ARTICLE / LE GRAND ANGLE

Primark débarque à Grand Épagny : derrière les prix bas, quel avenir pour nos petits commerçants ?

Vendredi 6 novembre 2026, Primark a ouvert son premier magasin de Haute-Savoie, au cœur de la zone commerciale du Grand Épagny. Une ouverture spectaculaire, avec quelque 1 500 personnes présentes devant les portes. Si l'arrivée de l'enseigne irlandaise suscite l'enthousiasme des consommateurs et s'accompagne de créations d'emplois, elle soulève aussi une question essentielle : à force d'accueillir des géants du commerce, quelle place restera-t-il aux boutiques indépendantes du bassin annécien ?

Par Ludovic CLAVAUD | 10 novembre 2026



Photo : GD137NB, CC BY 4.0, via Wikimedia Commons

Une ouverture spectaculaire, symbole d'une consommation à bas prix

Vendredi matin, au centre commercial Central Parc Grand Épagny, la foule était au rendez-vous. Près de 1 500 personnes patientaient pour découvrir le nouveau magasin Primark, une enseigne devenue incontournable dans le secteur des vêtements et accessoires à petits prix.

Avec environ 2 600 mètres carrés répartis sur deux niveaux, ce 31e magasin français de l'enseigne irlandaise marque une nouvelle étape dans le développement commercial de la périphérie annécienne.

Son ouverture s'accompagne également du recrutement d'environ 80 salariés en contrat à durée indéterminée. Un élément positif pour l'emploi local, qu'il serait injuste d'ignorer.

Mais derrière l'enthousiasme de cette inauguration, une autre réalité mérite d'être interrogée. Celle des petits commerçants qui, chaque jour, tentent de faire vivre leurs boutiques dans les rues d'Annecy et des communes voisines.

Car l'arrivée d'une nouvelle grande enseigne n'est jamais seulement une histoire de mètres carrés supplémentaires. C'est aussi une nouvelle concurrence, dans un marché où le pouvoir d'achat des consommateurs et les marges des commerçants sont déjà sous pression.

Les petits commerçants peuvent-ils réellement lutter à armes égales ?

À Annecy, comme ailleurs, les commerces indépendants doivent composer avec des loyers, des charges, des frais de personnel, des stocks et des investissements parfois difficiles à absorber.

Face à eux, les grandes enseignes internationales disposent d'une puissance d'achat, de capacités logistiques et de moyens publicitaires considérables.

Un commerçant indépendant ne peut pas nécessairement négocier ses marchandises aux mêmes

conditions qu'un groupe présent dans plusieurs pays. Il ne bénéficie pas non plus de la même visibilité nationale ni des mêmes budgets de communication.

Cette différence de moyens pose une question fondamentale : peut-on réellement parler de concurrence équitable lorsque les acteurs ne disposent pas des mêmes ressources ?

Les commerces de proximité ne vendent pourtant pas seulement des produits. Ils apportent souvent des conseils personnalisés, une connaissance de leur clientèle, une sélection particulière et une relation humaine construite au fil des années.

Ce sont également des entrepreneurs qui prennent des risques financiers, investissent dans leur territoire et participent à la vie économique locale.

Le risque n'est pas que Primark fasse disparaître, à lui seul, les commerces indépendants d'Annecy. Le risque est celui d'une accumulation de pressions économiques qui fragilise progressivement les boutiques les moins armées pour résister.

Une situation déjà difficile pour le secteur de l'habillement

Les inquiétudes concernant le commerce indépendant ne reposent pas uniquement sur des impressions.

Selon l'Institut Français de la Mode, les ventes d'habillement et de textile en France ont reculé de 1,6 % en valeur sur l'ensemble de l'année 2025. Les magasins physiques ont été particulièrement touchés, avec une baisse de 2,7 %, tandis que les ventes en ligne progressaient.

Au premier semestre 2026, la tendance restait négative : les ventes du secteur reculaient encore de 1,6 % par rapport à la même période de 2025.

Ces données sont nationales et ne permettent pas, à elles seules, de mesurer la situation précise des commerçants annéciens. Elles montrent néanmoins que l'arrivée de nouveaux acteurs s'inscrit dans un marché déjà fragilisé.

Et lorsqu'un marché ne progresse pas, la conquête de nouveaux clients par une enseigne peut aussi se traduire par des achats qui ne seront plus réalisés ailleurs.

C'est cette redistribution potentielle de la consommation qui mérite aujourd'hui l'attention.

Des prix bas, mais à quel prix pour notre territoire ?

Il serait facile de reprocher aux consommateurs de se tourner vers Primark. Ce serait aussi profondément injuste.

Pour de nombreux ménages, le prix reste un critère déterminant. Habiller une famille, acheter des vêtements pour des enfants qui grandissent ou renouveler sa garde-robe représente un budget important.

Les enseignes à bas prix répondent donc à une demande réelle.

Mais une autre question se pose : le prix affiché sur une étiquette doit-il devenir notre seul critère de consommation ?

Lorsqu'un consommateur achète dans une boutique indépendante, il contribue directement à l'activité de ce commerce, à ses emplois et à sa présence dans le quartier.

Cela ne signifie pas que chaque euro dépensé dans une grande enseigne quitte automatiquement le territoire : Primark emploie également des salariés locaux et participe à l'économie du bassin annécien.

En revanche, les deux modèles économiques n'ont ni la même organisation, ni les mêmes circuits d'approvisionnement, ni les mêmes effets sur la diversité commerciale.

L'enjeu est donc de comprendre ce que nous souhaitons préserver : une offre commerciale dominée par quelques grandes marques ou un territoire dans lequel différentes formes de commerce peuvent continuer à coexister.

Quand les centres-villes risquent de perdre leur diversité

Un centre-ville vivant ne se résume pas à ses grandes enseignes.

Il repose aussi sur des boutiques indépendantes, des artisans, des librairies, des commerces spécialisés et des entrepreneurs qui donnent à chaque rue une identité particulière.

Ces commerces contribuent à l'attractivité d'Annecy, mais également à la qualité de vie de ses habitants.

À mesure que les grandes zones commerciales périphériques renforcent leur offre, les centres-villes doivent trouver les moyens de conserver leurs clients et leur diversité.

La question dépasse largement le cas de Primark. Elle concerne l'aménagement commercial, l'accessibilité, le coût des locaux, les habitudes de consommation et les politiques de soutien aux commerces de proximité.

Il serait toutefois prématuré d'affirmer que l'ouverture du magasin d'Épagny entraînera directement des fermetures à Annecy. Aucun bilan

local ne permet aujourd'hui d'établir un tel lien.

Mais attendre les premières difficultés pour s'interroger sur l'équilibre commercial du territoire serait tout aussi discutable.

L'emploi créé ne doit pas faire oublier l'emploi à préserver

Les quelque 80 CDI associés à l'ouverture de Primark représentent une bonne nouvelle pour les personnes recrutées.

Il ne s'agit pas d'opposer ces salariés aux commerçants indépendants, ni de remettre en cause la légitimité d'une entreprise à s'implanter sur le territoire.

Cependant, une inauguration ne peut pas être évaluée uniquement à travers les emplois qu'elle annonce.

Il faut aussi s'intéresser à l'évolution de l'activité des commerces existants, à leur capacité à maintenir leurs propres salariés et à la diversité économique du bassin annécien sur plusieurs années.

Une implantation commerciale peut créer de l'activité tout en redistribuant les achats entre différents acteurs.

C'est précisément pour cette raison qu'un bilan sérieux doit prendre en compte les bénéfices annoncés, mais aussi les effets possibles sur le tissu commercial déjà présent.

Défendre nos commerces, ce n'est pas refuser toute nouvelle enseigne

La question n'est pas de réclamer la disparition des grandes surfaces ou de culpabiliser celles et ceux qui recherchent les meilleurs prix.

Elle est de savoir comment permettre aux commerces indépendants de continuer à exister face à des entreprises disposant de moyens incomparablement supérieurs.

Cela suppose de s'interroger sur les conditions d'installation des commerçants, le montant des loyers commerciaux, l'accessibilité des centres-villes et la manière dont les consommateurs découvrent les enseignes locales.

Cela suppose aussi de reconnaître la valeur du travail des indépendants, dont la présence ne peut pas être remplacée uniquement par des mètres carrés de grandes surfaces.

Un commerce qui ferme, ce n'est pas seulement une vitrine qui s'éteint. C'est parfois un projet entrepreneurial, des emplois, des années d'investissement et une relation de proximité qui disparaissent.

Le Grand Angle : donner aussi la parole aux indépendants

L'ouverture de Primark constitue une actualité économique importante pour le bassin annécien. Mais elle ne doit pas occulter la situation des commerçants qui travaillent déjà sur notre territoire.

Au Grand Angle, nous considérons que la vitalité économique d'Annecy ne doit pas se mesurer uniquement au nombre de grandes enseignes qui choisissent de s'y installer.

Elle doit aussi s'apprécier à travers la capacité des entrepreneurs indépendants à créer, à investir, à employer et à transmettre leurs commerces.

Dans les prochaines semaines, notre rédaction souhaite aller à la rencontre des commerçants du bassin annécien afin de recueillir leurs témoignages sur l'évolution de leur activité, leurs charges, la concurrence et leurs perspectives.

Car derrière les inaugurations spectaculaires, il existe une autre économie, souvent moins visible, mais essentielle à la vie quotidienne de nos quartiers.

Et si la véritable question n'était pas de savoir combien de personnes se pressent à l'ouverture d'un nouveau géant, mais combien de petits commerces nous voulons encore voir ouverts demain ?

Lire en ligne :
https://legrandangle.media/article/primark-debarque-a-grand-epagny-derriere-les-prix-bas-quel-avenir-pour-nos-petits-commercants