Second Scoop[MD], Treat-a-Friend[MD], What's Brewing[MD], Where The World Stops, For Just a Second[MD], Chocolate Lovers' Lattes[MD], Chocolate Lovers[MD], Crème Brûlée Ristretto[MD], Early Edition Blend[MD], Encanto[MD], Granité Icepresso[MD], Jumpin' Juice[MD], Jus Jumpin[MD], Les Amoureux Du Chocolat[MD], Mocca Mandarino[MD], Paradiso[MD], White Mocca[MD], Mocca Blanc[MD] et les dessins-marques connexes.

FINANCEMENT ET ACQUISITION DES MARQUES DE SECOND CUP

Clôture du placement et acquisition indirecte des marques de Second Cup

À la clôture, le Fonds détiendra les marques de Second Cup par l'entremise de sa propriété indirecte de MarksCo, et MarksCo sera partie à la convention de licence et de redevance conclue avec la nouvelle Second Cup. Dans le cadre de ces opérations, Second Cup transférera à la nouvelle Second Cup la quasi-totalité de ses

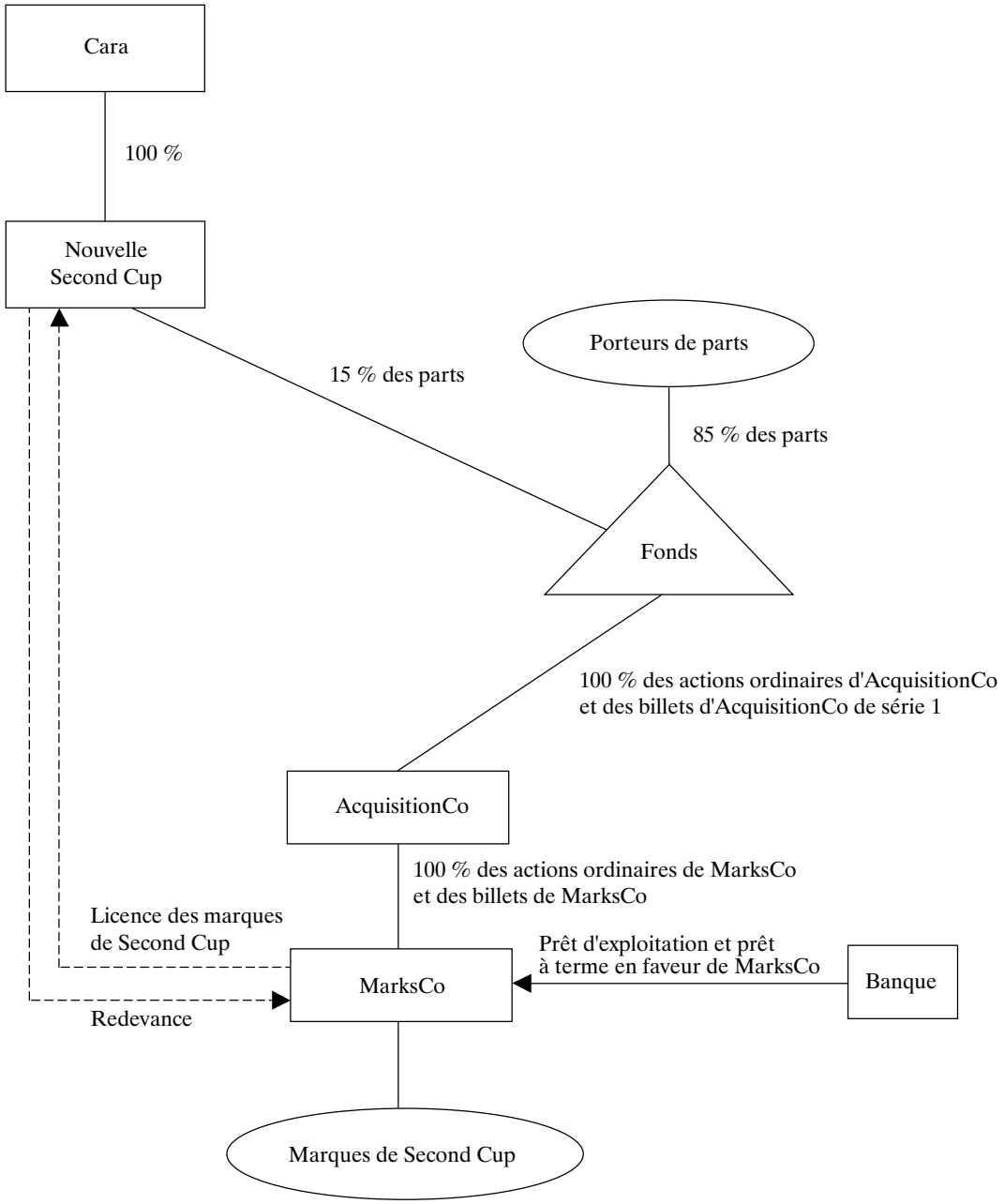
actifs et passifs se rapportant à l'entreprise canadienne de Second Cup, sauf les marques de Second Cup et le prêt à terme en faveur de MarksCo, et transférera à Cara tous ses actifs et ses passifs se rapportant à l'entreprise non canadienne de Second Cup. La nouvelle Second Cup exercera ensuite les activités à titre de franchiseur des Cafés Second Cup et d'exploitante des Cafés Second Cup appartenant à la société au Canada. Ces ententes seront mises en œuvre au moyen des opérations suivantes :

- Second Cup transférera à la nouvelle Second Cup la quasi-totalité de ses actifs et passifs liés à son entreprise canadienne, sauf les marques de Second Cup, et transférera à Cara tous ses actifs et ses passifs liés à son entreprise non canadienne;
- Second Cup transférera les marques de Second Cup à sa filiale en propriété exclusive existante, qui conclura la convention de licence et de redevance avec la nouvelle Second Cup;
- Second Cup obtiendra de la Banque un prêt à terme de 11,0 millions de dollars (qui deviendra le prêt à terme en faveur de MarksCo après la fusion avec Second Cup décrite ci-après);
- Second Cup fusionnera avec un de ses actionnaires (une filiale en propriété exclusive de Cara) et avec une de ses filiales en propriété exclusive existantes, ce qui formera MarksCo. Par suite de la fusion, MarksCo sera une filiale en propriété exclusive de Cara, partie à la convention de licence et de redevance conclue avec la nouvelle Second Cup et l'emprunteur en vertu du prêt à terme en faveur de MarksCo;
- MarksCo distribuera à Cara, à titre de remboursement de capital, le reliquat de ses actifs, y compris le produit net du prêt à terme en faveur de MarksCo, à l'exclusion des marques de Second Cup et de certains soldes de trésorerie, de sorte que les marques de Second Cup et ces soldes de trésorerie constitueront ses seuls actifs;
- Le Fonds émettra 8 145 346 parts dans le public et la nouvelle Second Cup souscrira 1 437 414 parts (soit 15 % des parts émises et en circulation) pour un produit brut de 95 827 600 $;
- Le Fonds affectera le produit tiré du placement, déduction faite de la rémunération payable aux preneurs fermes et des frais liés au placement, majoré du produit tiré de la souscription de parts par la nouvelle Second Cup, à la souscription de billets d'AcquisitionCo de série 1 d'un capital global d'environ 78 246 353 $ et d'environ 8 694 039 actions ordinaires d'AcquisitionCo;
- AcquisitionCo acquerra de Cara toutes les actions ordinaires de MarksCo émises et en circulation à un prix d'achat d'environ 86 940 392 $, qu'elle règlera à l'aide de l'argent comptant qu'elle aura reçu en contrepartie de la souscription par le Fonds des billets d'AcquisitionCo de série 1 et des actions ordinaires d'AcquisitionCo;
- AcquisitionCo transférera les actions ordinaires de MarksCo à une filiale en propriété exclusive d'AcquisitionCo en contrepartie d'environ 8 694 039 actions ordinaires et de billets d'un capital global d'environ 78 246 353 $ de la filiale (qui deviendront les billets de MarksCo). La filiale d'AcquisitionCo fusionnera par la suite avec MarksCo, ce qui formera une société prorogée sous la dénomination « Second Cup Trade-Marks Inc. » qui sera une filiale en propriété exclusive d'AcquisitionCo, continuera de détenir les marques de Second Cup et sera partie à la convention de licence et de redevance, en sus d'être l'emprunteur visé par le prêt à terme en faveur de MarksCo. AcquisitionCo détiendra des billets de MarksCo d'un capital global d'environ 78 246 353 $ et d'environ 8 694 039 actions ordinaires de MarksCo.

Si, pour quelque raison que ce soit, la clôture des opérations au terme desquelles le Fonds acquerra indirectement les marques de Second Cup n'a pas lieu, le Fonds remboursera le prix d'achat versé par les investisseurs à l'égard des parts sans intérêt ni déduction. L'engagement du Fonds à acquérir indirectement les marques de Second Cup et les opérations connexes sont notamment assujettis à la conclusion du placement et à l'avance de fonds par la Banque au titre du prêt à terme en faveur de MarksCo.

Structure du Fonds

Le diagramme suivant représente une illustration simplifiée de la structure organisationnelle du Fonds après la clôture.



Convention d'acquisition

La vente et le transfert des marques de Second Cup par Cara à AcquisitionCo seront réalisés conformément à une convention (la « convention d'acquisition ») devant être conclue à la date de clôture entre Cara, la nouvelle Second Cup et AcquisitionCo, aux termes de laquelle Cara vendra et transférera à AcquisitionCo la totalité des actions émises et en circulation de MarksCo. Le prix d'achat des actions ordinaires de MarksCo sera d'environ 86 940 392 $ et est censé refléter la valeur des marques de Second Cup fondée sur la redevance future que doit recevoir MarksCo, calculée d'après les produits d'exploitation bruts tirés des 351 Cafés initiaux formant le fonds de redevance.

La convention d'acquisition, Cara et la nouvelle Second Cup feront des déclarations à AcquisitionCo et au Fonds quant à diverses questions, notamment au fait que :

- MarksCo est propriétaire des marques de Second Cup et a le droit, libre de toute charge ou opposition (mais sous réserve des droits des franchisés de Second Cup et de certaines autres exceptions), d'utiliser les marques de Second Cup au Canada;
- Cara est propriétaire de toutes les actions ordinaires de MarksCo émises et en circulation et elle a le droit de les transférer à AcquisitionCo, libres de toute charge ou opposition;
- le présent prospectus constitue un exposé complet, véridique et clair de tous les faits importants se rapportant aux marques de Second Cup et aux parts offertes par le présent prospectus et il ne contient aucune information fausse ou trompeuse.

Les déclarations faites dans la convention d'acquisition resteront en vigueur indéfiniment, à l'exception de la déclaration à l'égard du caractère « complet, véridique et clair », qui restera en vigueur pendant trois ans après la date de clôture. Les droits à une indemnité prévus par la convention d'acquisition seront assujettis à tout délai de prescription applicable prévu par les lois de l'Ontario.

Dans la mesure où il reste un passif éventuel ou un passif lié aux sociétés remplacées dans MarksCo (sauf en ce qui a trait au prêt à terme en faveur de MarksCo ou au prêt d'exploitation décrits ci-après, aux taxes et impôts liés aux transferts d'actifs de Second Cup avant la date de clôture qui seront réglés au moyen des soldes de trésorerie de MarksCo au moment de son acquisition par AcquisitionCo et à la convention de licence et de redevance), Cara et la nouvelle Second Cup indemniseront et tiendront solidairement à couvert MarksCo à raison d'un dollar pour un dollar.

La responsabilité combinée de Cara et de la nouvelle Second Cup en ce qui concerne toutes les obligations en matière d'indemnisation prévues par la convention d'acquisition sera limitée au prix d'achat payé pour les actions ordinaires de MarksCo majoré du capital du prêt à terme en faveur de MarksCo. Cette limitation ne s'applique pas aux obligations qui pourraient découler des lois sur les valeurs mobilières du fait que Cara signe le présent prospectus en tant que promoteur.

La conclusion des opérations prévues par la convention d'acquisition est conditionnelle, notamment, à ce qui suit :

- la conclusion du placement;
- la conclusion de la convention de licence et de redevance;
- l'octroi par la Banque du prêt à terme en faveur de MarksCo et l'avance de fonds par la Banque au titre de celui-ci au plus tard à la date de clôture.

Le prix d'achat des actions ordinaires de MarksCo et les modalités de la convention d'acquisition ont été ou seront établis par voie de négociations entre Cara, Second Cup, le Fonds, pour le compte d'AcquisitionCo, et les preneurs fermes.

Prêt à terme en faveur de MarksCo et prêt d'exploitation

Au plus tard à la date de clôture, Second Cup obtiendra de la Banque un prêt à terme de 11,0 millions de dollars. Lorsque MarksCo sera issue de la fusion de Second Cup avec son actionnaire et sa filiale en propriété exclusive existante, elle prendra en charge la somme due au titre du prêt à terme (le « prêt à terme en faveur de MarksCo »). Le produit net du prêt à terme en faveur de MarksCo sera distribué à Cara à titre de rendement de

capital au plus tard à la date de clôture. En outre, MarksCo conclura le prêt d'exploitation avec la Banque d'une somme maximale de 1,0 million de dollars, qui pourra lui être versée à partir de la date de clôture. MarksCo a payé ou paiera à la Banque des frais afférents au prêt à terme en faveur de MarksCo et au prêt d'exploitation d'une somme habituelle pour les prêts de cette nature. Le prêt à terme en faveur de MarksCo et le prêt d'exploitation porteront intérêt à des taux variables établis, notamment, en fonction du taux préférentiel et des acceptations bancaires exprimés en dollars canadiens, majorés d'une marge applicable. La direction entend conclure un contrat de swap à la date de clôture ou après cette date en vue de fixer le taux afférent au prêt à terme en faveur de MarksCo. Le prêt à terme en faveur de MarksCo est remboursable trois ans après la date de clôture. Le prêt d'exploitation est remboursable à vue et fournira à MarksCo le fonds de roulement requis à l'occasion.

La dette et les obligations de MarksCo prévues par le prêt à terme en faveur de MarksCo et le prêt d'exploitation seront garanties par une sûreté de premier rang grevant l'ensemble des biens actuels et futurs de MarksCo, dont les marques de Second Cup et les droits et l'intérêt de MarksCo prévus par la convention de sûreté générale et la convention de licence et de redevance. La dette garantie par la sûreté de la Banque (notamment le prêt à terme en faveur de MarksCo, le prêt d'exploitation et toute facilité de couverture du taux d'intérêt) aura priorité de rang sur toutes les autres dettes de MarksCo (y compris les billets de MarksCo).

Aux termes du prêt d'exploitation et du prêt à terme en faveur de MarksCo, MarksCo est assujettie à certaines clauses financières et autres clauses habituelles, notamment l'obligation de maintenir un ratio de la dette de rang supérieur par rapport au BAIIA inférieur à 1,25 : 1,0 et de maintenir un BAIIA sur une base continue de quatre trimestres supérieur à 9 millions de dollars. De surcroît, la Banque peut exiger le remboursement anticipé du prêt à terme en faveur de MarksCo et du prêt d'exploitation dans certains cas, notamment si un changement de contrôle de MarksCo survient ou si MarksCo est en défaut à l'égard de contrats importants ou d'autres dettes.

Le Fonds et AcquisitionCo garantiront chacun les obligations contractées par MarksCo en vertu du prêt à terme en faveur de MarksCo et du prêt d'exploitation en accordant une sûreté grevant tous leurs actifs respectifs, notamment un gage à l'égard des actions ordinaires d'AcquisitionCo, des billets d'AcquisitionCo, des actions ordinaires de MarksCo et des billets de MarksCo. De plus, les paiements exigibles aux termes des billets d'AcquisitionCo et des billets de MarksCo seront subordonnés aux paiements devant être effectués au bénéfice de la Banque.

CONVENTION DE LICENCE ET DE REDEVANCE

La licence

Aux termes de la convention de licence et de redevance, la nouvelle Second Cup aura une licence d'utilisation et le droit d'octroyer une sous-licence visant l'utilisation des marques de Second Cup (y compris aux fins des noms commerciaux et des noms de domaines) dans toutes les provinces et dans tous les territoires du Canada, sauf le territoire du Nunavut, pendant une période de 99 ans. Se reporter à la rubrique « Les marques de Second Cup ». MarksCo conservera et défendra la propriété des marques de Second Cup. Sous réserve de certaines exceptions, la nouvelle Second Cup aura un droit de premier refus sur toute utilisation envisagée des marques de Second Cup par MarksCo en association avec une marchandise ou un service, ou sur tout octroi de licence envisagé à un tiers aux fins d'utilisation de ces marques au Canada relativement à une marchandise ou à un service. MarksCo acceptera de ne pas utiliser les marques de Second Cup et de ne pas les octroyer sous licence aux fins d'utilisation hors du Canada ou à certaines fins prévues par la convention de licence et de redevance, ce qui comprend généralement les utilisations incompatibles avec celles qui sont prévues par la convention de licence et de redevance, ou qui peuvent diminuer la valeur de la licence pour la nouvelle Second Cup.

La redevance

En contrepartie de la licence, la nouvelle Second Cup devra verser à MarksCo pour chaque période de paiement la redevance d'un montant équivalant à 6,5 % du chiffre d'affaires du réseau de la totalité des Cafés Second Cup compris dans le fonds de redevance durant cette période de paiement. La « période de paiement » désigne chaque mois compris dans une année civile, sauf pour ce qui est du premier paiement de redevance par

la nouvelle Second Cup, auquel cas la période de paiement désigne la période allant de la date de clôture au 31 décembre 2004. Aux fins du calcul de la redevance payable à l'égard d'une période de paiement donnée, le « chiffre d'affaires du réseau » désigne les produits d'exploitation bruts de tous les Cafés Second Cup compris dans le fonds de redevance pendant cette période de paiement et comprend : i) les produits d'exploitation bruts des Cafés Second Cup appartenant à la société au Canada dont la nouvelle Second Cup sera propriétaire et ii) les produits d'exploitation bruts que doivent déclarer les Cafés Second Cup compris dans le fonds de redevance qui ont conclu des contrats de franchise avec la nouvelle Second Cup, sans vérification ni autre forme de garantie indépendante. Le « fonds de redevance » comprendra initialement les Cafés initiaux et, par la suite, il comprendra le dernier nombre rajusté de Cafés Second Cup que l'on devra utiliser pour calculer le chiffre d'affaires du réseau pour une période de paiement donnée. Se reporter à la rubrique «— Rajustements apportés au fonds de redevance et aux paiements effectués aux termes de la convention de licence et de redevance » ci-après.

Au 12 septembre 2004, on dénombrait 372 Cafés Second Cup en exploitation au Canada. Toutefois, Second Cup a fermé ou prévoit fermer 21 Cafés au cours de la période allant du 12 septembre 2004 au 31 décembre 2005, au fur et à mesure que leurs baux respectifs expireront. Par conséquent, ces Cafés ne font pas partie des Cafés initiaux et ne seront pas compris dans le fonds de redevance. Le chiffre d'affaires du réseau des Cafés initiaux pour la période de 52 semaines terminée le 12 septembre 2004 s'est élevé à 167,5 millions de dollars. Se reporter à la rubrique « Activités de Second Cup — Chiffre d'affaires ».

Le montant de la redevance sera calculé à la fin de chaque période de paiement et sera payable dans les 21 jours suivant la fin de la période de paiement en question, sauf pour ce qui est du premier paiement de redevance et, le cas échéant, du paiement de redevance final lié à la dissolution du Fonds. Le montant de la redevance et les modalités de la convention de licence et de redevance ont été établis par voie de négociations entre Cara, d'une part, la nouvelle Second Cup, le Fonds, pour le compte de MarksCo, et, d'autre part, les preneurs fermes.

Chaque fois qu'elle versera la redevance à MarksCo, la nouvelle Second Cup fournira à MarksCo un relevé, certifié conforme par le vice-président directeur, Expansion de l'entreprise et services financiers, ou le chef des finances de la nouvelle Second Cup, du chiffre d'affaires du réseau pour la période de paiement pertinente. En outre, MarksCo aura le droit d'inspecter, à ses frais et à tout moment, les livres et registres de la nouvelle Second Cup afin de vérifier le calcul du montant de la redevance que celle-ci a fait.

La nouvelle Second Cup fournira à MarksCo et au Fonds ses états financiers non vérifiés dans les 40 jours suivant la fin de chacun de ses trimestres comptables et ses états financiers consolidés annuels vérifiés dans les 85 jours suivant la fin de chacun de ses exercices. Ces états financiers doivent être préparés conformément aux PCGR et comprendront également un relevé du chiffre d'affaires du réseau pour la période pertinente.

La nouvelle Second Cup devra remettre à MarksCo et au Fonds, dès que possible et, dans tous les cas, dans les 30 jours suivant la fin de chaque période comptable, un résumé des principales données financières consolidées non vérifiées sur la nouvelle Second Cup (notamment le chiffre d'affaires, le BAIIA, le revenu net et une prévision de ces éléments pour le reste de l'exercice) à l'égard de la période en question.

Tous les paiements de redevance (et tous les engagements financiers prévus par la convention de licence et de redevance) sont fondés sur les PCGR tels qu'ils sont appliqués par la nouvelle Second Cup et en vigueur à la clôture. Chacune des parties pertinentes a convenu d'apporter les rajustements nécessaires à toute entente contractuelle pour qu'il soit tenu compte des changements qui seraient éventuellement apportés aux PCGR.

Sûreté relative à la redevance

Le paiement de redevance et l'exécution de toutes les autres obligations qui incombent à la nouvelle Second Cup aux termes de la convention de licence et de redevance seront garantis par une sûreté de premier rang grevant l'ensemble des biens actuels et futurs de la nouvelle Second Cup (sous réserve des privilèges habituels permis et de certaines exceptions supplémentaires décrites ci-après), notamment toutes les sommes payables à la nouvelle Second Cup par les franchisés de Second Cup qui exploitent des Cafés Second Cup au Canada. La sûreté sera accordée aux termes de la convention de sûreté générale. Même s'il n'est pas actuellement envisagé que la nouvelle Second Cup aura des filiales, si la nouvelle Second Cup transfère une partie de son entreprise ou de ses biens à une filiale, cette dernière fournira également une garantie et une

convention de sûreté générale afin de garantir les obligations qui incombent à la nouvelle Second Cup aux termes de la convention de licence et de redevance.

Aux termes de la convention de sûreté générale, MarksCo aura le droit, en cas de défaut de la part de la nouvelle Second Cup auquel il n'aura pas été remédié, de nommer à l'égard de la nouvelle Second Cup un séquestre habilité à exercer les activités de celle-ci et, en cas de défaut important de la part de la nouvelle Second Cup, d'exiger que celle-ci verse à l'avance le montant de la redevance payable pour 52 semaines. Toutes les sommes réalisées par le séquestre, déduction faite des coûts, seront affectées à l'exploitation de l'entreprise de la nouvelle Second Cup et au paiement à MarksCo des sommes dues aux termes de la convention de licence et de redevance.

Aucun consentement ni aucune approbation ne sera obtenu relativement à la sûreté que la nouvelle Second Cup a accordée à MarksCo. Aussi, en raison de nature de la sûreté accordée par la nouvelle Second Cup et du fait que l'on ne cherche à obtenir aucun consentement ni aucune approbation, la sûreté accordée par la nouvelle Second Cup ne peut s'appliquer aux baux relatifs à certains Cafés Second Cup. En outre, lorsqu'une sûreté est créée, les droits accordés par la nouvelle Second Cup à MarksCo seront assujettis aux droits dont jouissent les locateurs aux termes des baux. La nomination d'un séquestre pourrait déclencher l'application de dispositions relatives aux manquements réciproques contenues dans d'autres conventions, dont bon nombre des baux se rapportant aux Cafés Second Cup. Les locateurs pourraient également avoir à l'égard du non-paiement du loyer des droits susceptibles d'avoir priorité sur ceux de MarksCo.

Engagements de ne pas faire prévus par la convention de sûreté générale

La nouvelle Second Cup s'engagera dans la convention de sûreté générale à, entre autres, s'abstenir, de prendre les mesures suivantes et à interdire à ses filiales de les prendre, sans avoir obtenu au préalable le consentement écrit de MarksCo :

1. prendre en charge ou contracter une dette ou une obligation à l'égard des fonds empruntés (notamment les lettres de crédit, les acceptations bancaires, les garanties, les contrats de location-acquisition et le prix d'achat impayé des biens achetés par la nouvelle Second Cup), ou permettre qu'une telle dette ou obligation existe ou en devenir responsable, sauf une dette (la « dette permise ») :
   i) dont le capital global impayé à tout moment ne dépasse pas une somme en dollars équivalant à 2,5 multiplié par le BAIIA de la nouvelle Second Cup (à cette fin, les contrats de location-acquisition, mais non les contrats de location-exploitation, sont considérés comme une dette et les garanties sont considérées comme une dette tel qu'il est prévu à l'alinéa 3 ci-après) pour les quatre derniers trimestres comptables complétés de la nouvelle Second Cup et/ou de la société qu'elle a remplacée, Second Cup (compte non tenu de l'incidence des ventes de parts pendant cette période);
   ii) à l'égard d'une sûreté dont il est question à l'alinéa 2 ci-après;
2. prendre en charge, créer, accorder ou permettre qu'il existe, sans avoir obtenu au préalable le consentement écrit de MarksCo, une sûreté grevant les biens de la nouvelle Second Cup (sauf certains actifs exclus de la nouvelle Second Cup) ou de l'une ou l'autre de ses filiales qui a au moins égalité de rang avec la sûreté accordée à MarksCo, sauf :
   i) les sûretés afférentes au prix d'achat qui se limitent aux biens achetés;
   ii) les sûretés existant à la conclusion du placement et les sûretés créées relativement à la construction, à la rénovation, à l'outillage, à l'éclairage, à l'ameublement et à l'ouverture d'un Café Second Cup;
   iii) les contrats de location ayant trait aux meubles, aux dispositifs d'éclairage, au matériel et à des éléments similaires, jusqu'à concurrence de 350 000 $ chacun, devant être rajustés à la hausse selon l'indice des prix à la consommation;
   iv) les sûretés grevant les actifs de la nouvelle Second Cup et visant à garantir la dette ou les obligations permises aux termes de l'alinéa 1 ci-dessus;
   v) une sûreté grevant les parts détenues par la nouvelle Second Cup si les conditions suivants sont respectées:

A) les recours à l'égard de cette dette se limitent aux part garantissant cette dette et son produit;

B) les dispositions de la convention de gouvernance sont respectées;

3. garantir les obligations d'une autre personne, sauf les obligations qui incombent à un franchisé de Second Cup (y compris le paiement du loyer) envers son locateur, ni en devenir responsable; toutefois, le montant global de cette garantie doit faire partie de la dette permise décrite à l'alinéa 1 ci-dessus et être compris dans le calcul de celle-ci (sans dédoublement);

4. verser des dividendes ni racheter ses actions, ni autrement verser, directement ou indirectement, de distributions (de dividendes, de biens, du produit du rachat d'actions, de primes ou d'autres paiements en nature de quelque sorte que ce soit, à l'exception de la rémunération ordinaire) à ses actionnaires directs ou indirects, à moins qu'au moment de ce versement, de ce rachat ou de cette autre distribution, tous les montants de la redevance qui sont exigibles et payables à ce moment-là aient été payés, sauf les distributions versées par une filiale en propriété exclusive directe ou indirecte de la nouvelle Second Cup à sa société mère;

5. faire des placements dans l'entreprise ou les biens d'une autre personne exerçant des activités, sauf : a) des rachats d'intérêts économiques dans une filiale en propriété exclusive directe ou indirecte de la nouvelle Second Cup qui a accordé une sûreté grevant l'ensemble de ses biens actuels et futurs en faveur de MarksCo, tel qu'il est prévu dans les présentes, et qui se rapportent aux Cafés offrant du café de spécialité qui sont ou qui pourraient être, au gré de MarksCo, compris dans le fonds de redevance, à la condition, dans chaque cas, que tous les montants de la redevance et tous les paiements d'intérêts qui sont exigibles et payables au moment où cet investissement est effectué aient été payés ou b) des investissements dans des quasi-espèces (instruments du marché monétaire);

6. sauf tel qu'il est prévu par la convention de gouvernance ou la convention de licence et de redevance, directement ou indirectement regrouper, fusionner, vendre, louer ou autrement aliéner la totalité ou la quasi-totalité de ses actifs (lui appartenant maintenant ou acquis ultérieurement), ni conclure une entente ou procéder à une réorganisation ayant un effet analogue, sauf des réorganisations internes, à la condition que l'on ne puisse raisonnablement s'attendre à ce que ces réorganisations internes aient une incidence négative importante sur la nouvelle Second Cup ou sur sa capacité de respecter ses obligations de paiement de redevance;

7. conclure un contrat de sous-licence avec une autre personne qu'un franchisé de Second Cup ou qu'une filiale en propriété exclusive de la nouvelle Second Cup qui a donné une garantie à l'égard des obligations qui incombent à la nouvelle Second Cup aux termes de la convention de licence et de redevance;

8. aliéner les actions ou les autres intérêts dans une filiale qui est propriétaire d'un Café Second Cup au Canada ou qui a accordé une sûreté grevant l'ensemble de ses biens actuels et futurs en faveur de MarksCo, sauf à la nouvelle Second Cup ou à une autre filiale en propriété exclusive de la nouvelle Second Cup qui a accordé une sûreté grevant l'ensemble de ses biens actuels et futurs en faveur de MarksCo.

MarksCo conviendra de subordonner sa sûreté prévue par la convention de sûreté générale à toute sûreté prévue à l'alinéa 2 ci-dessus.

Certains recours

Si un défaut de la nouvelle Second Cup survient et se poursuit (après l'écoulement des périodes de remédiation convenues) à l'égard de la convention de licence et de redevance ou de la convention de sûreté générale, dont le non-paiement de redevance, MarksCo peut se prévaloir d'un certain nombre de recours prévus par la loi ou ces conventions. Les principaux recours sont les suivants :

- MarksCo pourrait intenter une poursuite contre la nouvelle Second Cup afin de recouvrer le montant de la redevance et les autres sommes alors exigibles;
- MarksCo pourrait donner aux franchisés de Second Cup exploitant un Café Second Cup au Canada un avis de la cession en faveur de MarksCo des sommes payables aux termes des contrats de franchise conclus avec la nouvelle Second Cup et exiger que ces franchisés lui versent ces sommes;

- MarksCo pourrait résilier la convention de licence et de redevance et, le cas échéant, elle serait tenue de prévoir des dispositions transitoires raisonnables;
- MarksCo pourrait nommer ou demander que le tribunal nomme un séquestre chargé de prendre possession des actifs de la nouvelle Second Cup grevés par la sûreté accordée à MarksCo et d'exercer les activités de la nouvelle Second Cup jusqu'à ce que les paiements soient versés ou que d'autres dispositions qu'elle juge acceptables soient prises. Si les paiements ne sont pas effectués, le séquestre pourrait vendre les actifs de la nouvelle Second Cup grevés par la sûreté accordée à MarksCo.

La convention de licence et de redevance prévoit qu'en cas de défaut important de la nouvelle Second Cup, celle-ci devra verser immédiatement à MarksCo, à titre de sûreté supplémentaire, une somme égale à la redevance qu'elle doit payer à MarksCo à l'égard d'une période de 12 mois. En cas de faillite ou d'insolvabilité de la nouvelle Second Cup, la convention de licence et de redevance prévoit que la nouvelle Second Cup devra payer à l'avance la redevance en versant à MarksCo, à titre de dommages-intérêts fixés à l'avance, la valeur actualisée de la redevance pour la durée restante de la convention de licence et de redevance.

Tant que la redevance n'aura pas été payée ou que MarksCo n'aura pas accepté d'autres dispositions, et sous réserve des lois applicables (dont les lois régissant les faillites et les réorganisations) et des droits prévus par les conventions conclues avec des tiers en cas de défaut, un séquestre nommé par MarksCo ou par le tribunal pourrait continuer d'exploiter l'entreprise de la nouvelle Second Cup et des membres de son groupe grevée par la sûreté accordée à MarksCo.

L'exercice de certains recours pourrait être assujetti aux droits de tiers franchisés et de parties ayant priorité de rang pour ce qui est des réclamations.

Le texte qui précède ne constitue qu'un résumé des recours dont peut se prévaloir MarksCo en cas de défaut de la nouvelle Second Cup à l'égard de la convention de licence et de redevance et de la convention de sûreté générale. Vous trouverez le texte intégral de ces recours dans la convention de licence et de redevance et la convention de sûreté générale. Se reporter à la rubrique « Contrats importants ».

Engagements en matière d'exploitation de la nouvelle Second Cup prévus par la convention de licence et de redevance

Aux termes de la convention de licence et de redevance, la nouvelle Second Cup aura notamment les obligations suivantes :

- exploiter son entreprise et exercer ses activités (et faire en sorte que les franchisés de Second Cup exercent leurs activités), au moins de la façon dont elles le sont actuellement, et en respectant au moins les mêmes normes;
- déployer des efforts raisonnables, du point de vue commercial, pour recueillir tous les frais et toutes les autres sommes qui lui sont payables aux termes des contrats de franchise conclus avec les franchisés de Second Cup au Canada;
- surveiller la conformité des franchisés de Second Cup au Canada aux normes en matière de marques de commerce, de nature et de qualité prévues par les contrats de franchise ou des contrats similaires conclus avec Second Cup;
- veiller à ce que les franchisés de Second Cup au Canada respectent et exécutent les contrats de franchise d'une manière conforme à des pratiques commerciales bonnes et prudentes;
- s'abstenir de modifier, sans avoir obtenu le consentement du conseil d'administration de MarksCo, qui ne pourra être refusé ni reporté sans motif raisonnable, les modalités d'un contrat de franchise conclu avec Second Cup au Canada de sorte que :
  - l'on calcule les revenus de redevance prévus par le contrat de franchise de façon non conforme aux pratiques présentes de Second Cup, notamment en réduisant le pourcentage des revenus que les franchisés de Second Cup doivent payer;
  - les franchisés doivent exercer des activités de façon incompatible, à tous égards importants, à la pratique passée de Second Cup.

Rajustements apportés au fonds de redevance et aux paiements effectués aux termes de la convention de licence et de redevance

La nouvelle Second Cup entend continuer à augmenter le nombre de Cafés Second Cup au Canada qui seront compris dans le fonds de redevance. Parallèlement, la direction prévoit que certains Cafés Second Cup fermeront à l'occasion conformément à la pratique passée. Conformément à la convention de licence et de redevance, le fonds de redevance sera rajusté chaque année afin qu'il soit tenu compte de l'ouverture et de la fermeture des Cafés Second Cup.

Tel qu'il est énoncé ci-après, une augmentation du nombre de Cafés Second Cup compris dans le fonds de redevance pourrait nécessiter le paiement par MarksCo à la nouvelle Second Cup d'une somme supplémentaire reflétant la valeur, pour MarksCo, de la hausse du chiffre d'affaires du réseau et de l'augmentation correspondante de la redevance. À l'inverse, une réduction du nombre de Cafés Second Cup compris dans le fonds de redevance pourrait se traduire par le paiement par la nouvelle Second Cup à MarksCo d'une somme reflétant la réduction du chiffre d'affaires du réseau et de la diminution correspondante de la redevance.

Le texte qui suit ne constitue qu'un sommaire du mode de calcul et de la mise en œuvre de ces rajustements. Vous trouverez le texte intégral des dispositions relatives aux rajustements dans la convention de licence et de redevance. Se reporter à la rubrique « Contrats importants ».

Rajustements apportés au fonds de redevance

À la date de clôture, les 351 Cafés initiaux constitueront le fonds de redevance à la base du calcul de la redevance. Le fonds de redevance ne comprendra pas les 21 Cafés au total que Second Cup a fermés ou qu'elle prévoit fermer au cours de la période allant du 12 septembre 2004 au 31 décembre 2005, au fur et à mesure que leurs baux respectifs expireront. Jusqu'au 31 décembre 2005, soit la fin de l'exercice 2005 de MarksCo, la redevance ne sera calculée qu'en fonction du chiffre d'affaires du réseau attribuable aux Cafés initiaux, et ce, même si des Cafés Second Cup supplémentaires ouvrent pendant cette période.

À compter du 1er janvier 2006, le fonds de redevance sera rajusté le 1er janvier de chaque année (la « date de rajustement ») afin d'inclure les Cafés Second Cup qui, le 1er novembre de l'année précédente, ont été ouverts pendant au moins 60 jours et qui n'étaient pas auparavant compris dans le fonds de redevance (les « Cafés supplémentaires »). Simultanément, on rajustera le fonds de redevance de sorte à retirer les Cafés fermés. Après la date de rajustement, aux fins du calcul de la redevance, le chiffre d'affaires du réseau sera calculé en fonction du nombre de Cafés Second Cup compris dans le fonds de redevance après ce rajustement.

Rajustements apportés s'il y a des Cafés supplémentaires mais pas de Café fermé

Si le chiffre d'affaires du réseau augmente en raison de l'inclusion de Cafés supplémentaires dans le fonds de redevance, le montant de la redevance annuelle payable à MarksCo devrait augmenter. Par conséquent, si, à une date de rajustement donnée, des Cafés supplémentaires sont ajoutés au fonds de redevance et qu'il n'y a pas de Cafés fermés, MarksCo versera à la nouvelle Second Cup une somme reflétant la valeur pour MarksCo de cette augmentation future du chiffre d'affaires du réseau et de l'augmentation correspondante de la redevance. Ce montant sert de base au calcul du montant déterminé. Le montant déterminé correspond à 92,5 % du montant du chiffre d'affaires du réseau supplémentaire pour la période de 52 semaines commençant à la date de rajustement attribuable à l'inclusion de Cafés supplémentaires dans le fonds de redevance (le « chiffre d'affaires du réseau supplémentaire »), multiplié par le taux de redevance et divisé par le rendement par part.

$$\text{Montant déterminé} = 92{,}5\ \% \times \left[\frac{\text{chiffre d'affaires du réseau supplémentaire attribuable aux Cafés supplémentaires} \times \text{taux de redevance}}{\text{rendement par part}} \right]$$

Le « rendement par part » à la date de rajustement correspond au montant des distributions de l'encaisse versées par le Fonds aux porteurs de parts pour chaque part détenue au cours de la période de 52 semaines terminée immédiatement avant cette date, divisée par le cours d'une part à cette date.

Rajustements apportés et paiements complémentaires s'il y a des Cafés fermés

S'il y a des Cafés fermés, on peut s'attendre à ce que le montant de la redevance payable à MarksCo par la nouvelle Second Cup diminue durant l'année où la fermeture permanente des Cafés a eu lieu et au cours des

années qui suivent. La convention de licence et de redevance prévoit donc que les rajustements suivants devront être apportés.

D'abord, une somme reflétant la réduction de la redevance attribuable à la diminution du chiffre d'affaires du réseau sera versée par la nouvelle Second Cup à MarksCo (le « paiement complémentaire ») à compter de la date de la fermeture permanente d'un Café fermé. Cette somme sera calculée en fonction du chiffre d'affaires du réseau attribuable au Café fermé pendant la première période de 52 semaines durant laquelle le Café fermé a été compris dans le fonds de redevance, multiplié par le taux de redevance. Un douzième du paiement complémentaire sera versé chaque mois pendant le reste de l'année durant laquelle la fermeture permanente a eu lieu, et ce, jusqu'à la date de rajustement suivante (calculé au prorata dans le cas des mois partiels).

Par la suite, à chaque date de rajustement, il sera tenu compte du paiement complémentaire dans le calcul du rajustement devant être apporté au fonds de redevance à la date de rajustement en question. Si le chiffre d'affaires du réseau supplémentaire attribuable aux Cafés supplémentaires devant être ajoutés au fonds de redevance suffit à compenser la perte du chiffre d'affaires du réseau attribuable aux Cafés fermés pendant la première période de 52 semaines durant laquelle les Cafés fermés ont été compris dans le fonds de redevance, MarksCo devra verser à la nouvelle Second Cup le montant déterminé applicable, duquel une somme aura été déduite au titre des Cafés fermés. Si le chiffre d'affaires du réseau attribuable aux Cafés fermés pour la première période de 52 semaines durant laquelle les Cafés fermés ont été compris dans le fonds de redevance dépasse le chiffre d'affaires du réseau supplémentaire attribuable aux Cafés supplémentaires devant être ajoutés au fonds de redevance, le paiement complémentaire sera reporté et continuera à être versé au cours des années ultérieures, jusqu'à ce qu'à une date de rajustement, le chiffre d'affaires du réseau supplémentaire attribuable aux Cafés supplémentaires suffise à compenser le chiffre d'affaires du réseau attribuable à tous les Cafés fermés. Le cas échéant, le montant du paiement complémentaire sera réduit pour qu'il soit tenu compte de toute augmentation prévue de la redevance liée au chiffre d'affaires du réseau supplémentaire attribuable aux Cafés supplémentaires devant être ajoutés au fonds de redevance à la date de rajustement en question.

La formule suivante reflète le mode de calcul des sommes que MarksCo doit verser à la nouvelle Second Cup s'il y a des Cafés supplémentaires et des Cafés fermés à une date de rajustement donnée :

$$\text{Montant déterminé} = 92{,}5\ \% \times \left[\frac{\text{(chiffre d'affaires du réseau supplémentaire attribuable aux Cafés supplémentaires} - \text{chiffre d'affaires du réseau attribuable aux Cafés fermés)} \times \text{taux de redevance}}{\text{rendement par part}} \right]$$

Paiement du montant déterminé

MarksCo peut verser le montant déterminé à la nouvelle Second Cup comme suit, à son gré : (i) au moyen du transfert de nouvelles parts émises d'après le cours de ces parts à la date de rajustement à laquelle le premier versement (dont il est question ci-après) est effectué ou (ii) au comptant. Si MarksCo choisit de verser le montant déterminé au comptant, la nouvelle Second Cup aura un droit préférentiel de souscription des parts qui peuvent être émises par le Fonds aux fins du financement ou du refinancement, direct ou indirect, de ce versement au comptant. Se reporter à la rubrique « Description du Fonds — Droit préférentiel de souscription ».

Si le cours des parts est inférieur à 10,00 $ et que MarksCo choisit de verser le montant déterminé au comptant, elle peut exiger que la nouvelle Second Cup souscrive des parts (à un prix de souscription équivalant au cours des parts) pour un prix de souscription global équivalant au montant déterminé.

MarksCo paiera le montant déterminé en deux versements, chacun payable à une date de rajustement. Aux fins du premier versement, la nouvelle Second Cup estimera le chiffre d'affaires du réseau supplémentaire prévu que réaliseront au cours de la première période de 52 semaines durant laquelle sont inclus les Cafés supplémentaires dans le fonds de redevance (le « chiffre d'affaires du réseau supplémentaire prévu attribuable aux Cafés supplémentaires »). MarksCo versera, à la date de rajustement, 80 % du montant déterminé estimatif calculé à l'aide de ce montant prévu selon les formules décrites ci-dessus. À la date de rajustement suivante, le montant déterminé réel sera calculé pour la période de 52 semaines antérieure et sera comparé au montant déterminé estimatif. Si le chiffre d'affaires du réseau supplémentaire réel attribuable aux Cafés supplémentaires dépasse 80 % du chiffre d'affaires du réseau supplémentaire prévu attribuable aux Cafés supplémentaires, MarksCo devra effectuer le deuxième versement à cette date de rajustement. En outre, MarksCo devra payer à

la nouvelle Second Cup le montant des distributions ou les autres sommes que celle-ci aurait reçues ou des intérêts qui auraient été produits en sa faveur si le deuxième versement avait été effectué à la même date que le premier versement. Toutefois, si le chiffre d'affaires du réseau supplémentaire réel attribuable aux Cafés supplémentaires est inférieur à 80 % du chiffre d'affaires du réseau supplémentaire prévu attribuable aux Cafés supplémentaires, la nouvelle Second Cup aura reçu, en vertu du premier versement, une somme excédant le montant déterminé. Même si l'on ne s'attend pas à ce que cela se produise souvent, si la nouvelle Second Cup reçoit une telle somme excédentaire, elle remboursera à MarksCo cette somme excédentaire de même que les distributions ou les autres sommes qu'elle a reçues du Fonds ou l'intérêt qui a été produit en sa faveur à l'égard de celle-ci.

MarksCo, AcquisitionCo, le Fonds et la nouvelle Second Cup concluront la convention de souscription afin de s'assurer que MarksCo détient les parts et/ou les fonds nécessaires pour financer les obligations à l'égard de l'inclusion de Cafés supplémentaires dans le fonds de redevance qui lui incombent aux termes de la convention de licence et de redevance.

Nouvelles marques de commerce

La nouvelle Second Cup peut, à l'occasion, concevoir des marques de commerce supplémentaires aux fins d'utilisation au Canada. Si ces marques de commerce sont liées aux marques de Second Cup ou visent à être utilisées relativement aux Cafés Second Cup au Canada, elles seront cédées à MarksCo sans frais supplémentaires et feront partie des marques de Second Cup. La licence permettra donc à la nouvelle Second Cup de les utiliser (y compris aux fins des noms commerciaux et des noms de domaines) conformément aux modalités et conditions de la convention de licence et de redevance. Se reporter à la rubrique « Les marques de Second Cup ».

DIRECTION ET GOUVERNANCE D'ENTREPRISE DE MARKSCO

L'entreprise de MarksCo sera gérée et supervisée par son conseil d'administration. Même si le Fonds, sera initialement propriétaire de la totalité des actions ordinaires de MarksCo, indirectement, par l'intermédiaire d'AcquisitionCo, il ne jouera pas un rôle actif dans la gestion quotidienne de MarksCo. À la clôture, le Fonds, MarksCo, la nouvelle Second Cup, AcquisitionCo et Cara concluront la convention de gouvernance qui traitera de diverses questions liées à MarksCo, notamment celles qui sont décrites ci-après.

Dirigeants

Le conseil d'administration de MarksCo comprendra au moins cinq personnes à la clôture. Aux termes de la convention de gouvernance, la nouvelle Second Cup aura le droit de proposer la candidature de deux administrateurs et le Fonds, de tous les administrateurs restants. Chaque administrateur de MarksCo dont la candidature est proposée par le Fonds doit être un « administrateur non relié », au sens des lignes directrices de la Bourse de Toronto en matière de régie d'entreprise et dans toute disposition réglementaire de remplacement, et être « indépendant », au sens de la Norme multilatérale 52-110, *Comité de vérification*. Le droit de la nouvelle Second Cup de proposer la candidature de deux administrateurs de MarksCo sera conditionnel à ce que la nouvelle Second Cup ou un membre de son groupe détienne 10 % ou plus des parts ou des titres convertibles en des parts ou échangeables contre celles-ci. Les nom, municipalité de résidence, poste occupé auprès de MarksCo et fonctions principales des trois candidats initiaux proposés par le Fonds à titre d'administrateurs de MarksCo

sont présentés ci-après. Les candidats au poste d'administrateur proposés par le Fonds seront tous fiduciaires du Fonds à la clôture.

Nom et municipalité de résidence	Poste occupé auprès de MarksCo	Fonctions principales
David Bloom . . . . . Thornhill (Ontario)	Président du conseil et administrateur	Président, DGRB Consultants Inc.
Michael Rosicki . . . . . Oakville (Ontario)	Administrateur	Chef de la direction et président du conseil sortant, Parmalat Amérique du Nord
Raymond Guyatt . . . . . Westmount (Québec)	Administrateur	Retraité

Les nom, municipalité de résidence, poste occupé auprès de MarksCo et fonctions principales de chacun des candidats initiaux que la nouvelle Second Cup a proposés à titre d'administrateur de MarksCo sont présentés ci-après.

Nom et municipalité de résidence	Poste occupé au sein de MarksCo	Fonctions principales
Gabriel Tsampalieros . . . Markham (Ontario)	Administrateur	Président et chef de la direction de Cara
Bruce Elliot . . . . . Etobicoke (Ontario)	Administrateur	Président de Second Cup

Note biographique

Vous trouverez ci-après une note biographique sur chacun des administrateurs initiaux de MarksCo, sauf Gabriel Tsampalieros et Bruce Elliot, dont les notes biographiques figurent à la rubrique « Activités de Second Cup — Direction ».

David Bloom

David Bloom est président et administrateur de DGRB Consultants Inc. De 1986 à 2001, il a été président du conseil et chef de la direction de Shoppers Drug Mart Inc. M. Bloom est fondateur de l'Association canadienne des chaînes de pharmacies et ancien président du Conseil canadien du commerce de détail. Il est administrateur de Sleep Country Canada Inc. et fiduciaire de Sleep Country Canada Income Fund, de même qu'administrateur de Swiss Herbal Remedies Limited et de Sterling Centrecorp Inc. M. Bloom est également membre du conseil de fiduciaires du Hospital for Sick Children et exécutif en résidence à la Schulich School of Business, Université York.

Michael Rosicki

M. Rosicki est le chef de la direction et président du conseil sortant de Parmalat Amérique du Nord, dont il a joint les rangs en 1999. De 1997 à 1999, M. Rosicki a travaillé pour Mattel, d'abord à titre de président de Mattel Canada Inc., puis de président de Mattel Europe, Canada, Moyen-Orient et Afrique. Auparavant, il a occupé auprès de Nestlé Canada Inc. pendant 12 ans des postes de haute direction qui l'ont progressivement amené à devenir président du groupe alimentaire de la société. M. Rosicki est administrateur de la Hospital for Sick Children Foundation et a occupé divers postes au sein de la haute direction de diverses associations de l'industrie et œuvres de bienfaisance, notamment celui d'ancien président des Fabricants de produits alimentaires et de consommation du Canada, d'ancien président de la Société de l'enfance canadienne et de Jeunesse J'écoute, de même que ceux de président fondateur de la Journée nationale de l'enfant et d'ancien président de la Ontario Grocery Industry Foundation.

Raymond Guyatt

Raymond Guyatt est un dirigeant à la retraite. De 1987 à 2000, il a été vice-président directeur et chef des finances d'Imasco Limitée. Il a également siégé au conseil d'administration d'Imasco et de Services financiers CT inc. de 1990 à 2000. M. Guyatt est devenu administrateur de Corporation Financière Mackenzie en 2002 et a présidé le Conseil de l'innovation de l'Institut Canadien des Comptables Agréés de 2001 à 2003.

Comités

Comité de vérification

Comme l'exigent les lois sur les valeurs mobilières applicables, le Fonds établira un comité de vérification chargé de surveiller la présentation de l'information financière, les systèmes comptables et les contrôles internes du Fonds, de même que d'assurer la liaison avec les vérificateurs externes du Fonds. Le comité de vérification devra compter au moins trois fiduciaires, dont chacun devra être « indépendant », au sens de la Norme multilatérale 52-110, *Comité de vérification*, sous réserve des dispositions de cette norme. Le président du comité de vérification recevra une rémunération de 3 000 $ par année en cette qualité.

Comité de gouvernance

On s'attend à ce que le conseil d'administration de MarksCo établisse un comité de gouvernance composé de membres du conseil d'administration de MarksCo qui sont « indépendants », au sens de la Norme multilatérale 52-110, *Comité de vérification*. Le comité de gouvernance devrait, sous réserve de ce que décidera le conseil d'administration de MarksCo, avoir le rôle suivant :

- superviser les activités de MarksCo, notamment les paiements devant être effectués par la nouvelle Second Cup à MarksCo aux termes de la convention de licence et de redevance;
- examiner toute question ayant trait à un conflit d'intérêts important mettant en cause la nouvelle Second Cup, Cara, AcquisitionCo, MarksCo et le Fonds (y compris toute question ayant trait à la convention d'acquisition, à la convention de gouvernance, à la convention de licence et de redevance, à la convention de soutien, à la convention d'administration, à la convention de souscription, à la convention de sûreté générale et aux marques de Second Cup) avant son approbation par le conseil d'administration de MarksCo, et donner au conseil d'administration une recommandation à cet égard;
- examiner chaque année : i) les activités de la nouvelle Second Cup, notamment ses plans d'affaires et ses perspectives pour l'exercice suivant, ii) le rendement de la direction de la nouvelle Second Cup et iii) les rajustements devant être apportés à la redevance conformément à la convention de licence et de redevance;
- élaborer la stratégie de MarksCo à l'égard de questions liées à la gouvernance d'entreprise et du respect des lois, des règlements, des règles, des politiques et des ordonnances applicables se rapportant à ces questions;
- fournir au conseil d'administration des conseils relativement aux postes à pourvoir au sein du conseil;
- examiner périodiquement la composition et l'efficacité du conseil et des fiduciaires du Fonds, de même que l'apport de chaque administrateur et fiduciaire du Fonds.

Rémunération des administrateurs

Chaque administrateur de MarksCo qui n'est pas employé à temps plein de Cara, de la nouvelle Second Cup ou d'une filiale de celles-ci recevra une rémunération de 12 500 $ par année en tant qu'administrateur et de 750 $ par réunion du conseil d'administration ou des comités du conseil d'administration à laquelle il assiste, sauf s'il assiste à une réunion des fiduciaires du Fonds et du conseil d'administration de MarksCo et/ou d'AcquisitionCo le même jour, auquel cas il aura droit à 1 000 $ au total pour toutes les réunions. MarksCo remboursera également chacun de ses administrateurs des frais remboursables engagés pour assister aux réunions de son conseil d'administration ou des comités de celui-ci. Le président du conseil recevra une rémunération supplémentaire de 15 000 $ par année. Cette rémunération sera versée par MarksCo.

MarksCo sera le bénéficiaire d'une police d'assurance à l'intention de ses administrateurs et dirigeants ainsi que de ceux de ses filiales. Cette police s'appliquera également aux fiduciaires du Fonds de même qu'aux administrateurs et aux dirigeants des filiales du Fonds, dont AcquisitionCo., ainsi qu'aux administrateurs et dirigeants de la nouvelle Second Cup. La limite globale de responsabilité applicable à l'ensemble des administrateurs, des dirigeants et des fiduciaires prévus par la police devrait être d'au moins 10 millions de dollars, les frais de défense y compris. Aux termes de la police, MarksCo, le Fonds, AcquisitionCo et la nouvelle Second Cup devraient bénéficier d'une garantie de remboursement pour toute indemnisation qu'ils auront versée à leurs administrateurs, dirigeants et fiduciaires assurés en sus d'une franchise pour chaque sinistre. La police devrait comprendre une garantie en cas de déclaration de sinistre relative à des valeurs mobilières pour MarksCo, le Fonds, AcquisitionCo et la nouvelle Second Cup, les protégeant contre l'obligation légale de verser une somme par suite d'une déclaration de sinistre de ce type intentée contre eux. Toutefois, MarksCo, le Fonds, AcquisitionCo, la nouvelle Second Cup ainsi que leurs administrateurs, dirigeants et fiduciaires respectifs devraient se partager la limite de responsabilité globale, de sorte que cette dernière ne leur sera probablement pas exclusive.

MarksCo conclura également des contrats visant à indemniser chacun de ses administrateurs et dirigeants ainsi que chacun des administrateurs et dirigeants d'AcquisitionCo et chacun des fiduciaires du Fonds de toute responsabilité et de tous frais à l'égard d'une action ou d'une poursuite intentée contre eux relativement à l'exercice de leurs fonctions, sous réserve des limites énoncées dans les lois applicables.

Déclarations d'initié

D'après une analyse de la structure du Fonds et des lois applicables, les personnes suivantes seront des initiés du Fonds et, à ce titre, seront assujettis aux obligations de déclaration en tant qu'« initiés » en vertu des lois sur les valeurs mobilières des diverses provinces et des divers territoires du Canada (notamment l'obligation de déposer des « déclarations d'initié » en vertu de ces lois) :

- les fiduciaires du Fonds;
- les administrateurs et hauts dirigeants de MarksCo et d'AcquisitionCo;
- la nouvelle Second Cup, Cara ainsi que leurs administrateurs et hauts dirigeants respectifs.

Clauses restrictives

Cara conviendra dans la convention de gouvernance de ne pas être la propriétaire ou l'exploitante d'une entreprise de café de spécialité au Canada pendant la période de la licence, et de ne pas y avoir d'intérêt, sauf par l'entremise de la propriété de parts et de la façon permise par la convention de licence et de redevance, et ce, tant qu'elle détiendra des titres représentant au moins 5 % des droits de vote de la nouvelle Second Cup.

Droit de première offre

Aux termes de la convention de gouvernance, le Fonds aura un droit de première offre à l'égard de certaines opérations ayant trait à la vente de l'entreprise de la nouvelle Second Cup, tel qu'il est décrit plus en détail ci-après. Aux termes de ce droit, ni Cara, ni la nouvelle Second Cup, ni les parties reliées à elles ne concluront une convention à l'égard d'une opération (une « opération de changement de contrôle ») qui, si elle était réalisée, entraînerait un changement de contrôle (tel que ce terme est défini ci-après) de la nouvelle Second Cup, à moins que le Fonds ou MarksCo n'ait d'abord obtenu le droit d'acquérir, directement ou indirectement par l'entremise d'une ou de plusieurs filiales, des actifs et l'entreprise et/ou les actions, selon le cas, de la nouvelle Second Cup (l'« entreprise de Second Cup ») détenues directement ou indirectement par Cara. Cette possibilité d'acquisition sera offerte moyennant la contrepartie et selon les modalités énoncées dans un avis écrit (l'« avis de droit de première offre ») transmis par la nouvelle Second Cup au Fonds et à MarksCo. L'avis de droit de première offre doit renfermer un sommaire de l'opération de changement de contrôle et donner des précisions sur ses modalités importantes, notamment le prix d'achat devant être payé par le Fonds ou par MarksCo pour l'entreprise de Second Cup.

Le droit de première offre expirera dans les cas suivants :

- le Fonds ou MarksCo n'informe pas la nouvelle Second Cup par écrit dans les 30 jours suivant la réception de l'avis de droit de première offre de son souhait d'acheter l'entreprise de Second Cup;
- le Fonds ou MarksCo ne conclut pas avec la nouvelle Second Cup, Cara ou la partie reliée pertinente une convention d'achat de l'entreprise de Second Cup dans les 30 jours suivant la réception par la nouvelle Second Cup d'un avis écrit indiquant que le Fonds ou MarksCo souhaite acheter l'entreprise de Second Cup.

Toutefois, Cara, la nouvelle Second Cup ou la partie reliée ne peut conclure une convention à l'égard d'une opération de changement de contrôle que dans les cas suivants :

- les sommes que recevraient la nouvelle Second Cup, Cara ou la partie reliée à la conclusion d'une opération de changement de contrôle, déduction faite des impôts sur le revenu que la nouvelle Second Cup, Cara ou la partie reliée devraient payer en vertu de la LIR si la contrepartie payable à l'égard de l'opération de changement de contrôle était immédiatement distribuée ou versée à la nouvelle Second Cup, à Cara ou à la partie reliée, sont au moins égales au prix d'achat devant être payé par le Fonds ou MarksCo, tel qu'il est énoncé dans l'avis de droit de première offre;
- les modalités de l'opération prévues par cette convention, lorsqu'elles sont considérées dans l'ensemble de façon raisonnable, du point de vue commercial, en ce qui a trait à la nature de l'opération, ainsi que le sommaire de l'opération projetée contenu dans l'avis de droit de première offre, ne sont pas considérablement plus favorables pour l'acheteur que le sommaire des modalités de l'opération projetée contenu dans l'avis de droit de première offre;
- dans le cas d'une convention d'achat de l'entreprise de Second Cup, au plus tard à la date de la conclusion de l'opération, l'acheteur (y compris une « société remplaçante », tel que ce terme est défini ci-après) conclut avec le Fonds ou MarksCo une convention selon laquelle il convient de prendre en charge les obligations qui incombent à la nouvelle Second Cup aux termes de toutes les conventions conclues avec le Fonds ou MarksCo, dont la convention de gouvernance et la convention de licence et de redevance.

Si Cara, la nouvelle Second Cup ou la partie reliée ne conclut pas une telle convention dans les 210 jours suivant la date où l'avis de droit de première offre a été transmis au Fonds ou à MarksCo à l'égard de cette opération, ou si une opération de changement de contrôle permis par ce qui précède n'est pas réalisée avant le premier anniversaire de la date à laquelle l'avis de droit de première offre a été transmis pour la première fois, alors ni Cara, ni la nouvelle Second Cup ni la partie reliée pertinente ne pourront conclure une convention qui, si elle était complétée, entraînerait un changement de contrôle, à moins qu'il ne soit encore une fois donné l'occasion au Fonds ou à MarksCo d'acquérir l'entreprise de Second Cup, conformément à ce qui précède.

Dans la convention de gouvernance, « changement de contrôle » désigne :

- soit l'acquisition directe ou indirecte, par une ou plusieurs personnes, agissant conjointement ou de concert, de la propriété bénéficiaire (au sens de « agissant conjointement ou de concert » et de « propriété bénéficiaire » de la Loi sur les valeurs mobilières en vigueur à la date de clôture) de 50 % ou plus titres comportant droit de vote alors en circulation de la nouvelle Second Cup;
- soit l'approbation par l'actionnaire ou les actionnaires de la nouvelle Second Cup a) d'une fusion mettant en cause la nouvelle Second Cup ou b) d'une liquidation ou d'une dissolution complète de la nouvelle Second Cup ou d'une aliénation, notamment par vente, de la totalité ou de la quasi-totalité des actifs de la nouvelle Second Cup.

Malgré ce qui précède, un changement de contrôle ne sera pas réputé survenir si, après la conclusion de l'opération projetée :

- Cara était propriétaire, directement ou indirectement, de plus de 50 % des droits de vote combinés rattachés aux titres comportant droit de vote alors en circulation de la société ou d'une autre entité (chacune, une « société remplaçante ») a) qui a acquis 50 % ou plus des droits de vote combinés rattachés aux titres comportant droit de vote alors en circulation de la nouvelle Second Cup, b) issue d'une fusion

mettant en cause la nouvelle Second Cup ou c) qui acquiert (notamment à la suite d'une distribution en cas de liquidation) les actifs et l'entreprise appartenant auparavant à la nouvelle Second Cup, à la condition que, dans le cas énoncé à l'alinéa a) ou c), la société remplaçante prenne en charge les obligations qui incombent à la nouvelle Second Cup aux termes de toutes les conventions intervenues entre la nouvelle Second Cup et le Fonds et ses filiales;

- 50 % ou plus des droits de vote combinés rattachés aux titres comportant droit de vote en circulation de la nouvelle Second Cup (ou, selon le cas, d'une société remplaçante) sont directement ou indirectement détenus par des personnes qui sont des employés de la nouvelle Second Cup (ou, selon le cas, d'une société remplaçante) ou des membres de son groupe, à la condition que, dans le cas d'une vente des actifs et de l'entreprise de la nouvelle Second Cup, la société remplaçante prenne en charge toutes les obligations qui incombent à la nouvelle Second Cup aux termes de toutes les conventions intervenues entre la nouvelle Second Cup et le Fonds et ses filiales;
- à la suite d'une opération dans le cadre de laquelle les actions de la nouvelle Second Cup sont transférées ou la nouvelle Second Cup est fusionnée, 50 % ou plus des droits de vote combinés rattachés aux titres alors en circulation de la nouvelle Second Cup (ou d'une société remplaçante, dans le cas d'une fusion) sont détenus par Cara, par un fiduciaire détenant les titres uniquement pour le compte de Cara ou par des employés de la nouvelle Second Cup ou des membres de son groupe, à la condition que, dans tous les cas, le cessionnaire des actions de Cara accepte d'être lié par les modalités du droit de première offre.

Les dispositions relatives au droit de première offre ne s'appliqueront pas à un changement de contrôle attribuable ou lié à des mises en gage d'actions de la nouvelle Second Cup en faveur d'une banque ou d'une autre institution financière (ou à des actions de la nouvelle Second Cup indirectement détenues par une banque ou une autre institution financière) ni à la réalisation directe ou indirecte de ce gage par la banque ou l'autre institution financière, y compris les conventions de vote fiduciaire connexes. Toutefois, si la banque ou l'autre institution financière réalise un gage et que cette réalisation aurait autrement entraîné un changement de contrôle, le Fonds aura le droit, qu'il pourra exercer pendant 60 jours, d'acquérir l'entreprise de Second Cup à sa juste valeur marchande convenue ou décidée par arbitrage, pour la contrepartie et aux conditions énoncées dans un avis de droit de première offre transmis par la banque ou l'autre institution financière au Fonds.

PARTICIPATION CONSERVÉE

À la date de clôture, Cara, par l'entremise de la nouvelle Second Cup, souscrira et recevra 1 437 414 parts au prix d'offre, soit 15 % des parts émises et en circulation.

Dans le cadre du placement, la nouvelle Second Cup s'engagera envers les preneurs fermes dans la convention de prise ferme et avec le Fonds dans la convention de gouvernance à ne pas vendre, sans le consentement de Scotia Capitaux Inc., pour le compte des preneurs fermes ou du Fonds, selon le cas, les parts initiales qu'elle a souscrites pendant la période de deux ans suivant la date de clôture, sauf dans certaines circonstances limitées, notamment dans le cadre d'une offre publique d'achat, d'une fusion ou d'un regroupement d'entreprises similaires, ou aux termes d'un gage.

Chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau

Le tableau qui suit présente le chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau pour les périodes indiquées ci-dessous :

Relevé du chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau présenté à Les cafés Second Cup ltée par les cafés Second Cup au Canada

	Périodes de 24 semaines terminées les		Périodes de 52 semaines terminées les		
	12 septembre 2004	14 septembre 2003	27 mars 2004	29 mars 2003	30 mars 2002
	(en milliers de dollars)				
Activités des cafés détenus par les franchisés .	77 110 $	72 497 $	164 860 $	168 207 $	170 312 $
Activités des cafés détenus par la société	3 848 $	3 376 $	7 645 $	6 021 $	4 557 $
Chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau . . .	80 958 $	75 873 $	172 505 $	174 228 $	174 869 $

Aperçu

Le chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau comprend les produits d'exploitation bruts déclarés à Second Cup par les franchisés de 346 cafés Second Cup (y compris Cara aux termes d'un contrat de franchise cadre) et par les 26 cafés détenus par la société (y compris 6 exploités par des franchisés).

Les franchisés déclarent leurs résultats de vente à Second Cup toutes les semaines. Ces résultats, qui n'ont, au préalable, fait l'objet d'aucune vérification ou certification indépendante, sont vérifiés par la direction de Second Cup au moyen de procédés analytiques, qui consistent en des comparaisons historiques et en des comparaisons, pour la période écoulée de l'exercice, du rendement de chaque café avec celui du réseau. Ces procédés visent également à comparer les achats de matières premières de chaque café (fournies par les fournisseurs) avec les ventes déclarées. De plus, l'équipe de vérification interne de Cara vérifie aléatoirement les résultats de tous les cafés du réseau Second Cup.

La croissance du chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau résulte de l'ajout de nouveaux cafés au réseau Second Cup et de l'augmentation des ventes des cafés existants, laquelle dépend surtout des conditions du marché en général, des mesures prises par Second Cup au chapitre des produits, de la commercialisation et de l'établissement des prix et de la capacité de chaque café à assurer une excellente efficience d'exploitation. Les facteurs qui contribuent le plus à l'accroissement du nombre de cafés Second Cup au réseau sont la disponibilité d'emplacements de qualité et leur coût, la concurrence d'autres entreprises ou détaillants de cafés spécialisés pour l'obtention d'emplacements de choix et l'existence de franchisés compétents.

Le chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau est aussi touché par toute fermeture permanente d'un café Second Cup. Les fermetures surviennent lorsque les cafés cessent d'être viables ou, à l'occasion, lorsqu'il est impossible de renouveler un bail pour un emplacement donné ou de trouver un autre emplacement convenable pour le franchisé.

Le chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau est peu touché par les fluctuations saisonnières. De fait, pour l'exercice 2004, les ventes réalisées pendant la période des fêtes de fin d'année, soit en novembre et décembre 2003, représentaient respectivement 8,6 % et 9,0 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau pour l'exercice, tandis que celles enregistrées au cours des autres périodes représentaient entre 7,0 % et 7,9 %.

Analyse du chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau

Chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau de la période de 24 semaines terminée le 12 septembre 2004, par rapport à celui de la période de 24 semaines terminée le 14 septembre 2003

Pour la période de 24 semaines terminée le 12 septembre 2004, le chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau s'est établi à 81,0 M$, en hausse de 5,1 M$ ou de 6,7 % sur celui de la période correspondante terminée le

14 septembre 2003, qui s'était élevé à 75,9 M$. Le facteur ayant le plus contribué à cette hausse est l'augmentation de 6,1 % des ventes des cafés existants sur celles de la période correspondante de l'exercice précédent. Cette augmentation s'explique, en partie, par la hausse des prix imposée par Second Cup sur certaines boissons (hausse qui est intervenue pour 1,0 % à 1,5 % dans la croissance des ventes de la période); par la progression des ventes des cafés qui avaient été éprouvés au cours de l'exercice précédent par l'épidémie de syndrome respiratoire aigu sévère (SRAS) (augmentation qui a contribué pour environ 2,0 % de la progression du chiffre d'affaires au cours de la période, selon les ventes enregistrées uniquement par les cafés établis dans les hôpitaux de l'Ontario); par le lancement des promotions « 2,00 $, les mardis » et par un accroissement général de l'efficience d'exploitation des cafés. Les ventes de la même période de 2003 ont également été défavorablement touchées par la panne de courant survenue en août 2003 dans la région du Grand Toronto. Au cours de la période de 24 semaines terminée le 12 septembre 2004, Second Cup a ouvert 3 nouveaux cafés et en a fermé 12. Ces fermetures s'inscrivent dans un processus visant, pour Second Cup, à se défaire des cafés non rentables et à maintenir un portefeuille moderne de cafés. Au 12 septembre 2004, Second Cup comptait 372 cafés, contre 379 au 14 septembre 2003.

Chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau de la période de 52 semaines terminée le 27 mars 2004, par rapport à celui de la période de 52 semaines terminée le 29 mars 2003

Pour la période de 52 semaines terminée le 27 mars 2004, le chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau a été de 172,5 M$, ce qui représente une baisse de 1,7 M$ ou de 1,0 % sur les 174,2 M$ de la période correspondante terminée le 29 mars 2003. Au cours de la période terminée en 2004, les ventes des cafés existants ont chuté de 0,7 %. Cette chute s'explique essentiellement par l'épidémie de SRAS, survenue au début de la période de 52 semaines, qui a nui aux ventes des cafés, principalement ceux situés en milieu hospitalier, mais aussi à celles des cafés se trouvant dans les zones touristiques ou dans les aires de transport. La baisse des ventes des cafés établis dans les hôpitaux de l'Ontario a compté pour environ 0,9 % de la diminution du chiffre d'affaires des cafés existants au cours de la période terminée en 2004. Les ventes ont également été défavorablement touchées par la panne de courant survenue en août 2003 dans la région du Grand Toronto. Au cours de la période terminée en 2004, Second Cup a centré ses efforts sur l'amélioration des activités dans les cafés et sur le maintien de l'uniformisation des produits à l'échelle du réseau. L'accent mis sur les activités de base a aidé à renverser la tendance négative des ventes des cafés existants et a permis à ces derniers de clôturer l'exercice par une croissance de leurs ventes pour une cinquième période consécutive de quatre semaines. Au cours de la période terminée en 2004, Second Cup a ouvert 12 cafés et en a fermé autant. Au 27 mars 2004 et au 29 mars 2003, elle en comptait 381.

Chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau de la période de 52 semaines terminée le 29 mars 2003, par rapport à celui de la période de 52 semaines terminée le 30 mars 2002

Pour la période de 52 semaines terminée le 29 mars 2003, le chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau s'est établi à 174,2 M$, en chute de 0,7 M$ ou de 0,4 % comparativement aux 174,9 M$ de la période correspondante terminée le 30 mars 2002. Au cours de la période terminée en 2003, les ventes des cafés existants ont diminué de 0,3 %. Au cours de la période, Second Cup a ouvert 10 cafés et en a fermé 17. Au 29 mars 2003, Second Cup comptait 381 cafés, contre 388 au 30 mars 2002.

Perspectives

La direction compte continuer de concentrer ses efforts sur la croissance des ventes des cafés existants et sur l'augmentation du nombre de nouveaux cafés Second Cup au Canada. Pour accroître les ventes des cafés existants, la direction a l'intention de miser sur les programmes de commercialisation et de développement des boissons à base d'espresso et des mélanges qui sont les boissons de Second Cup connaissant la croissance la plus rapide et se vendant au prix moyen le plus élevé; d'effectuer régulièrement des travaux de rénovation pour moderniser son réseau de cafés; d'élargir ses menus, y compris le choix de produits d'accompagnement, tels que les grignotines; de mettre l'accent sur les activités visant à augmenter la notoriété de la marque; et de s'assurer que les cafés sont très bien exploités. Grâce à ses efforts visant l'excellence au chapitre de l'exploitation, Second Cup a réussi à renverser la tendance à la baisse des ventes des cafés existants qui avait commencé à se dessiner au deuxième semestre de l'exercice 2002, et ses efforts ont permis à ces cafés d'enregistrer une croissance des

ventes pour une onzième période consécutive de quatre semaines. Second Cup travaille aussi à l'augmentation de ses ressources dans les domaines de l'immobilier, du franchisage et de la construction, ce qui, conjugué aux services administratifs fournis par Cara, favorisera grandement la croissance de ses nouveaux cafés au Canada.

Second Cup

Aperçu

L'exercice de Second Cup, qui comprend 13 périodes de 4 semaines chacune, s'est toujours terminé le samedi le plus près du 31 mars. Pour maintenir sa date de fin d'exercice, Second Cup ajoute d'ordinaire à son exercice une semaine supplémentaire (soit une 53e semaine) une fois tous les cinq ans environ.

Les produits de Second Cup proviennent des redevances payées par les franchisés, des droits de franchise initiaux et de renouvellement, des frais d'administration, des ventes des cafés appartenant à la société, des honoraires de coordination et d'autres sources. Il y a lieu de se reporter à la rubrique intitulée « Activités de Second Cup — Sources de produits d'exploitation ». Le montant des produits dépend d'un certain nombre de facteurs, les principaux étant le chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau, le nombre d'ouvertures de cafés, le nombre de contrats de franchise renouvelés et les ventes des cafés détenus par la société.

Les frais d'exploitation et d'administration comprennent les rémunérations ainsi que les frais généraux et frais d'administration liés à l'exploitation de Second Cup en ce qui a trait à la prestation de services aux cafés franchisés et aux cafés appartenant à la société, les frais associés au maintien et à l'enrichissement de la marque Second Cup, les frais liés à la recherche ainsi qu'à la mise au point et à la commercialisation de nouveaux produits ainsi que les frais associés à l'établissement de nouveaux cafés Second Cup et au renouvellement des cafés existants. Les frais d'exploitation comprennent également ceux qui sont liés aux cafés détenus par la société.

Renseignements financiers historiques choisis

Les tableaux qui suivent fournissent des renseignements financiers historiques choisis et d'autres données concernant les activités canadiennes de Second Cup, qui devraient être lus parallèlement aux états financiers consolidés figurant ailleurs dans le présent prospectus.

Le « BAIIA » n'est pas une mesure reconnue par les principes comptables généralement reconnus du Canada. Le BAIIA s'entend ici du bénéfice établi selon les principes comptables généralement reconnus s'appliquant aux états financiers avant les intérêts, les impôts et l'amortissement. La direction de Second Cup estime que, outre le bénéfice net, le BAIIA constitue une mesure complémentaire utile pour évaluer son rendement, puisqu'il fournit aux investisseurs une indication des fonds pouvant être affectés au service de la dette, aux besoins en fonds de roulement et aux dépenses en immobilisations. Les investisseurs sont toutefois priés de ne pas considérer le BAIIA comme un substitut à l'état des flux de trésorerie pour évaluer l'encaisse et les flux de trésorerie. Il se peut que la méthode utilisée pour calculer le BAIIA aux fins du présent prospectus diffère des méthodes employées par d'autres émetteurs et, par conséquent, il se peut que le BAIIA figurant au présent prospectus ne puisse être comparé au BAIIA utilisé par d'autres émetteurs.

Renseignements financiers historiques choisis de Les cafés Second Cup ltée

	Périodes de 24 semaines terminées les		Périodes de 52 semaines terminées les		
	12 septembre 2004	14 septembre 2003	27 mars 2004	29 mars 2003	30 mars 2002
	(non vérifiés) (en milliers de dollars)		(en milliers de dollars)		
Chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau — activités canadiennes	80 958 $	75 873 $	172 505 $	174 228 $	174 869 $
Données tirées de l'état des résultats					
Produits tirés des activités canadiennes					
Produits de franchisage	6 668 $	6 438 $	14 407 $	14 486 $	14 571 $
Produits tirés des cafés appartenant à la société	3 848	3 376	7 645	6 004	4 557
Autres produits	1 825	1 665	3 809	3 980	4 123
	12 341 $	11 479 $	25 861 $	24 470 $	23 251 $
Frais d'exploitation et d'administration des activités canadiennes	7 409	7 330	15 330	14 497	15 295
BAIIA des activités canadiennes	4 932 $	4 149 $	10 531 $	9 973 $	7 956 $
Autres produits et charges					
Produits tirés des activités internationales	117	15	143	543	—
Charges engagées pour les activités internationales	(217)	(215)	(542)	(198)	(28)
Frais de restructuration et autres charges inhabituelles	—	(165)	(378)	(1 874)	(2 159)
BAIIA	4 832 $	3 784 $	9 754 $	8 444 $	5 769 $
Rapprochement du BAIIA et du bénéfice net					
BAIIA	4 832 $	3 784 $	9 754 $	8 444 $	5 769 $
Ajouter (déduire)					
Amortissement des immobilisations	(252)	(231)	(460)	(323)	(726)
Intérêts créditeurs (débiteurs), montant net	148	84	208	68	(232)
Impôts sur les bénéfices	(1 700)	(1 438)	(3 779)	(3 256)	(3 098)
Bénéfice net de la période	3 028 $	2 199 $	5 723 $	4 933 $	1 713 $

	Aux		
	12 septembre 2004	27 mars 2004	29 mars 2003
		(non vérifiés) (en milliers de dollars)	
Données tirées du bilan			
Total de l'actif	26 341 $	23 163 $	19 621 $
Total du passif à long terme	—	—	—

Résultats des activités canadiennes

Résultats de la période de 24 semaines terminée le 12 septembre 2004, par rapport à ceux de la période de 24 semaines terminée le 14 septembre 2003

Pour la période de 24 semaines terminée le 12 septembre 2004, les produits se sont élevés à 12,3 M$, contre 11,5 M$ pour la période correspondante terminée le 14 septembre 2003, ce qui constitue une augmentation de 0,8 M$ ou de 7,5 %. Les redevances perçues des franchisés se sont accrues de 0,2 M$, en grande partie grâce à l'augmentation du chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau au cours de la période. L'accroissement du chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau, dont il est question plus en détail à la rubrique intitulée « Chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau », s'explique essentiellement par l'augmentation de 6,1 % des ventes des cafés existants sur celles de la période correspondante de l'exercice précédent. La progression des ventes enregistrées par les cafés appartenant à la société intervient pour environ 0,5 M$ dans la hausse des produits et elle résulte de l'augmentation des ventes des cafés existants dont il est question précédemment et par le fait que la société exploitait, en moyenne, plus de cafés lui appartenant au cours de la période terminée en 2004 que pendant la période précédente. Le reste de la progression des ventes est attribuable au moment où des ventes de produits et d'autres produits ont été réalisées par rapport à la période précédente.

Les frais d'exploitation et d'administration ont augmenté pour s'établir à 7,4 M$, en regard de 7,3 M$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. Le poste « frais d'exploitation et d'administration » comprend une charge non récurrente de 0,7 M$ (la « charge de construction ») qui a été comptabilisée au cours de la période terminée en 2003. Cette charge est liée à l'insolvabilité d'une société de gestion de la construction dont Second Cup avait retenu les services pour ses besoins en construction. Pour la période terminée en 2004, les frais d'exploitation et d'administration tiennent compte d'une hausse de 0,6 M$, qui a résulté d'un accroissement des dépenses engagées par les cafés existants. Cet accroissement s'explique à son tour par le fait qu'au cours de l'exercice à l'étude un plus grand nombre de cafés appartenant à la société était exploité. La hausse de 0,6 M$ a toutefois été en partie neutralisée par une diminution des dépenses générales de personnel, liée plus particulièrement au franchisage et à l'immobilier, qui est attribuable au fait que ces services sont maintenant offerts par Cara (tel qu'il est décrit dans la rubrique intitulée « Opérations avec des apparentés » figurant plus loin). Les frais d'exploitation et d'administration de la période terminée en 2004 comprennent également une charge de 0,1 M$ liée aux obligations qui découlent des contrats de location visant les locaux que Second Cup exploite conjointement avec un restaurant à service rapide, tel qu'il est décrit plus en détail à la note 10 afférente aux états financiers consolidés de Second Cup présentés ailleurs dans le présent prospectus.

Ainsi, le BAIIA des activités canadiennes s'est accru de 0,8 M$ ou de 18,9 % pour s'établir à 4,9 M$ pour la période de 24 semaines terminée le 12 septembre 2004, contre 4,1 M$ pour la période correspondante terminée le 14 septembre 2003.

L'amortissement est demeuré relativement inchangé, passant de 0,2 M$ à 0,3 M$ au cours de la période. Pour la période terminée en 2004, les intérêts créditeurs ont progressé d'un peu moins de 0,1 M$. Cette progression découle de l'augmentation des avances consenties à Cara, tel qu'il est décrit à la rubrique « Opérations avec des apparentés » figurant plus loin dans le prospectus.

Pour la période terminée en 2004, la charge d'impôts sur les bénéfices a grimpé de 0,3 M$ pour se chiffrer à 1,7 M$; elle s'était élevée à 1,4 M$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. Cette hausse s'explique presque exclusivement par l'augmentation de 1,1 M$ du bénéfice avant impôts sur celui de la période de 24 semaines terminée le 14 septembre 2003.

Résultats de la période de 52 semaines terminée le 27 mars 2004, par rapport à ceux de la période de 52 semaines terminée le 29 mars 2003

Pour la période de 52 semaines terminée le 27 mars 2004, les produits se sont élevés à 25,9 M$, soit une hausse de 1,4 M$ ou de 5,7 % en regard des 24,5 M$ de la période correspondante terminée le 29 mars 2003. Cette hausse s'explique surtout du fait que les ventes enregistrées par les cafés détenus par la société au cours de la période ont été supérieures de 1,6 M$ à celles de la période précédente, du fait que Second Cup exploitait en moyenne plus de cafés lui appartenant au cours de la période que pendant la période précédente. Sans l'ajout net de nouveaux cafés au réseau et à cause d'une baisse de 0,7 % des ventes des cafés existants, les produits de franchisage ont diminué par rapport à la période précédente.

Pour la période de 52 semaines terminée le 27 mars 2004, les frais d'exploitation et d'administration ont progressé de 0,8 M$ ou de 5,7 % pour atteindre 15,3 M$, en regard de 14,5 M$ pour la période correspondante terminée le 29 mars 2003. Environ 0,5 M$ de cette hausse est attribuable au fait qu'au cours de la période terminée en 2004 Second Cup exploitait, en moyenne, plus de cafés lui appartenant que pendant la période correspondante de l'exercice précédent. De plus, la charge de construction de 0,7 M$ (dont il a déjà été question) a été engagée au cours de la période terminée en 2004. L'augmentation des frais d'exploitation et d'administration a été en partie annulée par une diminution de la charge de rémunération, laquelle s'explique par le fait qu'au cours de la période terminée en 2004 aucune prime de rendement n'a été versée, et ce, parce que les objectifs donnant droit à ces primes n'ont pas été atteints par les employés et les dirigeants. Au cours de la période correspondante de l'exercice précédent, Second Cup avait versé des primes de 0,4 M$. Les frais d'exploitation et d'administration de la période terminée en 2004 comprennent également une charge de 0,1 M$ liée aux obligations qui découlent des contrats de location visant les locaux que Second Cup exploite conjointement avec un restaurant à service rapide, tel qu'il est décrit plus en détail à la note 10 afférente aux états financiers consolidés de Second Cup présentés ailleurs dans le présent prospectus.

Ainsi, le BAIIA des activités canadiennes a grimpé de 0,5 M$ ou de 5,6 % pour atteindre 10,5 M$ pour la période de 52 semaines terminée le 27 mars 2004, alors qu'il s'était chiffré à 10,0 M$ pour la période correspondante terminée le 29 mars 2003.

Pour la période terminée en 2004, l'amortissement s'est accru de 0,1 M$ pour atteindre 0,5 M$. Cet accroissement s'explique par l'augmentation du nombre de cafés exploités par la société au cours de la période et par l'amortissement lié au montant de 0,5 M$ qui a été dépensé au cours du deuxième semestre de la période terminée en 2003 pour des améliorations locatives. Ces améliorations avaient trait au déménagement du siège social de Second Cup dans les bureaux de Cara à Mississauga.

Les intérêts créditeurs se sont accrus de 0,1 M$, parallèlement à la hausse des avances consenties à Cara, qui sont passées de 4,4 M$ au 29 mars 2003 à 8,7 M$ au 27 mars 2004. En outre, des frais de 0,4 M$ ont été engagés au cours de la période pour la restructuration liée à l'intégration de certains services de Second Cup dans Cara; ceux de la période correspondante de l'exercice précédent s'étaient chiffrés à 1,9 M$. Ces frais sont analysés plus en détail à la note 7 afférente aux états financiers consolidés de Second Cup figurant ailleurs dans le présent prospectus.

La charge d'impôts sur les bénéfices a grimpé de 0,5 M$ pour atteindre 3,8 M$ au cours de la période terminée en 2004. Cette hausse est en grande partie imputable à une augmentation de 1,3 M$ du bénéfice avant impôts sur celui de la période correspondante de l'exercice précédent et à une progression d'autres charges d'impôts sur les bénéfices, tel qu'il est expliqué à la rubrique intitulée « Estimations comptables critiques » ci-dessous.

Résultats de la période de 52 semaines terminée le 29 mars 2003, par rapport à ceux de la période de 52 semaines terminée le 30 mars 2002

Les produits de la période de 52 semaines terminée le 29 mars 2003 ont atteint 24,5 M$, ce qui représente une augmentation de 1,2 M$ ou de 5,2 % sur les 23,3 M$ de la période correspondante terminée le 30 mars 2002. Cette hausse des produits trouve son explication dans le fait que les ventes enregistrées par les cafés détenus par la société au cours de la période terminée en 2003 ont été supérieures de 1,4 M$ à celles réalisées au cours de la période précédente. Ces ventes ont augmenté parce que Second Cup exploitait, en moyenne, plus de cafés lui appartenant au cours de la période terminée en 2003 que pendant la période précédente. Les produits de franchisage et les autres produits ont été inférieurs à ceux de la période précédente, neutralisant en partie l'accroissement des produits réalisés par les cafés appartenant à la société.

Pour la période de 52 semaines terminée le 29 mars 2003, les frais d'exploitation et d'administration ont chuté de 0,8 M$ ou de 5,2 % pour s'établir à 14,5 M$. Pour la période correspondante terminée le 30 mars 2002, ils s'étaient chiffrés à 15,3 M$. Au cours de la période terminée en 2002, Second Cup avait comptabilisé une charge de 0,7 M$, soit le coût de l'abandon d'établissements non rentables dont elle était preneur à bail. En outre, des dépenses d'environ 0,5 M$ liées au fait, pour une entreprise, d'être cotée en bourse ont été éliminées après que Second Cup eut été acquise par Cara en février 2002. Les autres réductions de coûts provenaient des avantages synergiques qui ont découlé de l'acquisition de Second Cup par Cara. Parmi ces avantages, citons ceux

liés au loyer et à divers frais d'administration qui ont chuté considérablement après que Second Cup eut déménagé ses bureaux du centre-ville de Toronto à Mississauga ainsi que ceux associés à l'élimination de postes administratifs excédentaires.

Ainsi, pour la période de 52 semaines terminée le 29 mars 2003, le BAIIA des activités canadiennes est passé à 10,0 M$, soit une hausse de 2,0 M$ ou de 25,4 % sur celui de 8,0 M$ enregistré pour la période correspondante terminée le 30 mars 2002.

Pour la période de 52 semaines terminée le 29 mars 2003, l'amortissement s'est établi à 0,3 M$, en baisse de 0,4 M$ sur les 0,7 M$ de la période de 52 semaines terminée le 30 mars 2002. Cette baisse s'explique en grande partie par le fait qu'au cours de la période terminée en 2002 l'amortissement comprenait une charge d'amortissement de plus de 0,3 M$ pour des améliorations locatives liées aux locaux à bureaux occupés auparavant par Second Cup et à d'autres actifs qui ont été radiés par suite d'une dépréciation.

Les intérêts créditeurs, qui se sont chiffrés à 0,1 M$ pour l'exercice, ont trait principalement aux intérêts de 3 % imputés aux avances consenties à Cara sous forme de billets à ordre. Au 29 mars 2003, ces billets totalisaient 4,4 M$. Au cours de la période de 52 semaines terminée le 30 mars 2002, Second Cup a engagé des frais d'intérêts nets relativement à sa dette à long terme, frais qu'elle a entièrement remboursés avant la fin de l'exercice. Au cours de la période de 52 semaines terminée le 29 mars 2003, des frais de restructuration de 1,9 M$ ont été engagés relativement à l'acquisition de Second Cup par Cara; au cours de la période précédente, les frais s'étaient élevés à 2,2 M$. Ces frais sont décrits plus en détail dans la note 7 afférente aux états financiers consolidés de Second Cup figurant ailleurs dans le présent prospectus.

Bien que le bénéfice net ait augmenté de 3,2 M$ au cours de la période, la charge d'impôts sur les bénéfices n'a grimpé que de 0,2 M$ pour atteindre 3,3 M$; elle s'était chiffrée à 3,1 M$ pour la période de 52 semaines terminée le 30 mars 2002. La hausse découle essentiellement du fait que Second Cup a engagé des dépenses non déductibles d'environ 0,8 M$ au cours de la période de 52 semaines terminée le 30 mars 2002, essentiellement en rapport avec le projet de Cara d'acquérir toutes les actions en circulation de Second Cup, et elle provient aussi de l'augmentation d'autres charges d'impôts sur les bénéfices, tel qu'il est décrit à la rubrique intitulée « Estimations comptables critiques ».

Résultats des activités internationales

Relativement aux opérations visées par le présent prospectus, les activités internationales de Second Cup seront cédées à une filiale de Cara et seront exploitées par elle. Toutefois, la nouvelle Second Cup continuera de fournir les services indiqués ci-dessous moyennant des honoraires de gestion d'un montant qui devrait avoisiner celui des frais dont il est question ci-dessous.

Vers la fin de la période de 52 semaines terminée le 29 mars 2003, Second Cup a conclu deux contrats-cadres de franchise avec des partenaires établis à Dubai et au Koweit et elle a touché des droits de franchise initiaux totalisant 0,5 M$. Ces contrats permettent aux partenaires d'ouvrir des cafés sous la bannière Second Cup dans certains territoires du Moyen-Orient. Aux termes de ces contrats, 12 cafés étaient actifs au 12 septembre 2004, contre 6 au 27 mars 2004 et 1 au 29 mars 2003. Les produits tirés des activités internationales comprennent les redevances versées sur les ventes des cafés exploités en vertu des contrats, les frais payés par les partenaires pour l'obtention de droits à l'expansion des territoires visés par les ententes et les frais d'ouverture de cafés.

Les frais engagés par Second Cup incluent les frais juridiques et les frais de déplacement liés aux activités internationales. Les frais associés aux activités internationales comprennent également les frais généraux alloués de 0,2 M$ engagés par Second Cup au cours des périodes de 24 semaines terminées les 12 septembre 2004 et 14 septembre 2003 et ceux de 0,4 M$ engagés au cours des périodes de 52 semaines terminées les 27 mars 2004 et 29 mars 2003. Les frais alloués comprennent les frais liés à la supervision de cafés internationaux par des personnes désignées par Second Cup, à l'utilisation des produits mis au point par les activités canadiennes de Second Cup et aux mesures prises par ces dernières, ainsi qu'à l'évaluation et à l'approbation de l'aménagement des cafés, et ils comprennent également d'autres frais généraux associés au développement de la marque internationale.

Liquidités et ressources en capital

Résultats de la période de 24 semaines terminée le 12 septembre 2004, par rapport à ceux de la période de 24 semaines terminée le 14 septembre 2003

Pour la période de 24 semaines terminée le 12 septembre 2004, les flux de trésorerie provenant des activités d'exploitation ont atteint 4,0 M$, en regard de 0,7 M$ pour la période correspondante terminée le 14 septembre 2003. Cette hausse est surtout attribuable à une réduction de 0,7 M$ du fonds de roulement hors caisse au cours de la période, par rapport à une hausse de 1,7 M$ pour la période correspondante de l'exercice précédent et à une hausse de 0,8 M$ du bénéfice net. La baisse du fonds de roulement hors caisse au cours de la période s'explique avant tout par une diminution des comptes débiteurs et par une augmentation des dépôts relatifs aux fonds reçus des franchisés pour la construction de leurs cafés. Les comptes débiteurs ont diminué par suite de l'inclusion des honoraires de coordination perçus par Cara au nom de Second Cup dans les avances remboursables par Cara; au cours des périodes précédentes, les honoraires de coordination étaient inscrits dans les comptes débiteurs.

Les flux de trésorerie affectés aux activités d'investissement, qui ont totalisé 0,5 M$ au cours de la période, ont servi à l'acquisition de cafés franchisés existants, à l'ajout de nouveaux cafés appartenant à la société ainsi qu'à la rénovation de cafés détenus par la société.

Les flux de trésorerie affectés aux activités de financement, qui se sont élevés à 5,4 M$, avaient trait aux hausses des avances consenties à Cara par Second Cup.

Résultats de la période de 52 semaines terminée le 27 mars 2004, par rapport à ceux de la période de 52 semaines terminée le 29 mars 2003

Pour la période de 52 semaines terminée le 27 mars 2004, les flux de trésorerie provenant des activités d'exploitation se sont chiffrés à 4,0 M$, en baisse de 2,5 M$ sur les 6,5 M$ de la période correspondante terminée le 29 mars 2003. Bien que le bénéfice net ait augmenté de 0,8 M$, le bénéfice de la période précédente comprenait une charge de restructuration hors caisse de 1,0 M$ liée à l'acquisition de Second Cup par Cara. Cette charge est décrite plus en détail à la note 7 afférente aux états financiers consolidés de Second Cup figurant ailleurs dans le présent prospectus. En outre, l'augmentation des flux réalisés sur certains soldes d'impôts sur les bénéfices futurs a été pratiquement neutralisée par un gain hors caisse réalisé à la vente d'actifs, par rapport à une perte pour la période précédente. L'augmentation de 2,1 M$ du fonds de roulement hors caisse s'explique essentiellement par une baisse de 1,8 M$ des fonds déposés par les franchisés pour la construction de nouveaux cafés, par rapport aux dépôts de la période précédente au cours de laquelle il y avait eu davantage de travaux de construction et de rénovation de cafés. Le reste de la hausse du fonds de roulement hors caisse est en grande partie imputable à une diminution de 0,7 M$ des comptes créditeurs et charges à payer, laquelle est surtout attribuable au fait que Second Cup a utilisé 0,4 M$ de la provision qu'elle avait établie au cours de la période précédente pour payer des frais de restructuration.

Les flux de trésorerie liés aux activités d'investissement de la période de 52 semaines terminée le 27 mars 2004 provenaient du produit de franchisage net de 1,3 M$ tiré de 10 cafés appartenant à la société au cours de la période, comparativement à 1 café au cours de la période précédente. Ces flux de trésorerie ont été partiellement neutralisés par les flux de trésorerie de 1,1 M$ affectés à la construction et à la rénovation de cafés appartenant à la société.

Les flux de trésorerie affectés aux activités de financement, qui ont totalisé 4,3 M$, ont trait à l'augmentation des avances consenties par Second Cup à Cara.

Résultats de la période de 52 semaines terminée le 29 mars 2003, par rapport à ceux de la période de 52 semaines terminée le 30 mars 2002

Les flux de trésorerie provenant des activités d'exploitation se sont accrus de 1,7 M$ et ont atteint 6,5 M$ pour la période de 52 semaines terminée le 29 mars 2003, contre 4,8 M$ pour la période correspondante terminée le 30 mars 2002. Cette augmentation s'explique par une hausse de 3,2 M$ du bénéfice net au cours de la période et par un accroissement de 1,0 M$ des charges de restructuration hors caisse liées principalement à la constatation par régularisation de frais liés à de l'espace à bureau en trop, de frais liés à une main-d'œuvre

réduite et d'autres frais de réorganisation engagés par suite de l'acquisition de Second Cup par Cara. Le fonds de roulement hors caisse de la période a reculé de 0,3 M$, contre 2,7 M$ au cours de la période précédente. Cette baisse de 2,7 M$ au cours de la période précédente était due à un recouvrement d'impôts sur les bénéfices de 0,8 M$, à une réduction de 0,9 M$ des charges à payer découlant surtout d'une réserve de 0,7 M$ comptabilisée au cours de la période au titre du coût estimatif de l'abandon des baux de cafés non rentables, à une diminution de 0,3 M$ des dépôts de construction effectués par les franchisés ainsi qu'à une réduction de 0,5 M$ des comptes débiteurs découlant essentiellement du moment où sont perçus les honoraires de coordination.

Les flux de trésorerie affectés aux activités d'investissement de la période de 52 semaines terminée le 29 mars 2003, qui ont totalisé 0,9 M$, ont servi à l'acquisition de cafés franchisés existants, à l'ajout de nouveaux cafés appartenant à la société ainsi qu'à la rénovation et à la modernisation de cafés existants appartenant à la société. Des dépenses en immobilisations additionnelles de 0,9 M$ ont été engagées pour des immeubles donnés à bail et pour du matériel dans le cadre du déménagement, dans le siège social de Cara, à Mississauga, des bureaux principaux de Second Cup auparavant établis à Toronto.

Les flux de trésorerie affectés aux activités de financement de la période de 52 semaines terminée le 29 mars 2003, qui ont totalisé 4,6 M$, provenaient essentiellement de la hausse des avances de 4,4 M$ consenties par Second Cup à Cara. Pour la période de 52 semaines terminée le 30 mars 2002, les flux de trésorerie affectés aux activités de financement se sont élevés à 3,9 M$, ce montant étant constitué d'un remboursement de dettes à long terme de Second Cup de 6,7 M$, déduction faite du produit de 2,2 M$ tiré de l'émission d'actions survenue par suite de l'acquisition de Second Cup par Cara et du remboursement de 0,6 M$ des emprunts contractés par d'anciens administrateurs de Second Cup pour acheter des actions.

Perspectives

La direction estime que, après la clôture du placement visé par le prospectus, les produits tirés des franchises, les ventes des cafés détenus par la société, les produits provenant d'autres sources de même que les distributions du Fonds reçues au titre des parts qui seront détenues par la nouvelle Second Cup permettront à cette dernière d'avoir suffisamment de fonds pour continuer de gérer ses activités et sa croissance et pour payer la redevance à MarksCo. La nouvelle Second Cup prévoit financer son fonds de roulement à l'aide des flux de trésorerie provenant de l'exploitation.

Les dépenses en immobilisations de la nouvelle Second Cup seront limitées, cette dernière prévoyant croître par voie du franchisage. En outre, la direction pense que les nouveaux cafés appartenant à la société seront franchisés dans un délai de 3 à 15 mois suivant leur construction et elle prévoit que plusieurs des cafés détenus par la société seront cédés en franchise, ce qui générera des flux de trésorerie. Les besoins de fonds pour la dotation en matériel et les améliorations du siège social ne devraient pas être importants.

Arrangements hors bilan

En vertu du bail principal, Second Cup est sous-bailleur de tous les cafés, sauf ceux qui sont franchisés à certains hôpitaux, entreprises et universités. Les baux principaux seront cédés à la nouvelle Second Cup à la clôture du placement visé par le présent prospectus. Si les franchisés manquent à leurs obligations en vertu des dispositions de leur sous-bail, la nouvelle Second Cup sera alors tenue de les acquitter aux termes des baux principaux. Les obligations brutes découlant des baux et autres obligations de Second Cup sont décrites à la note 10 afférente aux états financiers consolidés figurant ailleurs dans le présent prospectus. Si un franchisé venait à manquer à ses obligations aux termes des dispositions de son sous-bail, la nouvelle Second Cup prendrait des mesures pour résilier le contrat de franchise existant, ou alors, reprendrait le café pour l'exploiter elle-même ou le donnerait en franchise à un autre exploitant.

Second Cup a conclu des contrats de location au titre des cafés qu'elle détient et des locaux de son siège social et agit en outre à titre de locataire principal pour certains emplacements qu'elle sous-loue ensuite à ses franchisés. Le tableau suivant présente les obligations locatives nettes prévues de la nouvelle Second Cup.

	Paiements exigibles avant les périodes suivantes					
	2005	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**Après 2009**
	(en milliers de dollars)					
Obligations minimales découlant des contrats de location	15 694 $	14 278 $	12 115 $	9 885 $	8 045 $	15 708 $
Moins les sous-locations aux franchisés	14 374	13 103	11 321	9 201	7 487	14 178
Obligations découlant des contrats de location, montant net	1 320 $	1 175 $	794 $	684 $	558 $	1 530 $

Opérations avec des apparentés

Second Cup a conclu des opérations avec sa société apparentée Cara. Ces opérations, qui ont lieu dans le cours normal des affaires, sont mesurées au montant d'échange, soit le montant de la contrepartie établie et convenue par les apparentés. Parmi les principales opérations entre apparentés, mentionnons les suivantes :

- En vertu de l'accord de franchise cadre conclu avec Second Cup en 1996, Cara verse à Second Cup des paiements de redevances sur les ventes des cafés qu'elle exploite. Ces redevances se sont élevées à 0,1 M$ pour la période de 24 semaines terminée le 12 septembre 2004, à 0,1 M$ pour la période de 24 semaines terminée le 14 septembre 2003, à 0,3 M$ pour la période de 52 semaines terminée le 27 mars 2004, à 0,2 M$ pour la période de 52 semaines terminée le 29 mars 2003 et à 0,2 M$ pour la période de 52 semaines terminée le 30 mars 2002.
- Au cours de l'exercice 2003, Second Cup a commencé à déménager ses bureaux dans le siège social de Cara, à Mississauga. Toujours en 2003, Cara a fourni à Second Cup des services d'administration des bureaux et de la paye ainsi que d'autres services administratifs. À la fin de 2004, les services offerts par Cara ont été étendus à l'immobilier, à la construction, au franchisage, aux ressources humaines, à la comptabilité et aux technologies de l'information. La contrepartie demandée pour ces services s'est établie à 1,2 M$ pour la période de 24 semaines terminée le 12 septembre 2004, à 0,1 M$ pour la période de 24 semaines terminée le 14 septembre 2003, à 0,3 M$ pour la période de 52 semaines terminée le 27 mars 2004 et à 0,3 M$ pour la période de 52 semaines terminée le 29 mars 2003.
- Second Cup a consenti à Cara des avances sous forme de billets à ordre portant intérêt à 3 % l'an. Ces avances ont rapporté à Second Cup des intérêts de 0,1 M$ pour la période de 24 semaines terminée le 12 septembre 2004, de 0,1 M$ pour la période de 24 semaines terminée le 14 septembre 2003, de 0,2 M$ pour la période de 52 semaines terminée le 27 mars 2004, de 0,1 M$ pour la période de 52 semaines terminée le 29 mars 2003, et des intérêts nuls pour la période de 52 semaines terminée le 30 mars 2002.
- Les fonds détenus en fiducie au nom des franchisés pour payer les frais de commercialisation, de publicité et d'autres frais communs s'établissaient à 1,0 M$ au 12 septembre 2004, à 0,7 M$ au 27 mars 2004 et à 0,5 M$ au 29 mars 2003. Les fonds en fiducie ne sont pas inscrits dans les bilans consolidés de Second Cup.

Estimations comptables critiques

Pour préparer les états financiers de Second Cup, la direction doit formuler des estimations et des hypothèses qui influent sur les montants des produits et des charges au cours des périodes de présentation des résultats ainsi que sur les montants présentés des actifs et des passifs et les informations à fournir sur les éventualités à la date des états financiers.

L'écart d'acquisition s'entend de l'excédent du coût des investissements et des activités acquises sur la juste valeur de l'actif net acquis. La direction est d'avis qu'au 12 septembre 2004 la valeur de l'écart d'acquisition n'avait pas diminué.

Dans le cours normal de ses activités, Second Cup fait l'objet de poursuites et d'autres réclamations. La direction doit faire preuve de discernement pour juger si une réclamation est sérieuse, pour déterminer le montant de la réclamation et pour décider si elle doit établir une provision ou non, selon l'issue de la réclamation. La direction ne croit pas que les obligations qui pourraient découler des réclamations dont elle fait actuellement l'objet seraient très défavorables à la situation financière de Second Cup.

Second Cup comptabilise ses impôts sur les bénéfices selon la méthode axée sur le bilan. En vertu de cette méthode, les actifs d'impôts futurs ne sont constatés que si la direction détermine qu'il est plus probable qu'improbable que ces actifs seront réalisés. Les impôts sur les bénéfices à payer renferment une provision pour passifs d'impôts éventuels faisant actuellement l'objet d'un examen par l'Agence du revenu du Canada. La direction est d'avis que cette provision suffira à payer tout passif éventuel découlant de l'examen.

Second Cup a constitué une provision pour comptes débiteurs, parce qu'il est possible que ces comptes ne soient pas perçus. La direction surveille continuellement les comptes en souffrance pour déterminer si leur règlement est probable ou non et pour estimer la provision nécessaire.

Nouvelles conventions comptables et dates d'adoption de ces conventions

Avec effet au 1er avril 2001, Second Cup a adopté les dispositions du chapitre 3062, intitulé « Écarts d'acquisition et autres actifs incorporels », du *Manuel de l'ICCA*. Aux termes de ce chapitre, l'écart d'acquisition n'est plus amorti, mais il est soumis à un test de dépréciation au moins une fois l'an ou plus fréquemment si des événements ou des changements de situation indiquent que la valeur comptable pourrait ne pas être recouvrable. L'évaluation d'une dépréciation possible se fonde sur la juste valeur.

Avec effet au 28 mars 2004, Second Cup a adopté les dispositions du chapitre 3110, intitulé « Obligations liées à la mise hors service d'immobilisations », du *Manuel de l'ICCA*. Ce chapitre définit les normes de constatation, de mesure et d'information applicables aux passifs au titre des obligations liées à la mise hors service d'immobilisations et aux coûts de mise hors service d'immobilisations afférents. La norme s'applique aux obligations juridiques liées à la mise hors service d'une immobilisation corporelle et s'applique aux obligations tant des bailleurs que des preneurs relativement à des biens loués. Les états financiers n'ont pas été retraités par suite de l'adoption des dispositions du chapitre 3110.

Avec effet au 31 mars 2002, Second Cup a adopté les dispositions du chapitre 3870, intitulé « Rémunérations et autres paiements à base d'actions », du *Manuel de l'ICCA*. Ce chapitre s'applique aux attributions à des salariés et à des non-salariés émises ou modifiées après le 31 mars 2002. Les dispositions du chapitre définissent les normes de constatation, de mesure et d'information applicables aux rémunérations à base d'actions et aux autres paiements à base d'actions faits en contrepartie de biens ou de services. La norme exige l'utilisation de la méthode de comptabilisation fondée sur la juste valeur; son application est obligatoire pour tous les paiements à base d'actions. Au cours de l'exercice 2002, Second Cup offrait trois régimes d'options sur actions, soit un régime d'actions à l'intention des administrateurs, un régime d'options sur actions modifié à l'intention des employés, des dirigeants et des administrateurs et un régime de souscription d'actions. Une charge de rémunération a été inscrite lorsque des actions ont été émises ou réservées aux termes du régime d'actions à l'intention des administrateurs, et le montant de la charge était fondé sur la juste valeur des actions à ce moment-là. Par contre, aucune charge de rémunération n'a été inscrite pour les deux autres régimes. La contrepartie reçue à la levée des options sur actions ou à l'achat d'actions est créditée au capital-actions. Par suite de l'acquisition, en février 2002, de toutes les actions émises et en circulation de Second Cup par Cara, ces régimes de rémunération à base d'actions ont été supprimés.

La note d'orientation concernant la comptabilité NOC-15, intitulée « Consolidation des entités à détenteurs de droits variables », s'applique à certaines entités sur lesquelles le contrôle s'exerce autrement que par la détention de droits de vote et elle fournit des indications permettant de déterminer dans quels cas une telle entité doit être consolidée. La note d'orientation s'applique aux exercices et aux périodes intermédiaires ouverts à compter du 1er novembre 2004. La direction évalue actuellement l'incidence que pourrait avoir l'application de cette note d'orientation sur les états financiers de Second Cup.

Instruments financiers et autres instruments

Les instruments financiers de Second Cup consistent en espèces et quasi-espèces, en comptes débiteurs, en avances, en emprunts bancaires et en comptes créditeurs et charges à payer. La juste valeur de ces instruments avoisine la valeur comptable en raison de leur échéance rapprochée. La juste valeur des avances remboursables par la société mère ne peut être déterminée vu qu'il est difficile de savoir quand les paiements en espèces seront effectués.

Les espèces et quasi-espèces font partie des instruments financiers de Second Cup qui sont exposés au risque de crédit. Second Cup place ses espèces et quasi-espèces auprès d'institutions très solvables. Les comptes débiteurs consistent principalement en montants exigibles des franchisés, et la direction croit que le risque de crédit auquel s'exposent ses comptes débiteurs est limité.

Risques et incertitudes, et perspectives

Les risques et les incertitudes qui influent sur les activités de la nouvelle Second Cup sont décrits dans la rubrique intitulée « Facteurs de risque ».

Les perspectives pour les activités de la nouvelle Second Cup sont les mêmes que celles décrites à la rubrique intitulée « Analyse du chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau — Second Cup ».

Analyse de l'encaisse distribuable

Le résumé qui suit est fondé sur l'information contenue dans le présent prospectus, sur les plus récents renseignements financiers dont dispose la direction et sur l'estimation que fait cette dernière du montant des frais et des charges qui seront engagés par le Fonds et ses filiales. La présente analyse ne constitue ni une prévision ni une projection des résultats futurs. Il est probable que les résultats d'exploitation réels du Fonds et de ses filiales, avant ou après la date de clôture, s'écarteront des montants présentés dans l'analyse qui suit et il se pourrait que les écarts soient importants.

La direction est d'avis qu'après la clôture du placement le Fonds et ses filiales engageront des intérêts débiteurs et des frais d'administration dont les montants s'écarteront des montants inscrits dans les états financiers historiques figurant ailleurs dans le présent prospectus. Le Fonds n'est toutefois pas en mesure de fournir d'état *pro forma* de ses résultats d'exploitation ni d'état *pro forma* de son encaisse distribuable du fait qu'il est établi depuis peu et qu'il ne dispose, par conséquent, d'aucun état financier de ses résultats d'exploitation sur lesquels se fonder pour préparer un état *pro forma*. Bien qu'il n'existe aucun engagement ferme pour ce qui concerne tous les frais d'administration et bien qu'il soit par conséquent impossible de déterminer de manière objective toutes les répercussions financières qu'auront ces frais, le Fonds estime que l'analyse qui suit présente une estimation raisonnable de ce qu'aurait été l'encaisse distribuable de la période de 52 semaines terminée le 12 septembre 2004 s'il avait existé au cours de cette période.

La direction de Second Cup met l'analyse qui suit à la disposition du Fonds et des porteurs éventuels de parts du Fonds afin de les aider à déterminer quel est le revenu du Fonds et quel est le montant de l'encaisse qui aurait pu être distribuée aux porteurs de parts si le Fonds avait existé pendant la période de 52 semaines terminée le 12 septembre 2004. La présente analyse repose sur des hypothèses selon lesquelles le placement est déjà clos, le Fonds s'est déjà porté indirectement acquéreur des marques de la nouvelle Second Cup, MarksCo a déjà conclu une convention de licence et de redevance avec la nouvelle Second Cup et les autres opérations visées par le présent prospectus ont déjà eu lieu, et selon l'hypothèse que toutes ces opérations ont eu lieu au début de cette période.

L'encaisse distribuable ne constitue pas une mesure financière reconnue par les PCGR, mais, de l'avis du Fonds, elle fournit aux investisseurs une indication des montants qui sont disponibles à des fins de distribution. Les investisseurs sont toutefois priés de ne pas considérer l'encaisse distribuable comme un substitut de l'état des flux de trésorerie pour évaluer l'encaisse et les flux de trésorerie du Fonds. Il se peut que la méthode utilisée par le Fonds pour calculer l'encaisse distribuable diffère des méthodes employées par d'autres émetteurs et, par conséquent, il se peut également que l'encaisse distribuable du Fonds ne puisse être comparée aux mesures utilisées par d'autres émetteurs.

	Période de 52 semaines terminée le 12 septembre 2004
	(en milliers de dollars, sauf les montants par part) (non vérifiés)
Chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau déclaré par les cafés Second Cup au Canada[1]	177 590 $
Chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau des cafés initiaux[1]	167 504 $
Produits de redevances[2]	10 888
Intérêts sur le prêt à terme et le prêt d'exploitation contractés par MarksCo[3]	(605)
Frais d'administration[4]	(700)
Encaisse distribuable	9 583 $
Encaisse distribuable par part (9 582 760 parts)	1,00 $

Notes :

1) Le deuxième trimestre de Second Cup a pris fin le 12 septembre 2004. À cette date, Second Cup comptait 372 cafés au Canada. De ce nombre, 21 ont fermé, ou devraient le faire, pendant la période du 12 septembre 2004 au 31 décembre 2005. Ces 21 cafés ne font pas partie des cafés initiaux faisant partie du Fonds de redevance, qui compte par conséquent 351 cafés initiaux. Pour la période de 52 semaines terminée le 12 septembre 2004, le chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau des cafés Second Cup au Canada comprend des ventes de 3 289 $ attribuables aux cafés qui ont fermé pendant la période et celles de 8 112 $ des 21 cafés ne faisant pas partie du Fonds de redevance. Les ventes des 12 cafés initiaux qui étaient ouverts pendant une partie seulement de la période de 52 semaines terminée le 12 septembre 2004 et qui faisaient partie du Fonds de redevance ont été rajustées à la hausse de 1 315 $ pour tenir compte d'un chiffre d'affaires établi sur une période de 52 semaines.

2) Les produits de redevances sont calculés à 6,5 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau lié aux cafés initiaux pour la période de 52 semaines terminée le 12 septembre 2004.

3) Il est présumé qu'au cours de la période l'intégralité du principal du prêt à terme contracté par MarksCo (11 000 $) était en cours et qu'aucune tranche du prêt d'exploitation n'était en souffrance. Si le prêt à terme contracté par MarksCo avait porté intérêt à un taux présumé de 5,5 % l'an, les intérêts se seraient élevés à 605 $.

4) Les frais d'administration estimatifs du Fonds (après consolidation) devraient comprendre les honoraires payables aux fiduciaires du Fonds et aux administrateurs d'AcquisitionCo et de MarksCo, les primes d'assurance de responsabilité civile des administrateurs, des dirigeants et des fiduciaires, les honoraires payables aux vérificateurs pour la vérification des états financiers du Fonds, les frais juridiques pour la préparation des documents envoyés aux porteurs de parts ou déposés, ainsi que les frais payés à l'agent des transferts et aux organismes de réglementation, les frais boursiers et autres frais. Ces estimations sont fondées sur les exigences actuelles en matière de présentation de l'information financière et elles peuvent changer.

DESCRIPTION DU FONDS

Déclaration de fiducie

Le Fonds est une fiducie à capital variable établie en vertu des lois de la province d'Ontario aux termes de la déclaration de fiducie. Il est prévu que le Fonds sera admissible à titre de fiducie de fonds commun de placement aux fins de la LIR. Le texte qui suit résume les principales particularités et caractéristiques des parts et certaines dispositions de la déclaration de fiducie; cependant, il ne prétend pas être complet. Il y a lieu de se reporter à la déclaration de fiducie pour obtenir une description complète des parts ainsi que le texte intégral de ses dispositions. Se reporter à la rubrique « Contrats importants ».

Activités du Fonds

La déclaration de fiducie prévoit que le Fonds peut uniquement exercer les activités suivantes :

a) investir dans des titres ou acquérir ou aliéner des titres, notamment les titres émis par AcquisitionCo et MarksCo ainsi que par les membres de leur groupe;

b) détenir temporairement de l'encaisse dans des comptes portant intérêt, des titres de créance à court terme du gouvernement ou des titres de créance à court terme de qualité de sociétés pour régler les frais du Fonds, payer les sommes dues par le Fonds dans le cas du rachat de parts et verser les distributions aux porteurs de parts;

c) émettre des parts (ou des droits, bons de souscription, titres convertibles ou échangeables, reçus de souscription ou options d'achat de ceux-ci) aux termes de la déclaration de fiducie;

d) émettre des titres de créance ou contracter des emprunts (y compris au moyen de lettres de crédit, de garanties bancaires et d'acceptations bancaires);

e) garantir (notamment à titre de garant ou de codébiteur) le paiement ou l'exécution d'une dette, d'une responsabilité ou d'une autre obligation d'AcquisitionCo, de MarksCo ou des membres en propriété exclusive de leur groupe, y compris à l'égard du prêt à terme en faveur de MarksCo et du prêt d'exploitation, et accorder des sûretés à l'égard de ces obligations ou autrement donner en gage (à la condition que cela n'ait pas d'incidence sur les droits de rachat des porteurs de parts), hypothéquer ou grever d'une charge une partie ou la totalité des actifs du Fonds relativement à ces obligations, et, au besoin, reporter ou subordonner ses droits aux termes de la dette ou d'autres obligations;

f) émettre ou racheter des droits d'acquisition des parts aux termes d'un régime de droit des porteurs de parts adopté par le Fonds;

g) racheter des titres du Fonds;

h) conclure la convention d'administration, la convention de gouvernance, la convention de souscription et la convention de prise ferme, et acquitter les obligations qui lui incombent aux termes de ces conventions;

i) entreprendre toutes les autres activités ou prendre toutes les autres mesures, y compris le placement dans des titres; qui se rapportent à ce qui précède, qui sont prévues par la déclaration de fiducie ou qui peuvent autrement être approuvées par les fiduciaires du Fonds à l'occasion;

toutefois, le Fonds n'exercera pas d'activité, ne prendra pas de mesure ni ne fera de placement qui ferait en sorte qu'il ne soit pas considéré comme une « fiducie de fonds commun de placement » aux fins de la LIR ou que les parts soient considérées comme des « biens étrangers » aux fins de la LIR.

À la date du présent prospectus, le Fonds n'a pas l'intention de détenir des titres d'autres entités qu'AcquisitionCo et MarksCo, sauf les quasi-espèces dont il est question au paragraphe b) ci-dessus.

Description des parts

Les intérêts bénéficiaires dans le Fonds sont désignés les « parts », qui sont assorties des droits et assujetties aux limitations, restrictions et conditions énoncées dans la déclaration de fiducie, dont les modalités sont résumées ci-après.

Un nombre illimité de parts peuvent être créées et émises aux termes de la déclaration de fiducie. Chaque part est cessible et représente un intérêt bénéficiaire indivis égal dans les distributions du Fonds, que ce soit sous forme de revenu net, de gains en capital net réalisés ou d'autres sommes, ainsi que dans l'actif net du Fonds en cas de dissolution ou de liquidation de celui-ci.

Toutes les parts sont assorties des mêmes droits et privilèges et ne sont pas susceptibles d'appels subséquents. Sauf tel qu'il est énoncé à la rubrique « Droit de rachat » ci-après, les parts ne sont assorties d'aucun droit de conversion, de rachat au gré du porteur, de rachat au gré de la société ni de droit préférentiel de souscription.

Aucun certificat ne sera délivré à l'égard de fractions de parts, et les fractions de parts ne donneront pas aux porteurs le droit de voter à leur égard. Les parts ne constituent pas des « dépôts » au sens de la *Loi sur la Société d'assurance-dépôts du Canada* (Canada) et ne sont pas assurées aux termes des dispositions de cette loi ou de toute autre loi. En outre, le Fonds n'est pas une société de fiducie et, par conséquent, il n'est pas enregistré aux termes d'une loi sur les fiducies ou les sociétés de prêt et n'exerce pas et n'entend pas exercer les activités d'une société de fiducie.

Émission de parts

La déclaration de fiducie prévoit que les parts ou les droits de souscription de parts peuvent être attribués et émis aux moments, aux personnes, pour la contrepartie et aux conditions déterminées par les fiduciaires du Fonds. Des parts peuvent être émises de façon proportionnelle aux porteurs de parts pour régler des distributions autres qu'en espèces du Fonds (sous réserve des règles en matière d'entiercement et de revente applicables aux non-résidents du Canada). La déclaration de fiducie prévoit également qu'immédiatement après une distribution de parts à tous les porteurs de parts effectuée de façon proportionnelle pour régler une distribution autre qu'en espèces, le nombre de parts en circulation sera regroupé de sorte que chaque porteur de parts détienne, après le regroupement, le même nombre de parts qu'avant la distribution. Dans ce cas, chaque certificat de parts représentant un nombre donné de parts avant la distribution autre qu'en espèces sera réputé représenter le même nombre de parts après la distribution et le regroupement. Les parts du Fonds détenues par des porteurs de parts non-résidents du Canada seront également regroupées, mais seront assujetties à une retenue d'impôt.

Droit préférentiel de souscription

La convention de gouvernance confère à la nouvelle Second Cup un droit préférentiel de souscription aux termes duquel le Fonds n'émettra pas ni ne conviendra d'émettre de parts ou de titres convertibles en des parts ou pouvant être exercés ou échangés contre celles-ci à quiconque, à moins qu'il n'offre d'abord à la nouvelle Second Cup d'émettre en sa faveur le nombre de parts ou de titres, à un prix par part ou par titre identique à celui auquel les fiduciaires projettent d'émettre les autres parts ou titres, nécessaire pour conserver le pourcentage de participation comportant droit de vote en circulation dans le fonds détenu par la nouvelle Second Cup et les membres de son groupe à la date de l'offre. Toute part dont la nouvelle Second Cup n'aura pas pris livraison peut être émise en faveur d'une autre personne dans les 48 heures (à l'exclusion des samedis, des dimanches ou des jours fériés) suivant la date de cette offre, à un prix au moins équivalent à celui qui est offert à la nouvelle Second Cup. La nouvelle Second Cup renoncera à son droit préférentiel de souscription dans le cadre du présent placement.

Fiduciaires

Le Fonds aura au moins trois et au plus 10 fiduciaires. La déclaration de fiducie interdit à un non-résident du Canada (tel que ce terme est défini dans la LIR) d'agir à titre de fiduciaire. Les fiduciaires doivent superviser les activités et gérer les affaires du Fonds.

À la clôture, le fonds aura au moins trois fiduciaires qui seront tous également administrateurs d'AcquisitionCo et de MarksCo. Se reporter à la rubrique « Direction et gouvernance d'entreprise de MarksCo — Dirigeants » pour connaître les fonctions principales et les notes biographiques de David Bloom, Michael Rosicki et de Raymond Guyatt, soit les fiduciaires initiaux du Fonds. Les fiduciaires seront nommés à chaque assemblée annuelle des porteurs de parts pour un mandat prenant fin à la clôture de l'assemblée

annuelle suivante. La majorité des fiduciaires du Fonds doivent à tout moment être « indépendants », au sens de la Norme multilatérale 52-110, *Comité de vérification*. MM. Bloom, Rosicki et Guyatt sont considérés par le Fonds comme « indépendants » au sens de cette norme.

Un ou plusieurs fiduciaires peuvent démissionner sur préavis écrit donné au Fonds et peuvent être destitués par voie de résolution adoptée par la majorité des porteurs de parts; tout poste laissé vacant par cette démission ou destitution doit être pourvu à la même assemblée, à défaut de quoi il pourrait être pourvu par les fiduciaires du Fonds qui restent.

Un quorum de fiduciaires, soit la majorité des fiduciaires alors en poste, peut pourvoir un poste vacant de fiduciaire, sauf un poste qui est vacant en raison d'une augmentation du nombre maximal de fiduciaires au-delà de la limite indiquée ci-après ou d'une omission des porteurs de parts de nommer le nombre minimal de fiduciaires requis à une assemblée des porteurs de parts convoquée à cette fin. En l'absence du quorum de fiduciaires, ou si le poste est vacant en raison d'une omission des porteurs de parts de nommer le nombre minimal de fiduciaires requis à une assemblée des porteurs de parts convoquée à cette fin, les fiduciaires alors en poste devront aussitôt convoquer une assemblée extraordinaire des porteurs de parts afin de pourvoir le poste vacant. Si les fiduciaires omettent de convoquer une telle assemblée ou si aucun fiduciaire n'est alors en poste, tout porteur de parts peut convoquer une assemblée extraordinaire. Si le nombre minimal de fiduciaires n'est pas nommé à une assemblée des porteurs de parts en raison de l'incapacité ou du décès d'un candidat, les fiduciaires nommés à l'assemblée pourront exercer tous les pouvoirs des fiduciaires si le nombre nommé de fiduciaires constitue le quorum.

Les fiduciaires du Fonds peuvent, entre les assemblées annuelles des porteurs de parts, nommer un ou plusieurs autres fiduciaires pour qu'ils agissent en cette qualité jusqu'à l'assemblée annuelle des porteurs de parts suivante; toutefois, le nombre de fiduciaires supplémentaires ne peut jamais excéder le tiers du nombre de fiduciaires en poste à la fin de l'assemblée annuelle des porteurs de parts précédente.

La déclaration de fiducie prévoit, sous réserve de ses modalités et conditions, que les fiduciaires peuvent, à l'égard des actifs du Fonds, exercer tous les droits, pouvoirs et privilèges d'un propriétaire de ces actifs. Les fiduciaires ont notamment le rôle suivant :

- agir pour le Fonds, exercer les droits de vote en son nom et le représenter en tant qu'actionnaire et que porteur de billets d'AcquisitionCo, notamment voter pour l'élection des administrateurs d'AcquisitionCo;
- tenir des registres et fournir des rapports aux porteurs de parts;
- superviser les activités du Fonds, y compris ses placements;
- verser les distributions effectuées par le Fonds aux porteurs de parts.

Les fiduciaires superviseront aussi l'application les politiques écrites sur la communication d'information et les opérations d'initié du Fonds, qui, notamment :

- énonceront les obligations légales du Fonds, des membres de son groupe, de même que leurs fiduciaires, administrateurs, dirigeants et employés respectifs à l'égard de l'information confidentielle;
- identifieront les porte-parole du Fonds qui sont autorisés à communiquer avec des tiers comme les analystes, les médias et les investisseurs;
- donneront des directives quant à la présentation d'énoncés prospectifs;
- exigeront que toute communication d'information financière soit examinée à l'avance afin de s'assurer que certains renseignements importants ne soient pas divulgués;
- établiront des périodes « d'interdiction d'opérations » immédiatement avant et après la divulgation des résultats trimestriels et annuels, durant lesquels le Fonds, les membres de son groupe ainsi que leurs fiduciaires, administrateurs, et dirigeants respectifs de même que certaines autres personnes ne pourront pas acheter ni vendre de parts sur le marché.

La déclaration de fiducie prévoit que les fiduciaires du Fonds agiront honnêtement et de bonne foi dans l'intérêt du Fonds et qu'ils devront, dans l'exercice de leurs fonctions, faire preuve du soin, de la diligence et de

la compétence d'une personne raisonnablement prudente dans des circonstances semblables. Les devoirs et le degré de diligence des fiduciaires devraient être similaires à ceux qui sont imposés aux administrateurs d'une société régie par la *Loi sur les sociétés par actions* (Ontario), sans que les fiduciaires aient à supporter un fardeau plus grand. La déclaration de fiducie prévoit que les fiduciaires auront le droit d'être indemnisés par le Fonds à l'égard de l'exercice de leurs pouvoirs et de leurs fonctions à condition qu'ils aient agi honnêtement et de bonne foi dans l'intérêt du Fonds. En cas de poursuite au criminel ou d'instance administrative ayant entraîné l'imposition d'une sanction pécuniaire, les fiduciaires auront le droit d'être indemnisés par le Fonds pourvu qu'ils aient eu des motifs raisonnables de croire que leur conduite était légitime.

Chaque fiduciaire qui n'est pas administrateur ni employé à temps plein de Cara ou de la nouvelle Second Cup recevra une rémunération initiale de 12 500 $ par année outre les 750 $ qu'il recevra pour chaque réunion ordinaire des fiduciaires ou d'un comité à laquelle il assistera et les 500 $ qu'il recevra pour chaque réunion extraordinaire des fiduciaires ou d'un comité à laquelle il assistera, sauf s'il assiste à une réunion des administrateurs de MarksCo et/ou d'AcquisitionCo le même jour, auquel cas il aura droit à 1 000 $ au total pour toutes les réunions. Les fiduciaires auront également droit au remboursement des frais de déplacement et des autres frais raisonnables qu'ils auront engagés.

Distributions de l'encaisse

L'encaisse par part qui sera distribuée mensuellement aux porteurs de parts du Fonds correspondra à une participation proportionnelle dans les intérêts et (le cas échéant) dans les remboursements du capital des billets d'AcquisitionCo de série 1 de même que dans les dividendes ou les autres sommes se rapportant aux actions ordinaires d'AcquisitionCo dont le Fonds est propriétaire, déduction faite des sommes qui sont payées, payables, engagées ou prévues durant cette période à l'égard de ce qui suit :

- les frais d'administration et autres obligations du Fonds;
- les sommes que le Fonds peut verser dans le cadre d'un rachat de parts au comptant;
- l'acquittement des obligations au titre du service de la dette qui incombent au Fonds;
- les réserves raisonnables que les fiduciaires du Fonds peuvent établir à leur gré et qui, selon les estimations actuelles, devraient être minimes.

Les fiduciaires peuvent autoriser des distributions qui sont supérieures ou inférieures aux distributions effectuées à l'occasion ou suspendre complètement les distributions, s'ils le jugent opportun, à leur entière appréciation.

Le Fonds a l'intention de verser chaque mois des distributions à l'égard des fonds que les fiduciaires jugent disponibles à cette fin au cours du mois en question. Si elles sont déclarées, les distributions payables chaque mois devraient être versées le dernier jour du mois suivant aux porteurs inscrits aux dates de référence devant être fixées (sauf pour ce qui est du mois de décembre, auquel cas la date de référence sera le dernier jour de décembre). La distribution de l'encaisse initiale payable pour la période allant de la date de clôture au 31 décembre 2004 est estimée à environ 0,0821 $ la part, dont la quasi-totalité sera considérée comme un revenu du porteur de parts aux fins de l'impôt canadien, et elle devrait être versée le 31 janvier 2005 au plus tard.

Outre les distributions mensuelles, la déclaration de fiducie prévoit que le Fonds versera chaque année une distribution de l'encaisse ou sous forme de parts à la fin de l'exercice aux porteurs de ses parts inscrits le 31 décembre, d'un montant correspondant à l'excédent du revenu du Fonds (y compris les gains en capital imposables, le cas échéant, mais à l'exclusion des gains en capital découlant d'une distribution en nature de billets d'AcquisitionCo de série 2 au moment du rachat de parts qui sont attribuées par le Fonds aux porteurs de parts qui font racheter leurs parts et de l'impôt sur les gains en capital payé ou exigible qui peut être compensé par les pertes en capital reportées des exercices antérieurs ou que le Fonds peut recouvrer), aux fins de la LIR (majoré de la tranche non imposable des gains en capital, le cas échéant) pour l'année, sur les distributions déjà payées ou payables aux porteurs de parts du Fonds au cours de l'année en question. Les porteurs de parts auront également le droit d'exiger ce paiement le 31 décembre. On s'attend à ce que cette distribution de fin d'exercice soit versée aux porteurs de parts du Fonds le 31 janvier suivant au plus tard. Se reporter à la rubrique « Certaines incidences fiscales fédérales canadiennes ».

Dans la mesure où l'encaisse du Fonds est affectée au rachat de parts ou est par ailleurs non disponible aux fins du versement des distributions, le Fonds versera les distributions aux porteurs de parts sous forme de parts supplémentaires qui devraient être émises aux termes de dispenses accordées en vertu des lois sur les valeurs mobilières applicables ou de dispenses discrétionnaires accordées par les autorités en valeurs mobilières compétentes, ou aux termes d'un prospectus ou d'un document similaire.

Les porteurs de parts qui sont des non-résidents du Canada (tel que ce terme est défini dans la LIR) pourraient être assujettis aux retenues d'impôt payables à l'égard des distributions versées par le Fonds, qu'il s'agisse de distributions de l'encaisse ou sous forme de parts supplémentaires. Les non-résidents sont priés de consulter leurs conseillers fiscaux en ce qui a trait aux incidences fiscales d'un placement dans les parts. Les parts supplémentaires pouvant autrement être émises en faveur de non-résidents du Canada peuvent dans certains cas être entiercées et revendues pour leur compte.

Droit de rachat

Les parts sont rachetables en tout temps au gré de leurs porteurs. Puisque les parts ne seront émises que sous forme d'inscription en compte, le porteur de parts qui souhaite exercer son droit de faire racheter ses parts devra obtenir un formulaire d'avis de rachat de son courtier en placement et lui demander de le faire parvenir, une fois rempli, à la CDS. Sur réception de l'avis de rachat par le Fonds, tous les droits rattachés aux parts remises aux fins de rachat prendront fin et leur porteur aura le droit de recevoir un prix par part (le « prix de rachat ») correspondant au moins élevé des montants suivants :

- 90 % du cours (tel que ce terme est défini ci-après) des parts sur le principal marché où elles sont négociées au cours de la période de 10 jours de bourse précédant immédiatement la date à laquelle les parts applicables ont été remises aux fins de rachat (la « date de rachat des parts »);
- 100 % du cours de clôture (tel que ce terme est défini ci-après) des parts sur le principal marché où elles sont négociées à la date de rachat des parts.

Aux fins de ces calculs, le « cours » correspondra à la moyenne pondérée de tous les cours affichés des parts sur le marché applicable pour chacun des jours de bourse où les parts ont été négociées pendant la période de négociation déterminée; toutefois, les parts ont été négociées sur le marché applicable pendant moins de cinq jours de bourse durant la période de négociation déterminée, le « cours » correspondra à la moyenne pondérée des cours suivants établis pour chacun des jours de bourse compris dans la période de négociation déterminée: a) la moyenne des derniers cours acheteur et vendeur des parts pour chaque jour de bourse où aucune part n'a été négociée et b) la moyenne pondérée des cours affichés des parts pour chaque jour de bourse où il y a eu une négociation de parts.

Aux fins de ces calculs, le « cours de clôture » sera : a) un montant égal au cours de clôture des parts sur le marché applicable s'il y a eu négociation des parts à la date déterminée et si le marché applicable présente un cours de clôture; b) un montant égal à la moyenne des cours extrêmes des parts sur le marché applicable s'il y a eu négociation de parts à la date déterminée et que le marché applicable ne présente que les cours extrêmes des parts un jour donné ou c) la moyenne des derniers cours vendeur et acheteur des parts sur le marché approprié s'il n'y a eu aucune négociation de parts à la date déterminée.

Sauf dans les cas précisés ci-après, le Fonds règlera en espèces le prix de rachat total qu'il doit payer à l'égard des parts remises aux fins de rachat au cours d'un mois civil au plus tard le dernier jour du mois suivant celui au cours duquel les parts ont été remises aux fins de rachat. Les porteurs de parts n'auront pas le droit de recevoir des espèces au moment du rachat de leurs parts dans les cas suivants :

- le montant total payable par le Fonds à l'égard de ces parts et de toutes les autres parts remises aux fins de rachat au cours du même mois civil dépasse 50 000 $ (la « limite mensuelle »), à la condition que les fiduciaires puissent, à leur gré, renoncer à ce plafond à l'égard de toutes les parts remises aux fins de rachat au cours de tout mois civil;
- au moment où ces parts sont remises aux fins de rachat, les parts en circulation ne sont pas inscrites aux fins de négociation à la cote de la Bourse de Toronto ou d'une autre bourse ni négociées sur un marché

organisé qui, selon les fiduciaires et à leur appréciation, affichent des cours représentatifs de la juste valeur marchande des parts;

- la négociation normale des parts est suspendue ou interrompue à une bourse à la cote de laquelle les parts sont inscrites ou sur un marché sur lequel les parts sont inscrites aux fins de négociation à la date de rachat ou durant plus de cinq jours de bourse compris dans la période de 10 jours de bourse commençant immédiatement après la date de rachat des parts.

Si un porteur de parts n'a pas le droit de recevoir une contrepartie en espèces au moment du rachat de ses parts en raison des deux dernières restrictions énoncées ci-dessus, le prix de rachat sera égal à la juste valeur marchande des parts fixée par les fiduciaires à leur entière appréciation, et le prix de rachat de chaque part remise aux fins de rachat sera, sous réserve de l'obtention de toutes les approbations des autorités de réglementation requises, réglé au moyen d'une distribution en nature par le Fonds de billets d'AcquisitionCo de série 2. Le cas échéant, AcquisitionCo rachètera des billets d'AcquisitionCo de série 1 détenus par le Fonds, qui ont une valeur égale au prix de rachat global, en contrepartie de l'émission en faveur du Fonds de billets d'AcquisitionCo de série 2. Les billets d'AcquisitionCo de série 2 seront ensuite distribués au porteur de parts qui demande le rachat en règlement intégral du prix de rachat. Le capital global de ces billets d'AcquisitionCo de série 2 sera égal au produit du prix de rachat par part payable par le Fonds et du nombre de parts remises aux fins de rachat. Toutefois, aucun billet d'AcquisitionCo de série 2 d'un capital inférieur à 10 $ ne sera distribué et, si le capital des billets d'AcquisitionCo de série 2 que doit recevoir l'ancien porteur de parts au moment du rachat en nature comprenant autrement un capital inférieur à un multiple de 10 $, le capital sera arrondi au multiple inférieur de 10 $ et le Fonds paiera l'excédent au comptant. Les billets d'AcquisitionCo de série 2 auront une durée de 10 ans, moins un jour, à moins qu'ils ne soient rachetés plus tôt au gré du Fonds, et ils porteront intérêt à un taux fixé par les administrateurs d'AcquisitionCo au moment de leur émission. L'intérêt sur les billets d'AcquisitionCo de série 2 sera payable le 30e jour de chaque mois civil durant lequel ceux-ci sont en circulation.

Si un porteur de parts n'a pas le droit de recevoir une contrepartie en espèces au moment du rachat de ses parts en raison de la première restriction énoncée ci-dessus, il recevra un paiement en espèces égal à sa quote-part de la limite mensuelle calculée en fonction du nombre total de parts remises aux fins de rachat au cours du mois civil concerné et, sous réserve de l'obtention de toutes les approbations requises des autorités de réglementation, le reste sous forme de billets d'Acquisition Co de série 2 conformément aux formalités décrites ci-dessus.

Il est prévu que le droit de rachat décrit ci-dessus ne constituera pas, pour les porteurs de parts, le principal mécanisme leur permettant d'aliéner leurs parts. Les billets d'Acquisition Co de série 2 pouvant être distribués en nature aux porteurs de parts dans le cadre d'un rachat ne seront pas inscrits à la cote d'une bourse et aucun marché ne devrait se former pour eux; ces billets pourraient être assujettis à une période de détention indéfinie ou à d'autres restrictions en matière de revente en vertu des lois sur les valeurs mobilières applicables. Les billets d'Acquisition Co de série 2 ainsi distribués pourraient être considérés comme des placements admissibles pour des régimes de revenu différé et des régimes enregistrés d'épargne-études, selon les circonstances qui existeront à ce moment-là. Se reporter à la rubrique « Certaines incidences fiscales fédérales canadiennes ».

Le Fonds aura le droit, à l'occasion, d'acheter des parts aux fins d'annulation conformément aux lois sur les valeurs mobilières applicables et aux règles prescrites par les bourses ou les politiques de réglementation pertinentes.

Assemblées des porteurs de parts

Chaque part confère à son porteur le droit à une voix à toutes les assemblées des porteurs de parts. Des assemblées des porteurs de parts seront convoquées et tenues annuellement pour i) l'élection des fiduciaires; ii) la nomination des vérificateurs du Fonds pour l'année suivante; iii) en règle générale, la soumission de toute autre question qui doit être adoptée par voie de résolution des porteurs de parts et iv) la délibération de toute autre question que les fiduciaires peuvent soulever ou qui peut être dûment soumise à l'assemblée. La déclaration de fiducie prévoit que les porteurs de parts auront le droit d'adopter des résolutions qui lieront le

Fonds, mais uniquement à l'égard de ce qui suit (et que les mesures suivantes ne pourront être prises que si elles sont adoptées par voie de résolution) :

- l'élection ou la destitution des fiduciaires du Fonds;
- la nomination ou la destitution des vérificateurs du Fonds;
- la nomination d'un inspecteur pour qu'il analyse le rendement des fiduciaires à l'égard de leurs responsabilités et devoirs;
- l'approbation des modifications apportées à la déclaration de fiducie (sauf tel qu'il est énoncé à la rubrique « — Modifications apportées à la déclaration de fiducie » ci-après);
- la vente, la location ou l'échange de la totalité ou de la quasi-totalité des actifs du Fonds, sauf dans le cadre d'une réorganisation interne ou d'un rachat en nature de parts par le Fonds;
- une fusion, un arrangement ou une restructuration du capital du Fonds avec une autre entité, sauf dans le cadre d'une restructuration interne;
- l'exercice de certains droits de vote rattachés aux titres d'AcquisitionCo et de MarksCo détenus directement ou indirectement par le Fonds;
- la liquidation ou la dissolution du Fonds avant la fin de sa durée;
- toute autre question que les fiduciaires peuvent soulever ou qui peut être dûment soumise à l'assemblée.

Une résolution visant la nomination ou la destitution des fiduciaires ou des vérificateurs du Fonds doit être adoptée à la majorité simple des voix exprimées par les porteurs de parts. Toutes les autres questions doivent être approuvées par voie de résolution spéciale des porteurs de parts.

Une assemblée des porteurs de parts peut être convoquée en tout temps et pour quelque raison que ce soit par les fiduciaires et doivent être convoqués si les porteurs de parts d'au moins 10 % des parts alors en circulation le demandent par écrit. Une demande doit indiquer de façon raisonnablement détaillée les questions devant être abordées à l'assemblée.

Les porteurs de parts peuvent assister et voter eux-mêmes ou par procuration à toutes les assemblées des porteurs de parts du Fonds, et il n'est pas nécessaire que le fondé de pouvoir soit un porteur de parts. Deux personnes présentes ou représentées par un fondé de pouvoir et qui ont dans l'ensemble au moins 10 % des voix rattachées à la totalité des parts en circulation constitueront le quorum aux fins des délibérations à toutes ces assemblées. La déclaration de fiducie renferme des dispositions portant sur l'avis exigé et les autres formalités relatives à la convocation et à la tenue des assemblées des porteurs de parts. En l'absence d'un quorum, l'assemblée peut (à moins qu'il ne s'agisse d'une assemblée dont la tenue a demandée) être ajournée à une date ne tombant pas plus de sept jours après la date initiale moyennant le transmission d'un avis par voie de communiqué de presse et, à la reprise de l'assemblée, tous les porteurs de parts du Fonds présents constitueront le quorum.

Restriction concernant la propriété par des non-résidents

Pour que le Fonds puisse conserver son statut de fonds commun de placement en vertu de la LIR, il ne doit pas être établi ni maintenu principalement au profit de non-résidents du Canada, tel que ce terme est défini dans la LIR et, aux termes de certaines modifications proposées de la LIR, au plus 50 % de la juste valeur marchande des parts peuvent être détenues par des non-résidents du Canada et/ou des sociétés de personnes (sauf des sociétés de personnes canadiennes, tel que ce terme est défini dans la LIR). Par conséquent, la déclaration de fiducie prévoit que des non-résidents du Canada et/ou des sociétés de personnes qui ne sont pas des sociétés de personnes canadiennes ne peuvent en aucun moment être les propriétaires véritables de plus de 40 % des parts. Les fiduciaires peuvent demander qu'on leur fournisse des déclarations relatives au territoire de résidence des propriétaires véritables de parts ou à leur statut de sociétés de personnes canadiennes.

Si les fiduciaires apprennent que les propriétaires véritables de 40 % des parts alors en circulation sont ou pourraient être des non-résidents et/ou des sociétés de personnes qui ne sont pas des sociétés de personnes canadiennes ou qu'une telle situation est imminente, ils peuvent donner à l'agent des transferts et agent chargé

de la tenue des registres l'instruction de divulguer ce fait au public et n'accepteront pas de souscriptions de parts de qui conque ni n'accepteront d'en émettre ni n'inscriront de transferts de parts à quiconque, sauf si la personne en question lui remet une déclaration indiquant qu'elle n'est pas un non-résident ou une société de personnes qui n'est pas une société de personnes canadienne. Si, malgré ce qui précède, les fiduciaires établissent que plus de 40 % des parts de fiducie sont détenues par des non-résidents et/ou des sociétés de personnes qui ne sont pas des sociétés de personnes canadiennes, ils peuvent demander à l'agent des transferts pour les parts d'envoyer à ces porteurs de parts, en commençant par ceux qui ont souscrit des parts ou qui ont été inscrits en dernier ou en procédant d'une autre manière qu'ils jugent équitable et réalisable, un avis qui les oblige à vendre leurs parts ou une partie d'entre elles à l'intérieur d'une période fixée par les fiduciaires. Si les porteurs de parts qui reçoivent cet avis n'ont pas, dans ce délai, vendu le nombre précisé de parts ou n'ont pas fourni aux fiduciaires une preuve satisfaisante du fait qu'ils ne sont pas des non-résidents ni une société de personnes qui n'est pas une société de personnes canadienne, les fiduciaires peuvent donner à l'agent des transferts l'instruction de vendre ces parts pour le compte de ces porteurs de parts et, dans l'intervalle, les droits de vote et de distribution rattachés à ces parts seront suspendus. Par suite de cette vente, les porteurs touchés cesseront d'être des porteurs de parts et n'auront plus que le droit de recevoir le produit net tiré de cette vente.

Le 16 septembre 2004, le ministre des Finances (Canada) a publié des modifications proposées de la LIR ayant trait aux circonstances dans lesquelles la propriété de part d'une fiducie par des personnes non-résidentes et des sociétés de personnes qui ne sont pas des sociétés de personnes canadiennes ferait perdre à la fiducie son statut de fiducie de fonds commun de placement. Aux termes des modifications proposées, une fiducie perdrait son statut de fiducie de fonds commun de placement si la juste valeur marchande globale de toutes ses parts émises qui sont détenues par une ou plusieurs personnes non-résidentes ou par des sociétés de personnes qui ne sont pas des sociétés de personnes canadiennes est supérieure à 50 % de la juste valeur marchande globale de toutes ses parts émises. Les modifications proposées ne prévoient actuellement aucun moyen de remédier à la perte du statut de fiducie de fonds commun de placement; par conséquent, si le Fonds perdait à un moment donné son statut de fiducie de fonds commun de placement à la suite de l'application des modifications proposées, cette perte de statut serait permanente. Selon la forme définitive dans laquelle les modifications proposées seront adoptées, il pourrait être nécessaire de modifier la déclaration de fiducie afin qu'il soit tenu compte de ces nouvelles restrictions. Une telle modification ne requiert pas l'approbation des porteurs de parts.

Modifications apportées à la déclaration de fiducie

La déclaration de fiducie peut être modifiée à l'occasion par voie d'une résolution spéciale des porteurs de parts. Les fiduciaires du Fonds peuvent, sans l'approbation des porteurs de parts, apporter certaines modifications à la déclaration de fiducie, notamment les suivantes :

- celles qui ont pour but de garantir le respect continu des lois, règlements, exigences ou politiques applicables d'une autorité gouvernementale ayant compétence à l'égard des fiduciaires ou des actifs du Fonds ou de ses filiales, ou d'une bourse ou d'un autre marché organisé où les parts sont inscrites aux fins de négociation;
- celles qui, de l'avis des fiduciaires, fournissent des avantages ou une protection supplémentaires aux porteurs de parts du Fonds;
- celles qui ont pour but d'éliminer des conflits ou des incompatibilités dans la déclaration de fiducie ou d'apporter des corrections mineures qui, de l'avis des fiduciaires, sont nécessaires ou souhaitables et qui ne portent pas préjudice aux porteurs de parts du Fonds;
- celles qui, de l'avis des fiduciaires, sont nécessaires ou souhaitables en raison de modifications apportées aux lois fiscales canadiennes ou aux politiques d'un organisme gouvernemental ayant compétence sur les fiduciaires ou le Fonds;
- celles qui ont pour but de garantir que le Fonds demeurera admissible à titre de fiducie de fonds commun de placement et que les parts ne constitueront pas des « biens étrangers », dans chaque cas, en vertu de la LIR.

Durée du Fonds

Le Fonds a été établi pour une durée indéfinie. Toutefois, les porteurs de parts peuvent, par voie de résolution spéciale des porteurs de parts, exiger que les fiduciaires commencent à liquider les affaires du Fonds.

La déclaration de fiducie prévoit que, lorsque les fiduciaires devront commencer à liquider les affaires du Fonds, ils en aviseront les porteurs de parts au moyen d'un avis qui précisera le ou les moments auxquels les porteurs de parts devront remettre leurs parts aux fins d'annulation ainsi que la date de clôture du registre des parts. Après la date de clôture du registre, les fiduciaires procèderont à la liquidation des affaires du Fonds dès qu'il sera raisonnablement possible de le faire et, à cette fin, sous réserve d'une directive contraire se rapportant à une dissolution autorisée par une résolution des porteurs de parts, ils vendront et convertiront en espèces tous les actifs composant le Fonds, notamment les billets d'AcquisitionCo et les actions ordinaires d'AcquisitionCo, ainsi que tous les autres actifs du Fonds au moyen d'une ou de plusieurs opérations dans le cadre d'une vente publique ou de gré à gré, et prendront toutes les autres mesures pertinentes pour liquider le Fonds. Après avoir payé ou remboursé toutes les dettes et obligations connues du Fonds, ou constitué une réserve pour leur paiement ou leur remboursement, et après l'indemnisation d'autres responsabilités et obligations non réglées, les fiduciaires distribueront le reste du produit tiré de la vente des actifs composant le Fonds, y compris l'encaisse faisant partie des actifs du Fonds aux porteurs de parts selon leur quote-part respective, contre remise des parts. Si les fiduciaires sont incapables de vendre la totalité ou une partie des actifs qui composent le Fonds avant la date prévue de dissolution, ils pourront distribuer ces actifs en nature directement aux porteurs de parts selon leur quote-part respective, sous réserve d'avoir obtenu toutes les approbations requises des autorités de réglementation.

Offres publiques d'achat

La déclaration de fiducie renferme des dispositions prévoyant que si une offre publique d'achat visant la totalité des parts émises et en circulation est effectuée et que l'initiateur prend livraison d'au moins 90 % des parts après dilution (y compris les parts pouvant être émises au moment de l'échange de titres échangeables contre des parts, mais à l'exclusion des parts détenues à la date de l'offre publique d'achat par l'initiateur, des personnes avec qui il a un lien ou des membres de son groupe, ou pour leur compte) et les règle, l'initiateur aura le droit d'acquérir les parts détenues par les porteurs de parts et par les porteurs de titres échangeables contre des parts qui n'ont pas accepté l'offre publique d'achat aux conditions qu'il offre.

Exercice de certains droits de vote rattachés à certains titres

La déclaration de fiducie prévoit que le Fonds n'exercera pas les droits de vote rattachés aux titres qu'il détient, y compris les actions ordinaires d'AcquisitionCo et les billets d'AcquisitionCo de série 1, et fera en sorte qu'AcquisitionCo n'exerce pas les droits de vote rattachés à ses actions ordinaires de MarksCo et à ses billets de MarksoCo pour autoriser, notamment :

- une vente, une location ou une autre aliénation de la totalité ou de la quasi-totalité des actifs directs ou indirects d'AcquisitionCo ou de MarksCo, sauf dans le cadre d'une réorganisation interne ou d'une charge ou d'un gage ou d'un privilège permis, ou aux termes d'une garantie visant une obligation d'AcquisitionCo ou de MarksCo;
- une fusion, un arrangement ou un autre type de fusionnement d'AcquisitionCo ou de MarksCo avec une autre entité, sauf dans le cadre d'une réorganisation interne ou de l'acquisition, par AcquisitionCo ou MarksCo, des titres ou actifs d'une autre entité;
- une modification importante de la convention relative aux billets d'AcquisitionCo ou de la convention relative aux billets de MarksCo, sauf en vue d'une autre émission de billets de la même série ou d'une autre série par AcquisitionCo ou par MarksCo;
- une modification importante du capital-actions autorisé d'AcquisitionCo ou de MarksCo de sorte qu'il serait raisonnable de s'attendre à ce qu'elle soit préjudiciable pour le Fonds.

Information et rapports

Conformément aux lois sur les valeurs mobilières applicables et sous réserve de celles-ci, le Fonds fournira aux porteurs de parts les états financiers consolidés (y compris les états financiers consolidés annuels et trimestriels) et les autres rapports requis à l'occasion par les lois applicables, notamment les formulaires prescrits dont les porteurs de parts ont besoin pour remplir leurs déclarations de revenu en vertu de la LIR et des lois provinciales équivalentes.

Avant chaque assemblée des porteurs de parts du Fonds, les fiduciaires fourniront à ces derniers (avec l'avis de convocation à l'assemblée) toute l'information qui doit leur être fournie en vertu des lois applicables et de la déclaration de fiducie.

Le Fonds s'est engagé envers les autorités en valeurs mobilières compétentes, et ce, tant qu'il demeurera un émetteur assujetti, (i) à traiter MarksCo comme une de ses filiales lorsque le Fonds s'acquittera des obligations qui lui incombent à titre d'émetteur assujetti, (ii) à transmettre aux porteurs de parts des états financiers distincts pour la nouvelle Second Cup et (iii) à attester chaque année qu'il a respecté cet engagement et à déposer l'attestation sur SEDAR en même temps que le dépôt de ses états financiers annuels.

La nouvelle Second Cup s'est engagée à fournir au Fonds ses états financiers non vérifiés dans les 40 jours suivant la fin de chacun de ses trimestres comptables et ses états financiers consolidés annuels vérifiés dans les 85 jours suivant la fin de chacun de ses exercices. Ces états financiers doivent être établis conformément aux PCGR et comprendront également un relevé du chiffre d'affaires du réseau réalisé pour la période pertinente.

Les états financiers trimestriels et annuels de la nouvelle Second Cup que le Fonds reçoit de celle-ci devront être déposés sur www.sedar.com à titre de supplément aux états financiers trimestriels et annuels du Fonds.

La nouvelle Second Cup devra remettre au Fonds tout les états financiers et toutes les déclarations de changement important que la nouvelle Second Cup doit déposer conformément à ses engagements auprès des autorités en valeurs mobilières compétentes et, à l'occasion, les renseignements supplémentaires sur la situation financière ou l'entreprise de la nouvelle Second Cup que le Fonds peut raisonnablement demander afin de respecter les obligations d'information continue ou autres auxquelles il peut actuellement ou pourra être assujetti en vertu des lois sur les valeurs mobilières ou d'autres lois applicables, ou encore, afin de les inclure dans un document d'information qu'il est tenu ou qu'il choisit de remettre aux porteurs de parts ou qu'il doit déposer ou remettre aux autorités en valeurs mobilières compétentes ou à des bourses ou des marchés applicables.

En outre, la nouvelle Second Cup et Second Cup, à titre de société devancière de MarksCo, se sont chacune engagées envers les autorités en valeurs mobilières compétentes, et ce, tant que le Fonds demeurera un émetteur assujetti, à ce que la nouvelle Second Cup et MarksCo, respectivement, demandent à quiconque serait un de leurs « initiés », si elles étaient des émetteurs assujettis, à déposer des déclarations d'initié relativement aux opérations sur des parts du Fonds (y compris sur des titres pouvant être échangés contre des parts du Fonds) et à se conformer aux interdictions prévues par la loi relativement aux opérations d'initié conformément aux lois sur les valeurs mobilières canadiennes applicables.

Système d'inscription en compte

L'inscription des participations dans les parts et des transferts de parts sera effectuée uniquement au moyen d'un système d'inscription en compte (le « système d'inscription en compte ») administré par la CDS. À la clôture, le Fonds remettra à la CDS des certificats attestant le nombre total de parts souscrites dans le cadre du placement. Aux termes du système d'inscription en compte, les parts doivent être achetées, transférées et remises aux fins de rachat par l'entremise d'un adhérent de la CDS. Tous les droits des porteurs de parts bénéficiaires doivent être exercés par la CDS ou l'adhérent de la CDS par l'entremise duquel le porteur de parts détient ses parts et tous les paiements ou autres biens auxquels ces porteurs de parts ont droit seront effectués ou délivrés par la CDS ou par l'adhérent de la CDS. Au moment de l'achat de parts, les porteurs de parts ne recevront qu'un avis d'exécution de la part du courtier inscrit qui est un adhérent de la CDS auprès ou par l'entremise duquel les parts sont souscrites.

Dans le présent prospectus, « porteur de parts » désigne, sauf incompatibilité avec le contexte, le propriétaire d'un intérêt bénéficiaire dans ces parts.

L'absence de certificat matériel peut restreindre la capacité d'un propriétaire véritable de parts de donner ces parts en gage ou prendre d'autres mesures à l'égard de sa participation dans ces parts (autrement que par l'entremise d'un adhérent de la CDS).

Le Fonds peut mettre fin à l'inscription des parts au moyen du système d'inscription en compte, auquel cas des certificats de parts entièrement nominatifs seront émis aux propriétaires véritables de ces parts ou à leurs prête-noms.

Le Fonds, les fiduciaires du Fonds ainsi que l'agent des transferts et agent chargé de la tenue des registres pour les parts ne seront pas tenus responsables a) des registres tenus par la CDS relativement aux intérêts bénéficiaires dans les parts ou des comptes tenus par la CDS par l'entremise du système d'inscription en compte; b) de la tenue, de la supervision ou de l'examen des registres liés à ces intérêts bénéficiaires ou c) des conseils ou des déclarations donnés ou faites par la CDS à l'égard des règles et des règlements de la CDS, ni des mesures prises ou non par la CDS ou par les adhérents de la CDS.

Administration du Fonds

Sauf si des lois l'interdisent expressément, les fiduciaires peuvent accorder ou déléguer certains des pouvoirs d'administration qui leurs sont conférés par la déclaration de fiducie. Les fiduciaires peuvent accorder à un tiers le pouvoir général d'administrer et de gérer les activités quotidiennes du Fonds, et de prendre des décisions administratives conformes aux politiques et aux principes généraux énoncés dans la déclaration de fiducie ou autrement établis par les fiduciaires à l'occasion.

À la date de clôture, le Fonds et AcquisitionCo concluront avec MarksCo une convention d'administration aux termes de laquelle MarksCo conviendra de fournir les services nécessaires pour l'administration du Fonds et d'AcquisitionCo ou de prendre des dispositions à cet égard, notamment pour : i) faire en sorte que le Fonds respecte les obligations d'information continue prévues par les lois sur les valeurs mobilières applicables, y compris la préparation d'états financiers; ii) fournir des services de relations avec les investisseurs; iii) fournir ou faire fournir aux porteurs de parts tous les renseignements auxquels ils ont droit aux termes de la déclaration de fiducie, y compris les renseignements pertinents à l'égard de l'impôt sur le revenu; iv) convoquer et tenir des assemblées des porteurs de parts et distribuer les documents requis, notamment les avis de convocation et les circulaires de sollicitation de procurations, à l'égard de toutes ces assemblées; v) calculer les distributions payables aux porteurs de parts; vi) participer à toutes les questions administratives et autres liées aux rachats de parts; vii) faire en sorte que les restrictions concernant la propriété par des non-résidents soient respectées et viii) rendre des services généraux en matière de comptabilité, de tenue des livres et d'administration. Le Fonds et AcquisitionCo peuvent résilier la convention d'administration en payant à MarksCo tous les frais et toutes les dépenses que celle-ci a engagés avec l'approbation du Fonds et d'AcquisitionCo afin de mettre un terme aux contrats qu'elle a conclus avec des tiers (à la condition que le Fonds ou AcquisitionCo, selon le cas, ait approuvé ces contrats) pour l'exécution par MarksCo des tâches prévues à son égard dans la convention d'administration.

MarksCo règlera tous les frais qu'elle aura engagés et qui sont attribuables à l'exécution de ses tâches d'administration du Fonds. Le Fonds remboursera MarksCo de tous les frais que celle-ci a engagés pour son compte et lui versera une rémunération annuelle d'au plus 25 000 $.

GOUVERNANCE, CAPITAL-ACTIONS ET CAPITAUX EMPRUNTÉS D'ACQUISITIONCO

Les activités d'AcquisitionCo seront gérées et supervisées par son conseil d'administration. Même si le Fonds sera propriétaire de la totalité des actions ordinaires d'AcquisitionCo, il n'aura aucun rôle actif dans sa gestion quotidienne.

Administrateurs

À la clôture, les administrateurs d'AcquisitionCo seront les fiduciaires du Fonds, qui seront également les candidats du Fonds aux postes d'administrateur de MarksCo.

Capital-actions d'AcquisitionCo

Le capital-actions autorisé d'AcquisitionCo se composera d'un nombre illimité d'actions ordinaires sans valeur nominale. À la date de clôture, environ 8 694 039 actions ordinaires d'AcquisitionCo seront émises et en circulation, et elles appartiendront toutes au Fonds. Chaque action ordinaire d'AcquisitionCo confère à son porteur le droit de recevoir un avis de convocation à toute assemblée des actionnaires d'AcquisitionCo (exception faite des assemblées des porteurs d'une autre catégorie d'actions d'AcquisitionCo), d'y assister et d'y exprimer une voix par action. Les actions ordinaires d'AcquisitionCo confèreront à leur porteur le droit de recevoir, au cours d'une année donnée, les dividendes déclarés payables par le conseil d'administration d'AcquisitionCo sur les actions ordinaires d'AcquisitionCo. En cas de liquidation ou de dissolution d'AcquisitionCo, les porteurs d'actions ordinaires d'AcquisitionCo, après que la totalité des dettes d'AcquisitionCo auront été réglées ou qu'une provision suffisante aura été établie à leur égard, pourront recevoir leur quote-part du reste des actifs d'AcquisitionCo.

Politique en matière de distributions

Le Fonds croit comprendre que le conseil d'administration d'AcquisitionCo adoptera une politique de distribution de la totalité de son encaisse disponible, sous réserve des lois applicables, au moyen de dividendes ou d'autres sommes versés sur les actions ordinaires d'AcquisitionCo ou à l'égard de celles-ci, après :

- l'acquittement de toutes ses obligations au titre du service de la dette, y compris les obligations relatives aux frais, telles que les remboursements de capital et les versements d'intérêt;
- l'établissement de provisions aux fins des dépenses administratives et des autres obligations (dont les impôts, le cas échéant);
- les remboursements de capital à l'égard des billets d'AcquisitionCo que le conseil d'administration d'AcquisitionCo juge souhaitables, moyennant le consentement du Fonds et celui des porteurs des billets d'AcquisitionCo donné par voie de résolution spéciale des porteurs de billets;
- l'établissement de provisions pour toute somme additionnelle qui pourrait devoir être versée aux termes de la convention de souscription;
- l'établissement par AcquisitionCo des réserves raisonnables pour fonds de roulement que le conseil d'administration juge appropriées.

Billets d'AcquisitionCo

Voici un résumé des attributs et des caractéristiques importants des billets d'AcquisitionCo qui seront émis aux termes de la convention relative aux billets (la « convention relative aux billets d'AcquisitionCo ») prévoyant l'émission des billets d'AcquisitionCo. La convention relative aux billets d'AcquisitionCo portera la date de clôture et sera conclue entre AcquisitionCo et Société de fiducie Computershare du Canada, à titre de fiduciaire (le « fiduciaire pour les billets d'AcquisitionCo »). Le présent résumé doit être lu à la lumière des dispositions de la convention relative aux billets d'AcquisitionCo, qui renferme le texte complet des attributs et des caractéristiques décrits ci-après. Se reporter à la rubrique « Contrats importants ».

Le nombre de billets d'AcquisitionCo sera illimité. Deux séries de billets d'AcquisitionCo seront initialement autorisées aux fins d'émission aux termes de la convention relative aux billets d'AcquisitionCo. À la clôture, seuls des billets d'AcquisitionCo de série 1 seront émis et en circulation, et ils seront tous détenus par le Fonds. AcquisitionCo peut émettre des billets d'AcquisitionCo de série 1 supplémentaires à l'occasion. AcquisitionCo n'émettra des billets d'AcquisitionCo de série 2 qu'en faveur du Fonds afin qu'ils soient remis aux porteurs de parts en règlement intégral ou partiel du prix de rachat des parts dans le cadre d'un règlement en nature du prix de rachat des parts dont un porteur de parts a demandé le rachat.

Intérêt et échéance

Les billets d'AcquisitionCo de série 1 devant être émis à la clôture arriveront à échéance le 10e anniversaire de la date d'émission et porteront intérêt à un taux de 12,0 % par année, calculé et payable mensuellement à terme échu, au plus tard le 14e jour suivant la fin de chaque mois civil au cours duquel ils sont en circulation.

Chaque billet d'AcquisitionCo de série 1 émis après la clôture, le cas échéant, arrivera à échéance le 10e anniversaire de sa date d'émission et portera intérêt à un taux qui sera fixé par le conseil d'administration d'AcquisitionCo au moment de son émission, calculé et payable mensuellement à terme échu, au plus tard le 14e jour suivant la fin de chaque mois civil au cours duquel il est en circulation.

Chaque billet d'AcquisitionCo de série 2 aura une durée de 10 ans moins un jour, à moins qu'il ne soit racheté plus tôt au gré du Fonds. Chaque billet d'AcquisitionCo de série 2 portera intérêt au taux du marché qui sera fixé par le conseil d'administration d'AcquisitionCo au moment de son émission et qui sera payable, à moins qu'AcquisitionCo n'en décide autrement, au plus tard le 14e jour suivant la fin de chaque mois civil au cours duquel il est en circulation.

Les billets d'AcquisitionCo ne seront émis que sous forme entièrement nominative en coupures minimales de 100 $.

Remboursement à l'échéance

À l'échéance, AcquisitionCo remboursera la dette que représentent les billets d'AcquisitionCo en versant au fiduciaire pour les billets d'AcquisitionCo, au nom des porteurs, une somme correspondant au capital des billets d'AcquisitionCo en circulation et à l'intérêt couru et impayé sur ceux-ci. Le paiement aux porteurs sera effectué sur présentation et remise de leurs billets d'AcquisitionCo au fiduciaire pour les billets d'AcquisitionCo à la date d'échéance. Dès que le capital aura été remboursé et que l'intérêt couru et impayé aura été versé, le fiduciaire pour les billets d'AcquisitionCo annulera les billets d'AcquisitionCo.

Rachat

À l'occasion, le conseil d'administration d'AcquisitionCo examinera l'état des actifs d'AcquisitionCo, l'état de la redevance et la situation financière de MarksCo. Si, de l'avis du conseil d'administration d'AcquisitionCo, l'examen en question indique qu'il est peu probable que la dette d'AcquisitionCo attestée par les billets d'AcquisitionCo puisse être refinancée selon les mêmes modalités lorsque les billets d'AcquisitionCo arriveront à échéance, AcquisitionCo peut, moyennant le consentement du Fonds et le consentement des porteurs de billets d'AcquisitionCo donné par voie de résolution spéciale des porteurs de billets, commencer à rembourser le capital des billets d'AcquisitionCo de façon que, de l'avis du conseil d'administration d'AcquisitionCo, les billets d'AcquisitionCo soient entièrement remboursés à l'échéance. Dans ce cas, l'encaisse disponible après impôt d'AcquisitionCo sera affectée, dans la mesure nécessaire, au financement des remboursements en question à la place du versement de dividendes sur les actions ordinaires d'AcquisitionCo. De plus, si AcquisitionCo dispose d'une encaisse disponible, mais qu'il lui est interdit de déclarer ou de verser un dividende ou de réduire son capital déclaré en vertu des lois applicables, le conseil d'administration d'AcquisitionCo peut procéder à des remboursements de capital sur les billets d'AcquisitionCo en utilisant l'encaisse disponible en question.

En outre, les billets d'AcquisitionCo de série 1 peuvent être rachetés relativement à l'émission de billets d'AcquisitionCo de série 2 pour financer le rachat en nature des parts par le Fonds. Se reporter à la rubrique « Description du Fonds — Droit de rachat ».

Rang

Tous les billets d'AcquisitionCo auront le même rang. Le remboursement du capital des billets d'AcquisitionCo ainsi que le versement des intérêts sur ceux-ci et de toutes les autres sommes devant être versées aux termes de la convention relative aux billets d'AcquisitionCo constitueront des dettes non garanties d'AcquisitionCo et seront expressément de rang inférieur aux dettes de rang supérieur d'AcquisitionCo. Le terme « dettes de rang supérieur d'AcquisitionCo » sera défini dans la convention relative aux billets d'AcquisitionCo comme étant l'ensemble des dettes et des passifs d'AcquisitionCo, notamment le capital des dettes d'AcquisitionCo, les primes, le cas échéant, visant celles-ci et l'intérêt sur celles-ci, qui, selon les modalités de l'instrument ou de l'entente qui les crée, les atteste ou les régit, sont expressément de rang supérieur aux dettes qu'attestent les billets ou la convention relative aux billets d'AcquisitionCo. Les garanties accordées en faveur de la Banque dans le cadre du prêt à terme en faveur de MarksCo et du prêt d'exploitation constitueront la dette de rang supérieur d'AcquisitionCo.

Cas de défaut

La convention relative aux billets d'AcquisitionCo prévoit que les situations suivantes constitueront des cas de défaut (au sens attribué au terme *Event of Default* dans la convention relative aux billets d'AcquisitionCo) :

- le non-remboursement du capital des billets d'AcquisitionCo à l'échéance;
- sous réserve des modalités des dettes de rang supérieur d'AcquisitionCo, l'omission de verser l'intérêt sur les billets d'AcquisitionCo à l'échéance, pendant une période de six mois;
- la survenance d'un cas de défaut visant les dettes de rang supérieur d'AcquisitionCo de sorte qu'un montant supérieur à 1 000 000 $ devient exigible et payable;
- certains cas de dissolution, de liquidation, de faillite, d'insolvabilité ou de mise sous séquestre;
- la prise de possession par le bénéficiaire d'une charge, selon le fiduciaire pour les billets d'AcquisitionCo, de la totalité ou de la quasi-totalité des biens d'AcquisitionCo;
- le fait qu'AcquisitionCo cesse d'être propriétaire de la totalité des actions ordinaires de MarksCo émises et en circulation;
- le fait qu'AcquisitionCo ou l'une de ses filiales importantes cesse d'exercer ses activités ou une partie importante de celles-ci;
- le non-respect ou l'inexécution d'un autre engagement ou d'une autre condition de la convention relative aux billets d'AcquisitionCo, et ce, pendant une période d'au moins 30 jours après que le fiduciaire pour les billets d'AcquisitionCo ait donné un avis écrit à AcquisitionCo lui faisant part du défaut et lui demandant de corriger la situation.

La convention relative aux billets d'AcquisitionCo prévoit également que le fiduciaire pour les billets d'AcquisitionCo ne devra prendre aucune mesure à l'égard d'un cas de défaut sans le consentement préalable du Fonds tant que celui-ci détiendra, directement ou indirectement, au moins 25 % du capital total des billets d'AcquisitionCo en circulation.

CAPITAL-ACTIONS ET CAPITAUX EMPRUNTÉS DE MARKSCO

Capital-actions de MarksCo

Le capital-actions autorisé de MarksCo se composera d'un nombre illimité d'actions ordinaires sans valeur nominale. À la clôture, environ 8 694 039 actions ordinaires de MarksCo seront émises et en circulation, et elles appartiendront toutes au Fonds. Chaque action ordinaire de MarksCo confèrera à son porteur le droit de recevoir un avis de convocation à toute assemblée des actionnaires de MarksCo (exception faite des assemblées des porteurs d'une autre catégorie d'actions de MarksCo), d'y assister et d'y exprimer une voix par action. Les actions ordinaires de MarksCo confèreront à leur porteur le droit de recevoir, au cours d'une année, les dividendes déclarés payables par le conseil d'administration de MarksCo sur les actions ordinaires de MarksCo. En cas de liquidation ou de dissolution de MarksCo, les porteurs d'actions ordinaires de MarksCo pourront recevoir leur quote-part du reste des actifs de MarksCo, après que les dettes de MarksCo auront été réglées ou qu'une provision suffisante aura été établie à leur égard.

Politique en matière de distributions

Le Fonds croit comprendre que le conseil d'administration de MarksCo adoptera une politique visant la distribution de la totalité de son encaisse disponible, sous réserve des lois applicables, au moyen de dividendes ou d'autres sommes versés sur les actions ordinaires de MarksCo ou à l'égard de celles-ci, après :

- l'acquittement de ses obligations au titre du service de la dette, dont les obligations relatives aux frais, telles que les remboursements de capital et les versements d'intérêt;
- l'établissement de provisions aux fins de ses dépenses administratives et de ses autres obligations (dont les impôts, le cas échéant);

- l'établissement de provisions pour toute somme additionnelle qui pourrait devoir être versée à la nouvelle Second Cup aux termes de la convention de licence et de redevance si des Cafés supplémentaires sont ajoutés au fonds de redevance;
- les remboursements de capital sur les billets de MarksCo que le conseil d'administration de MarksCo juge souhaitables, moyennant le consentement du Fonds et celui des porteurs des billets de MarksCo donné par voie de résolution spéciale des porteurs de billets;
- l'établissement par MarksCo des réserves raisonnables pour fonds de roulement que le conseil d'administration juge appropriées.

Billets de MarksCo

Voici un résumé des attributs et des caractéristiques importants des billets de MarksCo qui seront émis aux termes de la convention relative aux billets (la « convention relative aux billets de MarksCo ») prévoyant l'émission des billets de MarksCo. La convention relative aux billets de MarksCo sera datée de la date de clôture et sera conclue entre MarksCo et Société de fiducie Computershare du Canada, à titre de fiduciaire (le « fiduciaire pour les billets de MarksCo »). Le présent résumé doit être lu à la lumière des dispositions de la convention relative aux billets de MarksCo qui renferme le texte complet des attributs et des caractéristiques décrits ci-après. Se reporter à la rubrique « Contrats importants ».

Le nombre de billets de MarksCo sera illimité. Deux séries de billets de MarksCo seront initialement autorisées aux fins d'émission aux termes de la convention relative aux billets de MarksCo. À la clôture, le Fonds détiendra tous les billets de MarksCo émis et en circulation. MarksCo peut émettre des billets de MarksCo supplémentaires à l'occasion.

Intérêt et échéances

Les billets de MarksCo seront émis à la clôture, arriveront à échéance le 10e anniversaire de la date d'émission et porteront intérêt à un taux de 12,125 % par année, calculé et payable mensuellement à terme échu, au plus tard le 14e jour suivant la fin de chaque mois civil au cours duquel ils sont en circulation. Chaque billet de MarksCo émis après la clôture, le cas échéant, arrivera à échéance le 10e anniversaire de sa date d'émission et portera intérêt à un taux qui sera fixé par le conseil d'administration de MarksCo au moment de son émission, calculé et payable mensuellement à terme échu, au plus tard le 14e jour suivant la fin de chaque mois civil au cours duquel il est en circulation.

Les billets de MarksCo ne seront émis que sous forme entièrement nominative en coupures minimales de 100 $.

Remboursement à l'échéance

À l'échéance, MarksCo remboursera la dette que représentent les billets de MarksCo en versant au fiduciaire pour les billets de MarksCo, au nom des porteurs, une somme correspondant au capital des billets de MarksCo en circulation et à l'intérêt couru et impayé sur ceux-ci. Le paiement aux porteurs sera effectué sur présentation et remise de leurs billets de MarksCo au fiduciaire pour les billets de MarksCo à la date d'échéance. Dès que le capital aura été remboursé et que l'intérêt couru et impayé aura été versé, le fiduciaire pour les billets de MarksCo annulera les billets de MarksCo.

Rachat

À l'occasion, le conseil d'administration de MarksCo examinera l'état des actifs de MarksCo, l'état de la redevance et la situation financière de la nouvelle Second Cup. Si, de l'avis du conseil d'administration de MarksCo, l'examen en question indique qu'il est peu probable que la dette de MarksCo attestée par les billets de MarksCo puisse être refinancée selon les mêmes modalités lorsque les billets de MarksCo arriveront à échéance, MarksCo peut, moyennant le consentement du Fonds et le consentement des porteurs de billets de MarksCo donné par voie de résolution spéciale des porteurs de billets, commencer à rembourser le capital des billets de MarksCo de façon que, de l'avis du conseil d'administration de MarksCo, les billets de MarksCo soient entièrement remboursés à l'échéance. Dans ce cas, l'encaisse disponible après impôt de MarksCo sera affectée,

dans la mesure nécessaire, au financement des remboursements en question à la place du versement de dividendes sur les actions ordinaires de MarksCo. De plus, si MarksCo dispose d'une encaisse disponible, mais qu'il lui est interdit de déclarer ou de verser un dividende ou de réduire son capital déclaré en vertu des lois applicables, le conseil d'administration de MarksCo peut procéder à des remboursements de capital sur les billets de MarksCo en utilisant l'encaisse disponible en question.

Rang

Tous les billets de MarksCo auront le même rang. Le remboursement du capital des billets de MarksCo ainsi que le versement des intérêts sur ceux-ci et de toutes les autres sommes devant être versées aux termes de la convention relative aux billets de MarksCo constitueront des dettes non garanties de MarksCo et seront expressément de rang inférieur aux dettes de rang supérieur de MarksCo. Le terme « dettes de rang supérieur de MarksCo » *(MarksCo Senior Indebtedness)* sera défini dans la convention relative aux billets de MarksCo comme étant l'ensemble des dettes et des passifs de MarksCo, notamment le capital des dettes de MarksCo, les primes, le cas échéant, visant celles-ci et l'intérêt sur celles-ci, qui, selon les modalités de l'instrument ou de l'entente qui les crée, les atteste ou les régit, sont expressément de rang supérieur aux dettes qu'attestent les billets de MarksCo ou la convention relative aux billets de MarksCo. Le prêt à terme en faveur de MarksCo et le prêt d'exploitation constitueront des dettes de rang supérieur de MarksCo.

Cas de défaut

La convention relative aux billets de MarksCo prévoit que les situations suivantes constitueront des cas de défaut (*au sens attribué au terme Event of Default* dans la convention relative aux billets de MarksCo) :

- le non-remboursement du capital des billets de MarksCo à l'échéance;
- sous réserve des modalités des dettes de rang supérieur de MarksCo, l'omission de verser l'intérêt sur les billets à l'échéance, pendant une période de six mois;
- La survenance d'un cas de défaut visant les dettes de rang supérieur de MarksCo de sorte qu'un montant supérieur à 1 000 000 $ devient exigible et payable;
- certains cas de dissolution, de liquidation, de faillite, d'insolvabilité ou de mise sous séquestre;
- la prise de possession par le bénéficiaire d'une charge, selon le fiduciaire pour les billets de MarksCo, de la totalité ou de la quasi-totalité des biens de MarksCo;
- le fait que MarksCo cesse d'être propriétaire des marques de Second Cup;
- le fait que MarksCo ou l'une de ses filiales importantes cesse d'exercer ses activités ou une partie importante de celles-ci;
- le non-respect ou l'inexécution d'un autre engagement ou d'une autre condition de la convention relative aux billets de MarksCo, et ce, pendant une période d'au moins 30 jours après que le fiduciaire pour les billets de MarksCo a donné un avis écrit à MarksCo lui faisant part du défaut et lui demandant d'y remédier.

La convention relative aux billets de MarksCo prévoit également que le fiduciaire pour les billets de MarksCo ne pourra prendre aucune mesure à l'égard d'un cas de défaut sans le consentement préalable du Fonds tant que celui-ci détiendra, directement ou indirectement, au moins 25 % du capital global des billets de MarksCo en circulation.

Prêt à terme en faveur de MarksCo et prêt d'exploitation

MarksCo aura également une dette en vertu du prêt à terme en faveur de MarksCo et du prêt d'exploitation. Se reporter à la rubrique « Financement et acquisition des marques de Second Cup — Prêt à terme en faveur de MarksCo et prêt d'exploitation ».

MODE DE PLACEMENT

Conformément à une convention (la « convention de prise ferme ») datée du 22 novembre 2004 intervenue entre, d'une part, Cara, la nouvelle Second Cup et le Fonds et, d'autre part, Scotia Capitaux Inc., BMO Nesbitt Burns Inc., Marchés mondiaux CIBC inc. et Valeurs Mobilières TD inc. (collectivement, les « preneurs fermes »), le Fonds a accepté de vendre et les preneurs fermes ont chacun accepté d'acheter le 2 décembre 2004, ou à une date ultérieure convenue, mais au plus tard le 31 décembre 2004, un total de 8 145 346 parts au prix de 10 $ la part, pour une contrepartie globale de 81 453 460 $ que les preneurs fermes devront verser au Fonds à la livraison des parts. Les preneurs fermes recevront une rémunération totale de 4 887 208 $ (0,60 $ la part). Se reporter aux rubriques « Financement et acquisition des marques de Second Cup » et « Emploi du produit ». En outre, la nouvelle Second Cup souscrira 1 437 414 parts à la clôture (soit 15 % des parts émises et en circulation) au prix d'offre. Elle acquerra ces parts directement du Fonds et aucuns frais ne seront payables aux preneurs fermes à l'égard du placement de ces parts.

Les obligations qui incombent aux preneurs fermes aux termes de la convention de prise ferme sont individuelles et peuvent être résiliées à leur gré selon leur évaluation de la conjoncture des marchés financiers et peuvent également être résiliées si certaines situations surviennent. Les preneurs fermes sont toutefois tenus de prendre livraison de la totalité des parts et de les régler si des parts sont achetées aux termes de la convention de prise ferme.

Le Fonds a convenu avec les preneurs fermes de ne pas émettre, offrir, vendre, s'engager à vendre ou aliéner autrement, directement ou indirectement, des parts ou des titres convertibles en parts, échangeables contre celles-ci ou pouvant être levés pour en acquérir ni divulguer publiquement l'intention de procéder à l'émission, à l'offre, à la vente ou à l'aliénation en question sans le consentement des preneurs fermes pendant 180 jours à compter de la date de clôture.

Dans le cadre du placement, la nouvelle Second Cup s'engagera envers les preneurs fermes, aux termes de la convention de prise ferme, et le Fonds, aux termes de la convention de gouvernance, à ne pas vendre, sans le consentement des preneurs fermes ou du Fonds, selon le cas, les parts initiales souscrites par la nouvelle Second Cup pendant une période de deux ans à compter de la date de clôture, sauf dans certaines circonstances restreintes, notamment dans le cadre d'une offre publique d'achat, d'une fusion ou d'un regroupement d'entreprises similaire, ou aux termes d'un gage.

Le Fonds et Cara ont convenu d'indemniser les preneurs fermes et leurs administrateurs, dirigeants, employés, actionnaires et mandataires de certaines responsabilités découlant de la convention de prise ferme, notamment des responsabilités prévues par les lois canadiennes sur les valeurs mobilières.

Les souscriptions seront reçues sous réserve du droit de les refuser ou de les répartir en totalité ou en partie et du droit de clore les registres de souscription à tout moment sans préavis.

Conformément aux instructions générales de la Commission des valeurs mobilières de l'Ontario et de l'Autorité des marchés financiers, les preneurs fermes ne peuvent pas, pendant la période de placement prévue par le présent prospectus, offrir d'acheter ni acheter des parts. Cette restriction comporte certaines exceptions, dans la mesure où les offres d'achat ou les achats ne sont pas faits dans le but de créer une activité réelle ou apparente sur les titres ou de faire monter leur cours. Ces exceptions visent également les offres d'achat ou les achats autorisés en vertu des règles et règlements de la Bourse de Toronto relativement à la stabilisation du cours d'une valeur et aux activités de maintien passif du marché, ainsi que les offres d'achat ou les achats pour le compte de clients par suite d'ordres qui n'ont pas été sollicités pendant la durée du placement. Sous réserve de ce qui précède et des lois applicables, les preneurs fermes peuvent, dans le cadre du placement, faire des attributions excédentaires ou effectuer des opérations visant à stabiliser ou à maintenir le cours des parts à d'autres niveaux que ceux qui seraient formés sur un marché libre. Si elles sont commencées, ces opérations peuvent être interrompues à tout moment.

Les parts offertes dans le cadre du présent prospectus n'ont pas été et ne seront pas inscrites en vertu de la Loi de 1933 ni d'aucune autre loi sur les valeurs mobilières d'un État américain et, sous réserve de certaines exceptions, elles ne peuvent pas faire l'objet d'une offre d'achat ou de vente, d'une vente ou d'une autre aliénation, directement ou indirectement, aux États-Unis, dans ses territoires ou ses possessions ni à une personne des États-Unis *(U.S. person)* ou pour son compte. Une telle offre, vente ou autre aliénation

constituerait une violation de la Loi de 1933, à moins qu'elle ne soit faite conformément aux exigences d'inscription de la Loi de 1933 ou à une dispense de celles-ci. Chaque preneur ferme a accepté de ne pas offrir, vendre ou livrer des parts offertes aux termes des présentes aux États-Unis ni à une personne des États-Unis ou pour son compte, sauf conformément à la convention à prise ferme ou à une dispense applicable.

Le présent prospectus ne constitue pas une offre de vente ni une sollicitation d'une offre d'achat de parts aux États-Unis, dans ses territoires ou ses possessions ni à une personne des États-Unis ou pour son compte. De plus, pendant 40 jours après le commencement du placement, le courtier (qu'il participe ou non au placement) qui offre ou qui vend des parts aux États-Unis pourrait violer les exigences d'inscription de la Loi de 1933 si l'offre ou la vente en question n'est pas effectuée conformément à une dispense d'inscription prévue par la Loi de 1933.

À l'heure actuelle, il n'existe aucun marché pour la vente des parts. Les souscripteurs pourraient donc ne pas être en mesure de revendre les titres achetés aux termes du présent prospectus. Par conséquent, les modalités du placement, y compris le prix d'offre des parts, a été établi par voie de négociations entre Cara, les preneurs fermes et le Fonds. La TSX a approuvé sous condition l'inscription à sa cote des parts sous le symbole « SCU.UN ». L'inscription à la cote est subordonnée à l'obligation pour le Fonds de remplir toutes les conditions de la TSX au plus tard le 16 février 2005, notamment le placement des parts auprès d'un nombre minimal de porteurs de titres publics.

Aux termes d'une convention de crédit modifiée et mise à jour datée du 30 avril 2004, un consortium bancaire, composé notamment des banques canadiennes membres du groupe de Scotia Capitaux Inc., de BMO Nesbitt Burns Inc., de Marchés mondiaux CIBC inc. et de Valeurs Mobilières TD inc., ont consenti des facilités de crédit jusqu'à concurrence de 375 millions de dollars en faveur de Cara (les « facilités de crédit en faveur de Cara »). Second Cup a accordé une garantie à l'égard des facilités de crédit en faveur de Cara, qui est assortie d'une sûreté de premier rang grevant la totalité de l'entreprise, des biens et des actifs actuels et futurs de Second Cup. Parallèlement à la conclusion des facilités de crédit en faveur de Cara, Cara a émis et vendu des billets subordonnés garantis à taux variable d'un capital global de 150 millions de dollars, échéant le 25 août 2007 (les « billets de Cara ») à un consortium d'acheteurs, composé des banques canadiennes membres du groupe de Scotia Capitaux Inc. et de BMO Nesbitt Burns Inc. À la date du présent prospectus, la direction estime que Cara respecte à tous égards importants les modalités des facilités de crédit en faveur de Cara et la convention d'acquisition aux termes de laquelle elle a émis et vendu les billets de Cara (la « convention d'acquisition des billets »). Cara entend affecter le produit qu'elle tirera de la conclusion du placement et des opérations décrites à la rubrique « Financement et acquisition des marques de Second Cup » à la réduction de 50 millions de dollars de l'encours des facilités de crédit en faveur de Cara et utiliser le reste pour rembourser partiellement les billets de Cara, conformément aux modalités des facilités de crédit en faveur de Cara et de la convention d'acquisition des billets. Après ces remboursements, Second Cup sera libérée des obligations qui lui incombent aux termes de sa garantie et de la sûreté connexe et ni la nouvelle Second Cup ni MarksCo, qui succédera à Second Cup par suite d'une fusion, ne seront garants de la dette de Cara.

La banque canadienne membre du groupe de Scotia Capitaux Inc. devrait également être un prêteur en vertu du prêt à terme en faveur de MarksCo et du prêt d'exploitation et sera rémunérée à cet égard, comme il est décrit à la rubrique « Financement et acquisition des marques de Second Cup — Prêt à terme en faveur de MarksCo et prêt d'exploitation ».

En raison de ces rapports, le Fonds peut être considéré comme un émetteur associé de Scotia Capitaux Inc., de BMO Nesbitt Burns Inc., de Marchés mondiaux CIBC inc. et de Valeurs Mobilières TD inc. au sens des lois sur les valeurs mobilières applicables. La décision deplacer les parts a été prise uniquement par le Fonds et les modalités selon lesquelles les parts sont offertes ont été fixées par voie de négociations entre le Fonds et les membres de son groupe, Cara, Second Cup et les preneurs fermes. Ni les représentants des banques canadiennes membres du groupe de Scotia Capitaux Inc. et de BMO Nesbitt Burns Inc. qui ont acheté les billets de Cara ni les représentants des prêteurs aux termes des facilités de crédit en faveur de Cara, du prêt à terme en faveur de MarksCo et du prêt d'exploitation n'ont participé à ces négociations ni à la décision de placer les parts.

Mis à part ce qui précède, le produit du placement ne sera pas utilisé au profit des preneurs fermes ou des membres de leur groupe, sauf pour ce qui est de la rémunération payable le Fonds aux preneurs fermes.

EMPLOI DU PRODUIT

Le Fonds affectera le produit net de 76 566 252 $ tiré du placement, après le paiement de la rémunération des preneurs fermes et déduction faite des frais du placement, évalués à 4 000 000 $, majoré du produit tiré de la souscription de parts par la nouvelle Second Cup, à la souscription de billets de série 1 d'AcquisitionCo d'un capital global d'environ 78 246 353 $ et d'environ 8 694 039 actions ordinaires d'AcquisitionCo. AcquisitionCo utilisera le produit tiré de la souscription du Fonds pour acquérir de Cara la totalité des actions ordinaires de MarksCo émises et en circulation. Se reporter à la rubrique « Financement et acquisition des marques de Second Cup ».

STRUCTURE DU CAPITAL CONSOLIDÉ DU FONDS

Le tableau suivant présente la structure du capital consolidé du Fonds au 22 octobre 2004, compte tenu et non tenu du placement et de l'acquisition indirecte de MarksCo.

Désignation	Capital autorisé	Au 22 octobre 2004	Au 22 octobre 2004 compte tenu du placement et de l'acquisition indirecte des marques Second Cup
Parts[1)]	Nombre illimité	100 $ (10 parts)	86 940 392 $[2)] (9 582 760 parts)

Notes :

1) Le Fonds a initialement été établi le 22 octobre 2004 à l'aide de 100 $ (10 parts). Ces 10 parts initiales seront rachetées et annulées à la clôture du placement.

2) Comprend les parts à émettre à la clôture du placement (95 827 600 $), moins les frais liés au placement (4 000 000 $) et la rémunération des preneurs fermes (4 887 208 $).

La structure du capital consolidé du Fonds n'a pas changé depuis le 22 octobre 2004.

PRINCIPAUX PORTEURS DE PARTS

À la connaissance des fiduciaires du Fonds et des administrateurs et dirigeants d'AcquisitionCo et de MarksCo, la seule personne ou société qui sera propriétaire véritable, directement ou indirectement, de plus de 10 % des parts, après dilution, ou qui aura le contrôle de celles-ci ou exercera une emprise sur celles-ci à la conclusion du placement est la suivante :

Nom	Parts qui lui appartiennent après le placement	Pourcentage des parts qui lui appartiennent après dilution et après le placement[1)]
Les Entreprises Cara Ltée	1 437 414	15 %

Note :

1) Cara aura une participation indirecte dans le Fonds par l'intermédiaire de la nouvelle Second Cup, qui sera sa filiale en propriété indirecte avant et après la clôture. Se reporter à la rubrique « Participation conservée ».

DIRIGEANTS ET AUTRES PERSONNES INTÉRESSÉS DANS DES OPÉRATIONS IMPORTANTES

Cara vendra les actions ordinaires de MarksCo à AcquisitionCo pour la contrepartie indiquée à la rubrique « Financement et acquisition des marques de Second Cup et aura le droit de recevoir le prix d'achat de ces actions. La nouvelle Second Cup et MarksCo seront également parties à la convention de licence et de redevance aux termes de laquelle la nouvelle Second Cup versera la redevance à MarksCo et auront le droit de recevoir de MarksCo le paiement du montant déterminé. Se reporter à la rubrique « Convention de licence et redevance ».

En outre, la nouvelle Second Cup octroiera une sûreté à l'égard des obligations qui lui incombent aux termes de la convention de licence et de redevance et jouira des droits prévus par la convention de gouvernance.

CERTAINES INCIDENCES FISCALES FÉDÉRALES CANADIENNES

De l'avis d'Osler, Hoskin & Harcourt s.r.l., conseillers juridiques du Fonds et de Cara, et de Stikeman Elliott S.E.N.C.R.L., s.r.l., conseillers juridiques des preneurs fermes, le texte qui suit constitue, à la date des présentes, un résumé des principales incidences fiscales fédérales canadiennes qui s'appliquent généralement en vertu de la LIR au porteur de parts qui acquiert des parts aux termes du placement et qui, pour l'application de la LIR, est résident du Canada, n'a aucun lien de dépendance avec le Fonds, n'est pas membre de son groupe et détient des parts à titre d'immobilisations. En règle générale, les parts seront considérées comme des immobilisations pour le porteur de parts, pourvu que celui-ci ne les détienne pas dans le cours de l'exploitation d'une entreprise et ne les ait pas acquises dans le cadre d'une ou de plusieurs opérations considérées comme un projet comportant un risque de caractère commercial. Certains porteurs de parts dont les parts ne seraient pas autrement assimilées à des immobilisations peuvent, dans certains cas, faire en sorte qu'elles y soient assimilées en faisant le choix irrévocable prévu au paragraphe 39(4) de la LIR. Le présent résumé ne s'applique pas au porteur de parts qui est une « institution financière » (tel que ce terme est défini dans la LIR pour les besoins des règles d'évaluation à la valeur du marché) ou une « institution financière déterminée », ni un porteur de parts dans lequel une participation constitue un « abri fiscal déterminé » (tel que chacun de ces termes est défini dans la LIR).

Le présent résumé est fondé sur les dispositions de la LIR et de son règlement d'application en vigueur à la date des présentes, ainsi que sur l'interprétation qu'ont les conseillers juridiques des politiques administratives et des pratiques de cotisation actuelles publiées de l'Agence du revenu du Canada et il tient compte de toutes les propositions particulières visant à modifier la LIR et son règlement d'application qui ont été annoncés publiquement par le ministre des Finances (Canada) ou en son nom avant la date des présentes (les « modifications proposées ») ainsi que des attestations du Fonds et de certains conseillers financiers portant sur certains faits. Rien ne garantit que les modifications proposées seront mises en œuvre ou, si elles le sont, qu'elles le seront sous leur forme actuelle. Par ailleurs, le présent résumé ne tient pas compte des changements pouvant être apportés aux lois par suite d'une décision ou d'une mesure législative, gouvernementale ou judiciaire, ni ne les prévoit, et il ne tient pas compte des autres lois ou incidences fiscales provinciales, territoriales ou étrangères qui pourraient être sensiblement différentes de celles qui sont décrites dans le présent prospectus.

Le présent résumé ne constitue pas un exposé exhaustif de toutes les incidences fiscales fédérales canadiennes pouvant découler d'un placement dans les parts. En outre, les incidences de l'impôt sur le revenu et les autres incidences fiscales découlant de l'acquisition, de la détention ou de la disposition de parts varieront selon la situation particulière du porteur de parts, notamment la province ou le territoire où il réside ou exerce ses activités. Par conséquent, le présent résumé n'est que de nature générale et n'a pas été rédigé dans le but d'offrir des conseils juridiques ou fiscaux à un acheteur éventuel de parts ou à un porteur de parts. Les porteurs de parts éventuels devraient consulter leurs propres conseillers fiscaux pour obtenir des conseils sur les incidences fiscales touchant un placement dans les parts compte tenu de leur situation particulière.

Statut du Fonds

Fiducie de fonds commun de placement

Le présent résumé est fondé sur l'hypothèse selon laquelle le Fonds sera admissible à titre de « fiducie de fonds commun de placement », tel que ce terme est défini dans la LIR, à la conclusion du placement et qu'il continuera de l'être par la suite sans interruption à tout moment pertinent. Le présent résumé se fonde également sur l'hypothèse selon laquelle le Fonds demandera d'être considéré comme une « fiducie de fonds commun de placement » dès sa date de création. Si le Fonds devait ne pas être admissible à titre de fiducie de fonds commun de placement, les incidences fiscales décrites ci-après seraient, à certains égards, considérablement différentes.

À l'heure actuelle, une fiducie n'est pas considérée comme une fiducie de fonds commun de placement si elle est établie ou maintenue principalement au bénéfice de non-résidents, à moins que la totalité ou la quasi-totalité de ses biens ne soient pas des biens canadiens imposables, tel que ce terme est défini dans la LIR. Le 16 septembre 2004, le ministre des Finances (Canada) a publié un projet de modification de la LIR. Aux termes de ce projet de modification, une fiducie perdrait son statut de fiducie de fonds commun de placement si la juste

valeur marchande totale de toutes les parts qu'elle a émises et qui sont détenues par une ou plusieurs personnes non-résidentes ou sociétés de personnes qui ne sont pas des sociétés de personnes canadiennes correspondait à plus de 50 % de la juste valeur marchande totale de toutes les parts émises par la fiducie et que plus de 10 % (d'après la juste valeur marchande) des biens de la fiducie sont des biens canadiens imposables ou certains autres types de biens. Si le projet de modification est promulgué tel que proposé et si, à tout moment, plus de 50 % de la juste valeur marchande totale des parts du Fonds étaient détenus par des non-résidents et des sociétés de personnes qui ne sont pas des sociétés de personnes canadiennes, le Fonds cesserait d'être une fiducie de fonds commun de placement.

Placements admissibles

Les parts constitueront des placements admissibles pour les régimes de revenu différé et les régimes enregistrés d'épargne-études. Si le Fonds cesse d'être admissible à titre de fiducie de fonds commun de placement, les parts cesseront de constituer des placements admissibles pour ces régimes.

Un billet d'AcquisitionCo de série 2 obtenu par suite d'un rachat de parts pourrait constituer un placement admissible pour un régime selon les circonstances, et si un billet d'AcquisitionCo de série 2 ne constituait pas un placement admissible pour un régime, cela pourrait donner lieu à des incidences défavorables pour le régime ou le rentier visé par celui-ci. Par conséquent, les régimes qui sont propriétaires de parts devraient consulter leurs propres fiscalistes avant de décider d'exercer les droits de rachat rattachés aux parts.

Biens étrangers

Selon, en partie, une attestation du Fonds portant sur des faits et dans la mesure où le Fonds limite son avoir en biens étrangers au plafond prévu par la LIR, les parts ne constitueront pas des biens étrangers pour les régimes de revenu différé, les régimes de pension agréés ou d'autres personnes assujetties à l'impôt aux termes de la partie XI de la LIR. Les fiducies régies par des régimes enregistrés d'épargne-études ne sont pas visées par les règles sur les biens étrangers. Si le Fonds cesse d'être admissible à titre de fiducie de fonds communs de placement, les parts pourraient devenir des biens étrangers.

Imposition du Fonds

L'année d'imposition du Fonds correspond à l'année civile. Au cours de chaque année d'imposition, le Fonds sera assujetti à l'impôt prévu par la partie I de la LIR sur son revenu pour l'année, y compris ses gains en capital imposables réalisés nets, déduction faite de la tranche de ce revenu qu'il déduit en raison des sommes payées ou payables aux porteurs de parts dans l'année. Une somme ne sera pas considérée comme payable à un porteur de parts au cours d'une année d'imposition, à moins que le Fonds ne la lui verse au cours de l'année ou que le porteur de parts n'ait le droit d'en exiger le versement au cours de l'année.

Le Fonds inclura dans son revenu pour chaque année d'imposition l'intérêt sur les billets d'AcquisitionCo de série 1 qui lui reviennent jusqu'à la fin de l'année ou qu'il est en droit de recevoir ou reçoit avant la fin de l'année, sauf dans la mesure où il a été tenu compte de cet intérêt dans le calcul de son revenu pour une année d'imposition antérieure. Le Fonds inclura également dans son revenu les dividendes réellement reçus ou réputés avoir été reçus sur les actions ordinaires d'AcquisitionCo qu'il détient.

La distribution par le Fonds de billets d'AcquisitionCo de série 2 au moment d'un rachat de parts sera traitée comme une disposition par le Fonds des titres ainsi distribués en contrepartie d'un produit de disposition correspondant à leur juste valeur marchande. Le produit tiré de la disposition des billets d'AcquisitionCo de série 2 revenant au Fonds sera réduit de l'intérêt couru mais impayé sur les billets en question, et cet intérêt sera généralement inclus dans le revenu du Fonds pour l'année de la disposition dans la mesure où il n'a pas été inclus dans le revenu du Fonds au cours d'une année antérieure. Le Fonds réalisera un gain en capital (ou subira une perte en capital) si le produit de la disposition est supérieur (ou inférieur) au prix de base rajusté du bien pertinent et des frais de disposition raisonnables. On prévoit que le Fonds attribuera ce revenu en intérêts et ces gains en capital au porteur qui fait racheter des parts.

Dans le calcul de son revenu, le Fonds peut déduire les frais administratifs, les intérêts débiteurs et d'autres frais raisonnables qu'il aura engagés pour gagner un revenu. Il peut également déduire de son revenu pour l'année une partie des frais raisonnables qu'il aura engagés pour émettre des parts dans le cadre du présent

placement. La partie des frais d'émission en question que le Fonds peut déduire au cours d'une année d'imposition correspond à 20 % des frais d'émission en question, calculés au prorata si l'année d'imposition du Fonds est inférieure à 365 jours.

Aux termes de la déclaration de fiducie, une somme correspondant au revenu du Fonds (calculé sans renvoi à l'alinéa 82(1)(b) et au paragraphe 104(6) de la LIR) ainsi que la partie non imposable des gains en capital réalisés nets du Fonds, mais exception faite des gains en capital réalisés dans le cadre d'une distribution en nature de billets d'AcquisitionCo de série 2 au moment d'un rachat de parts que le Fonds attribue à un porteur qui fait racheter ses parts et des gains en capital à l'égard desquels l'impôt à payer ou payable pourrait être compensé par les pertes en capital reportées prospectivement ou est recouvrable par le Fonds, sera ou devra être versée au cours de l'année aux porteurs de parts au moyen de distributions de l'encaisse, sous réserve des exceptions décrites ci-après. Si le Fonds affecte de l'encaisse au financement de rachats de parts ou s'il ne peut effectuer de distributions de l'encaisse, les porteurs de parts recevront des distributions sous forme de parts additionnelles. Le Fonds pourra généralement déduire de son revenu imposable son revenu payé ou payable aux porteurs de parts, que ce soit au comptant, sous forme de parts additionnelles ou autrement.

Pour chaque année d'imposition, le Fonds pourra déduire de son impôt à payer, le cas échéant, sur ses gains en capital imposables réalisés nets une somme calculée en vertu de la LIR en fonction du rachat de parts au cours de l'année ou obtenir le remboursement de cette somme (le « remboursement au titre des gains en capital »). Dans certains cas, le remboursement au titre des gains en capital au cours d'une année d'imposition pourrait ne pas être compensé complètement par l'impôt que le Fonds doit payer pour l'année d'imposition en question en raison du rachat de parts en contrepartie des billets d'AcquisitionCo de série 2 ou des actions ordinaires distribués au moment du rachat de parts. La déclaration de fiducie prévoit que la totalité ou une partie des gains en capital réalisés par le Fonds par suite du rachat pourrait, au gré des fiduciaires, être considérée comme un gain en capital payé ou payable au porteur qui fait racheter ses parts. Le Fonds pourra déduire la partie imposable des gains en capital en question. De plus, une certaine partie de l'intérêt accumulé sur les billets distribués à un porteur qui fait racheter ses parts peut être considérée comme un montant payé ou payable au porteur de parts en question et le Fonds pourra ensuite la déduire.

Les conseillers juridiques ont été informés que le Fonds a l'intention d'effectuer les distributions nécessaires de son revenu net aux fins de l'impôt et des gains en capital réalisés nets chaque année de sorte qu'il ne soit pas généralement tenu de payer l'impôt prévu par la partie I de la LIR pour l'année en question.

Imposition des porteurs de parts

Distributions par le Fonds

De façon générale, le porteur de parts devra inclure dans son revenu pour une année d'imposition la partie du revenu net du Fonds pour une année d'imposition, y compris la partie imposable des gains en capital réalisés nets, qui lui sera payée ou payable au cours de l'année d'imposition en question, qu'il reçoive cette somme au comptant, sous forme de parts additionnelles ou autrement.

Dans la mesure où les désignations appropriées sont effectuées par le Fonds, les tranches de ses dividendes imposables reçus de sociétés canadiennes imposables (y compris AcquisitionCo) et les gains en capital imposables nets qui sont versés ou payables à un porteur de parts conserveront ce caractère et seront traités à ce titre entre les mains du porteur de parts pour l'application de la LIR. Dans la mesure où ces sommes sont désignées comme des dividendes imposables reçus de sociétés canadiennes imposables (y compris AcquisitionCo), les dispositions habituelles en matière de majoration et de crédit d'impôt pour dividendes s'appliqueront à l'égard des porteurs de parts qui sont des particuliers, l'impôt remboursable prévu à la partie IV de la LIR sera payable par les porteurs de parts qui sont des sociétés privées et certaines autres sociétés contrôlées directement ou indirectement par un particulier ou un groupe relié de particuliers ou pour leur bénéfice, et les porteurs de parts qui sont des sociétés pourront se prévaloir de la déduction dans le calcul du revenu imposable.

Le porteur de parts qui est une « société privée sous contrôle canadien » (tel que ce terme est défini dans la LIR) peut être tenu de payer un impôt remboursable de 6 ⅔ % sur son « revenu de placements total » pour l'exercice, y compris toutes les distributions de revenu (sauf les montants désignés comme des dividendes imposables) et les gains en capital imposables nets.

La partie non imposable des gains en capital réalisés nets du Fonds qui sont payés ou payables à un porteur de parts au cours d'une année d'imposition ne sera pas incluse dans le calcul du revenu du porteur de parts pour l'année. Tout autre montant qui excède le revenu net du Fonds qui est payé ou payable au porteur de parts au cours de l'année ne sera généralement pas inclus dans le revenu du porteur de parts pour l'année. Toutefois, si ce montant est payé ou payable à un porteur de parts (autrement qu'à titre du produit de rachat de parts), le porteur de parts sera tenu de retrancher ce montant du prix de base rajusté des parts. Si le prix de base rajusté d'une part était par ailleurs inférieur à zéro, ce montant négatif sera réputé constituer un gain en capital réalisé par le porteur de parts et le prix de base rajusté de la part pour le porteur de parts sera alors de zéro immédiatement après.

Dispositions de parts

À la disposition ou à la disposition réputée d'une part, par voie de rachat ou autrement, le porteur de parts réalisera un gain en capital (ou subira une perte en capital) correspondant à l'excédent (ou à l'insuffisance) du produit de disposition pour le porteur de parts par rapport à la somme du prix de base rajusté de la part et des frais de disposition raisonnables. Le produit de disposition au moment d'un rachat ne comprendra pas les sommes payables par le Fonds qui doivent autrement être incluses dans le revenu du porteur de parts, notamment le revenu ou les gains en capital réalisés par le Fonds par suite d'un rachat que le Fonds a attribués au porteur de parts qui fait racheter ses parts.

Le prix de base rajusté d'une part pour un porteur de parts comprendra tous les montants payés ou payables par le porteur de parts à l'égard de la part, moyennant certains rajustements. Le coût, pour un porteur de parts, de parts additionnelles obtenues à la place d'une distribution de revenus au comptant correspondra au montant du revenu distribué dans le cadre de l'émission des parts en question. Aux fins de calcul du prix de base rajusté des parts pour un porteur de parts, à l'acquisition d'une part, le coût de la part nouvellement acquise sera ajouté au prix de base de l'ensemble des parts dont le porteur de parts était propriétaire à titre d'immobilisations tout juste avant l'acquisition en vue d'établir une moyenne.

Si le prix de rachat des parts est versé sous forme de distribution de billets d'AcquisitionCo de série 2 en faveur du porteur qui fait racheter ses parts, le produit de la disposition pour le porteurs des parts correspondra à la juste valeur marchande de ces titres ou des autres biens en question ainsi distribués, déduction faite du revenu ou des gains en capital réalisés par le Fonds par suite du rachat des parts en question (si le Fonds les attribue au porteur de parts qui fait racheter ses parts). Si le Fonds attribue un revenu ou un gain en capital qu'il réalise par suite du rachat de parts à un porteur de parts qui fait racheter ses parts, le porteur de parts devra inclure ce revenu ou la partie imposable des gains en capital ainsi attribués dans son revenu. Le coût des billets d'AcquisitionCo de série 2 distribués par le Fonds à un porteur de parts au moment d'un rachat de parts correspondra à la juste valeur marchande des billets au moment de la distribution, déduction faite de l'intérêt couru sur le billet. Ensuite, le porteur de parts sera tenu d'inclure dans son revenu l'intérêt sur les billets d'AcquisitionCo de série 2 ainsi distribués conformément aux dispositions de la LIR et peut déduire dans le calcul de son revenu pour l'année au cours de laquelle cette distribution a eu lieu tout l'intérêt couru mais impayé à l'égard de ces billets, dans la mesure où il a été tenu compte de cette somme à titre d'intérêt dans le calcul de son revenu pour l'année.

Le regroupement des parts ne sera pas considéré comme donnant lieu à une disposition de parts par les porteurs de parts. Le total du prix de base rajusté pour un porteur de parts de l'ensemble de ses parts ne sera pas modifié par un regroupement de parts, mais le prix de base rajusté par part augmentera.

Gains et pertes en capital

La moitié des gains en capital réalisés par un porteur de parts et le montant des gains en capital imposables nets attribués par le Fonds à un porteur de parts seront inclus dans le revenu du porteur de parts à titre de gains en capital imposables. La moitié des pertes en capital subies par le porteur de parts à la disposition réelle ou réputée de parts ne pourra habituellement être déduite que des gains en capital imposables du porteur de parts sous réserve des dispositions de la LIR et conformément à celles-ci.

Le porteur de parts qui est une « société privée sous contrôle canadien » (tel que ce terme est défini dans la LIR) peut être tenu de payer un impôt remboursable supplémentaire de 6 ⅔ % sur son « revenu de placements total » pour l'année, qui inclura un montant au titre des gains en capital imposables.

Lorsqu'un porteur de parts qui est une société ou une fiducie (sauf une fiducie de fonds commun de placement) dispose d'une part, la perte en capital pour celui-ci qui résulte de la disposition sera généralement réduite du montant des dividendes auparavant attribués par le Fonds au porteur de parts, sauf dans la mesure où une perte sur une disposition d'une part antérieure a été réduite de ces dividendes. Des règles analogues s'appliquent lorsqu'une société ou une fiducie (sauf une fiducie de fonds commun de placement) est membre d'une société de personnes qui dispose de parts.

Impôt minimum de remplacement

De façon générale, le revenu net du Fonds payé ou payable aux porteurs de parts qui sont des particuliers ou à certaines fiducies et qui est désigné comme un dividende imposable ou un gain en capital imposable net, ainsi que les gains en capital réalisés par suite de la disposition de parts pourraient faire augmenter l'impôt minimum de remplacement que le porteur de parts devra payer.

Nouvelles règles concernant les entités de placement restreintes

Le 23 mars 2004, le ministre des Finances (Canada) a déposé devant la Chambre des communes un avis de motion de voies et moyens (l'« avis »). Cet avis fait état d'une proposition visant à modifier la LIR pour qu'un « contribuable désigné » soit assujetti à un impôt spécial lorsque, à la fin d'un mois se terminant après 2004, il détient un « bien de placement restreint » et que, en général, le coût indiqué pour celui-ci de tous ces biens excède 1 % du coût indiqué pour celui-ci de l'ensemble de ses biens. À cette fin, un bien de placement restreint comprend des parts et des titres de créance d'une fiducie de revenu d'entreprise, des participations dans certaines entités et des titres de créance de certaines entités qui détiennent des parts ou des titres de créance de fiducie de revenu d'entreprise et comprendraient les parts visées par le présent prospectus. L'avis fait également état d'une proposition visant à modifier la LIR pour qu'un contribuable désigné soit assujetti à un impôt spécial lorsque, en général, le contribuable désigné et les entités avec lesquelles il a un lien de dépendance détiennent plus de 5 % des parts d'une catégorie d'une fiducie de revenu d'entreprise.

Aux fins de ces impôts spéciaux, un contribuable désigné désigne généralement une fiducie régie par un régime de pension agréé, une société de gestion de pension et diverses sociétés de placement de pension exonérées d'impôt, et une fiducie de revenu d'entreprise signifie une fiducie d'investissement à participation unitaire (sauf les fiducies exonérées d'impôt) dont les parts sont inscrites à la cote d'une bourse de valeurs visée par règlement lorsque 50 % et plus de la juste valeur marchande de biens de la fiducie est attribuable à des titres de créance émis par une entité dans laquelle la fiducie détient une participation importante. Le Fonds serait considéré comme une fiducie de revenu d'entreprise. Les souscripteurs éventuels qui sont des contribuables désignés ou dans lesquels une participation (ou dont les titres de créance) peut (peuvent) constituer un bien de placement restreint devraient donc consulter leurs propres conseillers en fiscalité concernant l'application potentielle des modifications proposées par suite d'une acquisition de parts.

Le 18 mai 2004, le ministre des Finances a annoncé que la mise en œuvre de ces modifications proposées était suspendue jusqu'à ce que d'autres consultations soient menées auprès de parties intéressées, après quoi d'autres propositions législatives seront annoncées. Les souscripteurs éventuels devraient consulter leurs propres conseillers en fiscalité à l'égard de ces modifications proposées.

FACTEURS DE RISQUE

Un placement dans les parts comporte certains risques. Outre les autres renseignements figurant dans le présent prospectus, les acheteurs éventuels devraient prendre connaissance des facteurs suivants.

Risques reliés aux activités de Second Cup

Le secteur canadien des cafés de spécialité se caractérise par une forte concurrence et une diversification restreinte et est assujetti à de nombreux facteurs touchant les dépenses discrétionnaires des consommateurs.

Le rendement du Fonds est tributaire de la redevance que MarksCo reçoit de la nouvelle Second Cup. Le montant de la redevance sera tributaire du chiffre d'affaires du réseau, lequel est assujetti à de nombreux facteurs touchant le secteur canadien du café de spécialité. Le secteur canadien du café de spécialité est marqué par une forte concurrence en ce qui concerne les prix, le lieu des établissements et la qualité du café et des aliments. Outre Second Cup, on compte deux détaillants importants de cafés de spécialité au Canada, ainsi qu'un nombre croissant de concurrents de petite taille, surtout à l'échelle régionale. En plus de concurrencer directement les détaillants de cafés de spécialité, Second Cup livre concurrence à des détaillants de café conventionnel et à tous les restaurants et établissements de services alimentaires qui offrent du café. Dans le segment des grains entiers et moulus du secteur du café de spécialité, les franchisés de Second Cup feront concurrence aux chaînes de cafés de spécialité et aux supermarchés, dont bon nombre disposent de ressources financières et d'autres ressources beaucoup plus importantes que celles des franchisés de Second Cup. Si des franchisés de Second Cup ne sont pas capables de se tailler une place parmi la concurrence dans le secteur canadien du café de spécialité, cette situation pourrait nuire au chiffre d'affaires du réseau, réduire le montant de la redevance et nuire à la capacité du Fonds de verser des distributions.

Le secteur canadien du café de spécialité est également touché par l'évolution des dépenses discrétionnaires, laquelle est tributaire de la confiance du consommateur, du revenu disponible du consommateur et de la conjoncture économique. Un changement défavorable touchant ces facteurs pourrait réduire l'achalandage aux Cafés Second Cup ou entraîner une limitation des prix, ce qui, dans les deux cas, pourrait réduire le chiffre d'affaires du réseau et la redevance que reçoit MarksCo. Puisque les produits d'exploitation du secteur proviennent surtout de la vente de cafés et de breuvages caféinés, tout changement dans les préférences du consommateur qui donne lieu à une baisse de la consommation de café nuirait au secteur, y compris à la nouvelle Second Cup et aux franchisés de Second Cup. Le secteur du café est également touché par les changements qui surviennent dans les tendances démographiques, les habitudes de déplacement ainsi que le type, le nombre et la proximité de Cafés concurrents. De plus, des facteurs comme l'inflation, l'augmentation du coût des ingrédients, des matières premières, de la main-d'œuvre et des avantages sociaux ainsi que la rareté de gestionnaires chevronnés et d'employés salariés expérimentés pourraient nuire à l'ensemble du secteur canadien du café de spécialité et possiblement toucher la nouvelle Second Cup et les franchisés de Second Cup.

Une rupture d'approvisionnement ou une augmentation du prix des grains de café de première qualité pourrait nuire à la nouvelle Second Cup.

La capacité des franchisés de Second Cup de contribuer au chiffre d'affaires du réseau sera largement tributaire de la disponibilité des grains de café verts de première qualité à des prix raisonnables. La disponibilité et le prix des grains de cafés verts de première qualité sont tributaires de plusieurs facteurs qui sont indépendants de la volonté de la nouvelle Second Cup et des franchisés de Second Cup, notamment la fluctuation des conditions climatiques et d'autres phénomènes naturels, les événements sur la scène politique ou l'interruption des expéditions et des activités portuaires. De plus, le prix du grain de café vert a été touché dans le passé, et pourrait l'être encore dans le futur, par les mesures prises par des gouvernements ou des organismes qui ont tenté de modifier le prix du grain de café vert au moyen d'ententes établissant des quotas d'exportation ou limitant l'approvisionnement en café à l'échelle mondiale. Une augmentation du prix du grain de café vert pourrait donner lieu à une augmentation du prix au détail des boissons à base de café et d'autres produits du café vendus dans les Cafés Second Cup, ce qui pourrait nuire au chiffre d'affaires du réseau et réduire la redevance. De façon analogue une baisse importante de la disponibilité des grains de café achetés par la

nouvelle Second Cup pourrait nuire de façon importante au chiffre d'affaires du réseau et à la redevance que reçoit MarksCo.

Second Cup n'a pas conclu de contrat à long terme ni de contrat écrit avec ses fournisseurs de grains de café et s'appuie sur ses relations passées avec eux pour s'assurer un approvisionnement. Bien qu'il y ait un certain nombre de fournisseurs de grains de café, rien ne garantit que ceux avec lesquels Second Cup entretient des relations continueront de l'approvisionner à des prix concurrentiels.

La croissance du réseau de Cafés est tributaire de la capacité de la nouvelle Second Cup d'attirer des franchisés qualifiés.

La croissance du réseau de Cafés est tributaire de la capacité de la nouvelle Second Cup d'attirer des franchisés qualifiés. L'ouverture et la réussite de Cafés Second Cup sont tributaires d'un certain nombre de facteurs, notamment la disponibilité d'emplacements convenables, la négociation de baux acceptables pour les nouveaux emplacements, la disponibilité, la formation et le maintien en poste de gestionnaires et d'autres employés nécessaires pour constituer le personnel de nouveaux Cafés Second Cup, la supervision adéquate de la construction et l'obtention d'un financement convenable ainsi que d'autres facteurs dont certains sont indépendants de la volonté de la nouvelle Second Cup. En outre, les franchisés de Second Cup pourraient ne pas disposer de toutes les capacités commerciales ni avoir accès aux ressources financières nécessaires pour réussir à développer ou à exploiter un Café Second Cup. Second Cup offre de la formation et du soutien à ses franchisés, mais un certain nombre de facteurs indépendants de la volonté de Second Cup pourraient réduire la qualité des franchises. Rien ne garantit que les franchisés de Second Cup réussiront à exploiter des Cafés conformément aux normes et aux exigences de Second Cup ainsi qu'à embaucher et à former des gestionnaires et d'autres employés qualifiés. S'ils n'y parviennent pas, l'image et la réputation de la nouvelle Second Cup pourraient en subir les contrecoups et le chiffre d'affaires du réseau et les résultats d'exploitation des Cafés Second Cup pourraient diminuer.

La capacité de trouver et d'obtenir des emplacements acceptables pour les Cafés Second Cup pourrait être limitée.

La nouvelle Second Cup doit faire face à la concurrence de ses concurrents et de franchiseurs d'autres entreprises pour l'obtention d'emplacements aux fins d'établissement des Cafés et pour le recrutement de franchisés. La réussite des franchisés de Second Cup est fortement tributaire de l'emplacement de ses Cafés. Rien ne garantit que les emplacements où sont situés les Cafés Second Cup à l'heure actuelle continueront d'être attrayants ni que d'autres emplacements pour des Cafés pourront être trouvés et obtenus à mesure que la tendance démographique évolue. De plus, rien ne garantit que les baux visant les locaux où sont situés les Cafés Second Cup seront renouvelés ou que d'autres emplacements convenables seront obtenus, auquel cas, un ou plusieurs Cafés pourraient fermer. Il se peut que les emplacements où sont situés les Cafés Second Cup à l'heure actuelle ou que la conjoncture économique s'y rapportant se détériorent dans le futur, ce qui pourrait entraîner une baisse du chiffre d'affaires du réseau et une réduction de la capacité de la nouvelle Second Cup de verser la redevance. En outre, rien ne garantit que les emplacements futurs produiront les mêmes résultats que les anciens.

La fermeture de Cafés Second Cup pourrait toucher le montant de la redevance.

La redevance que la nouvelle Second Cup doit verser à MarksCo sera tributaire du chiffre d'affaires du réseau, qui, à son tour, sera tributaire du nombre de Cafés Second Cup compris dans le fonds de redevance et du chiffre d'affaires du réseau attribuable à ces Cafés Second Cup. Chaque année, un certain nombre de Cafés Second Cup pourraient fermer dans le cours normal des affaires et, même si la nouvelle Second Cup sera tenue de remplacer le chiffre d'affaires du réseau perdu en raison de la fermeture de Cafés Second Cup par le chiffre d'affaires du réseau réalisé par de nouveaux Cafés Second Cup ou d'effectuer le paiement complémentaire, rien ne garantit que la nouvelle Second Cup sera en mesure d'ouvrir un nombre suffisant de nouveaux Cafés Second Cup pour remplacer le chiffre d'affaires du réseau des Cafés Second Cup qui ont fermé leurs portes ni qu'elle aura les ressources financières pour effectuer le paiement complémentaire.

La capacité de la nouvelle Second Cup de verser la redevance sera principalement tributaire de la capacité des franchisés de réaliser des produits d'exploitation bruts.

La capacité de la nouvelle Second Cup de verser la redevance sera principalement tributaire de la capacité des franchisés de Second Cup de réaliser des produits d'exploitation bruts et de verser des redevances à la nouvelle Second Cup. L'omission d'atteindre les niveaux adéquats de perception auprès des franchisés de Second Cup pourrait nuire à la capacité de la nouvelle Second Cup de verser la redevance.

Les franchisés déclarent les produits d'exploitation bruts à Second Cup sans vérification ni autre forme de certification indépendante.

Aux termes des contrats de franchise, les franchisés déclarent les produits d'exploitation bruts hebdomadairement à Second Cup, sans vérification ni autre forme de garantie indépendante. Même si Second Cup a conçu divers mécanismes de vérification des produits d'exploitation bruts déclarés par ses franchisés, elle n'a pas en place de système comptable centralisé permettant de surveiller ces produits d'exploitation bruts. Second Cup essaie de vérifier les produits d'exploitation bruts que lui déclarent ses franchisés au moyen, notamment, d'analyses effectuées par la direction qui consistent en des comparaisons historiques et depuis le début de l'exercice du rendement individuel de chaque Café et de son rendement au sein du réseau, et de la comparaison des achats de matières premières réalisées par chaque Café (qu'elle obtient des fournisseurs) par rapport aux produits d'exploitation bruts déclarés. En outre, une équipe de vérification interne effectue au hasard des vérification des Cafés faisant partie du réseau. Toutefois, rien ne garantit que les produits d'exploitation bruts déclarés par les franchisés sont exacts et conformes aux modalités des contrats de franchise.

La perte d'employés clés pourrait toucher de façon importante les activités de la nouvelle Second Cup.

La réussite de la nouvelle Second Cup sera tributaire des efforts déployés par le personnel clé pour conserver et attirer de bons candidats pour établir des franchises et pour trouver de nouveaux emplacements pour établir des Cafés afin de poursuivre avec succès la croissance des activités de la nouvelle Second Cup et d'ainsi augmenter le chiffre d'affaires du réseau. La perte d'employés clés pourrait nuire à l'exploitation de la nouvelle Second Cup. Si des employés clés quittent la nouvelle Second Cup et font ensuite concurrence à la nouvelle Second Cup ou consacrent davantage de temps aux intérêts d'une autre entreprise, ces activités pourraient nuire de façon importante à la capacité de la nouvelle Second Cup d'exercer ses activités, de maintenir les franchises actuelles, de créer de nouvelles franchises et de trouver de nouveaux emplacements pour établir des Cafés, ce qui pourrait avoir une incidence sur la redevance versée à MarksCo.

L'omission de faire respecter ou de maintenir les marques de Second Cup ou une contestation accueillie de celle-ci pourrait nuire à la redevance.

La capacité de la nouvelle Second Cup de maintenir ou d'augmenter son chiffre d'affaires du réseau sera tributaire de sa capacité de miser sur la marque Second Cup par l'entremise du droit d'utiliser les marques de Second Cup aux termes d'une licence accordée par MarksCo. Si MarksCo omet de faire respecter ou de maintenir ses droits de propriété intellectuelle, la nouvelle Second Cup pourrait ne pas être en mesure de tirer profit des efforts investis pour utiliser la valeur de sa marque. De plus, si la contestation éventuelle d'une marque de Second Cup venait à être accueillie, cette situation pourrait nuire au chiffre d'affaires du réseau et, par conséquent, à la redevance.

MarksCo sera propriétaire des marques de Second Cup au Canada. Elle ne sera pas propriétaire de marques de commerce identiques ou similaires reliées à l'entreprise de Second Cup dans d'autres territoires. Des tiers peuvent utiliser ces marques de commerce dans d'autres territoires que le Canada d'une façon qui réduit la valeur des marques de commerce en question. Si cette situation survient, la valeur des marques de Second Cup pourrait en subir les contrecoups et le chiffre d'affaires du réseau pourrait diminuer. De la même façon, la mauvaise presse associée à de telles marques de commerce dans des territoires situés à l'extérieur du Canada pourrait nuire à l'image et à la réputation des Cafés Second Cup au Canada, ce qui entraînerait une baisse du chiffre d'affaires du réseau.

Les modifications ou le non-respect des règlements gouvernementaux pourraient nuire à la nouvelle Second Cup.

Les franchisés de Second Cup seront assujettis à différentes lois fédérales, provinciales et locales touchant leurs activités. Chaque Café Second Cup est soumis au processus d'octroi de permis et à la réglementation d'un certain nombre d'autorités gouvernementales pouvant régir notamment l'inspection des aliments, l'hygiène, la sécurité des employés et du public, le zonage, les lois sur le tabagisme et la prévention des incendies. La difficulté ou l'impossibilité d'obtenir les permis ou les approbations nécessaires pourrait retarder ou empêcher la mise sur pied d'un nouveau Café Second Cup à un endroit donné. De plus, des modifications apportées aux lois et aux règlements auxquels sont assujettis Second Cup et ses franchisés à l'heure actuelle pourraient nuire au chiffre d'affaires du réseau. La perte d'un permis, le rejet d'une approbation ou la violation d'une loi pourrait entraîner la fermeture temporaire ou permanente d'un Café Second Cup, ce qui pourrait avoir une incidence sur le chiffre d'affaires du réseau.

Tout litige éventuel et d'autres plaintes pourraient nuire au chiffre d'affaires du réseau.

Les franchisés de Second Cup pourraient faire l'objet de plaintes ou de litiges de la part de clients qui prétendent avoir subi une intoxication alimentaire, des blessures sur les lieux ou d'autres préjudices mettant en cause la qualité des aliments, l'hygiène ou l'exploitation de l'entreprise. La mauvaise presse découlant de telles prétentions pourrait nuire aux produits d'exploitation bruts des Cafés Second Cup, que les prétentions en question soient véridiques ou non ou que la nouvelle Second Cup ou le franchisé de Second Cup soit, en bout de ligne, déclaré responsable ou non. De surcroît, en raison de la nature de son entreprise, la nouvelle Second Cup pourrait à l'occasion faire l'objet de litiges avec des franchisés et des fournisseurs actuels et passés, de même que d'autres tiers. Même si, par le passé, elle a rarement fait l'objet de tels litiges et que ces derniers n'ont pas eu d'incidence importante sur l'exploitation de son entreprise, les litiges sont coûteux et longs, et l'attention de la direction face à l'exploitation de l'entreprise pourrait s'en trouver détournée. La direction ne peut garantir l'absence de réclamation importante susceptible d'avoir une incidence importante sur les activités de la nouvelle Second Cup.

Risques reliés à la structure du Fonds

Les distributions de l'encaisse effectuées au bénéfice des porteurs de parts ne sont pas garanties et seront tributaires de la capacité d'AcquisitionCo de verser des dividendes et des intérêts au Fonds.

Les distributions de l'encaisse effectuées aux porteurs de parts ne sont pas garanties et seront tributaires de la capacité d'AcquisitionCo de respecter ses obligations au titre du versement d'intérêts qui sont prévues par les billets d'AcquisitionCo et de verser des dividendes ou d'autres sommes sur les actions ordinaires d'AcquisitionCo. Les paiements d'AcquisitionCo sont, à leur tour, tributaires de la capacité de MarksCo de respecter ses obligations au titre du versement d'intérêts sur les billets de MarksCo et de verser des dividendes sur les actions ordinaires de MarksCo que détient AcquisitionCo. AcquisitionCo et MarksCo effectueront les paiements après l'établissement de provisions aux fins des dépenses administratives et des autres sommes devant être versées, notamment au titre de leurs obligations (dont les impôts, le cas échéant). Se reporter aux rubriques « Gouvernance, capital-actions et capitaux empruntés d'AcquisitionCo — Politique en matière de distributions » et « Capital-actions et capitaux empruntés de MarksCo — Politique en matière de distributions ».

MarksCo doit s'en remettre à la redevance que la nouvelle Second Cup doit lui verser.

La principale source de produits d'exploitation de MarksCo se compose de la redevance que la nouvelle Second Cup doit lui verser. La nouvelle Second Cup perçoit des redevances, des frais de franchise et d'autres sommes auprès des franchisés de Second Cup et tire aussi des produits d'exploitation des Cafés appartenant à la société. Dans le cadre de l'exercice de ses activités, la nouvelle Second Cup paie des frais et contracte des dettes et des obligations envers des tiers. Ces frais, dettes et obligations pourraient avoir une incidence sur la capacité de la nouvelle Second Cup de verser la redevance à MarksCo.

MarksCo est tributaire de l'exploitation et des actifs de la nouvelle Second Cup pour ce qui est du versement de la redevance ou de tout paiement complémentaire, et est assujettie aux risques auxquels est exposée la nouvelle Second Cup dans le cadre de l'exploitation de son entreprise, notamment les risques reliés

au secteur canadien du café de spécialité dont il est question ci-dessus et les résultats d'exploitation et la situation financière de la nouvelle Second Cup.

Les parts ne constituent pas un placement direct dans AcquisitionCo ou MarksCo.

Des titres comme les parts constituent des titres hybrides puisqu'ils partagent certains attributs des titres de participation et des titres de créance. Les parts ne constituent pas un placement direct dans AcquisitionCo ni dans MarksCo et ne devraient pas être considérées par les épargnants comme des participations dans AcquisitionCo ni dans MarksCo. Les porteurs de parts ne pourront, à ce titre, se prévaloir des droits que prévoit la loi et qui sont habituellement rattachés à la propriété d'actions d'une société, par exemple, le droit d'intenter des poursuites en cas d'abus de pouvoir ou une action oblique. Les parts constituent une participation dans le Fonds. Les principaux actifs du Fonds seront les billets d'AcquisitionCo et les actions ordinaires d'AcquisitionCo. Le prix par part sera tributaire de l'encaisse distribuable prévue.

La sûreté octroyée par la nouvelle Second Cup à MarksCo pourrait ne pas s'appliquer aux baux relatifs à certains Cafés Second Cup.

Aucune entente ni aucun consentement à l'égard de la sûreté octroyée par la nouvelle Second Cup à MarksCo ne sera obtenu des locateurs de la nouvelle Second Cup. Par conséquent, en raison de la nature de la sûreté fournie par la nouvelle Second Cup et du fait qu'aucune entente ni aucun consentement n'est demandé, la sûreté octroyée par la nouvelle Second Cup pourrait ne pas s'appliquer aux baux relatifs à certains Cafés Second Cup. En outre, si une sûreté est créée, les droits consentis par la nouvelle Second Cup à MarksCo seront assujettis aux droits des locateurs prévus par les baux. Si un cas de défaut se produit à l'égard de la convention de licence et de redevance ou de la convention de sûreté générale, et que MarksCo cherche à réaliser sa sûreté, il y a un risque que, dans certaines circonstances, les baux relatifs à certains Cafés Second Cup soient résiliés. La nomination d'un séquestre pourrait déclencher l'application de dispositions relatives aux manquements réciproques contenues dans d'autres conventions, dont bon nombre des baux se rapportant aux Cafés Second Cup. Les locateurs peuvent également avoir des droits à l'égard du non-paiement du loyer qui pourraient être prioritaires par rapport aux droits de MarksCo.

Le Fonds peut émettre des parts additionnelles, ce qui aurait pour effet de diluer la participation actuelle des porteurs de parts.

La déclaration de fiducie permet au Fonds d'émettre un nombre illimité de parts en échange de la contrepartie et selon les modalités qui seront fixées par les fiduciaires du Fonds sans le consentement des porteurs de parts. Les émissions ultérieures de parts par le Fonds pourraient diluer la participation actuelle des porteurs de parts.

Un placement dans les parts est assujetti à certaines incidences fiscales.

Bien que le Fonds, AcquisitionCo et MarksCo soient d'avis que tous les frais qu'ils réclameront à l'égard du calcul de leurs revenus respectifs en vertu de la LIR seront raisonnables et déductibles conformément aux dispositions applicables de la LIR, rien ne garantit que la LIR ou l'interprétation de la LIR ne sera pas modifiée ou que l'Agence du revenu du Canada acceptera les frais réclamés.

Rien ne garantit que les lois fiscales fédérales canadiennes visant le traitement des fiducies de fonds commun de placement ne seront pas modifiées de façon défavorable pour les porteurs de parts. Si le Fonds cesse d'être admissible à titre de « fiducie de fonds commun de placement » en vertu de la LIR, les incidences fiscales décrites à la rubrique « Certaines incidences fiscales fédérales canadiennes » seraient passablement différentes et défavorables à certains égards.

De plus, l'intérêt sur les billets court en faveur du Fonds aux fins de l'impôt peu importe qu'il soit réellement versé ou non. La déclaration de fiducie prévoit qu'un montant correspondant au revenu imposable du Fonds sera distribué chaque année aux porteurs de parts afin de que le revenu imposable du Fonds soit ramené à zéro. Si de l'intérêt sur les billets doit être versé mais que son versement n'est pas effectué en totalité ou en partie de sorte qu'il y a insuffisamment d'encaisse aux fins des distributions, la déclaration de fiducie

prévoit que des parts additionnelles doivent être distribuées aux porteurs de parts à la place des distributions de l'encaisse.

Si des parts sont émises aux porteurs de parts à la place de distributions de l'encaisse, y compris dans les cas décrits ci-dessus, les porteurs de parts seront généralement tenus d'inclure dans leur revenu imposable un montant correspondant à la juste valeur marchande des parts en question dans les cas où ils ne reçoivent pas directement une distribution de l'encaisse.

Si elles sont adoptées, les modifications proposées de la LIR pourraient faire perdre au Fonds son statut de fiducie de fonds commun de placement dans certaines circonstances.

À l'heure actuelle, une fiducie n'est pas considérée comme une fiducie de fonds commun de placement si elle est établie ou maintenue principalement pour le bénéfice de non-résidents, sauf si la totalité ou la quasi-totalité de ses biens ne sont pas des biens canadiens imposables au sens de la LIR. Le 16 septembre 2004, le ministre des Finances (Canada) a publié un projet de modification de la LIR. Aux termes de ce projet de modification, une fiducie perdrait son statut de fiducie de fonds commun de placement si la juste valeur marchande globale de toutes les parts émises par celle-ci et détenues par une ou plusieurs personnes non-résidentes ou sociétés de personnes qui ne sont pas des sociétés de personnes canadiennes correspond à plus de 50 % de la juste valeur marchande globale de toutes parts émises par la fiducie lorsque plus de 10 % (d'après la juste valeur marchande) des biens de la fiducie sont des biens canadiens imposables ou certains autres types de biens. Si le projet de modification est adopté tel que proposé et que, à un moment donné, plus de 50 % de la juste valeur marchande globale des parts du Fonds étaient détenus par des non-résidents et des sociétés de personnes qui ne sont pas des sociétés de personnes canadiennes, le Fonds cesserait alors d'être une fiducie de fonds commun de placement. À l'heure actuelle, le projet de modification ne prévoit pas de façons de rétablir le statut de fiducie de fonds commun de placement perdu.

Rien ne garantit que les parts continueront de constituer des placements admissibles et ne constitueront pas des biens étrangers.

Rien ne garantit que les parts continueront de constituer des placements admissibles pour les régimes de revenu différé et les régimes enregistrés d'épargnes-études ni que les parts ne constitueront pas des biens étrangers en vertu de la LIR. La LIR prévoit des pénalités en cas d'acquisition ou de détention de placements non admissibles et en cas de détention de biens étrangers excédentaires.

La distribution de titres au moment d'un rachat de parts ou à la dissolution du Fonds peut faire en sorte que les porteurs de parts détiennent des titres non liquides.

Au moment d'un rachat de parts ou de la dissolution du Fonds, les fiduciaires peuvent distribuer directement aux porteurs de parts les billets d'AcquisitionCo ou les actions ordinaires d'AcquisitionCo que le Fonds détient ou les autres actifs du Fonds, sous réserve de l'obtention de l'approbation nécessaire des autorités de réglementation. À l'heure actuelle, il n'existe aucun marché pour les billets d'AcquisitionCo ou les actions ordinaires d'AcquisitionCo. De plus, les billets d'AcquisitionCo et les actions ordinaires d'AcquisitionCo ne peuvent pas être négociés librement et ne sont inscrits à la cote d'aucune bourse de valeurs à l'heure actuelle. Les titres d'AcquisitionCo ainsi distribués pourraient ne pas constituer des placements admissibles pour les fiducies régies par des régimes de revenu différé et des régimes enregistrés d'épargnes-études, selon les circonstances.

MarksCo a des dettes.

MarksCo aura des obligations au titre du service de la dette envers des tiers prévues par le prêt à terme en faveur de MarksCo et le prêt d'exploitation. Se reporter à la rubrique « Financement et acquisition des marques de Second Cup — Prêt à terme en faveur de MarksCo et prêt d'exploitation ». L'importance du financement par emprunt de MarksCo pourrait avoir des incidences importantes sur les porteurs de parts, notamment les incidences suivantes : i) une partie des flux de trésorerie provenant de l'exploitation de MarksCo sera affectée au remboursement du capital et au versement de l'intérêt sur ses dettes, ce qui réduira les fonds disponibles aux fins de distribution à AcquisitionCo (et, par conséquent, aux fins de distribution par AcquisitionCo au Fonds) et

ii) certains emprunts de MarksCo seront assortis de taux d'intérêt variables, ce qui expose MarksCo au risque que les taux d'intérêt augmentent. La capacité de MarksCo de rembourser le capital de ses dettes ou de verser des intérêts sur celles-ci à échéances fixes ou de les refinancer sera tributaire du versement de la redevance par la nouvelle Second Cup. Le prêt à terme en faveur de MarksCo est exigible trois ans après la date de clôture. Si MarksCo est incapable de refinancer ce prêt à l'échéance ou de le refinancer conformément à des modalités au moins aussi favorables que les modalités actuelles, l'encaisse disponible aux fins de distribution et de paiement de l'intérêt à AcquisitionCo par MarksCo (et, par conséquent, l'encaisse ultimement disponible aux fins de distribution aux porteurs de parts par le Fonds) pourrait être réduite, et les distributions par le Fonds pourraient à leur tour être réduites ou suspendues jusqu'à ce que le prêt soit remboursé intégralement ou que d'autres ententes de financement soient conclues.

Le prêt à terme en faveur de MarksCo et le prêt d'exploitation renferment plusieurs dispositions limitatives visant à restreindre le pouvoir discrétionnaire de MarksCo à l'égard de certaines questions d'affaires. Les emprunts actuels et futurs de la nouvelle Second Cup pourraient nuire à sa capacité de verser la redevance et d'effectuer les paiements complémentaires. Dans certaines circonstances, ces clauses restrictives peuvent restreindre l'encaisse disponible aux fins de distribution et de paiement de l'intérêt à AcquisitionCo par MarksCo (et, par conséquent, l'encaisse ultimement disponible aux fins de distribution aux porteurs de parts).

Les emprunts actuels et futurs contractés par la nouvelle Second Cup pourraient avoir une incidence défavorable sur la capacité de celle-ci de verser la redevance et d'effectuer les paiements complémentaires.

MarksCo a un passif éventuel.

Dans le cadre de la restructuration des activités de Second Cup avant la clôture du placement, la totalité des actifs et des passifs liés à l'entreprise canadienne de Second Cup, y compris les obligations contractuelles de Second Cup, mais à l'exception des marques de Second Cup, seront cédés et transférés à la nouvelle Second Cup. Se reporter à la rubrique « Financement et acquisition des marques de Second Cup ».

Cara et la nouvelle Second Cup offriront solidairement, dans le cadre de la convention d'acquisition, une indemnisation absolue à l'égard de toute responsabilité existante touchant les actifs et les passifs transférés à la nouvelle Second Cup, y compris les obligations contractuelles cédées, de façon que MarksCo puisse exercer tout recours à l'encontre de Cara et de la nouvelle Second Cup si des obligations sont contractées à l'égard de ces actifs. Toutefois, rien ne garantit que Cara ou la nouvelle Second Cup disposera de ressources financières suffisantes pour respecter ses obligations aux termes de l'indemnisation et MarksCo pourrait se retrouver sans recours à l'encontre de Cara ou de la nouvelle Second Cup relativement aux obligations pouvant être contractées à l'égard des actifs transférés.

Il n'existe aucun marché public pour les parts.

Avant le placement, il n'existait aucun marché public pour les parts. Le prix d'offre initial a été fixé par voie de négociations entre Cara, les preneurs fermes et le Fonds en fonction de plusieurs facteurs et pourrait n'avoir aucun lien avec le cours des parts sur le marché après le placement. Se reporter à la rubrique « Mode de placement ».

Il existe un faible risque qu'un porteur de parts puisse être tenu personnellement responsable des obligations du Fonds.

La déclaration de fiducie prévoit qu'aucun porteur de parts n'aura à assumer de responsabilité envers quiconque du fait qu'il détient des parts. Toutefois, il subsiste un risque, jugé faible dans les circonstances, qu'un porteur de parts puisse être tenu personnellement responsable des obligations du Fonds, même si la déclaration de fiducie stipule le contraire, si les actifs du Fonds ne sont pas suffisants pour régler des réclamations. Les affaires du Fonds seront conduites de façon à réduire ce risque au minimum.

CONTRATS IMPORTANTS

Les seuls contrats importants que le Fonds, AcquisitionCo ou MarksCo a conclus au cours des deux dernières années ou auxquels le Fonds, AcquisitionCo ou MarksCo sera partie au plus tard à la clôture, exception faites des contrats conclus dans le cours normal des activités, sont les suivants :

a) la convention d'acquisition dont il est question à la rubrique « Financement et acquisition des marques de Second Cup »;

b) la convention de licence et de redevance dont il est question à la rubrique « Convention de licence et de redevance »;

c) la convention de gouvernance dont il est question à la rubrique « Direction et gouvernance d'entreprise de MarksCo »;

d) la déclaration de fiducie dont il est question à la rubrique « Description du Fonds »;

e) le contrat de prêt à l'égard du prêt à terme en faveur de MarksCo et du prêt d'exploitation;

f) la convention de sûreté générale dont il est question à la rubrique « Convention de licence et de redevance »;

g) la convention relative aux billets d'AcquisitionCo dont il est question à la rubrique « Gouvernance, capital-actions et capitaux empruntés d'AcquisitionCo »;

h) la convention relative aux billets de MarksCo dont il est question à la rubrique « Capital-actions et capitaux empruntés de MarksCo »;

i) la convention d'administration dont il est question à la rubrique « Description du Fonds »;

j) la convention de prise ferme dont il est question à la rubrique « Mode de placement ».

On peut consulter des exemplaires des documents qui précèdent pendant les heures normales d'ouverture aux bureaux du Fonds, au 6303 Airport Road, Mississauga (Ontario) L4V 1R8, pendant la période de placement des parts.

EXPERTS

Osler, Hoskin & Harcourt s.r.l., pour le compte de Second Cup, de Cara et du Fonds, et Stikeman Elliott S.E.N.C.R.L., s.r.l., pour le compte des preneurs fermes, trancheront certaines questions d'ordre juridique portant sur l'émission et la vente des parts offertes par les présentes.

Les associés et les avocats salariés d'Osler, Hoskin & Harcourt s.r.l., en tant que groupe, et ceux de Stikeman Elliott S.E.N.C.R.L., s.r.l., en tant que groupe, sont chacun propriétaires véritables, directement et indirectement, de moins de 1 % des parts en circulation.

POURSUITES

Le Fonds et Second Cup ne font l'objet d'aucune poursuite qui, si elle n'était pas tranchée en leur faveur, aurait une incidence importante sur le Fonds ou Second Cup et aucune poursuite de la sorte n'est, à la connaissance du Fonds ou de Second Cup, envisagée. Se reporter à la rubrique « Facteurs de risque » et à la note 10 afférente aux états financiers consolidés de Second Cup figurant ailleurs dans le présent prospectus.

PROMOTEUR

Cara peut être considérée comme le promoteur du Fonds aux fins des lois sur les valeurs mobilières applicables puisqu'elle s'est chargée de financer et d'organiser le Fonds. Dans le cadre des opérations prévues par le présent prospectus, AcquisitionCo acquerra de Cara toutes les actions ordinaires de MarksCo émises et en circulation. Le prix d'achat des actions ordinaires de MarksCo et les modalités de la convention d'acquisition ont été ou seront établis par voie de négociations entre, d'une part, Cara, Second Cup et le Fonds, pour le compte d'AcquisitionCo, et, d'autre part, les preneurs fermes. Se reporter à la rubrique « Financement et acquisition des marques de Second Cup ».

VÉRIFICATEURS, AGENT DES TRANSFERTS ET AGENT CHARGÉ DE LA TENUE DES REGISTRES

Les vérificateurs du Fonds et les vérificateurs d'AcquisitionCo, de MarksCo et de la nouvelle Second Cup seront PricewaterhouseCoopers s.r.l., comptables agréés, de Toronto, en Ontario.

L'agent des transferts et agent chargé de la tenue des registres pour les parts est Services aux Investisseurs Computershare Inc.

DROITS DE RÉSOLUTION ET SANCTIONS CIVILES

La législation en valeurs mobilières de certaines provinces du Canada confère à l'acquéreur un droit de résolution qui ne peut être exercé que dans les deux jours ouvrables suivant la réception réelle ou réputée du prospectus et des modifications. Ces lois permettent également à l'acquéreur de demander la nullité, la révision du prix ou, dans certains cas, des dommages-intérêts par suite d'opérations de placement effectuées avec un prospectus contenant des informations fausses ou trompeuses, ou par suite de la non-transmission du prospectus. Toutefois, ces diverses actions doivent être exercés dans des délais déterminés. On se reportera aux dispositions applicables et on consultera éventuellement un avocat.

TABLE DES MATIÈRES DES ÉTATS FINANCIERS

	Page
Consentement des vérificateurs	F-2
Bilan de Second Cup Royalty Income Fund	
Rapport des vérificateurs	F-3
Bilan au 22 octobre 2004	F-4
Notes afférentes au bilan	F-5
Bilan consolidé pro forma de Second Cup Royalty Income Fund	
Rapport sur la compilation	F-6
Bilan consolidé pro forma au 22 octobre 2004	F-7
Notes afférentes au bilan consolidé pro forma	F-8
Relevé du chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau présenté par les cafés Second Cup au Canada	
Rapport des vérificateurs	F-9
Relevé du chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau des périodes de 24 semaines terminées le 12 septembre 2004 et le 14 septembre 2003 (non vérifiés) et des périodes de 52 semaines terminées le 27 mars 2004, le 29 mars 2003 et le 30 mars 2002	F-10
Notes afférentes au relevé du chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau	F-10
États financiers consolidés de Les cafés Second Cup ltée	
Rapport des vérificateurs	F-11
Bilans consolidés au 12 septembre 2004 (non vérifiés), au 27 mars 2004 et au 29 mars 2003	F-12
États consolidés des résultats et du déficit des périodes de 24 semaines terminées le 12 septembre 2004 et le 14 septembre 2003 (non vérifiés) et des périodes de 52 semaines terminées le 27 mars 2004, le 29 mars 2003 et le 30 mars 2002	F-13
États consolidés des flux de trésorerie des périodes de 24 semaines terminées le 12 septembre 2004 et le 14 septembre 2003 (non vérifiés) et des périodes de 52 semaines terminées le 27 mars 2004, le 29 mars 2003 et le 30 mars 2002	F-14
Notes afférentes aux états financiers consolidés	F-15

CONSENTEMENT DES VÉRIFICATEURS

Nous avons lu le prospectus ordinaire de Second Cup Royalty Income Fund daté du 23 novembre 2004 relatif à l'émission et à la vente de parts de Second Cup Royalty Income Fund. Nous nous sommes conformés aux normes généralement reconnues du Canada concernant l'intervention des vérificateurs sur des documents de placement.

Nous consentons à ce que soit inclus dans le prospectus susmentionné notre rapport aux fiduciaires de Second Cup Royalty Income Fund portant sur le bilan du Fonds au 22 octobre 2004. Notre rapport est daté du 22 octobre 2004 (le 23 novembre 2004 pour la note 2).

Nous consentons à ce que soit inclus dans le prospectus susmentionné notre rapport aux administrateurs de Les cafés Second Cup ltée portant sur le relevé du chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau présenté par Les cafés Second Cup au Canada pour les périodes de 52 semaines terminées le 27 mars 2004, le 29 mars 2003 et le 30 mars 2002. Notre rapport est daté du 6 octobre 2004.

Nous consentons à ce que soit inclus dans le prospectus susmentionné notre rapport aux administrateurs de Les cafés Second Cup ltée portant sur les bilans consolidés de Les cafés Second Cup ltée au 27 mars 2004 et au 29 mars 2003 et sur les états consolidés des résultats et du déficit et des flux de trésorerie des périodes de 52 semaines terminées le 27 mars 2004, le 29 mars 2003 et le 30 mars 2002. Notre rapport est daté du 6 octobre 2004 (le 23 novembre 2004 pour la note 14).

Toronto, Canada
Le 23 novembre 2004

(signé) PRICEWATERHOUSECOOPERS s.r.l.
Comptables agréés

RAPPORT DES VÉRIFICATEURS

Aux fiduciaires de
Second Cup Royalty Income Fund

Nous avons vérifié le bilan de **Second Cup Royalty Income Fund** (le « Fonds ») au 22 octobre 2004. La responsabilité de cet état financier incombe au gérant du Fonds. Notre responsabilité consiste à exprimer une opinion sur cet état financier en nous fondant sur notre vérification.

Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À notre avis, ce bilan donne, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière du Fonds au 22 octobre 2004 selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.

Toronto, Canada
Le 22 octobre 2004
(le 23 novembre 2004 pour la note 2)

(signé) PRICEWATERHOUSECOOPERS s.r.l.
Comptables agréés

SECOND CUP ROYALTY INCOME FUND

BILAN

Au 22 octobre 2004

	$
ACTIF	
Encaisse	100
CAPITAUX PROPRES	
Parts	100

Événements postérieurs à la date du bilan (note 2)

Approuvé au nom du Fonds
par son fondé de pouvoir, Second Cup Trade-Marks Inc.

(signé) GABRIEL TSAMPALIEROS
Administrateur

(signé) BRUCE ELLIOT
Administrateur

Voir les notes afférentes au bilan.

SECOND CUP ROYALTY INCOME FUND
NOTES AFFÉRENTES AU BILAN
22 octobre 2004

1. LE FONDS

Second Cup Royalty Income Fund (le « Fonds ») est une fiducie ouverte établie en vertu des lois de la province d'Ontario. Un nombre illimité de parts peut être émis conformément à la déclaration de fiducie. Les parts sont rachetables par le porteur, en tout temps, à un prix égal au moindre de 90 % du cours moyen pondéré sur la période de 10 jours la plus récente ou d'un montant calculé à partir du prix de négociation à la date de rachat, sous réserve de certaines restrictions. Le Fonds a émis 10 parts initiales le 22 octobre 2004 pour un produit en espèces de 100 $. Les porteurs de parts sont responsables des obligations en matière d'impôt liées aux distributions par le Fonds.

2. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA DATE DU BILAN

Le 23 novembre 2004, le Fonds a déposé un prospectus visant la vente au grand public et à une filiale nouvellement constituée de Les Entreprises Cara Ltée (« Cara ») de 8 145 346 et 1 437 414 parts, respectivement, à un prix de 10 $ la part. Le produit net du placement sera utilisé par le Fonds pour souscrire des actions ordinaires et des billets d'AcquisitionCo, société nouvellement constituée qui, à son tour, utilisera le produit pour acquérir, de Cara, toutes les actions émises et en circulation du successeur par fusion de Les cafés Second Cup ltée (MarksCo). Quand AcquisitionCo acquerra sa participation dans MarksCo, le principal actif de cette dernière sera les marques de Second Cup.

RAPPORT SUR LA COMPILATION

Aux fiduciaires de
Second Cup Royalty Income Fund

Nous avons lu le bilan consolidé pro forma non vérifié ci-joint de Second Cup Royalty Income Fund (le « Fonds ») au 22 octobre 2004, et nous avons mis en œuvre les procédés suivants :

1. Nous avons comparé les chiffres de la colonne portant l'en-tête « Chiffres réels » avec ceux du bilan consolidé vérifié du Fonds au 22 octobre 2004, et nous avons constaté qu'ils concordaient.

2. Nous avons pris des renseignements auprès de certains représentants du Fonds, responsables des questions financières et comptables, au sujet :

   a) du mode de détermination des ajustements pro forma;

   b) de la conformité du bilan consolidé pro forma, à tous les égards importants sur le plan de la forme, à la législation régissant la vente des valeurs au Canada.

   Ces représentants :

   a) nous ont décrit le mode de détermination des ajustements pro forma;

   b) ont déclaré que le bilan consolidé pro forma non vérifié est conforme, à tous les égards importants sur le plan de la forme, à la législation régissant la vente des valeurs au Canada.

3. Nous avons lu les notes afférentes au bilan consolidé pro forma, et nous avons constaté qu'elles étaient cohérentes avec le mode de détermination des ajustements pro forma qui nous a été décrit.

4. Nous avons recalculé l'application des ajustements pro forma aux montants présentés dans la colonne portant l'en-tête « Chiffres réels » au 22 octobre 2004, et nous avons constaté que les montants dans la colonne portant l'en-tête « Consolidé pro forma » étaient arithmétiquement exacts.

Un état financier pro forma est fondé sur les hypothèses de la direction et sur des ajustements qui sont par nature subjectifs. Les procédés décrits ci-dessus sont considérablement restreints par rapport à ceux d'une vérification ou d'un examen, qui visent l'expression d'une assurance à l'égard des hypothèses de la direction, des ajustements pro forma, et de l'application des ajustements à l'information financière historique. Par conséquent, nous n'exprimons aucune assurance de cette nature. Les procédés décrits ci-dessus ne permettraient pas nécessairement de déceler tous les faits qui sont significatifs par rapport à l'état financier consolidé pro forma et, par conséquent, nous ne faisons aucune déclaration quant à la suffisance des procédés par rapport aux besoins d'un lecteur de cet état.

Toronto, Canada
Le 23 novembre 2004

(signé) PRICEWATERHOUSECOOPERS s.r.l.
Comptables agréés

SECOND CUP ROYALTY INCOME FUND

BILAN CONSOLIDÉ PRO FORMA

Au 22 octobre 2004
(non vérifié — rapport sur la compilation)

	Chiffres réels	Ajustements pro forma		Consolidé pro forma
	$	$ (note 2)		$
Actif				
Encaisse	100	86 940 392	a)	3 682 655
		(86 940 392)	c)	
		3 682 655	c)	
		(100)	f)	
Billets à recevoir	—	78 246 353	b)	—
		(78 246 353)	e)	—
Charges reportées	—	165 000	c)	165 000
Placements	—	8 694 039	b)	—
		86 940 392	c)	
		(8 694 039)	e)	
		(86 940 392)	e)	
Impôts sur les bénéfices futurs	—	3 540 668	c)	—
		(3 540 668)	e)	
Marques de commerce de Second Cup	—	114 397 209	e)	114 397 209
	100	118 244 764		118 244 864
Passif				
Impôts à payer	—	3 682 655	c)	3 682 655
Impôts sur les bénéfices futurs	—	16 621 817	e)	16 621 817
Dette à long terme	—	11 000 000	c)	11 000 000
		78 246 353	b)	
		(78 246 353)	e)	
	—	31 304 472		31 304 472
Capitaux propres				
Parts émises	100	86 940 392	a)	86 940 392
		8 694 039	b)	
		(8 694 039)	e)	
		(100)	f)	
Déficit	—	7 294 332	c)	—
		(7 294 332)	e)	
	100	86 940 392		86 940 392
	100	118 244 764		118 244 864

Voir les notes afférentes au bilan consolidé pro forma.

SECOND CUP ROYALTY INCOME FUND
NOTES AFFÉRENTES AU BILAN CONSOLIDÉ PRO FORMA
22 octobre 2004
(non vérifié — rapport sur la compilation)
(en milliers de dollars)

1. MODE DE PRÉSENTATION

Second Cup Royalty Income Fund (le « Fonds ») est une fiducie ouverte établie en vertu des lois de la province d'Ontario.

Le bilan consolidé pro forma non vérifié du Fonds a été établi pour tenir compte des opérations envisagées décrites ci-dessous, comme si elles avaient eu lieu le 22 octobre 2004 :

a) conclusion d'un premier appel public à l'épargne pour le placement des parts du Fonds;

b) souscription de billets et d'actions ordinaires d'AcquisitionCo, société nouvellement constituée;

c) Acquisition de toutes les actions émises et en circulation du successeur par fusion de Les cafés Second Cup ltée (MarksCo) par Les Entreprises Cara Limitée. Avant cette acquisition, Les cafés Second Cup ltée a conclu un emprunt bancaire à terme et a cédé à Les Entreprises Cara Limitée et à une filiale nouvellement constituée de Les Entreprises Cara Limitée les actifs et les passifs des activités internationales et canadiennes, respectivement, de Les cafés Second Cup ltée. À la conclusion de cette opération et de certaines autres, les marques de Second Cup sont devenues le principal actif de MarksCo;

d) création d'une filiale en propriété exclusive nouvellement constituée d'AcquisitionCo et cession à cette société des actions de MarksCo en contrepartie d'actions et de la dette de cette filiale nouvellement constituée;

e) fusion de MarksCo et de la filiale nouvellement constituée mentionnée ci-dessus.

Le bilan consolidé pro forma non vérifié a été établi conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada en vigueur le 22 octobre 2004.

De l'avis de la direction, ce bilan consolidé pro forma non vérifié comprend tous les ajustements nécessaires à une présentation fidèle.

Le bilan consolidé pro forma non vérifié pourrait ne pas être représentatif de la situation financière qui aurait été atteinte si les opérations envisagées s'étaient produites à la date susmentionnée. Le bilan consolidé pro forma non vérifié doit être lu à la lumière de la description des opérations envisagées dans le prospectus ainsi que des états financiers vérifiés historiques du Fonds et des cafés Second Cup ltée qui se trouvent ailleurs dans le présent prospectus.

2. OPÉRATIONS PRO FORMA ET HYPOTHÈSES

Les ajustements pro forma liés aux opérations envisagées sont les suivants :

a) Le premier appel public à l'épargne du Fonds par l'émission de parts pour un produit net de 72 566 252 $ à la clôture de l'opération, compte tenu de la rémunération des preneurs fermes de 4 887 208 $ et des frais estimatifs liés au placement de 4 000 000 $ et de l'émission de parts à une filiale en propriété exclusive de Les Entreprises Cara Limitée pour un produit de 14 374 140 $.

b) La création d'une filiale nouvellement constituée, AcquisitionCo, et la souscription de billets portant intérêt à 12 % par année pour un montant en capital global de 78 246 353 $ et de 8 694 039 actions ordinaires pour une contrepartie de 8 694 039 $ d'AcquisitionCo.

c) L'acquisition, par AcquisitionCo, de toutes les actions émises et en circulation de MarksCo auprès de Les Entreprises Cara Limitée pour une contrepartie en espèces de 86 940 392 $. Avant cette acquisition, Les Cafés Second Cup ltée contractera un emprunt bancaire à terme de 11 000 000 $ et devrait payer des frais de financement d'environ 165 000 $. En outre, les actifs nets des activités internationales et canadiennes de Les cafés Second Cup ltée ont été cédés à Les Entreprises Cara Limitée et à une filiale nouvellement constituée de Les Entreprises Cara Limitée, respectivement. À la conclusion de cette opération et de certaines autres, les marques de Second Cup deviendront le principal actif de MarksCo. Les montants indiqués dans le présent bilan consolidé pro forma se fondent sur la situation financière de Les Cafés Second Cup ltée au 12 septembre 2004 et sur les opérations prévues décrites dans les présentes.

d) La création d'une filiale en propriété exclusive nouvellement constituée d'AcquisitionCo et la cession, à cette filiale, des actions de MarksCo en contrepartie d'une dette de 78 246 353 $ portant intérêt à 12,125 % par année et de 8 694 039 actions ordinaires d'une valeur de 8 694 039 $. Par la suite, cette filiale en propriété exclusive sera regroupée avec MarksCo. Cette opération est éliminée à la consolidation.

e) Les ajustements de consolidation visant à éliminer les opérations intersociétés : reflètent d'autres ajustements de consolidation qui éliminent le placement dans MarksCo et dans d'autres filiales; constatent la juste valeur des actifs et des passifs identifiables acquis; et constatent le passif d'impôts futurs découlant de l'écart entre la valeur comptable des marques de Second Cup et leur valeur fiscale.

f) Les 10 parts initiales seront rachetées et annulées à la fermeture du premier appel public à l'épargne.

RAPPORT DES VÉRIFICATEURS

Aux administrateurs de
Les cafés Second Cup ltée

Nous avons vérifié le relevé du chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau présenté par les cafés de **Les cafés Second Cup ltée** au Canada, dont certains doivent être assujettis à la convention de licence et de redevance (la « convention ») qui doit être conclue à la clôture du placement, à Les cafés Second Cup ltée (la « société ») pour les périodes de 52 semaines terminées le 27 mars 2004, le 29 mars 2003 et le 30 mars 2002. La responsabilité de cette information financière incombe à la direction de la société. Notre responsabilité consiste à exprimer une opinion sur cette information financière en nous fondant sur nos vérifications.

Nos vérifications ont été effectuées conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que l'information financière est exempte d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À notre avis, ce relevé donne, à tous les égards importants, une image fidèle du chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau présenté par les cafés Second Cup au Canada à la société pour les périodes de 52 semaines terminées le 27 mars 2004, le 29 mars 2003 et le 30 mars 2002 selon la convention dont il est fait mention ci-dessus.

Toronto, Canada
Le 6 octobre 2004

(signé) PRICEWATERHOUSECOOPERS s.r.l.
Comptables agréés

LES CAFÉS SECOND CUP LTÉE

RELEVÉ DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE L'ENSEMBLE DU RÉSEAU PRÉSENTÉ PAR LES CAFÉS SECOND CUP AU CANADA

	Période terminée le 12 septembre 2004 (24 semaines)	Période terminée le 14 septembre 2003 (24 semaines)	Période terminée le 27 mars 2004 (52 semaines)	Période terminée le 29 mars 2003 (52 semaines)	Période terminée le 30 mars 2002 (52 semaines)
	$ (non vérifiés)	$ (non vérifiés)	$	$	$
Chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau	80 957 584	75 872 671	172 505 112	174 227 805	174 868 861

Notes afférentes au relevé du chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau présenté par les cafés Second Cup au Canada

Le chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau présenté par les cafés Second Cup comprend le produit d'exploitation brut (au sens de la convention de licence et de redevance qui doit être conclue à la clôture du placement) des cafés Second Cup appartenant à la société et franchisés au Canada, à l'exclusion de la taxe sur les produits et services et des montants similaires perçus par des autorités administratives ou gouvernementales. Les certificats-cadeaux sont inscrits comme des produits comptabilisés d'avance jusqu'à ce qu'ils soient échangés.

Le chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau présenté par les cafés Second Cup est établi chaque semaine par chacun des cafés et soumis à Les cafés Second Cup ltée.

RAPPORT DES VÉRIFICATEURS

Aux administrateurs de
Les cafés Second Cup ltée

Nous avons vérifié les bilans consolidés de **Les cafés Second Cup ltée** au 27 mars 2004 et au 29 mars 2003 ainsi que les états consolidés des résultats et du déficit et des flux de trésorerie des périodes de 52 semaines terminées le 27 mars 2004, le 29 mars 2003 et le 30 mars 2002. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la société. Notre responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en nous fondant sur nos vérifications.

Nos vérifications ont été effectuées conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À notre avis, ces états financiers consolidés donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de la société au 27 mars 2004 et au 29 mars 2003 ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour les périodes de 52 semaines terminées le 27 mars 2004, le 29 mars 2003 et le 30 mars 2002 selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.

Toronto, Canada
Le 6 octobre 2004
(le 23 novembre 2004 pour la note 14)

(signé) PRICEWATERHOUSECOOPERS s.r.l.
Comptables agréés

LES CAFÉS SECOND CUP LTÉE
BILANS CONSOLIDÉS

	12 septembre 2004	27 mars 2004	29 mars 2003
	$ (non vérifiés)	$	$
ACTIF			
Actif à court terme			
Espèces et quasi-espèces	146 445	1 930 235	2 072 653
Comptes débiteurs	1 474 329	1 900 871	2 023 883
Stocks (note 3)	162 315	160 065	180 045
Impôts sur les bénéfices futurs (note 8)	261 000	318 981	521 772
Charges payées d'avance et actifs divers	113 650	240 281	189 696
Actif à court terme — activités internationales (note 13)	1 274	10 500	6 000
	2 159 013	4 560 933	4 994 049
Immobilisations (note 4)	1 801 280	1 593 749	1 882 634
Avances de la société mère (note 11 b))	14 022 551	8 650 000	4 400 000
Impôts sur les bénéfices futurs (note 8)	209 000	209 000	195 000
Écart d'acquisition	8 149 028	8 149 028	8 149 028
	26 340 872	23 162 710	19 620 711
PASSIF			
Passif à court terme			
Comptes créditeurs et charges à payer	2 624 218	3 300 250	4 042 236
Dépôts	1 105 579	462 727	2 224 271
Impôts sur les bénéfices à payer	632 302	452 135	194 411
Passif à court terme — activités internationales (note 13)	68 393	65 035	—
	4 430 492	4 280 147	6 460 918
CAPITAUX PROPRES			
Capital-actions (note 5)	64 812 338	64 812 338	64 812 338
Déficit	(42 901 958)	(45 929 775)	(51 652 545)
	21 910 380	18 882 563	13 159 793
	26 340 872	23 162 710	19 620 711

Éventualités, engagements et garanties (note 10)

Événements postérieurs à la date du bilan (note 14)

Approuvé par le conseil d'administration

(signé) GABRIEL TSAMPALIEROS
Administrateur

(signé) MICHAEL FORSAYETH
Administrateur

Les notes ci-jointes font partie intégrante des présents états financiers consolidés.

LES CAFÉS SECOND CUP LTÉE
ÉTATS CONSOLIDÉS DES RÉSULTATS ET DU DÉFICIT

	Période terminée le 12 septembre 2004 (24 semaines)	Période terminée le 14 septembre 2003 (24 semaines)	Période terminée le 27 mars 2004 (52 semaines)	Période terminée le 29 mars 2003 (52 semaines)	Période terminée le 30 mars 2002 (52 semaines)
	$ (non vérifiés)	$ (non vérifiés)	$	$	$
Chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau (note 2 d))					
Activités au Canada (note 11)	80 957 584	75 872 671	172 505 112	174 227 805	174 868 861
Activités internationales	980 418	365 930	947 721	13 718	—
	81 938 002	76 238 601	173 452 833	174 241 523	174 868 861
Produits					
Produits tirés des franchises (note 11)	6 667 818	6 437 904	14 406 806	14 486 184	14 571 289
Produits tirés des cafés appartenant à la société	3 848 331	3 376 039	7 644 718	6 004 492	4 556 707
Autres produits	1 824 923	1 665 354	3 808 854	3 980 086	4 123 366
Activités internationales (note 13)	116 884	14 605	143 360	542 550	—
	12 457 956	11 493 902	26 003 738	25 013 312	23 251 362
Charges					
Charges d'exploitation et frais d'administration	7 408 991	7 329 623	15 330 218	14 497 041	15 295 554
Activités internationales (note 13)	216 528	215 153	542 082	198 075	28 000
Amortissement des immobilisations	252 335	231 289	459 518	322 982	726 258
Charges de restructuration et autres charges inhabituelles (note 7)	—	164 835	378 448	1 873 817	2 159 246
Intérêts (créditeurs) débiteurs — montant net (note 6)	(148 363)	(84 399)	(207 690)	(68 116)	231 788
	7 729 491	7 856 501	16 502 576	16 823 799	18 440 846
Bénéfice avant impôts sur les bénéfices	4 728 465	3 637 401	9 501 162	8 189 513	4 810 516
Impôts sur les bénéfices (note 8)	1 700 648	1 438 395	3 778 392	3 255 945	3 097 878
Bénéfice net de la période	3 027 817	2 199 006	5 722 770	4 933 568	1 712 638
Déficit au début de la période	(45 929 775)	(51 652 545)	(51 652 545)	(56 586 113)	(58 298 751)
Déficit à la fin de la période	(42 901 958)	(49 453 539)	(45 929 775)	(51 652 545)	(56 586 113)

Les notes ci-jointes font partie intégrante des présents états financiers consolidés.

LES CAFÉS SECOND CUP LTÉE
ÉTATS CONSOLIDÉS DES FLUX DE TRÉSORERIE

	Période terminée le 12 septembre 2004 (24 semaines)	Période terminée le 14 septembre 2003 (24 semaines)	Période terminée le 27 mars 2004 (52 semaines)	Période terminée le 29 mars 2003 (52 semaines)	Période terminée le 30 mars 2002 (52 semaines)
	$ (non vérifiés)	$ (non vérifiés)	$	$	$
Flux de trésorerie liés aux					
Activités d'exploitation					
Bénéfice net de la période	3 027 817	2 199 006	5 722 770	4 933 568	1 712 638
Éléments hors trésorerie					
Amortissement des immobilisations	252 335	231 289	459 518	322 982	726 258
Impôts sur les bénéfices futurs	57 981	—	188 791	(166 722)	(255 000)
Perte (gain) à la cession d'immobilisations	(350)	(98 338)	(314 362)	40 513	16 625
Gain à la vente d'un placement	—	—	—	—	(132 843)
Frais de restructuration hors trésorerie	—	—	—	996 808	—
Autres éléments hors trésorerie	—	—	—	—	44 741
	3 337 783	2 331 957	6 056 717	6 127 149	2 112 419
Diminution (augmentation) des éléments hors trésorerie du fonds de roulement (note 12)	710 494	(1 673 730)	(2 092 864)	335 220	2 692 154
	4 048 277	658 227	3 963 853	6 462 369	4 804 573
Activités d'investissement					
Nouvelles immobilisations	(459 866)	(658 604)	(1 133 129)	(1 513 353)	(749 846)
Produit de la cession d'immobilisations	350	889 717	1 276 858	80 462	258 149
Produit tiré de la vente d'un placement	—	—	—	—	494 383
	(459 516)	231 113	143 729	(1 432 891)	2 686
Activités de financement					
Remboursement d'un prêt octroyé pour l'achat d'actions	—	—	—	—	635 820
Produit/rachat d'actions	—	—	—	—	2 232 279
Remboursement de la dette à long terme	—	—	—	—	(6 700 000)
Autres passifs reportés	—	—	—	(165 034)	(33 404)
Avances à la société mère	(5 372 551)	(2 000 000)	(4 250 000)	(4 400 000)	—
	(5 372 551)	(2 000 000)	(4 250 000)	(4 565 034)	(3 865 305)
Augmentation (diminution) des espèces et quasi-espèces pendant la période	(1 783 790)	(1 110 660)	(142 418)	464 444	941 954
Espèces et quasi-espèces au début de la période	1 930 235	2 072 653	2 072 653	1 608 209	666 255
Espèces et quasi-espèces à la fin de la période	146 445	961 993	1 930 235	2 072 653	1 608 209
Composition des espèces et quasi-espèces					
Espèces et quasi-espèces	146 445	961 993	1 930 235	2 072 653	1 843 118
Dette bancaire	—	—	—	—	(234 909)
	146 445	961 993	1 930 235	2 072 653	1 608 209

Renseignements supplémentaires (note 12)

Les notes ci-jointes font partie intégrante des présents états financiers consolidés.

LES CAFÉS SECOND CUP LTÉE
NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS
27 mars 2004 et 29 mars 2003

1. NATURE DES ACTIVITÉS ET EXERCICE

Nature des activités

Les cafés Second Cup ltée (« Second Cup » ou la « société ») est un détaillant de café de spécialité qui comptait 372 cafés au Canada au 12 septembre 2004. La société détenait 26 de ces cafés. Les cafés sont principalement exploités par des franchisés qui sont choisis et formés pour vendre au détail les produits de café infusé, les boissons à base d'espresso, les mélanges, le café en grains, les pâtisseries et les produits connexes de la société.

Exercice

L'exercice de la société prend fin le samedi le plus rapproché du 31 mars et compte 52 ou 53 semaines, selon les années. Avant son acquisition par Les Entreprises Cara Limitée (Cara) en février 2002, la société a clos son exercice le dernier samedi de juin. L'information financière comparative au 30 mars 2002 présentée dans les présents états financiers consolidés comprend les résultats consolidés de la société pour une période de 52 semaines terminée le 30 mars 2002.

2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES

a) Mode de présentation

Les présents états financiers consolidés comprennent les comptes de la société et de sa filiale. Tous les comptes et toutes les opérations intersociétés ont été éliminés à la consolidation.

Les présents états financiers consolidés ont été dressés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada et aux informations à fournir s'appliquant aux sociétés fermées. La direction a inclus dans les présents états financiers consolidés les informations relatives à la société ouverte qui constituaient un complément d'information utile.

La société ouvre et ferme des cafés individuels dans le cours normal de ses activités. Les fermetures de cafés dans des secteurs géographiques où des cafés existants ou des nouveaux cafés desservent la même clientèle ne sont pas présentées comme des activités abandonnées.

b) Information financière non vérifiée

L'information présentée dans les états financiers consolidés intermédiaires n'est pas vérifiée. Les états financiers consolidés intermédiaires non vérifiés ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada portant sur l'information financière intermédiaire. De l'avis de la direction, tous les ajustements jugés nécessaires à une présentation équitable ont été inclus. Les résultats d'exploitation de la période de 24 semaines terminée le 12 septembre 2004 ne sont pas nécessairement révélateurs des résultats qui pourraient être obtenus pour l'exercice complet.

Les principales conventions comptables suivies pour la préparation des présents états financiers consolidés sont présentées ci-après :

c) Estimations

La préparation des présents états financiers exige de la direction qu'elle fasse des estimations et formule des hypothèses qui influent sur les montants déclarés des actifs et des passifs, sur la présentation des passifs éventuels à la date des états financiers et sur les montants déclarés des produits et des charges des périodes présentées. Les résultats réels pourraient différer de ces estimations.

d) Chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau

Le chiffre d'affaires de l'ensemble du réseau comprend le produit d'exploitation brut de tous les cafés franchisés et appartenant à la société, compte tenu de l'information présentée par les exploitants des cafés. Le produit d'exploitation brut est établi chaque semaine par chacun des points de vente et soumis à la société.

e) Constatation des produits

Les redevances initiales des cafés sont imputées aux résultats au moment de l'ouverture du café. Les droits en vertu du contrat de franchise cadre sont imputés aux résultats au moment de la signature de l'entente et lorsque toutes les conditions importantes ont été remplies. Les redevances provenant de cafés franchisés sont constatées au fur et à mesure qu'elles sont gagnées. Les autres produits comprennent les frais de coordination des achats et de revente des cafés, les nouveaux revenus à terme et les revenus d'administration de construction.

2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES (suite)

f) Espèces et quasi-espèces

Les espèces et quasi-espèces se composent de l'encaisse, des soldes bancaires et de placements dans des instruments à court terme du marché monétaire. Les placements dans des instruments à court terme du marché monétaire sont comptabilisés au moindre du coût et de la valeur marchande et se composent principalement de placements fortement liquides.

g) Stocks

Les stocks sont comptabilisés au prix coûtant ou à la valeur de réalisation nette, selon le moins élevé des deux, essentiellement selon la méthode du premier entré, premier sorti.

h) Écart d'acquisition

L'écart d'acquisition représente l'excédent du coût des placements dans les filiales et les entreprises acquises sur la juste valeur des actifs nets acquis. En date du 2 avril 2001, la société a adopté les dispositions du chapitre 3062, Écarts d'acquisition et autres actifs incorporels, du *Manuel de l'ICCA*. Selon le chapitre 3062, l'écart d'acquisition n'est plus amorti, mais il est soumis à un test de dépréciation au moins une fois par année ou plus souvent, si des événements ou des changements de circonstances laissent supposer que la valeur comptable peut ne pas être recouvrable. La mesure de la perte de valeur possible s'appuie sur la juste valeur.

i) Immobilisations

Les immobilisations sont inscrites au coût. L'amortissement est calculé selon la méthode de l'amortissement linéaire aux taux suivants, suivant la durée de vie utile prévue de l'actif.

Améliorations locatives	10 ans ou la durée résiduelle du bail, selon la plus courte période
Matériel, mobilier, agencements et autres	7 ans
Matériel informatique et logiciels	3 ans

j) Dépréciation d'actifs à long terme

Une charge de dépréciation est constatée pour un actif à long terme, y compris un actif incorporel dont la durée de vie est indéfinie, si, en raison d'un événement ou d'un changement quelconque, la valeur comptable d'un actif excède la valeur totale non actualisée des flux de trésorerie attendus de son utilisation et de sa cession éventuelle. Une perte de valeur correspond à l'écart entre la juste valeur des actifs et leur valeur comptable.

k) Conversion des devises

Les produits et les charges ont été convertis aux taux de change moyens pour la période. Les actifs et les passifs monétaires sont convertis aux taux de change en vigueur à la date du bilan consolidé. L'état consolidé des résultats et des bénéfices non répartis tient compte des gains et des pertes de change.

l) Instruments financiers

Les instruments financiers de la société consistent en des espèces et quasi-espèces, des comptes débiteurs, des avances, une dette bancaire et des comptes créditeurs et charges à payer. La juste valeur de ces instruments correspond approximativement à leur valeur comptable en raison de leur échéance à court terme. La juste valeur des avances à la société mère ne peut être déterminée en raison de l'incertitude du moment des paiements en espèces.

Les espèces et quasi-espèces sont au nombre des instruments financiers de la société exposés à un risque de crédit. La société investit ses espèces et quasi-espèces auprès d'établissements dont la réputation de solvabilité est solidement établie. Les comptes débiteurs de la société se composent principalement de sommes à recevoir de franchises, et la direction estime que ses comptes débiteurs sont exposés à un risque de crédit limité.

m) Impôts sur les bénéfices futurs

Les impôts sur les bénéfices futurs sont établis selon la méthode axée sur le bilan selon laquelle les actifs d'impôts futurs sont constatés pour tenir compte des écarts temporaires déductibles et des reports en avant de pertes d'exploitation, tandis que les passifs d'impôts futurs sont constatés pour tenir compte des écarts temporaires imposables. Les écarts temporaires correspondent aux écarts entre la valeur d'un actif ou d'un passif à des fins fiscales et à des fins de présentation de l'information. Les actifs d'impôts futurs sont constatés dans la mesure où, de l'avis de la direction, la réalisation de ces actifs est plus probable

2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES (suite)

qu'improbable. Les actifs et passifs d'impôts futurs sont ajustés pour tenir compte de l'incidence des modifications des lois fiscales et des taux d'imposition à la date où ces modifications entrent en vigueur ou sont pratiquement en vigueur.

n) Rémunérations et autres paiements à base d'actions

Le 31 mars 2002, la société a adopté les dispositions du chapitre 3870 du *Manuel de l'ICCA*, intitulé « Rémunérations et autres paiements à base d'actions » qui concerne les attributions à des non-salariés et à des salariés qui ont été établies ou modifiées après le 31 mars 2002. Ce chapitre définit des normes de constatation, de mesure et d'information applicables aux rémunérations à base d'actions et aux autres paiements à base d'actions faits en contrepartie de biens ou de services. Il expose une méthode de comptabilisation fondée sur la juste valeur; son application est obligatoire pour tous les paiements à base d'actions.

Pendant l'exercice 2002, la société avait trois régimes d'options d'achat d'actions : un régime d'actions à l'intention des administrateurs, un régime d'options d'achat d'actions modifié à l'intention des administrateurs, des dirigeants et des salariés et un régime d'achat d'actions. Les charges de rémunération étaient auparavant constatées à l'émission ou à la réserve des actions dans le cadre du régime d'actions à l'intention des administrateurs, en fonction de la juste valeur marchande des actions à ce moment. Aucune charge de rémunération n'était constatée pour les deux autres régimes. La contrepartie reçue à la levée des options ou de l'achat des actions est portée au crédit du capital-actions. Après l'acquisition, par Cara, de tout le capital-actions émis et en circulation de la société en février 2002, ces régimes de rémunération à base d'actions ont été abandonnés.

o) Énoncés récents de principes de comptabilité

Obligations liées à la mise hors service d'immobilisations

Le chapitre 3110 du *Manuel de l'ICCA*, intitulé « Obligations liées à la mise hors service d'immobilisations », définit des normes de constatation, de mesure et d'information applicables aux passifs au titre des obligations liées à la mise hors service d'immobilisations et aux coûts de mise hors service d'immobilisations afférents. Cette norme s'applique aux obligations juridiques rattachées à la mise hors service d'une immobilisation corporelle. Elle concerne les obligations des bailleurs et des preneurs à bail relativement aux actifs loués. La société a adopté les dispositions de cette norme en date du 28 mars 2004. L'adoption de la norme n'a pas eu d'effet important sur les présents états financiers.

Consolidation des entités à détenteurs de droits variables

La note d'orientation concernant la comptabilité nº 15 de l'ICCA, intitulée « Consolidation des entités à détenteurs de droits variables », concerne certaines entités assujetties à un autre contrôle que la détention de titres de participation conférant des droits de vote et donne des directives précises pour déterminer si une entité doit être consolidée. Cette note d'orientation vise les périodes intermédiaires et les exercices ouverts à compter du 1er novembre 2004. La direction évalue actuellement les conséquences que cette note d'orientation pourrait avoir sur les présents états financiers.

3. STOCKS

	12 septembre 2004	27 mars 2004	29 mars 2003
	$ (non vérifiés)	$	$
Marchandises détenues pour la revente	118 516	125 279	137 869
Fournitures	43 799	34 786	42 176
	162 315	160 065	180 045

4. IMMOBILISATIONS

	12 septembre 2004		
	Coût	Amortissement cumulé	Montant net
	$	$	$ (non vérifié)
Améliorations locatives	2 232 194	1 200 531	1 031 663
Matériel, mobilier, agencements et autres	1 589 620	867 086	722 534
Matériel informatique et logiciels	1 144 152	1 097 069	47 083
	4 965 966	3 164 686	1 801 280

	27 mars 2004		
	Coût	Amortissement cumulé	Montant net
	$	$	$
Améliorations locatives	1 950 903	1 068 215	882 688
Matériel, mobilier, agencements et autres	1 411 656	754 766	656 890
Matériel informatique et logiciels	1 137 772	1 083 601	54 171
	4 500 331	2 906 582	1 593 749

	29 mars 2003		
	Coût	Amortissement cumulé	Montant net
	$	$	$
Améliorations locatives	1 952 580	822 626	1 129 954
Matériel, mobilier, agencements et autres	1 351 375	680 027	671 348
Matériel informatique et logiciels	1 111 255	1 029 923	81 332
	4 415 210	2 532 576	1 882 634

L'amortissement des immobilisations s'établissait à 459 518 $ pour l'exercice terminé le 27 mars 2004 (322 982 $ au 29 mars 2003). De plus, la valeur comptable nette des améliorations locatives apportées aux cafés appartenant à la société et aux matériel, mobilier, agencements et autres, soit 527 001 $, a été radiée dans l'exercice terminé le 29 mars 2003 (note 7).

5. CAPITAL-ACTIONS

Autorisé

Un nombre illimité d'actions ordinaires et un nombre illimité d'actions privilégiées de premier rang pouvant être émises en une ou plusieurs séries

Émis

	Nombre d'actions	Montant
		$
Solde au 1er avril 2001	9 421 369	62 580 059
Options levées contre espèces	321 338	2 103 277
Régime d'actions à l'intention des administrateurs a)	17 567	129 002
Solde au 29 mars 2003, au 27 mars 2004 et au 12 septembre 2004	9 760 274	64 812 338

a) Les actions émises dans le cadre du régime d'actions à l'intention des administrateurs sont octroyées en contrepartie de services fournis par des membres de la haute direction de la société. Une charge de rémunération de 129 002 $ a été constatée pour ces octrois pendant l'exercice terminé le 30 mars 2002.

6. INTÉRÊTS DÉBITEURS, MONTANT NET

	Période terminée le 12 septembre 2004 (24 semaines)	Période terminée le 14 septembre 2003 (24 semaines)	Période terminée le 27 mars 2004 (52 semaines)	Période terminée le 29 mars 2003 (52 semaines)	Période terminée le 30 mars 2002 (52 semaines)
	$ (non vérifiés)	$ (non vérifiés)	$	$	$
Intérêts et autres revenus de placement (note 11 b))	(148 363)	(84 968)	(213 073)	(87 584)	(73 376)
Intérêts débiteurs					
Dette à long terme	—	—	—	—	305 164
Autres	—	569	5 383	19 468	—
	(148 363)	(84 399)	(207 690)	(68 116)	231 788

7. CHARGES DE RESTRUCTURATION ET AUTRES CHARGES INHABITUELLES

Les charges de restructuration et autres charges inhabituelles se composent des éléments suivants :

	Période terminée le 12 septembre 2004 (24 semaines)	Période terminée le 14 septembre 2003 (24 semaines)	Période terminée le 27 mars 2004 (52 semaines)	Période terminée le 29 mars 2003 (52 semaines)	Période terminée le 30 mars 2002 (52 semaines)
	$ (non vérifiés)	$ (non vérifiés)	$	$	$
Coûts de privatisation a)	—	—	—	—	2 292 089
Gain à la vente d'un placement b)	—	—	—	—	(132 843)
Frais de résiliation de bail c)	—	—	—	707 073	—
Restructuration et réorganisation					
Réduction de main-d'œuvre d)	—	164 835	268 876	413 775	—
Moins-value de l'actif e)	—	—	—	527 001	—
Autre restructuration f)	—	—	109 572	225 968	—
	—	164 835	378 448	1 873 817	2 159 246

a) En 2002, Cara a acquis la totalité des actions en circulation restantes de la société dans le cadre d'une offre publique de rachat. Les coûts engagés par la société concernaient principalement des frais juridiques, les frais d'autres services-conseils, les communications avec les actionnaires, les coûts d'impression et les autres frais engagés pour cette opération et ils ont été passés en charges au fur et à mesure qu'ils ont été engagés.

b) Le placement restant de la société dans Diedrich Coffee, Inc. a été vendu pour une contrepartie en espèces de 494 383 $.

c) Les frais de résiliation de bail représentent des montants engagés à des installations qui ne sont plus occupées par la société. Ces frais comprennent des frais de résiliation anticipée et des loyers continus (déduction faite des revenus de sous-location) à des emplacements vacants. Les coûts engagés après le 12 septembre 2004, qui concernent les installations qui ne sont plus occupées, ont été assumés par Cara. Un passif de 467 857 $, de 165 660 $ et de néant $ est respectivement inclus dans les comptes créditeurs et charges à payer au 29 mars 2003, au 27 mars 2004 et au 12 septembre 2004.

d) Les frais de réduction de main-d'œuvre sont passés en charges dans la période au cours de laquelle le passif est contracté. Ces montants comprennent les indemnités de départ et autres charges relatives aux salariés pour des postes devenus redondants à la suite de l'acquisition de la société par Cara.

7. CHARGES DE RESTRUCTURATION ET AUTRES CHARGES INHABITUELLES (suite)

e) La charge de dépréciation de l'actif tient compte du fait que la valeur comptable nette des améliorations locatives, du matériel, du mobilier et des agencements de l'ancien siège social a été réduite à la valeur de réalisation nette en 2003.

f) Les autres frais de restructuration concernent les frais de réinstallation, les ententes de maintien en poste des salariés, l'intégration avec Cara et d'autres charges de restructuration résultant de l'acquisition par Cara, qui ont été imputés aux résultats au fur et à mesure qu'ils ont été engagés.

8. IMPÔTS SUR LES BÉNÉFICES

	Période terminée le 12 septembre 2004 (24 semaines)	Période terminée le 14 septembre 2003 (24 semaines)	Période terminée le 27 mars 2004 (52 semaines)	Période terminée le 29 mars 2003 (52 semaines)	Période terminée le 30 mars 2002 (52 semaines)
	$ (non vérifiés)	$ (non vérifiés)	$	$	$
Taux canadiens d'imposition combinés prévus par la loi	35,40 %	36,20 %	37,19 %	37,98 %	41,75 %
Impôts sur les bénéfices aux taux canadiens combinés prévus par la loi	1 673 877	1 316 739	3 533 482	3 110 377	2 008 390
Charges non déductibles aux fins de l'impôt	12 000	12 603	25 206	79 758	760 149
Autres	14 771	109 053	219 704	65 810	329 339
	1 700 648	1 438 395	3 778 392	3 255 945	3 097 878

Les actifs et passifs d'impôts futurs s'établissent comme suit :

	12 septembre 2004	27 mars 2004	29 mars 2003
	$ (non vérifiés)	$	$
Immobilisations	191 000	191 000	162 000
Provisions et charges à payer	261 000	318 981	521 772
Frais de financement reportés	—	—	10 000
Autres	18 000	18 000	23 000
Actifs d'impôts futurs — montant net	470 000	527 981	716 772
Répartis comme suit :			
À court terme	261 000	318 981	521 772
À long terme	209 000	209 000	195 000
	470 000	527 981	716 772

9. ENCAISSE DÉTENUE EN FIDUCIE

L'encaisse détenue en fiducie au nom des franchisés au titre des dépenses de commercialisation, de publicité et d'autres dépenses coopératives s'élevait à 1 021 027 $ au 12 septembre 2004 (680 256 $ au 27 mars 2004; 491 559 $ au 29 mars 2003) et n'est pas inscrite aux bilans consolidés de la société.

10. ENGAGEMENTS, ÉVENTUALITÉS ET GARANTIES

La société a conclu des contrats de location pour les cafés lui appartenant et pour les locaux de son siège social. Elle assume aussi le rôle de locataire principal pour certains emplacements qu'elle sous-loue aux franchisés. Au 27 mars 2004, les engagements locatifs de la société s'établissaient comme suit :

	Engagements en vertu de contrats de location	Sous-location à des franchisés	Montant net
	$	$	$
2005	15 694 107	14 373 662	1 320 445
2006	14 277 768	13 102 568	1 175 200
2007	12 115 031	11 320 512	794 519
2008	9 885 159	9 201 026	684 133
2009	8 044 519	7 486 725	557 794
Par la suite	15 708 265	14 177 530	1 530 735
	75 724 849	69 662 023	6 062 826

En raison d'ententes conclues entre 1996 et 1998, la société exploite certains emplacements conjointement avec un restaurant à service rapide (RSR). Aux termes des baux visant beaucoup de ces emplacements, les deux parties assument une responsabilité solidaire à l'égard des obligations locatives. Le tableau précédent indique la quote-part de la société dans ces engagements locatifs. À certains de ces emplacements, le RSR est actuellement en retard dans ses paiements et, à d'autres emplacements, la société paie actuellement au nom de RSR un loyer s'élevant à 150 000 $ annuellement. Les obligations locatives minimales pendant la durée de ces baux, qui prennent fin entre 2006 et 2012, sont de 2 142 700 $ pour ces emplacements. Les paiements futurs de la société relatifs à ces engagements seront passés en charges au fur et à mesure qu'ils seront faits.

La société a conclu avec un important fournisseur un contrat à long terme en vertu duquel elle n'a aucune obligation minimale d'achat futur. En cas de résiliation du présent contrat, la société serait tenue de faire un paiement de 790 000 $ en septembre 2004, montant diminuant au cours de la durée résiduelle du contrat. En outre, la société devrait faire un paiement fondé sur le bénéfice du fournisseur en vertu du contrat et peut être tenue de s'acquitter de certaines obligations d'achat non remplies que le fournisseur peut contracter de temps à autre. La société prendrait des mesures pour s'assurer que la transition vers un nouveau fournisseur soit harmonieuse.

La société fait l'objet de poursuites intentées par, notamment, d'anciens franchisés dans le cadre normal de ses affaires. De l'avis de la direction, l'issue des poursuites connues ne devrait pas avoir une incidence néfaste grave sur les états financiers de la société. Toutefois, on ne peut avoir la certitude que des circonstances imprévisibles ne donneront pas lieu à des coûts importants.

En sa qualité de garant de la dette de Cara, la société a donné en gage la quasi-totalité de ses actifs.

11. OPÉRATIONS ET SOLDES ENTRE APPARENTÉS

a) Depuis 1996, la société a conclu un contrat de franchise cadre avec sa société mère, Cara. Cette dernière exploite 38 points de vente (37 en 2003; 38 en 2002) aux termes de ce contrat, et le chiffre d'affaires d'ensemble de ces points de vente s'est élevé à 2 988 296 $ pour la période de 24 semaines terminée le 12 septembre 2004 (2 813 982 $ pour la période de 24 semaines terminée le 14 septembre 2003; 5 841 296 $ en 2004; 5 903 492 $ en 2003; 6 600 259 $ en 2002). Les redevances se sont élevées à 149 413 $ pour la période de 24 semaines terminée le 12 septembre 2004 (134 205 $ pour la période de 24 semaines terminée le 14 septembre 2003; 292 065 $ en 2004; 239 038 $ en 2003; 231 009 $ en 2002).

b) Les avances consenties à la société mère, Cara, portent intérêt à 3 % par année et sont exigibles à vue. Puisque la société n'a pas l'intention de demander à être remboursée dans un délai d'un an, ces avances ont été classées dans les éléments à long terme. Ces avances ont rapporté à la société des intérêts de 119 441 $ pour la période de 24 semaines terminée le 12 septembre 2004 (60 756 $ pour la période de 24 semaines terminée le 14 septembre 2003; 163 680 $ en 2004; 32 041 $ en 2003; néant en 2002).

c) Puisque la société a réinstallé les bureaux de son siège social dans les locaux de Cara d'octobre 2002 jusqu'au 29 mars 2003, Cara a facturé à la société des frais annualisés de 300 000 $ pour le loyer et les autres services partagés fournis par Cara. En raison de l'intégration accrue entre Cara et la société pour l'exercice commençant le 28 mars 2004, les frais annuels ont été augmentés. Les frais assumés par la société pour la période de 24 semaines terminée le 12 septembre 2004 se sont établis à 1 218 462 $.

12. RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES SUR LES FLUX DE TRÉSORERIE

	Période terminée le 12 septembre 2004 (24 semaines)	Période terminée le 14 septembre 2003 (24 semaines)	Période terminée le 27 mars 2004 (52 semaines)	Période terminée le 29 mars 2003 (52 semaines)	Période terminée le 30 mars 2002 (52 semaines)
	$ (non vérifiés)	$ (non vérifiés)	$	$	$
Intérêts versés	—	569	5 383	19 468	305 164
Impôt sur les bénéfices versés	1 462 500	1 546 010	3 438 175	3 437 262	2 633 830

Variations des éléments du fonds de roulement hors caisse liés à l'exploitation :

	Période terminée le 12 septembre 2004 (24 semaines)	Période terminée le 14 septembre 2003 (24 semaines)	Période terminée le 27 mars 2004 (52 semaines)	Période terminée le 29 mars 2003 (52 semaines)	Période terminée le 30 mars 2002 (52 semaines)
	$ (non vérifiés)	$ (non vérifiés)	$	$	$
Comptes débiteurs	426 542	146 470	123 012	(370 466)	526 909
Stocks	(2 250)	15 363	19 980	(61 167)	36 638
Frais payés d'avance	126 631	(98 499)	(50 585)	(2 641)	159 981
Comptes créditeurs et charges à payer	(676 032)	(170 089)	(741 986)	472 629	871 241
Dépôts	642 852	(1 567 195)	(1 761 544)	317 410	306 535
Impôts sur les bénéfices à payer	180 167	220	257 724	(14 545)	790 850
Actif à court terme — international	9 226	—	(4 500)	(6 000)	—
Passif à court terme — international	3 358	—	65 035	—	—
	710 494	(1 673 730)	(2 092 864)	335 220	2 692 154

13. PRINCIPALES DONNÉES FINANCIÈRES

La société exerce ses activités principalement au Canada; toutefois, elle exploite aussi actuellement 12 cafés au Moyen-Orient aux termes d'un contrat de franchise cadre. Le tableau suivant présente les principales données financières pour ces activités internationales :

	Au 12 septembre 2004 et pour la période terminée à cette date (24 semaines)	Période terminée le 14 septembre 2003 (24 semaines)	Au 27 mars 2004 et pour la période terminée à cette date (52 semaines)	Au 29 mars 2003 et pour la période terminée à cette date (52 semaines)	Au 30 mars 2002 et pour la période terminée à cette date (52 semaines)
	$ (non vérifiés)	$ (non vérifiés)	$	$	$
Chiffre d'affaires d'ensemble	980 418	365 930	947 721	13 718	—
Produits	116 884	14 605	143 360	542 550	—
Charges	216 528	215 153	542 082	198 075	28 000
Bénéfice (perte) avant impôts sur les bénéfices	(99 644)	(200 548)	(398 722)	344 475	(28 000)
Actif (passif) net	(67 119)		(54 535)	6 000	—

14. ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA DATE DU BILAN

Le 23 novembre 2004, Second Cup Royalty Income Fund (le Fonds) a déposé un prospectus visant l'émission de parts de fiducie du Fonds. Le produit net de l'émission ainsi que le produit découlant de l'émission de parts de fiducie du Fonds à une filiale en propriété exclusive de Cara seront utilisés par le Fonds pour acquérir indirectement, par le biais de la filiale de ce dernier, tout le capital-actions émis et en circulation du successeur par fusion de la société après la conclusion des opérations envisagées suivantes :

La société cédera la quasi totalité de ses activités internationales et canadiennes à Cara et à une filiale nouvellement constituée de cette dernière, respectivement. La société cédera également les marques de Second Cup à sa filiale. Une fois ces cessions conclues, Cara assumera certains baux que la société avait conclus avec un RSR, comme il est décrit plus en détail à la note 10, ainsi que certains autres baux de la société. Une fois ces cessions et autres opérations conclues, la société devrait procéder à la cristallisation d'un passif d'impôts d'environ 3,7 M$. Un montant en espèces de 3,7 M$ sera conservé pour satisfaire à cette obligation.

La société contractera un emprunt bancaire à terme de 11 000 000 $. Cet emprunt, remboursable sur trois ans, peut, dans certaines circonstances, être amorti sur une période plus brève. La société prévoit des frais de financement d'environ 165 000 $ relativement à cet emprunt.

La société se regroupera avec l'un de ses actionnaires et sa filiale. Après la conclusion de ces opérations, le seul actif restant important de la société sera les marques de Second Cup. Le regroupement ne devrait pas avoir d'incidence importante sur les présents états financiers.

ATTESTATION DU FONDS ET DU PROMOTEUR

Le 23 novembre 2004

Le document qui précède constitue un exposé complet, véridique et clair de tous les faits importants ayant trait aux titres offerts par le présent prospectus, conformément à la partie 9 de la *Securities Act* (Colombie-Britannique), la partie 9 de la *Securities Act* (Alberta), la partie XI de *The Securities Act, 1988* (Saskatchewan), la partie VII de la *Loi sur les valeurs mobilières* (Manitoba), la partie XV de la *Loi sur les valeurs mobilières* (Ontario), la partie 6 de la *Loi sur les valeurs mobilières* (Nouveau-Brunswick), l'article 63 de la *Securities Act* (Nouvelle-Écosse), la partie II de la *Securities Act* (Île-du-Prince-Édouard), la partie XIV de la *Securities Act, 1990* (Terre-Neuve-et-Labrador), la partie 3 de la *Loi sur les valeurs mobilières* (Yukon), la *Loi sur les valeurs mobilières* (Territoires du Nord-Ouest) et la *Loi sur les valeurs mobilières* (Nunavut) et leurs règlements d'application respectifs. Le présent prospectus ne contient aucune information fausse ou trompeuse susceptible d'affecter la valeur ou le cours des titres qui font l'objet du placement conformément à la *Loi sur les valeurs mobilières* (Québec) et ses règlements d'application.

SECOND CUP ROYALTY INCOME FUND
par son fondé de pouvoir, Second Cup Trade-Marks Inc.

Par : (signé) GABRIEL TSAMPALIEROS
Chef de la direction

Par : (signé) DOUG MOFFATT
Chef des finances

Au nom du conseil d'administration

Par : (signé) BRUCE ELLIOT

Au nom du promoteur,
LES ENTREPRISES CARA LIMITÉE

Par : (signé) GABRIEL TSAMPALIEROS
Président et chef de la direction

Par : (signé) MICHAEL FORSAYETH
Premier vice-président et chef des finances

ATTESTATION DES PRENEURS FERMES

Le 23 novembre 2004

À notre connaissance, le document qui précède constitue un exposé complet, véridique et clair de tous les faits importants ayant trait aux titres offerts par le présent prospectus, conformément à la partie 9 de la *Securities Act* (Colombie-Britannique), la partie 9 de la *Securities Act* (Alberta), la partie XI de *The Securities Act, 1988* (Saskatchewan), la partie VII de la *Loi sur les valeurs mobilières* (Manitoba), la partie XV de la *Loi sur les valeurs mobilières* (Ontario), la partie 6 de la *Loi sur les valeurs mobilières* (Nouveau-Brunswick), l'article 64 de la *Securities Act* (Nouvelle-Écosse), la partie II de la *Securities Act* (Île-du-Prince-Édouard), la partie XIV de la *Securities Act, 1990* (Terre-Neuve-et-Labrador), la partie 3 de la *Loi sur les valeurs mobilières* (Yukon), la *Loi sur les valeurs mobilières* (Territoires du Nord-Ouest) et la *Loi sur les valeurs mobilières* (Nunavut) et leurs règlements d'application respectifs. À notre connaissance, le présent prospectus ne contient aucune information fausse ou trompeuse susceptible d'affecter la valeur ou le cours des titres qui font l'objet du placement conformément à la *Loi sur les valeurs mobilières* (Québec) et ses règlements d'application.

SCOTIA CAPITAUX INC.

Par : (signé) PETER L. SLAN

BMO NESBITT BURNS INC.

Par : (signé) HAROLD M. WOLKIN

MARCHÉS MONDIAUX CIBC INC.

Par : (signé) ANDREW H. FEDERER

VALEURS MOBILIÈRES TD INC.

Par : (signé) STEVE DUMANSKI

SECOND CUP
CAFÉ INC.

QUEBECOR MERRILL
CANADA INC
Imprimé au Canada