



OUVREZ UNE BOUTIQUE EN CENTRE-VILLE A CAHORS !

Grain de Malice, Kidiliz, Happy Cash et la Maison du Savon de Marseille recherchent des porteurs de projets !



OUVREZ UNE BOUTIQUE EN CENTRE-VILLE

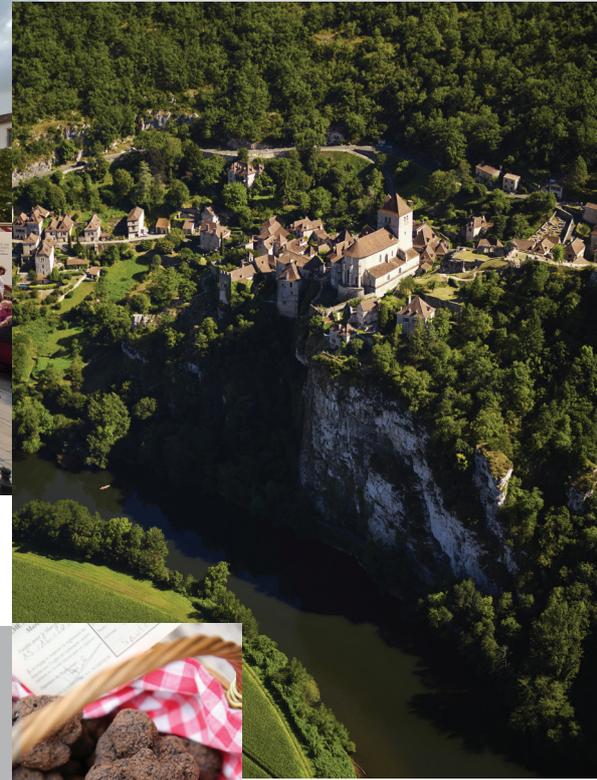
DES OPPORTUNITÉS À SAISIR !

Le commerce de centre-ville poursuit une dynamique régulière de développement à Cahors. Le taux de vacance commerciale dans l'hypercentre reste contenu (entre 6 et 7 %) ; l'ouverture du complexe cinématographique le Grand Palais et du musée Henri-Martin rénové, l'arrivée d'enseignes nationales telles que V&B et l'ouverture de commerces indépendants confortent cette dynamique.

De nouvelles enseignes nationales cherchent des porteurs de projets pour y ouvrir une boutique sous leurs couleurs : Grain de Malice, Happy Cash, Kidiliz et la Maison du Savon de Marseille.

Vous êtes motivé.e ? Vous avez le sens du commerce. Lancez-vous dans l'aventure !





Capitale du cépage malbec et de la gastronomie, Cahors cultive l'art de vivre au quotidien, avec des produits de qualité : vin de Cahors, truffe, foie gras, melon, rocamadour... au coeur de paysages uniques.



CAHORS

UNE CITÉ À TAILLE HUMAINE

Face aux contraintes des métropoles et des grands centres urbains, Cahors et son agglomération (36 communes) affirment l'image d'un pôle urbain équilibré (commerces de centre ville et deux zones commerciales en périphérie).

Cahors est une de ces villes du sud-ouest à taille humaine, offrant une véritable qualité de vie dans un cadre naturel apaisé, accessible et connecté, gourmand et vivant, et propice à l'épanouissement de tous.

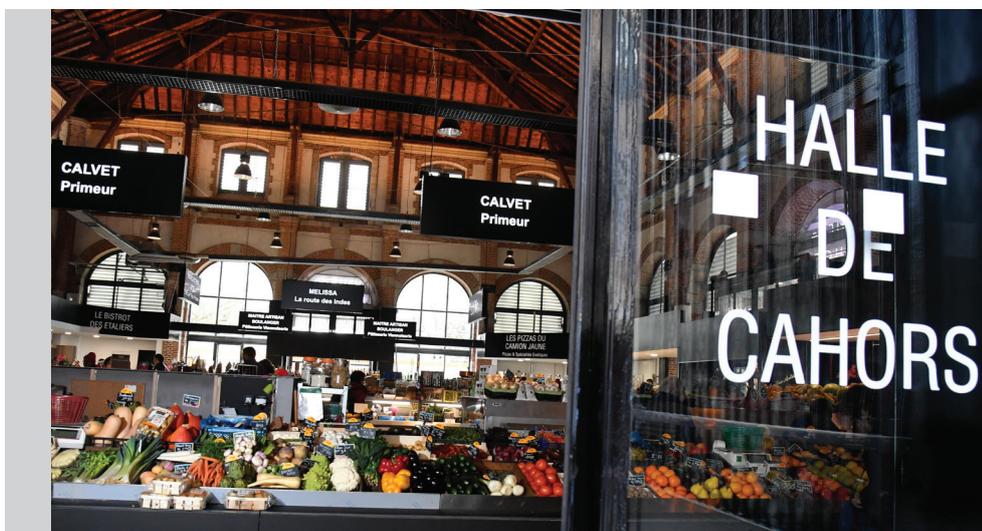
Sa singularité s'exprime par sa centralité confirmée par la présence d'une offre de commerces et de services d'une rare diversité, par son patrimoine préservé, ses caractéristiques urbaines, son cadre de vie, une vie culturelle et sportive foisonnante, sa rivière, ses paysages...



UNE FORTE ATTRACTIVITÉ COMMERCIALE

TROIS ZONES COMMERCIALES MAJEURES

1 **Dynamique, le centre-ville de Cahors propose 500 enseignes commerciales** (20 % d'enseignes nationales, 80 % d'indépendants). Chaque année, le ratio est positif entre les ouvertures et les fermetures, avec un équilibre qui se maintient entre le commerce de centre ville et la périphérie. La dynamique a d'ailleurs été confirmée par plusieurs études nationales menées sur les centres-villes, qui démontrent la très faible vacance commerciale du centre-ville, plaçant la centralité de Cahors dans le top 12 des villes de moins de 100 000 habitants pour son faible taux de vacance en hypercentre (moins de 7 %).



Une halle alimentaire entièrement rénovée en 2019

Une dynamique économique soutenue par la Ville de Cahors et le Grand Cahors

2 **La zone située au nord de la ville**, dynamisée par la création d'une ZAC, est aujourd'hui la seule à pouvoir accueillir de nouveaux projets commerciaux de périphérie. Elle accueille de grandes enseignes telles que Leclerc, La Halle, Kiabi, Gemo, GiFi, King Jouet, Orchestra, Weldom, Action, Boulanger... qui viennent compléter l'offre de centre-ville.

3 **La zone positionnée à l'entrée sud** accueille la locomotive alimentaire Carrefour, le village automobile (Peugeot, Renault, Citroën, Mercedes, Toyota...) et de nombreuses grandes surfaces spécialisées : Darty, Thiriet, Biocoop, Cash Piscine, Lidl...

Une zone de chalandise de 80 000 personnes



DES EQUIPEMENTS POUR RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ DU TERRITOIRE

La Ville de Cahors et le Grand Cahors travaillent avec leurs partenaires au quotidien à l'amélioration de leurs services, et développent par ailleurs des grands projets, pour renforcer l'attractivité du territoire :

Des équipements culturels et sportifs adaptés : Divonéo (un espace aqualudique et balnéothérapie), une salle d'escalade, des complexes sportifs, une médiathèque en réseau, un théâtre à l'italienne, un scène de musiques actuelles (les Docks), un conservatoire de musique et d'art dramatique...

Des équipements au service du développement du territoire : le campus universitaire (1 000 étudiants), l'hôtel Best Western 4 étoiles, l'auberge de jeunesse à l'international le Chai, le complexe cinématographique le Grand Palais en centre ville, le musée Henri-Martin...

Doté d'un important tissu associatif, le territoire est par ailleurs très animé par des événements tout au long de l'année : saison culturelle du théâtre, de l'auditorium et des Docks avec des têtes d'affiche ; festivals Lot of Saveurs, les Traces contemporaines (danse), Cahors Juin Jardins (art dans les jardins), ClassiCahors (musique classique), Cahors Blues Festival (...); événements d'ampleur nationale tel que le Trial Urbain international...



Complexe aquatique Divonéo



L'auberge de jeunesse ouverte en 2017



Cahors accueille régulièrement des têtes d'affiches (*festival Let's Docks : Asaf Avidan*)

RELEVEZ LE DEFI !

avec Grain de Malice, Kidiliz, Happy Cash et la Maison du Savon de Marseille.

La franchise est une méthode de collaboration entre une entreprise : le franchiseur et un porteur de projet, le franchisé. Afin de vous aider dans la compréhension de ce système commercial, qui permet de lancer une activité en s'appuyant sur la notoriété et le savoir-faire de marques reconnues, le site de la Fédération Française de la Franchise offre des informations et un accompagnement.

Comment choisir votre franchise ? Quels sont les avantages de la franchise ? Comment éviter les pièges en franchise ?

Rendez-vous sur <https://www.franchise-fff.com/>

GRAIN DE MALICE, LE PRÊT-À-PORTER POUR TOUTES LES SILHOUETTES

Née en 2007 au sein de la galaxie Mulliez, la marque Grain de Malice est une enseigne de prêt-à-porter féminin de proximité, qui propose des produits confortables, mode et colorés, adaptés à toutes les silhouettes et à toutes les morphologies. La cible : les femmes actives de 35 ans et plus, féminines, CSP moyenne, qui aiment le conseil, la relation de complicité et la convivialité proposés par la marque. Grain de Malice met au point une mode qui met sur un pied d'égalité tendance et aisance, féminité et confiance en soi sur le leitmotiv du "bien aller". 80% des produits sont proposés du 36 au 48. Les boutiques, d'une surface moyenne de 140 m², sont aménagées de manière à offrir aux clientes un univers chaleureux, authentique et lumineux, basé sur le bois, le cuivre et la couleur.

#feminite #bienaller
#tendance #confort
#confianceensoi

**grain^{de}
malice**

LA MODE QUI VOUS VA BIEN

Les entrepreneurs qui souhaitent ouvrir leur magasin Grain de Malice bénéficieront du soutien d'un groupe important, parfaitement rôdé à la franchise, et d'un accompagnement permanent grâce à des équipes à l'écoute. Une formation initiale et une immersion en magasin sont ainsi proposées avant de démarrer l'activité. La marque propose également des formations continues, tout au long de l'année, sur différentes thématiques (stratégie, merchandising, expérience client, vitrines, colorimétrie & morphologie...), une présence sur les réseaux sociaux développée et de nombreux services (e-réservation, livraisons et retours gratuits...).

HAPPY CASH, TOUT S'ACHÈTE, TOUT SE VEND...

Happy Cash est une enseigne spécialisée dans l'achat et la vente de produits de deuxième main (plus de 13 familles de produits) : téléphonie, informatique, culture, bricolage, sport, hifi, tv-vidéo-son, bijouterie... Cette offre répond aux besoins des clients de faire de bonnes affaires ou trouver le produit rare, donner une seconde vie aux biens tout en gagnant de l'argent, trouver des conseils ou des réponses avisées sur des besoins quotidiens (réparation, échange, location), le tout en toute sécurité (assurances, garanties, SAV).

La surface de la boutique oscillerait sur Cahors entre 60 et 120 m². Un logiciel métier, Happy Connect, intègre les outils nécessaires au pilotage quotidien des magasins : achats (dont argus), vente, gestion budgétaire, audit, gestion des stock et des personnels, connexion directe avec les offres de la centrale d'achat... Un accompagnement est proposé au candidat à la franchise tout au long de son projet (assistance, formations, services annexes : réparation, garanties, locations...).



#deuxiememain
#occasion
#sécurité

KIDILIZ, UNE FRANCHISE MULTIMARQUES



Appartenant à Kidiliz Group (anciennement Groupe Zannier) et spécialiste du prêt-à-porter pour enfants depuis plus de 50 ans, KIDILIZ distribue l'ensemble des marques du groupe, qui regroupe 15 marques et licences telles que Absorba, Catimini, 3pomes, Kenzo kids, Levi's kids, Lili Gaufrette ou encore Esprit...

Proposant des collections variées pour les enfants de 0 à 18 ans, l'enseigne allie web et boutiques physiques pour proposer aux consommateurs le choix d'accéder comme ils le souhaitent aux marques phare de la mode enfantine et aux 6 000 références proposées. En intégrant le réseau KIDILIZ, le partenaire bénéficie de l'expérience du groupe et d'un accompagnement sur le terrain. Grâce aux investissements réalisés en communication, il profite d'un trafic grandissant dans sa boutique. Les campagnes nationales et digitales guident les clients vers les produits des marques du groupe pour mieux les découvrir en magasin. Pour développer la proximité, la communication locale est soignée, pour personnaliser la relation avec le client et établir avec eux une réelle relation de proximité.

#international
#modeenfant
#webtostore

LA MAISON DU SAVON DE MARSEILLE, LA NATURE COMME SOURCE D'INSPIRATION

La Maison du Savon de Marseille est spécialisée dans la création et la commercialisation de produits naturels pour le bain et le bien-être du corps au quotidien. L'enseigne propose l'assortiment le plus large du marché français avec 800 références : savons durs, savons liquides de Marseille, savons parfumés, une gamme cosmétique pour le soin corps et une offre de senteurs.

Le concept architectural déployé sur une surface moyenne de 60 m² est la retranscription de l'ADN de l'enseigne : authenticité et naturalité. Les points de vente ont l'allure d'une véritable savonnerie artisanale de Provence, avec un mur de savons qui crée une expérience olfactive unique retraçant les parfums de la Provence.

Une identité forte, une marque 100 % française, une gamme complète et un accompagnement personnalisé sont les clés du succès des boutiques de la Maison !



#tradition
#madeinfrance
#naturalite
#rigueur

CONTACT



Julien LETOURNEUR

Manager de ville et de territoire

06 18 42 16 36

jletourneur@grandcahors.fr

GRAND CAHORS

Service Développement Economique

72 rue Wilson - BP 80281

46005 Cahors Cedex 9

Photothèque Ville de Cahors - Grand Cahors : C. Gonzalez, P. Lasvenes, C. Ory,
L. Nespoulous, J. Morel, C. Olivier / Chai : L. Boegly / CRT Occitanie : D. Viet



Le programme **Oh My Lot** et **le Grand Cahors** vous accompagnent dans votre installation sur le territoire avec votre famille. A vous d'inventer la vie qui va avec !