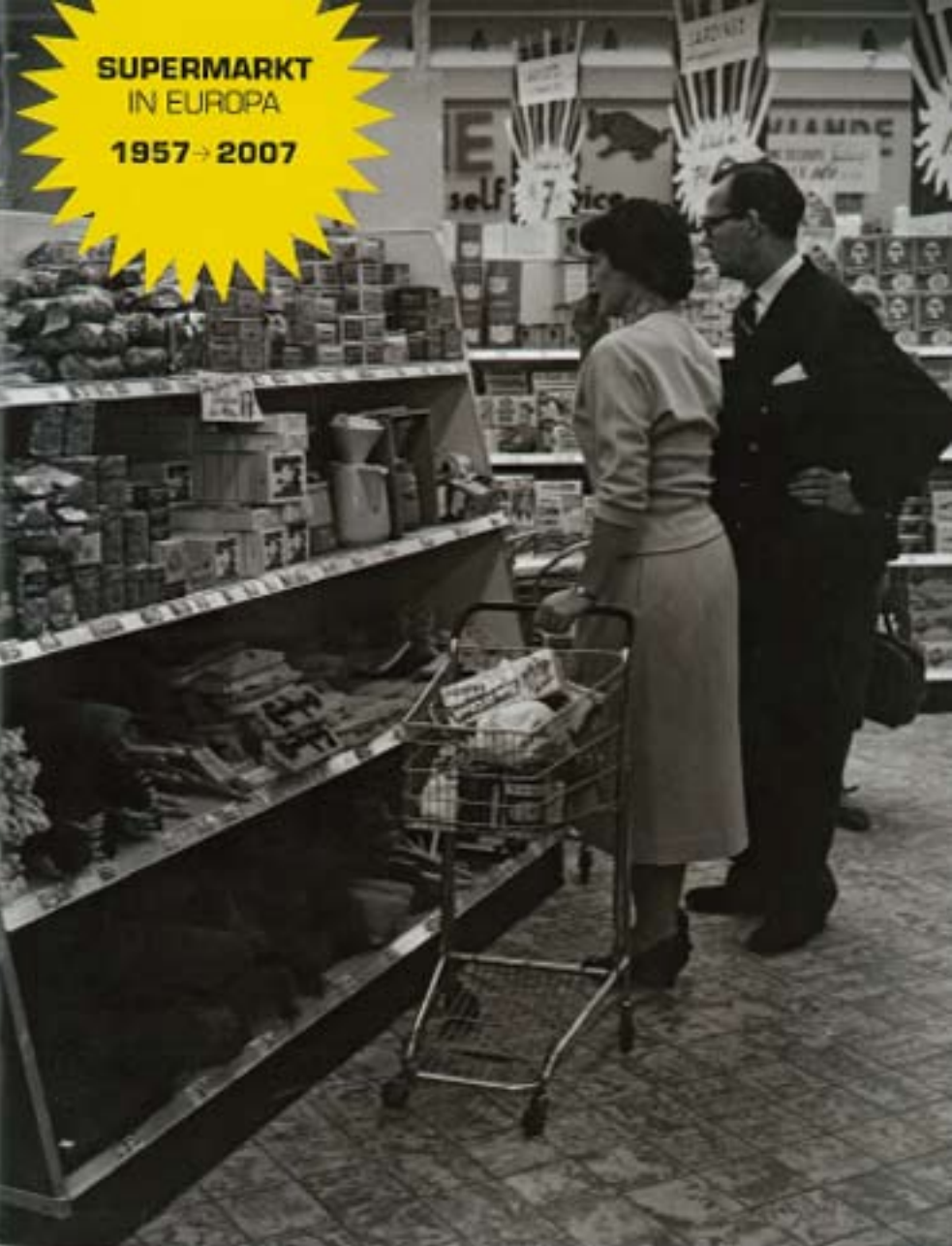


**SUPERMARKT  
IN EUROPA  
1957 → 2007**



## INTRODUCTION

Exposition organisée par le Centre International pour la Ville, l'Architecture et le Paysage (CIVA) et le Groupe Delhaize en partenariat avec La Cambre-Architecture dans le cadre d'Europa-Europe.

Le XX<sup>e</sup> siècle voit naître le supermarché qui participe à l'émergence de la société de consommation au point d'en devenir un symbole. Paradoxalement, c'est alors que la consommation s'effondre que le supermarché apparaît et se multiplie. Aux États-Unis, lors de la grande dépression économique des années trente. À partir des années cinquante, il devient, dans la plupart des pays occidentaux, le modèle dominant de la distribution des produits alimentaires. Les consommateurs européens s'ouvrent à un nouvel univers dans lequel ils sont guidés pas à pas. D'abord aménagés de manière empirique dans des bâtiments préexistants, les supermarchés font rapidement l'objet de projets architecturaux spécifiques qui leur donnent une place significative dans le paysage contemporain. Un peu comme les gares du siècle précédent, il faut créer en effet un espace dédié à une activité humaine qui n'avait jamais connu d'équivalent auparavant. Le contenant, tout autant que le contenu, a ainsi fait l'objet de nombreuses recherches architecturales où le produit alimentaire et le consommateur sont au centre des préoccupations. Ainsi, la Belgique a-t-elle été un des premiers européens en la matière.

L'exposition "Supermarché d'Europe" est proposée dans un bâtiment situé en face d'un des premiers supermarchés européens, ouvert le 18 décembre 1957 et implanté dans un quartier urbain tout récent. Elle retracer l'évolution de cette création du xix<sup>e</sup> siècle et propose de porter un regard critique sur ces bâtiments qui nous sont familiers, espaces commerciaux mais aussi lieux de socialisation qui doivent intégrer les exigences en matière d'environnement, de développement durable, d'aménagement du territoire et de qualité de vie. Élément emblématique de la société contemporaine, le supermarché n'a jamais été indifférent, incarnant pour les uns les valeurs positives du progrès, notamment au cours des "Fêtes Chrétiennes", pour d'autres la standardisation des modes à l'américaine ou les aspects les plus contestables du matérialisme occidental. Modèle ou contre-modèle, il anime les débats entre architectes, urbanistes, économistes et sociologues, inspire les philosophes mais aussi les artistes, les écrivains ou les cinéastes.

### Pages précédentes

Les premiers clients débourent  
le supermarché Fligny  
le 18 décembre 1957  
Architecte du Groupe Delhaize

D'autres Supermarchés : Vienne, Vienne,  
Autriche, 2007-2002, Architecte Dominique  
Perrault, Architecte, Paris, partenaire Wolf Scheerer -  
ENR, Munich, Photographie André Volz

Supermarché Alcala 2006, Espagne  
Photographie Fredo Pelizzari



En 1957, Dehaene ouvrit le premier supermarché urbain en Belgique, place Flagey à Bruxelles. La révolution du libre-service et du cashy était en marche. Elle n'a cessé depuis de bouleverser nos habitudes de vie et de consommation. À qui essaieraient le supermarché du XIXe siècle? Le Centre International pour la ville, l'architecture et le paysage (CIVAP) a réuni un panel de spécialistes pour explorer des réponses à cette question. Pierre-Olivier Beckers est Administrateur Délégué et Président du Comité Exécutif du Groupe Dehaene. Cécile Van Ossel enseigne à la Vlerick Leuven Gent Management School. Emmanuel Collet est licencié en histoire et responsable des archives chez Dehaene. Christophe Pourtois dirige le CIVAP. Dans le cadre de l'exposition "50 ans de supermarchés en Europe", imaginée par le CIVAP en collaboration avec Dehaene, ces quatre personnalités nous donnent leur vision d'un phénomène de société incontournable du monde moderne: le supermarché.

L'offre des grandes surfaces s'est considérablement diversifiée en cinquante ans. Comment a évolué le concept de supermarché et peut-on le définir par rapport à la supérette ou à l'hypermarché?

**Emmanuel Collet:** Le Dehaene de la place Flagey a été le premier supermarché installé en Belgique, l'un des plus précoces sur le continent européen. Ce qui était neuf, alors qu'il y avait déjà des libre-services parallèles de petite taille, notamment dans des grands magasins, c'était qu'il s'agissait du premier supermarché conçu en tant que tel. Une surface d'environ 400 mètres carrés initialement consacrée à la vente de produits en libre-service. Les principes de base de l'époque en plus du libre-service comme

le prêt-à-porter, la panoplie des produits en alimentation, le chariot et les caisses à la sortie — sont toujours là. Ce qui a changé, c'est l'hyper-technicité et l'éventail des produits et des services.

**Christophe Pourtois:** La Fédération belge de la distribution (Fedi) définit le supermarché comme "un magasin de détail de denrées alimentaires en self-service d'une surface de vente de 400 à 2000 mètres carrés, où les produits alimentaires composent les deux tiers de l'assortiment". Au-delà de 2000 mètres carrés, on parle d'hypermarché et en-deçà de 400 mètres carrés de supérette.

**Pierre-Olivier Beckers:** Le mot supermarché a été utilisé à toutes les sauces. J'en ai vu un de 15 mètres carrés dans les sous de Louxor! Un vrai supermarché doit effectivement offrir une surface entre 400 et 2000 mètres carrés, un libre-service, et vouer majoritairement aux produits alimentaires. En dehors de cela, tout le reste peut changer. Demain on pourra payer avec son GSM, qui communiquera les infos sur le nombre de calories d'un produit ou sur les promos, grâce à des puces intelligentes dans les emballages. Maintenant le système en Allemagne. Ce n'est pas de la science-fiction. La puce renseignera un jour le code-barres!

**Cécile Van Ossel:** Je crois que le consommateur est capable de faire la différence intuitivement entre la supérette, le supermarché et l'hypermarché. Pour le reste je suis aussi fascinée par les évolutions technologiques de matière d'emballage, on est passé à des contenants de plus en plus compacts. Pensiez, par exemple, au tonneau de poudre à lessiver. Il a disparu au profit de nouvelles gammes de produits. Aux cotons, le self-scrubbing a fait son apparition. Le supermarché vit avec son temps. Aux États-Unis





