



Ce printemps, aidez à améliorer la vie des femmes au Canada

Winners et HomeSense lancent la campagne « À l'abri de la tempête » et leur collection d'articles offerte en série limitée appuyant la Fondation canadienne des femmes.

Mississauga, (Ontario) – Le 12 avril 2010, Winners et HomeSense, en partenariat avec la Fondation canadienne des femmes, lanceront la campagne annuelle À l'abri de la tempête avec une collection d'articles en série limitée comprenant des t-shirts, des ensembles de savons, 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 des ventes servira à soutenir les programmes communautaires de prévention de la violence et aidera plus de 400 maisons d'hébergement pour femmes victimes de violence au Canada.

La collection 2010 est caractérisée par le « cœur d'espoir », dessiné par Tammy, une survivante de la violence en milieu familial. Après 30 ans passés aux côtés d'un mari violent, Tammy a trouvé du soutien auprès d'une maison d'hébergement qui l'a aidée à recouvrer ses forces et à se décider à mettre fin à la violence. « L'attention et la compassion que Tammy a reçues à la maison d'hébergement l'ont aidée à se créer une vie meilleure et lui ont inspiré l'élaboration du cœur de l'espoir », d'affirmer Shannon Johnson, porte-parole de Winners et d'HomeSense. « Grâce à ce dessin, Tammy aide d'autres femmes à retrouver espoir, et nous sommes donc fiers de le mettre en valeur dans la collection de cette année. » Les T-shirts portant le dessin de Tammy seront vendus à 12,99 \$. Ils seront offerts en blanc, noir et mauve dans de nombreuses tailles pour femmes, y compris dans les tailles plus, ainsi que dans les tailles pour hommes. Les clients pourront également se procurer, au prix de 4,99 \$, des ensembles de savons extra fins ornés du cœur de l'espoir. D'autres articles en série limitée seront également offerts, soit des sacs fourre-tout réutilisables et à la mode, à 1,49 \$ chacun, et d'élégants parapluies à 12,99 \$. Les clients pourront ainsi manifester leur appui avec chic.

« 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'un ensemble de savons 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.

« Winners et HomeSense sont fiers de lancer les activités de financement de cette année par l'offre de nombreux objets de collection qui contribueront à recueillir des fonds, à sensibiliser la population et éventuellement à mettre fin à la violence faite aux femmes », indique Mme Johnson. « 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. »

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 tous les magasins 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 sera doté d'un NIP qui permettra aux clients participants d'entrer sur le site Offrezunabripourgagner.ca pour courir la chance de remporter l'un des 600 prix instantanés et une des trois séances de magasinage d'une valeur de 1 000 \$.

- 30 -

À l'abri de la tempête est la seule campagne de financement du Canada dont le but est de mettre fin à la violence faite aux femmes. Les fonds recueillis viendront en aide à plus de 400 maisons d'hébergement pour les femmes victimes de violence et leurs enfants réparties dans tout le Canada ainsi qu'aux programmes communautaires de prévention visant à briser le cycle de la violence. La campagne se déroulera du 12 avril au 9 mai 2010. Pour de plus amples renseignements à ce sujet, veuillez visiter le site www.alabridelatempete.ca.

Winners et HomeSense sont des divisions de Winners Merchants International L.P., appartenant à The TJX Companies, Inc., le principal détaillant d'articles à prix réduits au monde. Comptant plus de 250 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.

* Remarque : Les sacs fourre-tout réutilisables seront offerts en magasin à compter de la fin d'avril.

WINNERS^{MD}

HOMESENSE^{MD}

Fondation
canadienne
des femmes

À l'abri de
la tempête