

## 1930 SUPERMERCAT



Establiment que ofereix en règim d'autoservei una gran quantitat de productes diferents per al consum, especialment d'alimentació i de neteja

**L**a venda de productes alimentaris en règim d'autoservei fou iniciada per Clarence Saunders en una botiga inaugurada el 1916 a Memphis (Tennessee). L'establiment s'anomenava *Piggly Wiggly* i fou el primer d'una cadena que s'estendria a tots els Estats Units. De tota manera, no es tractava d'un autèntic *supermercat*, ja que les dimensions eren reduïdes i no venien productes frescs, com tampoc ho eren els primers establiments de les cadenes *Kroger* i *Safeway*, apareguts a finals de la dècada de 1920.

El que és considerat com a primer supermercat —tot i que el terme encara no havia aparegut— obrí les portes el 4 d'agost de 1930 en un antic garatge del barri novaiorquès de Queens, per iniciativa de Michael Cullen. L'establiment disposava de cinc-cents seixanta metres quadrats de superfície i fou batejat com a *King*



## SUPERMERCAT

*Kullen*, nom derivat de *King Kong*, el goril·la gegant que aleshores triomfava al cinema. El 1936 ja hi havia disset *King Kullen* en funcionament i la fórmula s'havia estès a altres indrets dels Estats Units, per concretar-se amb l'adopció del superlatiu *supermercat*, terme prou descriptiu que, pel que sembla, fou utilitzat per primer cop per l'empresa *Albers Super Markets*, de Cincinnati (Ohio), una marca registrada el 1937.

La grandària de l'establiment, la diversitat i quantitat de productes —principalment alimentaris, higiènics i de neteja de la llar— eren característiques que diferenciaven els supermercats de les botigues convencionals, però sobretot es tractava que la clientela tingués a l'abast el producte desitjat, sense que hagués d'actuar com intermediari un dependent, ni haver d'esperar el torn per a ser atesa. Les cues, en tot cas, quedaven concentrades a les caixes disposades a la sortida, on s'havia de pagar l'import total de la compra.

El sistema permetia reduir costos i oferir preus més baixos, però tenia un problema: com s'ho farien els clients per transportar les seves compres fins a la caixa? Per solucionar-ho, es van disposar cistelles a l'entrada que, en finalitzar la compra, eren tornades a dipositar al dispensador, però la poca capacitat de la cistella i el pes, que s'incrementava a mesura que s'anava omplint, limitaven el volum de compra. La solució definitiva seria el carro, que es convertiria en un element característic d'aquest tipus d'establiments.

A l'estat espanyol, els supermercats trigarien vint anys a arribar i ho farien com una qüestió d'estat del règim franquista. El primer de Barcelona, promogut per la *Comisaría de Abastecimientos* y



## SUPERMERCAT

*Transportes*, fou inaugurat el 23 de desembre de 1958 a l'interior de l'illa delimitada pel carrer Mallorca, el passeig de Gràcia, el carrer València i la Rambla de Catalunya, accessible des del passatge Domingo. L'acte fou presidit pel ministre d'Economia, Pedro Gual Villalbí, qui destacà que *los supermercados, dentro de la tática política de los precios, constituyen un intento para suprimir intermediarios innecesarios y evitar beneficios excesivos*. Amb aquesta promoció, aviat van sorgir iniciatives privades, com la de l'empresa *Supermercados Españoles SA*, que el juliol de 1959 inaugurà el seu primer establiment *Superma* al barri de



la Verneda, aleshores en ple desenvolupament. Abans d'acabar l'any, ja n'hi havia dos més, un altre a la Verneda i un a l'avinguda de la República Argentina, tocant a la plaça de Lesseps. El 18 de desembre de 1959 obrí el cinquè supermercat barceloní, el *Superservis*, dins de les desaparegudes galeries Astòria de la Rambla, cantonada amb el carrer Xuclà.

L'adopció del mot genèric de *supermercat*, derivat de la fórmula anglesa *supermarket*, fou objecte de polèmica, perquè les autoritats pretenien conservar-ne l'exclusivitat. En una nota emesa el 1959 per l'organisme oficial anteriorment al·ludit, es puntualitzava: *el nombre "Supermercados" se aplica exclusivamente con los debidos trámites legales a los establecimientos oficiales o privados, autorizados para utilizar dicha denominación, previo los requisitos técnicos oportunos*.

La reacció obeïa a l'aparició de tota mena de comerços que s'autodenominaven amb la paraula de moda, complissin o no amb les característiques exigides quant a grandària, diversitat de productes i sistema de venda.

El prefix *super* féu fortuna i s'imposà en el llenguatge popular per qualificar qualsevol cosa que es volgués destacar per la seva grandària o excel·lència, de manera que per superar-lo s'hagué de recórrer al seu superlatiu, *hiper*, reservat fins aleshores a un ús tècnic. D'aquesta manera, aparegué l'*hipermercat*, un establiment amb

## SUPERMERCAT

el mateix sistema de venda que el supermercat, però amb una superfície molt més gran (generalment establerta a partir dels dos mil cinc-cents metres quadrats) i una gamma ampliada de productes, a més d'estar edificats en indrets suburbans que fan possible disposar d'un gran aparcament propi. El primer establiment amb aquestes característiques fou obert el 1962 a Grand Rapids (Michigan), i s'estengué ben aviat a tot Amèrica i també a Europa, on el 1963 l'empresa francesa *Carrefour* obrí el seu primer *hiper*, concretament a Sainte-Geneviève-des-Bois, una població propera a París. Fundada el 1957 per Marcel Fournier i els germans Defforey, *Carrefour* és actualment la cadena d'hipermercats més gran del món i la tercera en beneficis, només superada per l'americana *Wal-Mart* i la britànica *Tesco*.



El 19 de juliol 1973, quan a França ja n'hi havia més de dos-cents, fou obert a l'autovia de Castelldefels, dins del terme municipal del Prat de Llobregat, el primer hipermercat peninsular. Batejat amb el simple nom d'*Hiper*, la seva inauguració causà

la lògica preocupació en el comerç tradicional, més encara després de les declaracions del seu director, Albert Philippon, qui no s'estigué d'afirmar en una entrevista publicada a *La Vanguardia* que *lo esencial del Hiper es que rompe los precios*.

Aquell primer *Hiper*, fundat amb capital provinent de *Carrefour*, tenia vint-i-cinc mil metres quadrats, tretze mil dels quals destinats a la venda, dues mil places d'aparcament gratuït i seccions que abastaven totes les matèries, des de l'alimentació a la ferreteria, passant pels mobles i els electrodomèstics, a més de servei de cafeteria i restaurant *self service*, una altra de les paraules de moda.

