

[Text]

Again, this is a creative and new direction for fundraising in this country. I bring your attention to the support of the corporations, the C.E. Jamieson Company body awareness lotion, which is this body awareness lotion here. It has a little neck collar on it, the "how to" breast self-examination. We have this in tandem with the breast self-examination video that we have available across the country. This enhances and encourages breast self-examination for all women. Of course, it is in both French and English. This retails in every drug store in this country for \$5.99. It's an available price for most women. If there is a problem, our head office, of course, will supply it free of charge.

The Canadian Breast Cancer Foundation gets 50¢ from every bottle sold. These not-for-profit products are our message of education and awareness. The moneys are wonderful. The moneys are needed. But the education and awareness that a product like this takes across the country—you really can't measure that. It is a very exciting project. It's new. It's in all the drug stores at this time.

Kellogg's of Canada have led the way in another partnership for us. They have done a serial called Nutrific. This is a partnership program that we have done with the Canadian Cancer Society. It's very exciting. It is Kelloggs again. This is a tremendous corporate commitment. Kelloggs are not making 1¢ from this product. We again will be making 50¢ from every box sold. Kellogg's commitment to the Canadian Breast Cancer Foundation and to the Canadian Cancer Society partnership was 500,000 boxes of cereal across this country.

• 1045

When they sold the education and awareness message to the trades people across this country, they were also committed. Kelloggs have doubled their commitment, and the commitment now is 1 million boxes across this country.

The moneys raised from this will go to breast cancer research and will be kept in the provinces that raise the moneys, which is again a creative and a very important aspect of this particular project. If British Columbia makes \$200,000, that money will stay in that province for breast cancer research.

We're very excited about this project. As you see on the back, you write in for information. Our brochure, the Canadian Breast Cancer brochure, is sent to people who write in, so that's very, very exciting.

Ms Black: Would you pass that around?

[Translation]

Encore une fois, il s'agit d'une nouvelle orientation originale pour mobiliser des fonds dans le pays. Je vous signale l'appui des grandes sociétés, et la lotion corporelle de sensibilisation mise sur le marché par la Société C.E. Jamieson. C'est cette lotion que vous voyez ici. Autour du goulot du flacon se trouve une notice sur la façon de faire un auto-examen des seins. Nous offrons ce produit simultanément avec la bande vidéo sur l'auto-examen des seins, qui est disponible dans tout le pays. Cela incite toutes les femmes à effectuer un auto-examen des seins. Bien entendu, ces renseignements et la bande vidéo sont en anglais et en français. Le flacon se vend au détail dans toutes les pharmacies du pays au prix de 5,99\$. Ce prix est à la portée de la plupart des femmes. En cas de problèmes, notre siège social n'hésite pas à le fournir gratuitement.

La Fondation canadienne du cancer du sein touche 50c. sur chaque flacon vendu. Ces produits vendus sans but lucratif constituent notre façon d'éduquer et de sensibiliser les femmes. C'est formidable de recevoir des fonds quand nous en avons besoin. Toutefois, il est impossible d'évaluer l'intérêt que ce genre de produit présente sur le plan de la sensibilisation de la population. C'est un projet très excitant. C'est nouveau. Ce produit se trouve dans toutes les pharmacies à l'heure actuelle.

Kellogg's du Canada a entrepris un autre projet de partenariat avec nous. La société a lancé des céréales sous le nom de Nutrific. Il s'agit d'un programme de partenariat que nous appliquons avec la Société canadienne du cancer. Ce projet est des plus intéressants. C'est encore une fois une initiative de Kellogg's, un énorme engagement de la part de la société. Kellogg's ne gagne pas un centime sur ce produit. Nous récupérons 50c. sur chaque boîte vendue. En vertu de l'entente conclue entre la société Kellogg's/la Fondation canadienne du cancer du sein et la Société canadienne du cancer, Kellogg's s'est engagée à distribuer 500,000 boîtes de céréales d'un bout à l'autre du pays.

Lorsque la société a vendu son programme d'éducation et de sensibilisation aux gens de métier dans le pays, elle a également pris un engagement. Depuis, cet engagement a doublé et il s'élève actuellement à un million de boîtes.

Les fonds recueillis dans le cadre de ce projet seront alloués à la recherche sur le cancer du sein et resteront dans les provinces qui organisent ces collectes de fonds, ce qui encore une fois constitue un aspect novateur et très important de ce projet. Si la Colombie-Britannique recueille 200,000\$, cet argent servira à financer la recherche sur le cancer du sein dans la province.

Nous sommes très enthousiastes à l'idée de ce projet. Comme vous pouvez le voir au verso, on peut écrire pour obtenir de plus amples renseignements. Nous envoyons notre brochure sur la Société canadienne du cancer du sein à tous les gens qui nous écrivent, ce qui est extrêmement encourageant.

Mme Black: Pourriez-vous la faire circuler?