POUR DIFFUSION IMMÉDIATE
Avril 2011

Pour davantage d'information médiatique, veuillez joindre :
Girafe Communications
Jessica Hamelin 514.861.1330 ou jhamelin@girafe-communications.com
Julie Leblanc 514.861.1330 ou jleblanc@girafe-communications.com

Une seule action peut aider à améliorer la vie de femmes de partout au Canada

Winners et HomeSense lancent la campagne « *À l'abri de la tempête* » en présentant une collection d'articles printaniers en série limitée en soutien à la Fondation canadienne des femmes.

Mississauga (Ontario) – Le 11 avril 2011, Winners et HomeSense, en partenariat avec la Fondation canadienne des femmes, lanceront la campagne annuelle *À l'abri de la tempête* en présentant une collection d'articles en série limitée qui comprend des t-shirts, des bottes de pluie, des parapluies et des sacs fourre-tout réutilisables. Les articles *À l'abri de la tempête* seront vendus en exclusivité dans les magasins Winners et HomeSense à l'échelle nationale. Le produit net de leur vente servira à soutenir les programmes communautaires de prévention de la violence ainsi que plus de 450 maisons d'hébergement pour femmes victimes de violence au Canada.

« Winners et HomeSense sont fières de lancer les activités de financement de cette année par l'offre de nombreux objets de collection stylisés qui contribueront à recueillir des fonds, à sensibiliser la population et éventuellement à mettre fin à la violence faite aux femmes, indique Shannon Johnson, porte-parole de Winners et d'HomeSense. Le simple geste d'acheter un article de cette collection favorise un puissant mouvement qui contribue à mettre fin à la violence contre les femmes. Nous savons que nos clients sont toujours prêts à soutenir les causes importantes. Nous espérons donc que le choix d'articles inspirants de cette année nous aidera à atteindre notre objectif : recueillir plus de 1,5 million de dollars dans le cadre de la campagne. »

La collection en édition limitée de 2011 est plus imposante et impressionnante que jamais, avec un nombre record de choix de produits avant-gardistes. Des t-shirts de coton à encolure bateau seront vendus au prix de 12,99 $ chacun et seront offerts dans plusieurs grandeurs pour hommes et femmes, incluant des tailles plus en blanc, noir et violet. Comptant des sacs fourre-tout réutilisables (1,49 $), des parapluies tendance avec motifs de gouttes de pluie (12,99 $), des bottes de pluie amusantes (29,99 $), des boîtes de cartes (5,99 $) et plus encore, les articles « *À l'abri de la tempête* » permettent aux clients d'apporter leur appui avec style.

« Chaque année au Canada, jusqu'à 360 000 enfants sont témoins d'actes de violence et près de 100 000 femmes et enfants trouvent refuge dans des maisons d'hébergement. L'achat d'un t-shirt, d'un parapluie, d'une boîte à souvenirs ou d'un sac fourre-tout réutilisable offre à tous un moyen simple de faire une différence et d'aider à briser le cycle de violence », déclare Beverley Wybrow, présidente directrice générale, Fondation canadienne des femmes.

Chez Winners et HomeSense, des autocollants *À l'abri de la tempête* seront également offerts aux caisses pour 2 $, 5 $ et 10 $. Le produit total de la vente de ces autocollants, qui seront apposés dans tout le magasin pendant la campagne, servira à financer les maisons d'hébergement pour les femmes victimes de violence et leurs enfants partout au Canada ainsi qu'à soutenir les programmes communautaires de prévention visant à briser le cycle de la violence. De plus, chaque autocollant acheté dans les magasins du Canada permettra aux clients participants d'entrer sur le site Offrezunabripourgagner.ca et de courir la chance de remporter l'un des 600 prix instantanés et l'une des trois séances de magasinage de 1 000 $.

-30-

À l'abri de la tempête est la plus grande campagne de financement du Canada dont le but est de mettre fin à la violence faite aux femmes. Les fonds amassés serviront à appuyer des programmes de prévention de la violence et plus de 450 maisons d'hébergement pour femmes victimes de violence au Canada. La campagne est une activité mise en œuvre par la Fondation canadienne des femmes et ses partenaires : Winners, HomeSense et Rogers Media. www.alabridelatempete.ca

La Fondation canadienne des femmes est la seule fondation publique nationale du Canada qui œuvre pour l'amélioration de la vie des femmes et des jeunes filles. La fondation recherche, transmet et finance les meilleures façons de mettre fin à la violence faite aux femmes, d'aider les femmes à faible revenu à sortir de la pauvreté et de donner aux jeunes filles les moyens d'acquérir confiance en soi, courage et pensée critique. www.canadianwomen.org

---

Winners et HomeSense sont des divisions de Les Marchands International Winners S.E.C., appartenant à The TJX Companies, Inc., le principal détaillant d'articles à prix réduits au monde. Comptant plus de 280 magasins répartis dans tout le pays, Winners et HomeSense offrent tous les jours aux Canadiens des vêtements griffés et de marques réputées ainsi que des articles de décoration pour la maison à des prix 60 % inférieurs à ceux des grands magasins et des boutiques spécialisées. Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez visiter le site www.winners.ca ou www.homesense.ca

WINNERS[MD] HOMESENSE[MD] Fondation canadienne des femmes | À l'abri de la tempête

REMARQUE À L'INTENTION DES MÉDIAS : veuillez visiter le site Web onlineshowroom.ca. (mot de passe : spring2011) pour obtenir les images à haute et basse définition de la collection de la campagne *À l'abri de la tempête*, ainsi que des renseignements sur les prix.