

क्या प्लास्टिक की पैकेजिंग वास्तव में बाहर है?



लॉरेन ब्रूनर इस पर चर्चा करते हैं कि एम एंड एस जैसे बड़े ब्रांड पर्यावरण के प्रति जागरूक कैसे हो रहे हैं और प्लास्टिक के विकल्प की तलाश कर रहे हैं।

प्लास्टिक की पैकेजिंग बहुत तेज गति से बदल रही है। इसके उपयोग में कमी यूरोपीय संघ के एजेंडे में अधिक है और बड़े ब्रांड विकल्प की तलाश कर रहे हैं। उन्हें पर्यावरण के प्रति जागरूक शेयरधारकों और ग्राहकों को संतुष्ट करने और प्लास्टिक पैकेजिंग के विकल्प खोजने की आवश्यकता है।

लेकिन अब तक उठाये गए कदमों में से कोई भी मूलसिद्धांत या उतना मँहगा नहीं है जितना कि मार्क्स एण्ड स्पेंसर की नवीनतम योजना। यह ब्रिटेन में पैकेजिंग कर्नटर्स दोनों को प्रभावित करने जा रहा है, जहाँ इसे तीन महीने से अधिक समय से ट्रायल किया जा रहा है और अगर यह पूरी तरह से लुढ़का हुआ है तो, दुनिया भर के अन्य एम एंड एस स्थानों में।

अपने ट्रायल में एम एंड एस खुले फल और सब्जियों की १० लाईनों पर पैकेजिंग की जगह ले रहा है जिसमें कोई पैकेजिंग नहीं है। इसके बजाय इसमें

लाइव एक्शन ग्रीन ग्रासर्स, दालों वाले लोग उपलब्ध होंगे। वे ग्राहकों को उनकी सब्जी की खरीद के साथ सहायता करेंगे, और खाना पकाने की युक्तियों और भंडारण सलाह के साथ, अधिक कोमल फल और सब्जी के लिए खाद्य युक्त विकल्प प्रदान करेंगे। बाकी सब एक शॉपिंग बैग में सीधे जायेंगे और कोई सबसे अच्छा तारीकों से पहले नहीं होगा। कितना कट्टरपंथी है? वास्तव में नहीं, हालांकि यह २१वीं सदी के लिए काफी नाटकीय है। उन लोगों के लिए जो उच्च सड़क या गाँव की दुकान में खरीददारी करना याद करते हैं, सेवा के लिए यह दृष्टिकोण कम पीढ़ी के इंजीनियर और पैकेज्ड उम्र के समय में एक कदम पीछे है। युवा पीढ़ियों के लिए यह एक नवीनता और उनके विवेक के लिए एक सलाम होगा। उम्मीद है कि लोग सकारात्मक प्रतिक्रिया देंगे और एम एंड एस को वापसी मिलेगी।

यह पर्यावरण के लिए और खुदरा विक्रेताओं के लिए गंभीर मामला है जो तरीकों का पालन करना चाहते हैं। यह एक पैकेजिंग मॉडल पर वापस आने के लिए काफी समझदार है जो न तो सबसे

ज्यादा हैं और न ही अधिक इंजीनियर है, और केवल आवश्यकता होने पर पैकेजिंग का उपयोग करने के लिए। यह पर्यावरणीय वास्तविकताओं के साथ-साथ और ग्राहकों की अपेक्षाओं पर आधारित व्यावहारिक समझ है। यदि अन्य खाद्य खुदरा विक्रेता एम एंड एस का नेतृत्व करते हैं, तो हम पैकेजिंग अपशिष्ट की मात्रा में और मुद्रित पैकेजिंग संस्करणों में भी गिरावट की उम्मीद कर सकते हैं। जैसा कि यह ग्राफिक्स पेशेवरों के लिए दिखता है, उदास है, अतिरिक्त पैकेजिंग से दूर की प्रवृत्ति नए अवसर प्रदान कर सकती है। स्पष्ट है जैसे कि साइनेज या भंडारण और खाना पकाने के मार्गदर्शन के लिए जो प्लास्टिक पर निर्भर नहीं है। कम स्पष्ट है बार कोड के साथ प्रिंटेड चादरें और पेपर बैग और विभिन्न फलों और सब्जियों के लिए ब्रांडेड। पोषण संबंधी जानकारी और विचारों को जोड़े और आपको एक नया प्रिंटेड पैकेजिंग प्रारूप मिल गया है। इसे सोशल मीडिया पर साझा करने वाले विचारों से जोड़ते हैं और चित्र भी भयावह दिखता है।

पैकेजिंग समुदाय के उन सदस्यों के लिए जिन्होंने आलू से लेकर एवोकाडो तक, हर सब्जी को दृष्टि से देखते हुए पैकेजिंग पर काम किया है, यह आगे देखने का समय है। एम एंड एस कदम पीछे हटा सकता है, लेकिन पैकेजिंग से पहले और अधिक टिकाऊ लाईनों के साथ और प्लास्टिक के बिना पुनर्निर्मित होने में कुछ समय लगता है। यह सब पहले से लिपटे रहने से बेहतर है बनिस्पत पीछे रहने के।

स्रोत : इस लेख का उत्पादन वेर्डिग्रेस परियोजना द्वारा किया गया था। जो एक उद्योग पहल थी जिसका उद्देश्य प्रिंट के सकारात्मक पर्यावरणीय प्रभाव के बारे में जागरूकता बढ़ाना था। वेर्डिग्रेस निम्नलिखित कंपनियों द्वारा समर्थित है - Agfa Graphics, Spindrift.click, EFI, FESPA, HP, Kodak, Kornit Digital, Ricoh, Splash PR, Unity Publishing and Xeikon