



**Initiative canadienne relative à la publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants**  
**Engagement de Kraft Canada Inc.**

Depuis nombre d'années, Kraft Canada appuie fortement Les normes canadiennes de la publicité (NCP) et ses programmes d'autoréglementation sur la publicité. Conformément à cet engagement de longue date, Kraft Canada a accepté, en avril 2007, de soutenir l'Initiative canadienne pour la publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants (l'Initiative), qui a pour mission de promouvoir auprès des enfants du Canada l'adoption de choix alimentaires et de styles de vie sains. Bien qu'il incombe principalement aux parents de guider les habitudes de leurs enfants dans ces domaines, Kraft Canada et d'autres membres de l'industrie (les Participants) soutiennent volontairement cette initiative dans le but d'aider les parents dans leurs efforts.

L'Initiative prévoit que chaque Participant devra, de concert avec NCP, élaborer un Engagement fondé sur certains principes fondamentaux. Le présent document expose l'Engagement de Kraft Canada. Nous savons que l'information contenue dans les sections A et B ci-dessous sera rendue publique dans le site Web de l'Initiative.

**A. Information**

**1. Nom et adresse de la société**

Kraft Canada Inc.  
95 Moatfield Dr  
Toronto, ON M3B 3L6

**Personne-ressource responsable de la mise en oeuvre de l'Engagement**

Directeur de la stratégie  
Kraft Canada Inc.  
95 Moatfield Dr  
Toronto, ON M3B 3L6

Téléphone : 416-441-5000

**2. Entités précises participant à cet Engagement**

- Toutes les unités commerciales de Kraft Canada Inc.

**3. Marques ou gammes de produits participant à cet Engagement**

4. Notre Engagement touche tous les produits de Kraft Canada. Les marques suivantes présentent déjà des campagnes de publicité destinées aux enfants<sup>1</sup> :

---

<sup>1</sup> Notez que l'Engagement ne s'applique pas toujours à toutes les unités de stock appartenant à une marque donnée mais qu'il s'applique plutôt à des produits précis. Ainsi, bien que les boissons *Kool-Aid Solution sensée* répondent à nos exigences de nutrition, il n'en va pas de même des boissons *Kool-Aid* ordinaires. C'est pourquoi nous faisons de la

- Boissons *Kool-Aid*
- Boissons *Del Monte*
- *Dîner Kraft* au macaroni et fromage
- Sandwiches *Ritz Bits*

Il se peut que nous modifions cette liste de temps à autre en y ajoutant certains produits pouvant faire l'objet d'une publicité conforme aux conditions de notre Engagement. Le cas échéant, nous en informerons immédiatement NCP.

## **B. Principes fondamentaux**

### **1. Sommaire de l'Engagement de Kraft Canada**

Au début de 2005, Kraft Canada annonçait son intention de soumettre sa publicité à certains critères concernant la nutrition. En effet, Kraft Canada ne fait pas de publicité dans les médias destinés aux enfants de moins de 6 ans. De plus, en ce qui a trait à la publicité destinée principalement aux enfants de 6 à 11 ans faite à la télévision, à la radio, dans les revues et dans les sites Web, Kraft n'annonce que les produits répondant à ses critères de nutrition *Solution sensée*.

### **2. Comment Kraft Canada entend se conformer aux conditions de pourcentage du message publicitaire visant les enfants :**

#### **a. Pourcentage des annonces destinées aux enfants devant respecter les critères de nutrition :**

- |                 |       |
|-----------------|-------|
| 1. Télévision : | 100 % |
| 2. Radio :      | 100 % |
| 3. Imprimés :   | 100 % |
| 4. Internet :   | 100 % |

#### **b. Méthode proposée selon laquelle Kraft Canada entend calculer les impressions médias pour la télévision, la radio, les imprimés et Internet (excluant les sites Web de la Société) nécessaires pour se conformer aux conditions de pourcentage :**

1. Télévision : Kraft Canada limite sa publicité uniquement aux produits respectant les normes de nutrition *Solution sensée* durant :
  - toute émission dont plus de 35 % de l'auditoire est composé d'enfants de moins de 12 ans;
  - toute émission aux heures d'écoute considérées «heures d'écoute des enfants» (selon les fournisseurs médias), quel que soit le nombre d'enfants composant cet auditoire.

---

publicité sur les premières et non sur les dernières au cours des émissions de télévision et des programmes de radio, dans les revues et sur les sites Web destinés aux enfants de moins de 12 ans.

La composition de l'auditoire est établie selon les chiffres d'auditoire moyens présentés par *ACNielsen* pour la plus récente saison de télévision complétée sur quatre trimestres.

Imprimés et radio : Kraft Canada ne fait pas de publicité dans les publications ou durant les émissions de radio destinées principalement aux enfants de moins de 6 ans. De plus, Kraft Canada n'annonce que les produits répondant à ses critères de nutrition *Solution sensée* dans les publications destinées principalement aux enfants de moins de 12 ans, selon la décision des éditeurs de classer leurs publications comme «magazines pour enfants» d'après *Canadian Advertising Rates & Data* (CARD).

En ce qui a trait à la publicité à la radio, Kraft Canada ne fait aucune publicité destinée aux enfants puisqu'il n'existe pas au Canada de formule radio adaptée aux enfants.

2. La liste des publications qui, selon Kraft Canada, s'adresse principalement aux enfants de moins de 12 ans comprend les titres suivants :

**Anglais :**

Famous Kids  
Kayak: Canada's History Magazine for Kids  
Kids Tribute  
kidsworld magazine  
McDonald's Fun Times Magazine  
OWL  
chickadee  
Chirp  
Pop!  
Wild  
YTV Whoa!

**Français :**

J'aime lire  
Les Débrouillards  
En Primeur Jeunesse  
Les Explorateurs  
Planète 912

Chaque année, Kraft Canada remet à NCP une liste à jour des publications et, s'il y a lieu, des chaînes de radio, où elle a décidé de faire de la publicité pour l'année suivante.

3. Internet : Kraft Canada ne fait pas de publicité dans les sites Web où plus de 35 % des visiteurs ont moins de 6 ans. De plus, dans les sites Web où plus de 35 % de l'ensemble des visiteurs sont des enfants de moins de 12 ans, Kraft

Canada n'annonce que les produits répondant à ses critères de nutrition *Solution sensée*. La quantité des visiteurs dans les sites Web est déterminée par les données annuelles moyennes sur l'ensemble des visiteurs repertoriées par ComScore.

**c. Méthode proposée selon laquelle Kraft Canada entend mesurer la publicité dans ses propres sites Web :**

Aucun des sites Web appartenant à Kraft Canada n'est destiné aux enfants de moins de 6 ans. De plus, Kraft Canada n'annonce que les produits répondant à ses critères de nutrition *Solution sensée* dans ses propres sites Web et dans tout site externe où plus de 35 % de l'ensemble des visiteurs sont des enfants de moins de 12 ans, tel que déterminé par ComScore ou par les données d'enregistrement au site.

**d. Pour les produits considérés comme des choix alimentaires sains, énoncez les normes scientifiques ou gouvernementales ou les normes établies par la société et sur lesquelles Kraft Canada s'appuie pour déterminer que le produit est un choix alimentaire sain.**

Kraft Canada s'appuie sur ses critères de nutrition *Solution sensée* pour déterminer les produits représentant des choix alimentaires meilleurs pour la santé comparativement à d'autres produits de la même catégorie. Pour obtenir la liste complète, catégorie par catégorie, des normes *Solution sensée*, veuillez consulter les sites suivants :

<http://www.kraftcanada.com/en/ProductsPromotions/SensibleSolution/SensibleSolution.htm>  
<http://www.kraftcanada.com/fr/ProductsPromotions/SensibleSolution/SensibleSolution.htm>

**e. Dans la mesure où Kraft Canada s'appuie sur une norme qu'elle a elle-même élaborée, énoncer les normes scientifiques ou gouvernementales sur lesquelles cette norme repose.**

Kraft Canada se fie au Guide alimentaire canadien de Santé Canada, de même qu'aux énoncés autorisés de Santé Canada et aux critères de nutrition *Solution sensée* adoptés par Kraft Canada pour déterminer les produits qui représentent des choix alimentaires meilleurs pour la santé comparativement à d'autres produits de la même catégorie. Ces critères ont également profité de l'apport du Conseil consultatif mondial sur la santé et le mieux-être de Kraft, un groupe de spécialistes de renom provenant des principaux milieux de la santé et du mieux-être. Pour obtenir la liste complète, catégorie par catégorie, des normes *Solution sensée*, veuillez consulter les sites suivants :

<http://www.kraftcanada.com/en/ProductsPromotions/SensibleSolution/SensibleSolution.htm>  
<http://www.kraftcanada.com/fr/ProductsPromotions/SensibleSolution/SensibleSolution.htm>

**3. Façon selon laquelle Kraft Canada entend appliquer le principe des personnages autorisés :**

Kraft Canada n'utilise que des personnages autorisés pour annoncer les produits qui répondent aux critères de nutrition *Solution sensée*. Également, l'utilisation des personnages autorisés est déjà limitée dans la publicité radiophonique et télévisée destinée aux enfants par les dispositions du Code de la publicité radiotélévisée destinée aux enfants.

**4. Façon selon laquelle Kraft Canada entend appliquer le principe de placement de produit :**

Kraft Canada ne déboursera aucune somme et ne déploiera aucun effort pour placer ses produits alimentaires et ses boissons dans toute émission radiotélévisée ou dans le contenu rédactionnel de tout média destiné principalement aux enfants de moins de 12 ans.

**5. Façon selon laquelle Kraft Canada entend appliquer le principe des jeux interactifs :**

Kraft Canada soutient déjà le principe des jeux interactifs en ne décrivant que les produits répondant à ses normes *Solution sensée* dans les jeux interactifs incorporés à ses sites Web destinés principalement aux enfants de moins de 12 ans.

**6. Façon selon laquelle Kraft Canada entend appliquer le principe de publicité dans les écoles :**

Kraft Canada a abandonné toute publicité et toute forme de marketing dans les écoles depuis plusieurs années.

**7. Calendrier d'implantation de chaque engagement exposé dans l'Engagement de Kraft Canada :**

Comme ces engagements de Kraft Canada sont déjà appliqués, il n'y a pas lieu d'établir un calendrier.

**C. Données justificatives**

**Pour chaque produit que Kraft Canada entend soumettre aux critères de choix alimentaire sain inclus dans l'Engagement, il faut fournir :**

- a. le nom;
- b. l'étiquetage nutritionnel;
- c. la liste des ingrédients;
- d. les normes scientifiques et gouvernementales et les normes élaborées par la Société sur lesquelles Kraft Canada s'appuie;
- e. le justificatif permettant d'affirmer que le produit répond aux normes.

Veillez consulter nos annexes pour obtenir les éléments précités pour chaque produit qui fera l'objet de publicité.

## Dîner Kraft (L'Original)

<b>Nutrition Facts / Valeur nutritive</b>			
Per 1/4 box (56 g) / pour 1/4 de boîte (56 g)			
About 3/4 cup prepared /			
Environ 3/4 tasse préparée			
Amount Teneur	Dry Mix Préparation sèche	Prepared† Préparé†	
<b>Calories / Calories</b>	210	250	
% Daily Value / % valeur quotidienne			
<b>Fat / Lipides 2.0 g*</b>	3 %	8 %	
Saturated / saturés 1.0 g + Trans / trans 0 g	5 %	7 %	
<b>Cholesterol / Cholestérol 5 mg</b>	2 %	2 %	
<b>Sodium / Sodium 410 mg</b>	17 %	19 %	
<b>Carbohydrate / Glucides 39 g</b>	13 %	14 %	
Fibre / Fibres 2 g	8 %	8 %	
Sugars / Sucres 7 g			
<b>Protein / Protéines 7 g</b>			
Vitamin A / Vitamine A	2 %	6 %	
Vitamin C / Vitamine C	0 %	0 %	
Calcium / Calcium	8 %	10 %	
Iron / Fer	15 %	15 %	
Thiamine / Thiamine	25 %	25 %	
Riboflavin / Riboflavine	20 %	25 %	
Folate / Folate	35 %	35 %	
Vitamin B <sub>12</sub> / Vitamine B <sub>12</sub>	10 %	20 %	
Phosphorus / Phosphore	15 %	15 %	
* Amount in dry mix / Quantité dans la préparation sèche			
† Prepared as per package directions with 1 Tbsp. non-hydrogenated margarine and 1/2 cup skim milk /			
Préparé selon le mode d'emploi sur la boîte avec 1 c. à table de margarine non hydrogénée et 1/2 tasse de lait écrémé.			

Répond aux critères nutritionnels *Solution sensée* et est une source de calcium, de fer, de protéines et de 5 autres nutriments essentiels.

**INGRÉDIENTS** : Pâtes enrichies (farine de blé), sauce au fromage (substances laitières modifiées), fromage (lait, culture bactérienne, crème, sel, enzymes microbiennes, lipase, chlorure de calcium, colorant), sel, phosphates de sodium, acide citrique, arôme, colorant (contient de la tartrazine), acide sorbique.

## Kool-Aid Singles (cerise)

<b>Nutrition Facts</b>	
<b>Valeur nutritive</b>	
Per 1 Packet (8,3 g) / pour 1 sachet (8,3 g) 1 cup prepared (250 mL) / 1 tasse préparée (250 mL)	
Amount Teneur	% Daily Value % valeur quotidienne
<b>Calories / Calories 30</b>	
<b>Fat / Lipides 0 g</b>	<b>0 %</b>
<b>Carbohydrate / Glucides 8 g</b>	<b>3 %</b>
Sugars / Sucres 8 g	
<b>Protein / Protéines 0 g</b>	
Vitamin C / Vitamine C	100 %
Calcium / Calcium	2 %
Not a significant source of saturated fat, trans fat, cholesterol, sodium, fibre, vitamin A and iron.	
Source négligeable de lipides saturés, lipides trans, cholestérol, sodium, fibres, vitamine A et fer.	

Répond aux critères nutritionnels *Solution sensée* et est une excellente source de vitamine C.

**INGRÉDIENTS** : Sucre, fructose, acide citrique, phosphate tricalcique, acide ascorbique, dextrine de maïs, arôme artificiel, colorant, acésulfame-potassium, sucralose, gomme arabique.

## **Del Monte Sachet sur le pouce (Orange-Mandarine)**

### **Nutrition Facts / Valeur nutritive**

Per pouch (200 mL) / Par sachet (200 mL)

	Amount Teneur	% Daily Value % valeur quotidienne
Calories / Calories	100	
Fat / Lipides	0 g	0 %
Saturated / saturés	0 g	
+ Trans / trans	0 g	0 %
Cholesterol / Cholestérol	0 mg	0 %
Sodium / Sodium	20 mg	1 %
Carbohydrate / Glucides	24 g	8%
Fibre / Fibres	0 g	0 %
Sugars / Sucres	22 g	
Protein / Protéines	1 g	
Vitamin A / Vitamine A		2 %
Vitamin C / Vitamine C		100 %
Calcium / Calcium		2 %
Iron / Fer		2 %

Répond aux critères nutritionnels *Solution sensée* et est une excellente source de vitamine C.

**INGRÉDIENTS** : Eau, concentré de jus de raisin, concentré de jus de mandarine, concentré de jus d'orange, acide ascorbique (vitamine C), arôme naturel.

## **Mélange de jus pomme-raisin Del Monte fait de concentré**

**INGRÉDIENTS** : Eau, concentré de jus de pomme, concentré de jus de raisin, acide citrique, acide ascorbique (vitamine C), arôme naturel.

### **Nutrition Facts / Valeur nutritive**

Per pouch (200 mL) / Par sachet (200 mL).

	Amount Teneur	% Daily Value % valeur quotidienne
Calories / Calories	90	
Fat / Lipides	0 g	0 %
Saturated / saturés	0 g	
+ Trans / trans	0 g	0 %
Cholesterol / Cholestérol	0 mg	0 %
Sodium / Sodium	20 mg	1 %
Carbohydrate / Glucides	23 g	8 %
Fibre / Fibres	0 g	0 %
Sugars / Sucres	23 g	
Protein / Protéines	0.3 g	
Vitamin A / Vitamine A		0 %
Vitamin C / Vitamine C		100 %
Calcium / Calcium		0 %
Iron / Fer		2 %

Répond aux critères nutritionnels *Solution sensée* et est une excellente source de vitamine C.

## **Mélange de jus pomme-ramboise Del Monte fait de concentré**

Ingrédients : Eau, concentré de jus de pomme, concentré de jus de fraise, concentré de jus de ramboise, concentré de jus de raisin blanc, acide ascorbique (vitamine C), acide citrique, arôme naturel.

### **Nutrition Facts / Valeur nutritive**

Per pouch (200 mL) / Par sachet (200 mL)

	Amount Teneur	% Daily Value % valeur quotidienne
Calories / Calories	80	
Fat / Lipides	0 g	0 %
Saturated / saturés	0 g	
+ Trans / trans	0 g	0 %
Cholesterol / Cholestérol	0 mg	0 %
Sodium / Sodium	20 mg	1 %
Carbohydrate / Glucides	22 g	7 %
Fibre / Fibres	0 g	0 %
Sugars / Sucres	21 g	
Protein / Protéines	0.2 g	
Vitamin A / Vitamine A		0 %
Vitamin C / Vitamine C		100 %
Calcium / Calcium		0 %
Iron / Fer		2 %

Répond aux critères nutritionnels *Solution sensée* et est une excellente source de vitamine C.

## **Jus de pomme *Del Monte* fait de concentré**

Ingrédients : Eau, concentré de jus de pomme, essence naturelle de pomme, acide ascorbique (vitamine C).

### **Nutrition Facts / Valeur nutritive**

Per pouch (200 mL) / Par sachet (200 mL)

	Amount Teneur	% Daily Value % valeur quotidienne
Calories / Calories	80	
Fat / Lipides	0 g	0 %
Saturated / saturés	0 g	
+ Trans / trans	0 g	0 %
Cholesterol / Cholestérol	0 mg	0 %
Sodium / Sodium	25 mg	1 %
Carbohydrate / Glucides	21 g	7 %
Fibre / Fibres	0 g	0 %
Sugars / Sucres	21 g	
Protein / Protéines	0.3 g	
Vitamin A / Vitamine A		0 %
Vitamin C / Vitamine C		100 %
Calcium / Calcium		0 %
Iron / Fer		4 %

Répond aux critères nutritionnels *Solution sensée* et est une excellente source de vitamine C.

## **Jus d'orange *Del Monte* fait de concentré**

Ingrédients : eau, concentré de jus d'orange, huile d'orange naturelle.

### **Nutrition Facts / Valeur nutritive**

Per pouch (200 mL) / Par sachet (200 mL)

	Amount Teneur	% Daily Value % valeur quotidienne
Calories / Calories	100	
Fat / Lipides	0.5 g	1 %
Saturated / saturés	0 g	
+ Trans / trans	0 g	0 %
Cholesterol / Cholestérol	0 mg	0 %
Sodium / Sodium	15 mg	1 %
Carbohydrate / Glucides	22 g	7 %
Fibre / Fibres	0 g	0 %
Sugars / Sucres	19 g	
Protein / Protéines	2 g	
Vitamin A / Vitamine A		0 %
Vitamin C / Vitamine C		80%
Calcium / Calcium		2 %
Iron / Fer		2 %

Répond aux critères nutritionnels *Solution sensée* et est une excellente source de vitamine C.

## **Mélange de jus Orange-Mandarine *Del Monte* fait de concentré**

**INGRÉDIENTS** : Eau, concentré de jus de raisin, concentré de jus de mandarine, concentré de jus d'orange, acide ascorbique (vitamine C), arôme naturel.

### **Nutrition Facts / Valeur nutritive**

Per pouch (200 mL) / Par sachet (200 mL)

	Amount Teneur	% Daily Value % valeur quotidienne
Calories / Calories	100	
Fat / Lipides	0 g	0 %
Saturated / saturés	0 g	
+ Trans / trans	0 g	0 %
Cholesterol / Cholestérol	0 mg	0 %
Sodium / Sodium	20 mg	1 %
Carbohydrate / Glucides	24 g	8%
Fibre / Fibres	0 g	0 %
Sugars / Sucres	22 g	
Protein / Protéines	1 g	
Vitamin A / Vitamine A		2 %
Vitamin C / Vitamine C		100 %
Calcium / Calcium		2 %
Iron / Fer		2 %

Répond aux critères nutritionnels *Solution sensée* et est une excellente source de vitamine C.

## **Craquelins *Ritz Bits* Sandwiches au fromage - Soccer**

Farine de blé enrichie, huiles végétales avec HQBT (huile de palme modifiée, huile de soja et huile de coton hydrogénées avec acide citrique), farine de grains entiers de blé, substances laitières modifiées, sucre, glucose-fructose, huile de tournesol, cheddar en poudre (fait de lait de culture, sel et enzymes), sel, bicarbonate de sodium, phosphate monocalcique, bicarbonate d'ammonium, lécithine de soja, phosphate disodique, arôme naturel, maltodextrine, levure, amidon de maïs modifié, colorant, acide lactique, papaine, amylase, protéase.

**Avertissement allergie : peut contenir des arachides.**

<b>Nutrition Facts / Valeur nutritive</b>		
Per 9 Sandwiches (19 g)		
Pour 9 sandwiches (19 g)		
Amount Teneur		% Daily Value % valeur quotidienne
Calories / Calories	90	
Fat / Lipides	4.0 g	6%
Saturated / Saturés	1.5 g	
+ Trans / Trans	0.1 g	8%
Cholesterol / Cholestérol	0 mg	0%
Sodium / Sodium	180 mg	8%
Carbohydrate / Glucides	12 g	4%
Fibre / Fibres	1 g	4%
Sugars / Sucres	3 g	
Protein / Protéines	1 g	
Vitamin A / Vitamine A	0%	
Vitamin C/Vitamine C	0%	
Calcium/Calcium	4%	
Iron/Fer	4%	

Répondent aux critères nutritionnels *Solution sensée* et contiennent 33 % moins de gras que les Sandwiches Ritz Bits originaux. Contiennent 3 g de grains entiers par portion de 19 g.



### Product Specification References

Business Unit #	Spec Type	Item Name	Categorization / Category	Comments
FC2130D-F	FORM	SUGAR FREE KOOL-AID - ORANGE	PRODUCT/BEVERAGE/Powdered Soft Drink/Sugar Free	

Ingredients: Citric Acid, Natural and Artificial Flavour, Ascorbic Acid, Tricalcium Phosphate, Aspartame (Contains Phenylalanine), Corn Dextrin, Salt, Acesulfame-Potassium, Colour. (B024E)

### Ingredient Statement Comments

**Ingrédients:** Acide citrique, arômes naturels et artificiels, acide ascorbique, phosphate tricalcique, aspartame (contient de la phénylalanine), dextrine de maïs, sel, acésulfame-potassium, colorant.

### NUTRITIONAL SUMMARY "PER SERVING"

#### Nutrition Facts / Valeur nutritive

Per 1/8 packet (0.8 g) / Pour 1/8 sachet (0.8 g)

1 cup prepared (250 mL) / 1 tasse préparée (250 mL)

	Amount Teneur	% Daily Value % valeur quotidienne
Calories / Calories	0	
Fat / Lipides	0 g	0 %
Sodium / Sodium	10 mg	0 %
Carbohydrate / Glucides	0 g	0 %
Protein / Protéines	0 g	
Vitamin C / Vitamine C		100%
Calcium/ Calcium		2%

Not a significant source of saturated fat, trans fat, cholesterol, fibre, sugars, vitamin A, and iron.  
Source négligeable de lipides saturés, lipides trans, cholestérol, fibres, sucres, vitamine A, et fer.

Contains 48 mg aspartame and 16 mg acesulfame-potassium per 250 mL serving.

Contient 48 mg d'aspartame et 16 mg d'acésulfame-potassium par portion de 250 mL.

Claims: Calorie-free / Sans calorie.  
Sugar Free / Sans sucre.  
100% of the Daily Value for Vitamin C per 250 mL serving. / 100 % de l'apport quotidien en vitamine C par portion de 250 mL.  
An Excellent Source of Vitamin C. / Une excellente source de vitamine C.

**NPP'S/SSP'S:**

Meets NPP's

Qualifies for Sensible Solutions under Nourishing (hydration)

**Business Units**

Business Unit	Business Unit #
Kraft Canada	FC2130A-PL

**Product Specification References**

Business Unit #	Spec Type	Item Name	Categorization / Category	Comments
FC2130A-F	FORM	SUGAR FREE KOOL-AID - CHERRY	PRODUCT/BEVERAGE/Powdered Soft Drink/Sugar Free	

Ingredients: Malic Acid, Corn Dextrin, Citric Acid, Tricalcium Phosphate, Ascorbic Acid, Aspartame (Contains Phenylalanine), Artificial Flavour, Acesulfame-Potassium, Colour, Salt, Gum Arabic. (B022E)

**Ingredient Statement Comments**

**Ingédients:** Acide malique, dextrine de maïs, acide citrique, phosphate tricalcique, acide ascorbique, aspartame (contient de la phénylalanine), arôme artificiel, acésulfame-potassium, colorant, sel, gomme arabique.

## NUTRITIONAL SUMMARY "PER SERVING"

PRODUCT: SUGAR-FREE KOOL-AID – CHERRY

**Nutrition Facts / Valeur nutritive**

Per 1/8 packet (0.9 g) / Pour 1/8 sachet (0.9 g)

1 cup prepared (250 mL) / 1 tasse préparée (250 mL)

	Amount Teneur	% Daily Value % valeur quotidienne
Calories / Calories	0	
Fat / Lipides	0 g	0 %
Sodium / Sodium	5 mg	0 %

Carbohydrate / Glucides	0 g	0 %
Protein / Protéines	0 g	
Vitamin C / Vitamine C		100%
Calcium/ Calcium		2%

Not a significant source of saturated fat, trans fat, cholesterol, fibre, sugars, vitamin A and iron.  
 Source négligeable de lipides saturés, lipides trans, cholestérol, fibres, sucres, vitamine A et fer.

Contains 59 mg aspartame and 20 mg acesulfame-potassium per 250 mL serving.  
 Contient 59 mg d'aspartame et 20 mg d'acésulfame-potassium par portion de 250 mL.

Claims: Calorie-free / Sans calorie.  
 Sugar Free / Sans sucre.  
 100% of the Daily Value for Vitamin C per 250 mL serving. / 100 % de l'apport quotidien en vitamine C par portion de 250 mL.  
 An Excellent Source of Vitamin C. / Une excellente source de vitamine C.

**NPP'S/SSP'S:**

Meets NPP's  
 Qualifies for Sensible Solutions under Nourishing (hydration)

### Product Specification References

Business Unit #	Spec Type	Item Name	Categorization / Category	Comments
FC2130B-F	FORM	SUGAR FREE KOOL-AID - GRAPE	PRODUCT/BEVERAGE/Powdered Soft Drink/Sugar Free	

Ingredients: Malic Acid, Corn Dextrin, Citric Acid, Tricalcium Phosphate, Ascorbic Acid, Aspartame (Contains Phenylalanine), Artificial Flavour, Salt, Acesulfame-Potassium, Colour. (B023E)

### Ingredient Statement Comments

**ingrédients:** Acide malic, dextrine de maïs, acide citrique, phosphate tricalcique, acide ascorbique, aspartame (contient de la phénylalanine), arôme artificiels, sel, acésulfame-potassium, colorant.

### NUTRITIONAL SUMMARY "PER SERVING"

PRODUCT: SUGAR-FREE KOOL-AID – GRAPE

#### Nutrition Facts / Valeur nutritive

Per 1/8 packet (0.9 g) / Pour 1/8 sachet (0.9 g)

1 cup prepared (250 mL) / 1 tasse préparée (250 mL)

	Amount Teneur	% Daily Value % valeur quotidienne
Calories / Calories	0	
Fat / Lipides	0 g	0 %
Sodium / Sodium	10 mg	0 %
Carbohydrate / Glucides	0 g	0 %
Protein / Protéines	0 g	
Vitamin C / Vitamine C		100%
Calcium/ Calcium		2%

Not a significant source of saturated fat, trans fat, cholesterol, fibre, sugars, vitamin A and iron.  
Source négligeable de lipides saturés, lipides trans, cholestérol, fibres, sucres, vitamine A et fer.

Contains 57 mg aspartame and 19 mg acesulfame-potassium per 250 mL serving.  
Contient 57 mg d'aspartame et 19 mg d'acésulfame-potassium par portion de 250 mL.

Claims: Calorie-free / Sans calorie.  
Sugar Free / Sans sucre.  
100% of the Daily Value for Vitamin C per 250 mL serving. / 100 % de l'apport quotidien en vitamine C par portion de 250 mL.  
An Excellent Source of Vitamin C. / Une excellente source de vitamine C.

**NPP'S/SSP'S:**

Meets NPP's

Qualifies for Sensible Solutions under Nourishing (hydration)

### Product Specification References

Business Unit #	Spec Type	Item Name	Categorization / Category	Comments
KAJLC3FP-F1	FORM	JUICE DRINK, CHERRY, KOOL-AID JAMMERS 10	PRODUCT/BEVERAGE/Ready to Drink/Juice Drink	

Ingredients: Water, Apple Juice Concentrate, Citric Acid, Artificial and Natural Flavour, Ascorbic Acid, Sucralose, Colour, Acesulfame-Potassium, Calcium Disodium EDTA. (B160B)

### Ingredient Statement Comments

Ingrédients: Eau, concentré de jus de pomme, acide citrique, arômes artificiels et naturels, acide ascorbique, sucralose, colorant, acésulfame-potassium, EDTA de calcium disodique.

### NUTRITIONAL SUMMARY "PER SERVING"

PRODUCT: DRINK, CHERRY, KOOL-AID JAMMERS 10 (KAJLC3FP-F1)

Nutrition Facts / Valeur nutritive

Per 1 pouch (200 mL)

Pour 1 sachet (200 mL)

	Amount Teneur	% Daily Value % valeur quotidienne
Calories / Calories	10	
Fat / Lipides	0 g	0 %
Sodium / Sodium	20 mg	1 %
Carbohydrate / Glucides	2 g	1 %
Sugars / Sucres	2 g	
Protein / Protéines	0 g	
Vitamin C / Vitamine C		100 %

Not a significant source of saturated fat, trans fat, cholesterol, fibre, vitamin A, calcium and iron.  
Source négligeable de lipides saturés, lipides trans, cholestérol, fibres, vitamine A, calcium et fer.

Contains 25 mg of sucralose and 10mg of acesulfame-potassium per 200 mL serving.  
Contient 25 mg de sucralose et 10 mg d'acésulfame-potassium par portion de 200 mL.

Claims:

- 1) 100% of the Daily Value for Vitamin C per 200 mL serving./ 100 % de l'apport quotidien en vitamine C par portion de 200 mL.
- 2) An excellent source of Vitamin C. / Une excellente source de vitamine C.
- 3) "**Contains only 10 calories per serving**" or any one of the following wordings: "Low in Energy" or "low energy" or "low source of energy" or "little energy" or "low calorie" or "low in calories" or "low source of calories" or "few calories".  
**OR** (if marketing does not go with the claim and chooses to use the quantitative declaration), then use the following: **Contient seulement 10 calories par portion**, Pauvre en énergie, Faible en énergie, Faible source d'énergie, Peu d'énergie, Peu de calories, Faible source de calories, Peu de calories
- 4) **Quantitative declaration:** 10 calories per 200 mL serving. / 10 calories par portion de 200 mL

**NPP'S/SSP'S:**

Meets NPP's

Qualifies for Sensible Solutions under 'Nourishing' (hydration)