

Boîte à lunch

en trois variétés : banane et caramel, raisins et fruits jaunes. Danino grec ne contient pas de colorant ni de saveurs artificielles et constitue une source de calcium et de vitamine D. Pauline Varga, vice-présidente marketing de Danone Canada, rappelle que « l'équipe de recherche et développement et de nutritionnistes a travaillé de pair pour développer un produit qui renferme tous les bienfaits du yogourt grec, mais dont la texture, les saveurs et l'emballage répondent aux critères des enfants ». Mission accomplie.

TRUCS PRATIQUES

Pour égayer la boîte à lunch et s'assurer que son contenu soit mangé par les enfants, Jonathan Fontaine, nutritionniste pour la marque de yogourts et de produits laitiers iögo, propose quelques trucs, à commencer par la sélection des aliments des quatre groupes alimentaires du *Guide alimentaire canadien*, qui sont les légumes et fruits, les produits céréaliers et laitiers, ainsi que les viandes et substituts. Les supermarchés disposent d'une vaste panoplie d'aliments qui permet aux adultes de jouer la carte de la saine variété dans les boîtes à lunch. Sans oublier un yogourt iögo Zip...

TOUT EST DANS LE SUCRE

Pepsi Next®, cola naturellement sucré avec 30 % de sucre en moins que les colas habituels, a été

BOISSONS SANS SUCRE

Caroline Croteau, directrice marketing chez A. Lassonde, propose une solution idéale pour la boîte à lunch des enfants : « Il s'agit des nouveaux cocktails de jus Del Monte, qui contiennent 70 % moins de sucre qu'un cocktail de jus de fruits régulier et seulement 30 calories par portion. Sans sucre ajouté, sans sucralose et sans aspartame, ils sont élaborés avec des composés sucrants non caloriques provenant des feuilles de Stévia », mentionne-t-elle. Ces cocktails, excellente source de vitamine C, sont offerts en trois saveurs, soit Saveur Punch aux fruits tropicaux, Pêche-mangue et enfin Explosion de cerises. Une explosion de couleurs également!

lancé au Canada en mars 2014 avec l'invitation à « le boire pour le croire ». « Premier du genre au Canada, Pepsi Next est sucré à l'aide de sucre et d'un extrait de stévia, un édulcorant naturel », dit Ryan Collis, directeur du marketing de PepsiCo Canada Breuvages. Sa teneur en calories est de 100 par cannette de 355 ml. Il est disponible en

bouteilles de 591 ml et en cartons de douze cannettes de 355 ml.

En mai 2014, grâce à un partenariat formé entre PepsiCo et Lipton, le marché a salué l'arrivée du vrai thé infusé Pure Leaf. Ce thé glacé prêt à boire est produit à partir de feuilles de thé fraîches provenant de plantations situées en Inde, en Afrique et en Amérique du Sud. Elles ont été sélectionnées à la main sous la direction de John Cheetham, maître de thé. « Les consommateurs canadiens sont passionnés par le thé, affirme-t-il. Ils apprécieront la saveur distinctive et veloutée de ces thés glacés qui présentent un équilibre parfait entre les arômes, le corps et les saveurs. »

Il y a déjà belle lurette que Les Anis de Flavigny ont fait leur apparition sur nos tablettes. Dès septembre 2014, ces petites perles blanches sucrées offertes dans la boîte métallique ovale bien connue seront également disponibles en emballage de poche de 18 grammes, en version mini. Les Petits Anis, pas plus gros que des grains de riz, sont fabriqués dans les bassines de cuivre traditionnelles et enrobés dans un sirop de sucre aromatisé. Ces bonbons ne contiennent pas de colorant, édulcorant, agents de conservation, OGM ou arômes artificiels. Les saveurs proposées sont Réglisse, Violette, Rose, Citron et... Anis. ■

l'alimentation

Volume 54 JUILLET-AOÛT 2014 4,95 \$

