

Nouvel emballage actif : prolonger la durée de conservation des viandes fraîches grâce aux antioxydants naturels du romarin

On sait que les phénomènes d'oxydation, entre autres choses, limitent la durée de conservation des viandes fraîches. En effet, ils ont une incidence sur la qualité des produits, notamment en ce qui a trait à la couleur, à l'odeur et à la saveur. Certains moyens ont déjà été employés pour maîtriser cette oxydation; ils concernaient par exemple l'alimentation de l'animal, les conditions de transformation des viandes, l'utilisation d'antioxydants, l'amélioration de l'emballage et l'optimisation des conditions de conservation.

En ce qui regarde l'utilisation d'antioxydants, les extraits végétaux suscitent un intérêt croissant puisqu'ils constituent des sources d'antioxydants naturels. Ces antioxydants peuvent agir selon deux mécanismes différents, mais intimement liés. D'une part, ils inhibent l'oxydation de la myoglobine et préservent ainsi l'aspect rouge vif de la viande fraîche. D'autre part, ils protègent les acides gras contre les réactions d'oxydation et, éventuellement, contre l'apparition d'une odeur rance dans la viande.

En Espagne, une équipe de chercheurs de l'Université de Saragosse a travaillé à la mise au point d'un nouvel emballage actif pour la viande : un film de polypropylène dans lequel sont incorporés des antioxydants naturels du romarin. Les emballages actifs intègrent certains additifs qui sont soit dispersés dans le paquet, soit placés à l'intérieur de l'emballage sous la forme d'un sachet ou d'une pastille ou incorporés au matériau même. Les emballages actifs se divisent en plusieurs catégories : pièges à oxygène, disséminateurs de CO₂ ou d'agents antimicrobiens, régulateurs d'humidité, etc. Le but poursuivi reste toujours le même, à savoir maintenir ou améliorer la qualité du produit et accroître la durée de conservation.

Dans leurs travaux, les chercheurs ont choisi l'un des antioxydants naturels les plus utilisés jusqu'ici : l'extrait de romarin (*Rosmarinus officinalis*). Pour effectuer les tests, ils ont utilisé trois concentrations différentes d'antioxydant qui ont été introduites dans un film de polypropylène et ont étudié les propriétés de ce nouveau matériau à la fois sur de la myoglobine pure et sur de la viande fraîche emballée sous atmosphère modifiée.

Les résultats révèlent que, comparativement au polypropylène ordinaire, le film actif contenant des antioxydants naturels de romarin améliore la stabilité de la myoglobine mais aussi de la viande fraîche en les protégeant contre les processus d'oxydation. Il s'agit donc d'une piste intéressante pour ce qui est de prolonger la durée de conservation de la viande fraîche. Les résultats suggèrent également qu'il faut ajuster la concentration des composés actifs incorporés dans le film en fonction des types de viande.

Source : www.vigie-viande.info et <http://pubs.acs.org/journals/jafcau/index.html>.

au menu

- **Nouvel emballage actif : prolonger la durée de conservation des viandes fraîches grâce aux antioxydants naturels du romarin**
- **La hausse des prix des fruits, des légumes et du poisson coupe l'appétit des consommateurs**
- **La distance que parcourent les produits alimentaires et le choix de « consommer local »**

La hausse des prix des fruits, des légumes et du poisson coupe l'appétit des consommateurs

Alors que toutes les recommandations des nutritionnistes insistent sur les bienfaits de la consommation de fruits et de légumes comme de poissons, les résultats d'un sondage réalisé en France par le Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (CREDOC) laissent entendre que le prix constitue un frein majeur. En effet, 28 % des Français déclarent ne pas acheter de poissons ni de fruits de mer à cause de leur prix. Ils sont aussi 26 % à bouder les fruits et 22 % à se détourner des légumes pour la même raison.

Le sondage indique que 73 % des consommateurs français regardent « systématiquement » le prix des fruits et légumes, alors qu'ils ne sont que 48 % à avoir ce réflexe lorsqu'il s'agit de mettre des produits d'épicerie dans leur chariot à provisions. Ils surestiment par ailleurs l'ampleur de l'augmentation des prix. Cette perception entraîne une restriction de la consommation. De 1999 à 2003, les Français ont consommé 16 % de moins de fruits, 15 % de moins de légumes et 11 % de moins de poissons, indique le CREDOC.

Qu'en est-il au Québec? Selon les données d'ACNielsen, de 2001 à 2005, les achats de fruits et de légumes frais dans les grands magasins de distribution alimentaire ont augmenté, en valeur, de 93 % en ce qui concerne les fruits et de 34 % pour les légumes. Ces augmentations de valeur reflètent des augmentations de volume, puisque les prix des fruits et des légumes frais ont baissé respectivement de 0,5 % et de 6,2 % dans la même période. Cependant, la hausse récente des prix de ces deux types de produits ne risque-t-elle pas d'avoir les mêmes effets ici qu'en France?

Source : www.lsa.fr/article/page_article.cfm?nrub=216&idoc=116889 et www.agrisalon.com/06-actu/article-19187.php.

La distance que parcourent les produits alimentaires et le choix de « consommer local »

En matière de consommation, une tendance de plus en plus marquée a trait au fait de consommer des aliments produits localement. Ce mouvement s'inscrit logiquement dans l'expression d'une conscience écologique plus englobante de la part des consommateurs. En effet, ces derniers sont enclins à favoriser des choix qui présentent un bilan écologique global net positif et qui prennent désormais en considération l'émission de gaz à effet de serre liée aux activités de transport d'aliments, d'ingrédients et de « commodités ».

Avec le coût des carburants qui est sans cesse à la hausse et, par voie de conséquence, l'augmentation des frais d'expédition, cette question représente un facteur nouveau quant à la localisation des entreprises de transformation des aliments et des boissons, qui seront portées à s'établir de plus en plus près de leurs marchés.

En Amérique du Nord, un semi-remorque sur trois qui circulent sur les routes transporte des biens alimentaires. De la fourche à la fourchette, la distance moyenne parcourue ainsi par un aliment serait de 2 600 kilomètres. De l'autre côté de l'Atlantique, au Royaume-Uni, où 95 % des fruits et 50 % des légumes consommés sont importés, les consommateurs voudraient que les transformateurs ajoutent la distance à la liste des « ingrédients » qu'ils doivent surveiller pour des considérations environnementales. Selon de récents sondages, environ 41 % des consommateurs britanniques croient que les producteurs et les supermarchés devraient fournir ce renseignement. En outre, 19 % des consommateurs reconnaissent avoir déjà refusé d'acheter un produit sous prétexte qu'il avait parcouru une longue distance.

Sources : www.foodproductiondaily.com/news/printNewsBis.asp?id=77360 et www.foodproductiondaily.com/news/printNewsBis.asp?id=78685.