

ACTUALITÉS

Le supermarché qui cultive ses propres produits

À propos des bâtiments qui cultivent ce qu'ils vendent et des écrans qui racontent ce cycle.

18 septembre 2026, Tobias Engl



La laitue en vitrine n'a pas fait un long trajet. Trois étages, transportée par le monte-charge, récoltée le matin même sur le toit de l'immeuble où elle est désormais vendue. Pas de camion, pas de marché de gros, pas de nuit en chambre froide. Ce qui se trouve ici a été récolté aujourd'hui, à quelques mètres au-dessus des têtes des clients.

L'idée n'est pas nouvelle, mais elle devient aujourd'hui une réalité. Un supermarché occupe de l'espace, consomme de l'énergie et de la chaleur, et son toit n'est généralement recouvert que de gravier. En y installant une serre, on inverse la donne. La chaleur résiduelle des comptoirs réfrigérés chauffe les plates-bandes. L'eau de pluie récupérée sur le toit les arrose. Ce qui pousse en haut se retrouve chaque jour tout frais en bas dans les rayons, sans avoir parcouru un seul kilomètre.

Mais cela ne s'arrête pas au toit. À la cave, des champignons poussent sur le marc de café provenant du café situé dans le hall d'entrée. Les restes qui finissaient autrefois à la poubelle se transforment en terre, en engrais, en nouvelle vie. Un tel bâtiment ne jette pas les matières, mais les fait circuler, de la cave jusqu'au toit.

C'est là que l'écran entre en jeu, et ce, loin d'être un simple élément décoratif. Un cycle que personne ne voit reste une simple affirmation. ScreenWay le rend visible. Au-dessus du comptoir de légumes, un écran affiche ce qui a été récolté aujourd'hui, la quantité restante, ce qui est en cours de culture dans la serre et les conditions climatiques. Les données proviennent de l'établissement lui-même : des capteurs installés dans la plate-bande sur le toit, de la caisse, du journal de récolte. ScreenWay ne construit pas les plates-bandes. Il relie ce qui est de toute façon mesuré et le traduit en quelque chose qu'une personne peut voir et comprendre en passant.

Pour l'instant, cela reste l'exception : quelques toits pilotes dans quelques villes. Mais la tendance est lancée. La fraîcheur redevient un atout local, l'origine, quelque chose qu'on n'a pas besoin de croire, car on peut la voir, à un mètre de la salade. Un supermarché qui cultive sur les toits finit par vendre bien plus que des produits alimentaires. Il vend la courte distance entre le potager et le panier, et il la met en avant, étage après étage.