

Et encore un magasin discount, ESPAGNOL cette fois, qui s'installe en France !

écrit par Christine Tasin | 13 novembre 2022



Les premiers clients du magasin PrimaPrix de Montreuil (Seine-Saint-Denis), qui a ouvert ce jeudi, sont surpris par les prix, et certains le déclarent déjà : ils reviendront.
LP/Arnaud Journois



Les premiers clients du magasin PrimaPrix de Montreuil (Seine-Saint-Denis), qui a ouvert ce jeudi, sont surpris par les prix, et certains le déclarent déjà : ils reviendront.
LP/Arnaud Journois

Nos magasins ferment les uns après les autres... Nos vieilles entreprises déposent le bilan ou vont s'installer à l'étranger... Nos entreprises dynamiques sont empêchées de s'installer par les écolos-dingos et partent ailleurs...

<https://resistancerepublicaine.com/2022/11/11/grace-aux-ecolo-dingos-bridor-va-investir-a-letranger-merci-aux-cons/>

Mais les autres, les autres entreprises européennes (et américaines, je ne vous parle même pas de Mc Kinsey...) arrivent, se gobergent et prennent les marchés. Sans doute que moins taxés dans leurs pays ou dans les paradis fiscaux ils peuvent gagner de l'argent et en rapportent à leurs pays...

C'est qui les cons ? Merci Macron !



Un magasin Primaprix dans un centre commercial de la Seine-et-Marne. © Philippe Lacroix

Je dois avouer avoir du mal à comprendre comment, en période d'augmentation des prix de l'énergie, de l'essence et de nombre de produits alimentaires, une énième enseigne discount qui voisine avec 2 ou 3 autres magasins discount comme les allemands

Aldi et Lidl, le néerlandais Action, les Français Maxxilot ou StockMark peuvent survivre sans faire crever les autres. On a déjà le danois [Normal](#) du même genre, arrivé chez nous en 2019.

Pourtant Primaprix a reçu les autorisations nécessaires pour s'installer en plein centre ville, l'un en Seine-et-Marne, un autre en Seine-Saint-Denis et 2 autres avant la fin de l'année en Seine-et-Marne et dans les Hauts-de-Seine.

<https://www.leparisien.fr/economie/consommation/primaprix-le-nseigne-de-discount-espagnole-arrive-en-france-cest-plus-interessant-que-lidl-10-11-2022-LCJIIQ4IN5HZVNPBW4NQAQ32EI.php?ts=1668172548820>

J'avoue avoir un peu de mal à comprendre le fonctionnement... Comment se fait-il que ces magasins puissent vendre ce qui est interdit/impossible aux autres ? Plus malins ? Je déduis des exemples ci-dessous que les nôtres n'ont pas le droit de vendre en France des produits non étiquetés en français (ce qui me semble normal) mais que les entreprises étrangères le pourraient ??? C'est quoi ce binz ? Ah ! Vous avez dit concurrence libre et non faussée ? Vous comprenez pourquoi nous aimerions des barrières douanières, nous. Parce que le pékin tout heureux d'acheter ses paquets de gâteaux à 50 centimes, et je le comprends, ne sait pas que, à cause de cela, il est moins payé, il succombe sous la TVA et les taxes sur l'essence, sans parler de l'augmentation des divers impôts. On marche sur la tête, vous dis-je !

D'autant que ce ne sont pas nécessairement les produits les meilleurs pour la santé qui sont vendus à bas prix... dans des endroits, quel hasard ! où la population immigrée ou d'origine immigrée est majoritaire, il suffit de voir les différentes photos du Parisien dans ses articles sur le sujet !

Macron-mondialisation tête de con ! UE tête de noeud !

*« Nous faisons du déstockage. Nous rachetons des lots de produits de grandes marques qui sont invendus. » Un défaut d'étiquetage ou un étiquetage dans une langue étrangère empêche par exemple leur commercialisation. C'est là qu'interviennent les équipes de PrimaPrix, **qui jouent aussi sur la différence de prix entre pays européens pour récupérer des lots à des tarifs intéressants.***

*Un effort est fait pour accoler une étiquette traduite en français, comme sur le shampoing acheté par Sana un peu plus tôt, « même si ça mériterait d'être un peu plus lisible », glisse cette dernière. Mais parfois cette adaptation au marché hexagonal a ses limites. **Dans ce cas, le consommateur se repérera au logo** comme avec ce lot de six paquets de biscuits Prince de Lu et appelé Principe Tiernas (1,35 euro) dans la langue de Cervantès.*

Côté références, le client en retrouvera en moyenne 2500. C'est bien sûr beaucoup moins que dans un hypermarché, mais de nombreuses grandes marques sont distribuées. Au rayon lessive, notons la présence d'Ariel (6,50 euros les deux litres) ou de Skip (5,95 euros). Idem pour les dentifrices (Oral-B ou Colgate) vendus 1,50 euro le tube. Quant aux pâtes Panzani, en format 500 g, l'étiquette affichent le tarif attractif d'1 euro. Les grandes références sont mises en valeur dans des rayons aérés et lumineux. Des prestations de qualité qui font oublier l'aspect discount.