NEWS

Superpametni supermarket

Digital signage, kulinarski kopilot za kraj radnog dana

8. lipnja 2026., Tobias Engl



Nakon dugog radnog dana jedva da ostaje vremena za pitanje pristaje li polovici patlidžana u ladici za povrće bolje slanutak ili leća. A u Njemačkoj se po stanovniku godišnje baci oko 78 kilograma hrane, najvećim dijelom zbog nedostatka planiranja, a ne zbog lošeg okusa. Upravo tu nastupa ideja koja je tehnički bliža nego što mnogi misle... umreženi supermarket koji razmišlja i kuha s nama.

Osnovni sastojci već postoje. Pametni hladnjaci Samsunga, Boscha i LG-a vode popis svojeg sadržaja, ormari sa zalihama prepoznavanjem slike postaju pametna skladišta, platforme s receptima dinamički održavaju popise za kupnju. Ono što nedostaje jest povezujući element i upravo tu prazninu u trgovini zatvara digital signage tvrtke ScreenWay. Tko uđe u trgovinu, mogao bi diskretno saznati: „Kod kuće još imaš papriku, rižu i piletinu. Danas na akciji: kokosovo mlijeko, korijandar i limete – i thai curry za 4,80 € je gotov.“ Na 4K zaslonu u odjelu začina motiv se s plakata mijenja u odgovarajući recept, uz napomenu gdje stoji curry pasta. Zasloni reagiraju na doba dana, stanje zaliha i posjećenost. Ubuduće, uz izričitu privolu i u okviru GDPR-a i EU AI Acta, i na anonimni kontekst ispred sebe.

Pravi šarm leži u povratnom kanalu. U integriranoj pametnoj kuhinji popis zaliha sam se ažurira. Umrežena vaga prepoznaje potrošenih 200 grama riže, hladnjak bilježi prazno kokosovo mlijeko. Pri sljedećoj kupnji sustav dakle ne zna samo što nedostaje, nego i što već postoji. Rezultat su ciljanije kupnje, svježije zalihe i na kraju dana upravo oni sastojci

koji su doista potrebni.

Korak dalje ide biometrijska personalizacija. Ako pametni sat, čiji se podaci dobrovoljno dijele, upućuje na povećanu potrebu za željezom, sustav predlaže leću sa špinatom i limunom. Ne zato što to gura marketing, nego zato što ta kombinacija tijelu prija. Danas funkcionira gruba logika preporuka prema aktivnosti, alergenima i ciljevima koje je osoba sama postavila; finije, potpuno biometrijsko usklađivanje tehnički i regulatorno tek sazrijeva.

Čemu onda još zasloni u trgovini ako smartphone sve zna? Zato što se više od sedamdeset posto odluka o kupnji donosi kod police, a ne kod kuće. Zaslon u odjelu svježe hrane točka je na kojoj se susreću digitalna preporuka i stvarna dostupnost: „Danas svježe: filet lososa iz Norveške – pristaje uz brokulu u vašoj košarici.“ To više nije plakat, nego usluga. A za trgovca prilika da svježu robu plasira na vrijeme i ciljano, umjesto da paušalno lijepi plakate. Upravo ovdje minhenska tvrtka ScreenWay povezuje hardver u trgovini sa sustavom upravljanja robom, aplikacijama, a ubuduće i s IoT podacima. Kako bi zaslon postao kopilot prilagođen situaciji.

Dobitak tog umrežavanja nije tehnika, nego rasterećenje. Trgovina na kraju radnog dana preuzima planiranje, računanje i kombiniranje. Diskretno, u pozadini, usklađeno s onim što kod kuće već stoji. Za trgovinu je to odgovor na marže koje stagniraju i na rastuću svijest o vrijednosti hrane. A kupcu srijeda navečer postaje večer curryja od leće, jer ga je zaslon na ulazu ljubazno podsjetio da leća već tjednima čeka svoj nastup. Supermarket budućnosti ne kuha sam, ali razmišlja s nama. A ponekad je upravo to najvredniji sastojak dobrog obroka.