

[Text]

Although we're volunteer driven, there's a limit to what we can do without the funding, so we have very detailed planning for where we need money and how we are going to spend it, and being a non-profit organization we have 100% accountability and responsibility to the support of the corporations and companies throughout this country.

The next is Loblaw's project, which is pending. We are looking for something very creative to go with, and we are looking at that as a diet and breast cancer wellness initiative.

• 1050

*Health News*, which is in your package, was produced by the University of Toronto. Dr. June Engel is the editor. They produce two issues, one a breast cancer update and the other on breast cancer treatment. Our foundation encouraged them to combine the two issues into one because we find that this is the best and most up-to-date literature that we have in this country on the breast cancer issue. Our medical advisory committee endorsed it 100%. Dr. Engel tells us that the University of Toronto has never had more requests for one particular *Health News* issue than it had for the breast cancer issue.

We asked them to put it together. You can see that our logo is on it. We presented the University of Toronto with our 1991 media award for excellence in education and awareness, and we went back to Shoppers Drug Mart and asked them to help us with the cost of it. Shoppers Drug Mart underwrote the reprinting, the combining of the two issues into one.

Under a subcommittee chaired by Dr. Leo Mahoney of Toronto, the Ontario Medical Association is going to do a mailing in this province of 11,000 copies of that particular issue. We asked them to do that and they have committed to that. So we are very excited that this edition will go to all the physicians in this province. We are hoping to use that model to send it across the country. So that is very exciting.

As you can see, our national priorities are organizational structure, our branch expansion, to continue with special projects and to go forward and continue to educate and make women and men of this country more aware of the breast cancer issue.

Thank you for this opportunity. We will try to answer any questions about the foundation. In referring to your package, I think you can see how far we have come and how quickly we've come. We are very visible and very credible in this country and it's been an exciting experience. Personally, to have the privilege of being the first national executive director, as I said to my husband—I am tired but I am happy tired. Thank you.

[Translation]

Même si nos initiatives sont le fait de bénévoles, il y a une limite à ce que nous pouvons faire sans financement, et c'est pourquoi nous avons établi des plans très détaillés pour déterminer les secteurs où nous avons besoin de fonds et la façon dont nous allons les dépenser; étant un organisme sans but lucratif, nous devons rendre compte de tous nos faits et gestes aux grandes sociétés et aux diverses entreprises qui nous financent dans tout le pays.

Il y a aussi le projet de Loblaw qui se concrétisera très bientôt. Nous cherchons à mettre sur pied un projet très novateur et il s'agira d'une initiative axée sur le régime alimentaire et la prévention du cancer du sein.

La brochure *Health News*, qui se trouve dans votre documentation, a été publiée par l'université de Toronto. La rédactrice est le docteur June Engel. L'université publie deux éditions, une mise à jour sur le cancer du sein et un bulletin sur le traitement de cette forme de cancer. Notre Fondation a incité les éditeurs à regrouper les deux numéros en un seul car, selon nous, c'est la meilleure documentation sur le cancer du sein, et la plus à jour, qui soit disponible dans notre pays. Notre comité consultatif médical l'appuie sans réserve. Le docteur Engel nous dit que l'université de Toronto n'a jamais reçu autant de demandes pour un numéro précis de *Health News* que lorsque il a été question du cancer du sein.

Nous leur avons demandé de regrouper les deux numéros. Vous pouvez voir que notre logo figure sur la brochure. Nous avons remis à l'université de Toronto notre prix des médias 1991 pour l'excellence de ses programmes d'éducation et de sensibilisation, et nous avons demandé aux responsables de Shoppers Drug Mart de nous aider à financer ce projet. Ces derniers ont pris à leur charge la réimpression de la brochure regroupant les deux numéros en question.

Sous les auspices d'un sous-comité présidé par le docteur Leo Mahoney de Toronto, l'Association médicale de l'Ontario va envoyer 11,000 exemplaires de ce numéro à des foyers de la province. Nous avons demandé aux représentants de l'Association de le faire et nous avons obtenu leur promesse. Nous sommes donc très excités à l'idée que cette brochure sera distribuée à tous les médecins de la province. Nous espérons nous inspirer de ce modèle pour l'envoyer dans tout le pays. C'est aussi un projet très passionnant.

Comme vous pouvez le voir, nos priorités nationales sont notre organisation, l'expansion de nos bureaux, le maintien de projets spéciaux et la mise en vigueur de programmes permanents visant à éduquer et à sensibiliser les Canadiennes et les Canadiens au problème du cancer du sein.

Merci de nous avoir permis de comparaître devant le comité. Nous essayerons de répondre à vos questions au sujet de la Fondation. Vous constaterez en lisant cette documentation les progrès que nous avons réalisés et la rapidité de ces progrès. Notre organisation est très visible et elle jouit d'une grande crédibilité dans notre pays. Cette expérience a été tout à fait fascinante. Pour ma part, j'ai l'honneur d'être la première directrice exécutive nationale de la Fondation et, comme je l'ai dit à mon mari: «Je suis fatiguée, mais heureuse». Je vous remercie.