Brussels Studies

La revue scientifique électronique pour les recherches sur Bruxelles / Het elektronisch wetenschappelijk tijdschrift voor onderzoek over Brussel / The e-journal for academic research on Brussels

Collection générale | 2013

Un anniversaire oublié : les premiers hypermarchés européens ouvrent à Bruxelles en 1961

Een vergeten verjaardag: de eerste Europese hypermarkten openen in Brussel in 1961

A forgotten anniversary: the first European hypermarkets open in Brussels in 1961

Jean-Pierre Grimmeau

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/brussels/1155>

DOI : 10.4000/brussels.1155

ISSN : 2031-0293

Éditeur

Université Saint-Louis Bruxelles

Référence électronique

Jean-Pierre Grimmeau, « Un anniversaire oublié : les premiers hypermarchés européens ouvrent à Bruxelles en 1961 », *Brussels Studies* [En ligne], Collection générale, n° 67, mis en ligne le 10 juin 2013, consulté le 01 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/brussels/1155> ; DOI : 10.4000/brussels.1155

Licence CC BY

Numéro 67, 10 juin 2013. ISSN 2031-0293

Jean-Pierre Grimmeau

Un anniversaire oublié : les premiers hypermarchés européens ouvrent à Bruxelles en 1961

L'hypermarché est un magasin en libre service de plus de 2.500m² vendant des articles alimentaires et non-alimentaires, de localisation périphérique, de bonne accessibilité et entouré d'un grand parking. Il est généralement considéré comme une invention française de 1963 (Carrefour de Sainte-Geneviève-des-Bois, près de Paris, 2.500m²). Mais GB ouvrait près de deux ans plus tôt, en 1961, trois hypermarchés sous l'enseigne SuperBazar à Bruges, Auderghem et Anderlecht, de 3.300 à 9.100m². Par l'examen de la littérature, l'exploration des archives d'entreprise et les témoignages d'acteurs du secteur de la distribution, l'article compare minutieusement les histoires des premiers hypermarchés belges et français, ce qui n'avait jamais été fait. Si l'on écarte le site de Bruges, de seulement 3.300m² et initialement conçu comme grand magasin, le point de vente d'Auderghem (9.100m² boulevard du Souverain), conçu sur le modèle américain du discount department store mais associé à un supermarché alimentaire intégré, doit être considéré comme le premier hypermarché européen, l'association de l'alimentaire et du non-alimentaire, bien que rare, n'étant alors pas inexistante aux Etats-Unis. L'hypermarché est donc une invention américaine, GB a ouvert les premiers hypermarchés européens en Belgique et Carrefour a diffusé le modèle de l'hypermarché à travers le monde ... et repris la plupart des hypermarchés belges en 2000.

Jean-Pierre Grimmeau est géographe, professeur honoraire de l'Université libre de Bruxelles (IGEAT). Spécialisé en géographie de la population et en localisation du commerce de détail, il a réalisé de nombreuses études de géomarketing, notamment pour des shopping centers et des pouvoirs publics. Il a publié en collaboration *Un demi-siècle d'évolution du commerce de détail à Bruxelles (2007, AATL, Observatoire du commerce)* et *Une macro-géographie du commerce de détail en Belgique (2011, Echogeo)*.

Jean-Pierre Grimmeau, +32(0)2 650 68 22, grimmeau@ulb.ac.be

Benjamin Wayens (Secrétaire de rédaction), +32(0)2 211 78 22, bwayens@brusselsstudies.be

Introduction

1. L'hypermarché est généralement considéré comme une invention française [par exemple Chatriot et Chessel, 2006, Daumas, 2006, Colla, 2001, p. 106, Dancette et Réthoré, 2000, p.110, Cliquet, 2000, p.184, Metton, 1995, p.63]. Lhermie [2003] dans "Carrefour ou l'invention de l'hypermarché" présente de même l'hypermarché comme une invention française et le premier hypermarché comme celui de Sainte-Geneviève-des-Bois, ouvert le 15 juin 1963 près de Paris, avec 2.500m² de surface de vente et 450 places de parking. On s'apprête à en fêter le cinquantenaire. Par exemple, la 16^e Conférence internationale Etienne Thil (2-4 octobre 2013) aura lieu à Paris "en l'honneur du 50^e anniversaire de la création du premier hypermarché"¹. Le premier hypermarché français proche des 10.000m² est le Carrefour de Vénisieux, inauguré en 1966.

2. Pourtant, en 1961, près de deux ans plus tôt que Carrefour, GB ouvrait les premiers hypermarchés européens sous l'enseigne Super-Bazar à Bruges (Scheepsdalelaan, 3.300m² de surface de vente, 9 septembre, figure 1), à Auderghem (boulevard du Souverain, 9.100m², 15 septembre) et à Anderlecht (Avenue Marius Renard, 7.950m², 14 octobre, figure 2), ces deux derniers en Région de Bruxelles-capitale. On aurait donc du en fêter le 50^e anniversaire en 2011. Les sièges de Bruges et d'Anderlecht seront ultérieurement reconfigurés en supermarchés. L'hypermarché d'Auderghem, maintenant sous enseigne Carrefour, est donc le seul survivant de ces trois pionniers. Il reste aussi une excellente localisation, réalisant le meilleur chiffre d'affaire au m² des actuels hypermarchés Carrefour en Belgique.

3. Au moment où GB puis Carrefour inaugurent leurs magasins pionniers, le terme hypermarché n'existe pas encore. Il sera inventé en

1968 par J. Pictet, fondateur de la revue Libre-Service Actualité (LSA), principale revue professionnelle francophone en la matière, et de l'Institut français du libre service. Les quatre magasins évoqués se caractérisent tous par leur grande surface, inédite en Europe à l'époque (plus de 2.500 m²), par le libre-service, par l'association de l'alimentaire et du non-alimentaire et par la présence de grands espaces de parking. Ces éléments sont ceux qui définissent l'hypermarché aujourd'hui.

4. Cet article compare pour la première fois les histoires des premiers hypermarchés français et belges².

1. L'antériorité belge

5. L'antériorité belge ne fait pourtant aucun doute. Outre qu'elle a fait l'objet d'articles dans la presse de l'époque (Le Soir, LSA, Le Commerce moderne, ...), l'aventure est amplement narrée par ceux qui y ont participé [Cauwe, sd, pp. 242-248, Dopchie, 2004, pp. 50-60] et par un directeur ultérieur [Baisier, 1971] mais aussi attestée par des chercheurs indépendants [Burstin, 1975, pp. 103-133, Jaumain, 1996 et 1999, Michel et vander Eycken, 1974, p. 180, Coupain, 2005, p.147] et par des sites de référence [page Hypermarché de Wikipédia, 2013³, Pederson, 1999]. Le site de Carrefour mentionne correctement l'information dans son onglet historique.

6. La création des hypermarchés en Belgique est l'œuvre de Maurice Cauwe (1905-1985). Ingénieur commercial Solvay (1926), il entre à l'Innovation, qu'il quitte en 1932 pour le grand magasin qui deviendra Le Grand Bazar d'Anvers, dont il deviendra administrateur en 1941. Il terminera sa carrière comme président du groupe GB-Inno-BM, formé en 1974, en bref GIB.

¹ Appel à communication du Colloque International Etienne Thil, 2013

² L'auteur tient à remercier le service des archives de l'ULB, où sont déposées les archives GIB, sans qui cette recherche n'aurait pas été possible, ainsi que les témoins interviewés : Jacques Dopchie (entré au Grand Bazar d'Anvers en 1953, il devient Directeur des Ventes des Supermarchés GB en 1959, Directeur Général de GB Entreprises en 1969; il a terminé sa carrière comme Vice-Président et Administrateur délégué de GIB), Pierre Iserbyt (entre autres : Store Manager Carrefour France 1970-72, Administrateur ou Directeur Real Estate Sarma 1972-1990, Directeur Real Estate GIB puis CEO GIB Immo 1996-2001) et Pierre Massin (Real Estate Administrator chez Redevco, qui gère aujourd'hui entre autres le parc immobilier des anciens GB).

³ Mais ce n'était pas le cas dans la page Hypermarché de Wikipédia du 10/9/2009, qui se contentait de citer Sainte-Geneviève-des-Bois comme le premier hypermarché français. La page Carrefour (enseigne) de Wikipédia dit toujours, en 2013, que Carrefour a inventé le concept d'hypermarché.

7. Fasciné par les Etats-Unis, il commence par lire tout ce qu'il trouve sur le commerce dans ce pays, puis s'y rend pour la première fois en 1948. Le programme du premier voyage est déjà établi avec l'aide de la National Cash Register Company (NCR) de Dayton [Cauwe, sd, p. 49], entreprise produisant des caisses enregistreuses, qui jouera un rôle essentiel par la suite. "Ce voyage d'étude de plus d'un mois fut pour moi une révélation, une découverte. Il m'a apporté une moisson extraordinaire d'idées et de faits. Il m'a fait connaître des techniques, des méthodes, des façons de penser nouvelles. Je suis revenu enthousiasmé par les Etats-Unis et les Américains" [id. pp. 54-55]. Il se rend compte surtout de la motorisation croissante de la population, de la désertification des centres-villes et du développement du commerce périphérique, notamment sous forme de supermarchés. Il fera 33 voyages aux Etats-Unis de 1948 à 1981 [Cauwe, 1981]. Chaque fois, il en rend compte dans des rapports et émet des suggestions ou directives. C'est lors de son quatrième voyage, en 1956, qu'il rencontre pour la première fois Bernard Trujillo (1920-1971), de la NCR, qui organisera à partir de l'année suivante les séminaires Modern Merchandising Methods (MMM), où il n'est pas question de caisses enregistreuses mais de méthodes modernes de vente [e.a. Rivière, 1961, Thil, 1966, pp. 123-134]. C'est alors qu'il entend parler pour la première fois de shopping centers et de discount department stores. Trujillo, apologiste du commerce moderne, est un grand pédagogue. Une série de formules choc sont de lui, comme⁴ : Pas de parking, pas de business ; Un îlot de pertes dans un océan de profit; Empilez haut et vendez (à) bas (prix); Laissez le client faire le travail; Faites du cirque en permanence; etc. Cauwe participe pour la première fois au séminaire en 1957. "C'était le début des séminaires lancés par le délégué de la NCR. Il y a 15 participants venus de France, Brésil, Allemagne, Australie et de Nouvelle Zélande. Ultérieurement, chaque séminaire comptera plus de 100 participants" [Cauwe, sd, p. 178].

8. Depuis 1937, le développement du grand commerce est freiné en Belgique par une loi de protection du petit commerce. Elle sera supprimée en janvier 1961 et remplacée en 1975 par une nouvelle "loi cadenas". L'essentiel de l'expansion du grand commerce en Belgique aura lieu dans cette fenêtre entre 1961 et 1975 [Leunis & François, 1988, François & Leunis, 1991]; le nombre d'hypermarchés est par exemple passé de 0 au début de 1961 à 70 en 1975 et atteint son maximum de 92 en 1990 [Coupain, 2005, p.132] soit 5 de plus par an en moyenne pendant la première période contre 1,5 seulement pendant la seconde. Dans les années qui précèdent 1961, il est de plus en plus question de la suppression de la loi de 1937. Cauwe veut être prêt. En 1959⁵, 12 terrains sont réservés dans des localisations périphériques. Cauwe hésite alors encore entre la formule des shopping-centers ou celle du "grand magasin discount en libre-service". C'est en 1960 que la décision est prise : "il ne s'agit plus de créer de grands shopping-centers, mais de bâtir le magasin le plus grand possible. Par conséquent, ce n'est plus deux ans d'attente et d'étude mais six mois au maximum pour être réalisé dans 15 à 18 mois" [Cauwe, sd, p. 226]. Les deux magasins d'Auderghem et d'Anderlecht seront construits en même temps en six mois de temps [Cauwe, 1961]. "Pour le choix du mobilier, l'on oublia le beau et le bon et l'on dessina des meubles en simple bois blanc pouvant être construits par les ateliers de la firme à des prix ridiculement bas" [Baisier, 1971, p. 33] (figures 5 à 7).

9. En 1960, Le Grand Bazar d'Anvers avait créé, avec la Jewel Tea Company de Chicago, qui exploite des supermarchés, la SA Supermarché GB. En 1961, il crée la SA SuperBazar, avec la participation supplémentaire du Bon Marché (Bruxelles) et du Grand Bazar de Liège⁶. Les deux entités fusionnent en GB entreprises en 1969.

⁴ Souvent citées, mais sous des formes légèrement différentes, liées sans doute à la traduction, la prise de notes ou la citation de mémoire.

⁵ Il a alors pu constater que les processus observés aux Etats-Unis se développent en Belgique aussi : en 1956, l'autoroute Bruxelles-Ostende est inaugurée; elle fait partie d'un plan organisé d'autoroutes, intégrées au niveau européen, ce qu'a fait connaître une brochure "Bruxelles, carrefour de l'occident" édité en 1956 par le Fonds des routes du Ministère des travaux publics; l'Expo 58 a aussi été la motivation pour toute une série de travaux d'investissement destinés à favoriser la circulation automobile à Bruxelles [Hubert, 2009]. La maison quatre façades, réservée aux happy fews avant la seconde guerre mondiale, se multiplie dans les années 50. Il en est de même pour la voiture.

⁶ Les hypermarchés GB sont donc issus des grands magasins en Belgique, du secteur de l'épicerie et des supermarchés en France.

Figure 1. Le premier SuperBazar, dans la périphérie de Bruges. Ce bâtiment de 3.300m² de surface de vente, était conçu comme un grand magasin (Grand Bazar) et s'étale sur deux niveaux. Le nombre de places de parking est limité (166). En cours de projet, il fut adapté en hypermarché (SuperBazar) et plus tard reconverti en supermarché. Source : archives GIB, dépôt aux archives de l'Université libre de Bruxelles.

10. Le magasin de Bruges, ouvert le 9 septembre 1961, deux ans après les premiers Supermarchés GB, a été construit pour être un Grand Bazar, selon le concept du grand magasin. C'est en cours de projet que le concept a été changé en SuperBazar. La surface de vente (3.300m²) s'étale sur deux étages et le bâtiment n'est pas adapté au concept d'hypermarché. Le nombre de places de parking n'est que de 166 (figure 1).

11. La semaine suivante (inauguration le 15 septembre 1961, ouverture au public le 16), le magasin d'Auderghem est inauguré, avec 9.100m² de surface de vente et 800 places de parking⁷ (le plus grand parking d'Europe à l'époque [Baisier, 1971, p. 33]) et un modèle résolument à l'américaine. Le complexe combine dans un même magasin le SuperBazar (non-alimentaire en libre-service) et un Supermarché GB (alimentation en libre-service), avec une entrée et des caisses communes. La séparation de la comptabilité des deux entreprises se fait par des touches différentes à la caisse. Sous le même toit s'ajoutent en façade une agence de banque, une pharmacie, un magasin Trois Suis-ses, un nettoyage à sec et un fleuriste [Burstin, 1975, p. 123] (figure 2).

12. LSA annonce : "Quelque chose de nouveau, d'insolite et d'important vient de se produire (...) aux portes de Bruxelles, le premier "DIS-COUNT DEPARTMENT STORE" (grand magasin d'escompte libre service) a été inauguré le samedi 16 septembre 1961. Des hommes tournés vers l'avenir (...) viennent ainsi de parachuter à 5 km de la moyenneuse Grand-Place, un complexe de distribution comme on n'en avait jamais vu sur notre continent. (...) N'en doutons pas, l'ère du grand magasin d'escompte libre-service vient de s'ouvrir en Europe. (...) Notre hexagone, n'en doutons pas, connaîtra bientôt lui aussi le grand magasin d'escompte en libre-service (...) L'une des meilleures façons de le faire n'est-ce pas d'aller voir ce qui se passe à Bruxelles ?". L'auteur n'est autre que J. Pictet, qui inventera sept ans plus tard le mot hypermarché. Dans *Le commerce moderne*, on lit : "Après bien d'autres, je reviens de Bruxelles, premier temple européen de cette nouvelle église dont La Mecque – on le sait – est à Dayton (U.S.A.). La première impression à l'arrivée, boulevard du Souverain, est celle du "déjà vu" : mêmes dimensions, même type de construction, même effet spectaculaire de l'enseigne flamboyante sur l'immensité du parking. La visite intérieure ne dément pas cette impression. Le SuperBazar d'Auderghem me ramène inexorablement à l'un quelconque des grands discount stores qui fleurissent en Ohio. Il en est la reproduction fidèle et, j'oserai dire, servile. (...) Conclusions : il est probable qu'un discount department store du type belge s'installera en France et sans doute à Paris un jour prochain" [Oubradous, 1962].

⁷ Cauwe (sd, p.243) est le seul à parler de 900.

Figure 2. Le SuperBazar d'Anderlecht le jour de son ouverture au public. On voit aussi l'enseigne Supermarché GB et les petits commerces complémentaires en façade. Noter aussi la file de clients attendant de pouvoir entrer. Le SuperBazar d'Auderghem, très semblable, était légèrement plus grand. Source : archives GIB, dépôt aux archives de l'Université libre de Bruxelles.

Figure 3. Le SuperBazar d'Anderlecht le jour de son ouverture au public. File à l'entrée et animations. Source : archives GIB, archives de l'Université libre de Bruxelles.

13. Au moment de ces inaugurations, GB n'a pas le sentiment d'inventer une nouvelle forme de magasin mais simplement d'importer pour la première fois en Europe une forme de commerce répandue aux Etats-Unis, le "grand magasin discount en libre-service".

14. Un petit mois plus tard, c'est l'inauguration du troisième magasin, à Anderlecht (figures 2 à 4). Dix ans plus tard, fin 1971, a lieu l'inauguration du 29e SuperBazar et d'autres enseignes ont ouvert des hypermarchés en Belgique. Parmi celles-ci, Carrefour a ouvert trois hypermarchés en Belgique en 1969 en collaboration avec Delhaize-le-Lion; ils ont été vendus dix ans plus tard à Louis Delhaize qui les exploite sous l'enseigne Cora.

Figure 4. Cohue dans l'hypermarché d'Anderlecht le jour de son inauguration. Source : archives GIB, dépôt aux archives de l'Université libre de Bruxelles.

Figure 5. Rayons bas et machines à laver – frigos à l'hypermarché d'Anderlecht en 1961. Noter le mobilier minimaliste en bois blanc contenant les bas. Source : archives GIB, dépôt aux archives de l'Université libre de Bruxelles.

2. Comparaison des inventions belge et française

15. Les premiers hypermarchés français ont également été inspirés par les Etats-Unis et particulièrement par Trujillo. Les premiers voyages aux Etats-Unis des fondateurs de Carrefour datent de 1950 pour Marcel Fournier et de 1957 pour Denis Defforey [Lhermie, 2003, p. 16]. Lors d'une réunion publique organisée le 10 décembre 1959 par Edouard Leclerc, initiateur du discount alimentaire en France, Fournier lui aurait dit : "Ce que vous avez fait, on peut le faire et en mieux..., en rajoutant le non-alimentaire, le bazar et le textile. Ce que vous n'êtes pas près de savoir faire." [Sordet, 1997, cité par Lhermie, 2003, p. 16]. Le premier supermarché Carrefour est alors en construction. Même s'il a participé aux séminaires de Dayton, "il semble que Marcel Fournier, pour sa part, n'ait pas été un élève très assidu" [id. p. 24]. Les frères Defforey ont participé au séminaire de Dayton en 1962, sur l'insistance de Fournier. Avant ce voyage, le projet de Sainte-Geneviève-des-Bois concernait un magasin de 1.500m²; les plans ont été revus ensuite [id. p. 25]. C'est le modèle du supermarché qui inspire Fournier et l'idée est d'y introduire du non-alimentaire. Là non plus, il n'y a pas le sentiment d'inventer une forme de commerce nouvelle. La publicité est faite en annonçant un supermarché géant [id. p. 28] et c'est l'expression aussi retenue par la presse [id. p.27]. D'autre part, la surface de Sainte-Geneviève-des-Bois, 2.500m², correspond à la limite actuellement retenue entre les super- et les hypermarchés et il existe actuellement en Belgique des libres-services présentant l'assortiment d'un supermarché et allant jusqu'à 3.500m² (parfois appelés mégasupermarchés [Dancette et Réthoré, 2000, p.111]).

16. Lhermie ne fait aucune allusion à l'antériorité belge. Pourtant, comment imaginer que les directeurs de Carrefour n'aient pas connu les SuperBazars de 1961 ? La presse généraliste et spécialisée en a largement parlé. Dopchie raconte [2004, p. 65] : "La société Carrefour, dont les dirigeants sont les bienvenus à SuperBazar, suit l'expérience avec intérêt". D'autres cadres de GB de l'époque confirment. A la lecture de toute cette documentation, l'impression qui se dégage est celle d'une extraordinaire émulation : tous les dirigeants de grandes entreprises commerciales se connaissent, se rencontrent et échangent volontiers leurs idées et la description de leurs réalisations. Pourtant aussi,

Figure 6. Rayon casseroles à l'hypermarché d'Auderghem en 1961. Source : archives GIB, dépôt aux archives de l'Université libre de Bruxelles.

Figure 7. Rayon seaux à l'hypermarché d'Auderghem en 1961. Remarquer les bacs en bois blanc. Source : archives GIB, dépôt aux archives de l'Université libre de Bruxelles.

LSA, qui a la mémoire courte, écrit "Le 15 juin 1963, Sainte-Geneviève-des-Bois est entrée dans l'histoire en accueillant la première grande surface à l'américaine" [cité par Lhermie, 2004, p. 21]. Et le numéro de LSA d'avril 1993 titre "Carrefour, les trente ans de l'hypermarché".

17. En conclusion, les voyages aux EU et les contacts avec Trujillo sont plus précoces pour Cauwe que pour les dirigeants de Carrefour. Douze terrains ont été réservés par GB avant que Carrefour n'ait d'option sur Sainte-Geneviève. Et le projet de Sainte-Geneviève ne passe à 2.500m² qu'en 1962, alors que GB a déjà ouvert quatre sites⁸ de 3.300 à 9.100m². Ni GB ni Carrefour n'avaient le sentiment de créer une nouvelle forme de commerce. GB était inspiré par le discount department store et Carrefour par le supermarket. Carrefour met maintenant [2013] sur l'onglet historique de son site les trois SuperBazar de 1961 comme les premiers hypermarchés et ne place plus Sainte-Geneviève-des-Bois sur son échelle du temps.

3. Les premiers hypermarchés européens ou mondiaux ?

18. Une série d'auteurs considèrent l'hypermarché comme une invention européenne [e.a. Cliquet, 2000, Dancette et Réthoré, 2000, Mérenne-Schoumaker, 1978, p. 122, Langeard et Peterson, 1975, p. 56], ce qui est paradoxal vu l'inspiration américaine revendiquée. C'est l'association alimentaire – non-alimentaire sous un même toit qui justifie cette conception. En effet, selon Lhermie [2004, p. 26] "les consommateurs américains ne sont absolument pas habitués au voisinage, dans un même magasin, de produits alimentaires et non alimentaires. Ils l'auraient même certainement jugé incongru, voire choquant (au même titre que les Français lorsqu'ils découvrent, en Amérique du Nord, les produits pharmaceutiques au fond de drogueries pas toujours très bien tenues !). D'ailleurs, tous les *super markets* existants sont alors uniquement alimentaires⁹. En outre, les systèmes de codification des produits alimentaires (*food*) et non alimentaires (*drug*) en usage outre-Atlantique sont différents et il n'est pas possible d'encaisser les deux

⁸ Le quatrième à Herstal en 1962.

⁹ Alors que chez nous ils comprennent des produits de beauté-hygiène, d'entretien de la maison et de papeterie.

types de produits sur une même caisse". Alors que Trujillo défendait le "Tout sous le même toit", il était réservé à l'idée de faire se côtoyer ces deux catégories. Cette réticence est telle que la Jewel Tea, participante américaine au capital de SuperBazar, a convaincu GB d'ouvrir un hypermarché (Schoten, 1966) où l'alimentaire et le non-alimentaire étaient séparés par une allée et disposaient de caisses séparées. Vu les moins bons résultats, l'expérience fut abandonnée.

19. Cauwe [s.d., p. 203] témoigne néanmoins de l'existence de cette combinaison aux Etats-Unis : "Je profite de mon voyage [de janvier 1959] pour visiter les GRANDWAY CENTERS qui sont une réalisation intéressante de la chaîne de supermarchés GRAND UNION. On les a dénommés parfois les SUPER SUPERMARKETS. C'est une des premières expériences de chaîne alimentaire qui a développé des rayons non alimentaires, souvent appelés rayons 5. C'est un véritable département : textile, ménage, jouets, radio, télévision, soda fountain. Le magasin visité est construit à Paramus (New-Jersey). A côté du supermarché de 2.000 m², le non alimentaire occupe la même surface et il y a une seule grande batterie de 25 check-out dans tout le magasin". L'entreprise américaine Wal-Mart n'a adopté la formule qu'à partir de 1985 [Daumas, 2006, p. 62].

20. Concluons donc que les hypermarchés sont une invention américaine, même si ils n'y sont pas fréquents, et que GB a créé les premiers hypermarchés européens.

4. Pourquoi l'antériorité belge a-t-elle été oubliée ?

21. En 2007, le 50^e anniversaire du premier supermarché belge autonome, le Delhaize de la place Flagey, avait été marqué par une exposition organisée à l'école d'architecture de La Cambre par le CIVA¹⁰. Rien de pareil ne s'est passé pour l'hypermarché, pourtant premier concept périphérique, entouré dès l'origine d'un grand parking, et situé dans des lieux de grande accessibilité automobile, généralement près du

croisement d'une radiale et d'une circulaire. Le supermarché est au départ inséré dans le tissu urbain, entre mitoyens, et ne sera doté de parkings que plus tard. Le cinquantenaire de l'hypermarché, non-fêté, est cependant beaucoup plus important que le précédent, dans la mesure où il s'agit du premier hypermarché européen, contre le premier supermarché belge, alors que le concept de supermarché existait déjà aux Etats-Unis depuis les années 1930 et en Italie depuis quelques mois [Chatriot et Chessel, 2006, p. 76]. Alors, pourquoi le cinquantenaire du premier hypermarché n'a-t-il pas été fêté et pourquoi l'antériorité belge a-t-elle été oubliée ?

22. La principale raison pour laquelle l'anniversaire de 2011 n'a pas été fêté c'est qu'alors le groupe GIB n'existe plus : il a été démantelé (entre 1989 et 2002) et ses hypermarchés rachetés par ... Carrefour (2000), qui pouvait donc difficilement fêter le cinquantenaire d'un de ses magasins qu'elle n'avait pas fondé, deux ans avant le premier fondé sous son enseigne!¹¹ D'autre part, GB n'a jamais eu la même attitude d'intérêt historique que Delhaize, existant comme "Epiciers depuis 1867" [Collet, E., 2003]. Cette entreprise a organisé une première exposition pour ses 125 ans et publié un livre pour ses 135 [id.] et engagé un historien, Emmanuel Collet, pour la gestion des archives et ces différents événements, dont l'exposition sur les cinquante ans du supermarché.

23. Pourquoi l'antériorité belge a-t-elle été oubliée ? Là encore, deux raisons. D'une part que Carrefour a bâti son image sur le concept d'inventeur de l'hypermarché en France, ce qui est devenu de l'hypermarché-à-la-française puis de l'hypermarché tout court. Les ouvrages de Cauwe et de Dopchie sur l'histoire de GB n'ont jamais mis dans leur titre l'invention de l'hypermarché. La seconde c'est que Carrefour a largement diffusé l'hypermarché dans le monde, sous son enseigne, si bien que l'enseigne Carrefour est devenue le symbole de l'hypermarché.

¹⁰ Centre International pour la Ville, l'Architecture et le Paysage.

¹¹ Le fait que ce site était alors en transformation pour en faire un Carrefour Planet peut sembler une raison de plus pour ne pas avoir fêté l'anniversaire. Néanmoins, si cette volonté avait existé, les travaux auraient soit été terminés pour la date concernée, soit postposés.

Conclusions

24. L'hypermarché est généralement considéré comme une invention française de Carrefour à Sainte-Geneviève-des-Bois en 1963 avec 2.500m² de surface de vente. Pourtant, GB ouvrait en 1961, sous l'enseigne SuperBazar, trois hypermarchés à Bruges, à Auderghem et à Anderlecht de 3.300 à 9.100m². L'antériorité de GB sur Carrefour existe pour les voyages aux Etats-Unis, les contacts avec Trujillo, l'achat des terrains, le projet associant alimentaire et non-alimentaire sur plus de 2.500m² et sa réalisation. Le terme hypermarché ne sera inventé qu'en 1968 mais les quatre magasins évoqués répondent à la définition. Si l'on écarte le site de Bruges, de 3.300m² et initialement conçu comme grand magasin, le magasin d'Auderghem, conçu sur le modèle américain du discount department store mais associé à un supermarché alimentaire intégré, doit être considéré comme le premier hypermarché européen. Même si l'association de l'alimentaire et du non-alimentaire sous un même toit était inhabituelle et exceptionnelle aux Etats-Unis, elle n'y était pas inexistante. L'hypermarché est donc une invention américaine, GB a ouvert les premiers hypermarchés européens et Carrefour a diffusé le modèle de l'hypermarché à travers le monde.

Bibliographie

- BAISIER, J., 1971. Super Bazar ou les premiers hypermarchés européens In : *Distribution d'aujourd'hui*, 10, pp. 30-37.
- BURSTIN, F.E., 1975. *Maurice Cauwe, une révolution dans la distribution*. Bruxelles : Editions Labor.
- BURSTIN, F.E., 1999. Cauwe, Maurice. In : *Nouvelle Biographie Nationale*, Tome 5, pp. 47-49.
- CAUWE, M., 1961. *Allocution de Monsieur M. Cauwe, Administrateur-Délégué des Sociétés SUPERBAZARS et SUPERMARCHES G.B. lors de l'inauguration de nouveau shopping-center SUPERBAZARS, avenue Marius Renard à Anderlecht, le vendredi 13-10-61*. Archives GIB.
- CAUWE, M., 1981. Appel en faveur de Bernard Trujillo. In : *Informations MMM*, juin, pp. 2-3.
- CAUWE, M., sd. *La rage de grandir ou Historique et chronique d'un petit Bazar à la grande entreprise aux multiples enseignes*, volume 2, ronéoté. Archives GIB.
- CHATRIOT, A. et CHESSEL, M.-E., 2006. L'histoire de la distribution : un chantier inachevé. In : *Histoire, économie et société*, 1, pp. 67-82.
- CLIQUET, G., 2000. Large format retailers: a French tradition despite reactions. In : *Journal of Retailing and Consumer Services*, 7, pp. 183-195.
- COLLA, E., 2001. 2^e éd. *La grande distribution européenne*. Paris : Vuibert.
- COLLET, E., 2003. *Delhaize "Le Lion" Epiciers depuis 1867*. Bruxelles : Racine.
- COUPAIN, N., 2005. *La distribution en Belgique. Trente ans de mutations*. Bruxelles : Racine.
- DANCETTE, J. et RÉTHORÉ, C., 2000. *Dictionnaire analytique de la distribution*. Montréal : Les Presses de l'Université de Montréal.

- DAUMAS, J.-C., 2006. Consommation de masse et grande distribution. Une révolution permanente (1957-2005). In : *Vingtième siècle. Revue d'histoire*, 91, pp. 57-76.
- DOPCHIE, J., 2004. *GB La rage de grandir*. Bruxelles : Editions Racine.
- FRANÇOIS, P. et LEUNIS, J., 1991. Public policy and the establishment of large stores in Belgium. In : *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, pp. 469-486.
- HUBERT, M., L'Expo 58 et la mobilité quotidienne à Bruxelles : une influence décisive et durable ? In : Deligne, C. et Jaumain, S. (éd.) *L'Expo 58. Un tournant dans l'histoire de Bruxelles*, Bruxelles, Le Cri, pp.115-143.
- JAUMAIN, S., 1996. Cauwe Maurice. In : Kurgan-van Henteryk, G. (ed.) *Dictionnaire des patrons en Belgique*. Bruxelles : De Boeck-Wesmael, pp. 98-100.
- JAUMAIN, S., 1999. Cauwe Maurice. In : Kurgan, G. & Buyst, E. (ed.) *100 grands patrons du XXème siècle en Belgique*. Bruxelles : A. Renier, pp. 42-43 et 238-239.
- LANGEARD, E. et PETERSON, R.A., 1975. Diffusion of Large-Scale Food Retailing in France: Supermarché et Hypermarché. In : *Journal of Retailing*, pp. 43-63.
- LEUNIS, J.V. et FRANÇOIS, P., 1988. The impact of Belgian Public Policy upon Retailing: the case of the second Padlock Law. In Kaynak, E. (ed.) *Transnational Retailing*. Berlin : Walter de Gruyter, pp. 135-153.
- LHERMIE, C., 2003. 2^e éd. *Carrefour ou l'invention de l'hypermarché*. Paris : Vuibert.
- MÉRENNE-SCHOUMAKER, B., 1978. L'évolution de la distribution périphérique en Europe depuis 1960. In : *Bulletin de la Société belge d'études géographiques*, pp. 117-137.
- METTON, A., 1995. Retail planning policy in France. In : Davies, R.L. (ed.) *Retail Planning Policies in Western Europ*. London : Routledge, pp. 62-77.
- MICHEL, M. et VANDER EYCKEN, H., 1974. *La distribution en Belgique*, Gembloux : Duculot.
- OUBRADOUS, J.G., 1962. Reparlons du Superbazar d'Auderghem. In : *Le Commerce Moderne*, février.
- PEDERSON, J.P., 1999. GIB. In : *International Directory of Company Histories*, vol. 26, Sint James Press, pp. 158-162.
<http://www.fundinguniverse.com/company-histories/gib-group-history/>
- PICTET, J., 1961. Pleins feux sur Bruxelles : on y brûle les étapes. In : *Libre Service Actualité*, 9 octobre.
- RIVIÈRE, C., 1961. L'oracle de la distribution américaine vous parle. in : *Entreprise*, 287.
- SORDET, C., 1997. *Les grandes voix du commerce*. Paris : Editions Liaisons.
- THIL, E., 1966. *Les inventeurs du commerce moderne*. Paris : Arthaud.
- Sources en ligne :**
- Carrefour, 2013. Histoire.
<http://corporate.carrefour.eu/History.cfm?lang=FR>
- Colloque International Etienne Thil, 2013. Appel à communications.
http://thil2013.sciencesconf.org/conference/thil2013/pages/Thil_2013_precisions.pdf
- Wikipédia, 2013. Hypermarché.
<http://fr.wikipedia.org/wiki/Hypermarch%C3%A9>
- Wikipédia, 2013. Carrefour (enseigne)
http://fr.wikipedia.org/wiki/Carrefour_%28enseigne%29

Iconographie

Malgré toutes les démarches entreprises, l'auteur de cet article n'a pas pu retrouver l'origine de certaines photographies. S'ils se reconnaissent, les éventuels ayant-droit de ces photographies peuvent prendre contact avec la rédaction de *Brussels Studies*.

Pour citer ce texte

Jean-Pierre Grimmeau, « Un anniversaire oublié : les premiers hypermarchés européens ouvrent à Bruxelles en 1961 », *Brussels Studies*, Numéro 67, 10 juin 2013, www.brusselsstudies.be.

Liens

D'autres versions de ce texte sont disponibles

ePub FR : <http://tinyurl.com/BRUS67FRE PUB>

ePub NL : <http://tinyurl.com/BRUS67NLE PUB>

ePub EN : <http://tinyurl.com/BRUS67ENEPUB>

pdf FR : <http://tinyurl.com/BRUS67FRPDF>

pdf NL : <http://tinyurl.com/BRUS67NLPDF>

pdf EN : <http://tinyurl.com/BRUS67ENPDF>

Les vidéos publiées dans *Brussels Studies* sont visibles sur la chaîne Vimeo de *Brussels Studies* à l'adresse suivante :

<http://vimeo.com/channels/BruS>