



Les nouveaux kiosques de presse parisiens



DOSSIER PRESSE

SOMMAIRE

- P.3 **Édito d’Olivia Polski, adjointe à la Maire de Paris en charge du commerce, de l’artisanat, des professions libérales et indépendantes**
- P.5 **Les kiosques à Paris**
- Les chiffres
 - Cartographie datée des kiosques à Paris
- P.6 **Pourquoi changer les kiosques parisiens ?**
- Améliorer les conditions de travail des kiosquiers
 - Un kiosque éco performant
- P.8 **L’esthétique des nouveaux kiosques**
- Le design fixé par le marché
 - Les évolutions apportées grâce aux groupes de travail
- P.9 **Les nouveaux kiosques parisiens**
- Le visuel des nouveaux kiosques
 - Les nouveaux services proposés
 - Les 49 kiosques conservés
- P.11 **Soutenir la presse et préserver le métier de kiosquier**
- Un plan de formations pour les kiosquiers
 - Des opérations de promotion de la presse
 - Un système d’aide



EDITO D'OLIVIA POLSKI,

Adjointe à la Maire de Paris en charge du commerce, de l'artisanat, des professions libérales et indépendantes

Le métier de kiosquier souffre de l'érosion des ventes de la presse écrite. Dans cette période de mutation profonde, la Maire de Paris, Anne Hidalgo, a fait un choix politique fort, celui du soutien à la presse écrite et à la relation sociale de proximité.

La Maire de Paris a fixé un double objectif :

- Maintenir et valoriser l'activité de vente de la presse sur l'espace public,
- Soutenir la profession des kiosquiers, à la fois dans leurs conditions de travail et leurs ressources.

À ce titre, 360 nouveaux kiosques vont être déployés à Paris en remplacement des actuels kiosques devenus obsolètes. Ces nouveaux kiosques de presse ont vocation à renforcer l'attractivité de ce secteur d'activité et d'offrir un nouveau visage de la presse à Paris. Ils seront innovants, modernes, fonctionnels, et proposeront de nouveaux services de proximité aux Parisiennes, Parisiens et touristes.

Les nouveaux besoins auxquels ces kiosques devront répondre ont fait l'objet d'une concertation large avec les acteurs de la profession, les Parisiennes et les Parisiens, ainsi qu'avec l'ensemble des groupes politiques du Conseil de Paris.

Notre ambition est à la hauteur des enjeux : soutenir la diffusion d'une presse libre, indépendante et pluraliste ; améliorer les conditions de travail des kiosquiers et valoriser leur métier ; accompagner l'évolution des usages et des attentes ; proposer un nouveau design de kiosque allant dans le sens de ces évolutions et enfin maintenir l'attractivité des kiosques comme lieux d'échange et d'information au sein du paysage urbain.

Il est important d'accompagner, préserver et valoriser le métier de kiosquier qui participe non seulement à l'attractivité de Paris, mais aussi à l'accès à l'information et à l'animation du débat démocratique dans la capitale !

LES KIOSQUES À PARIS

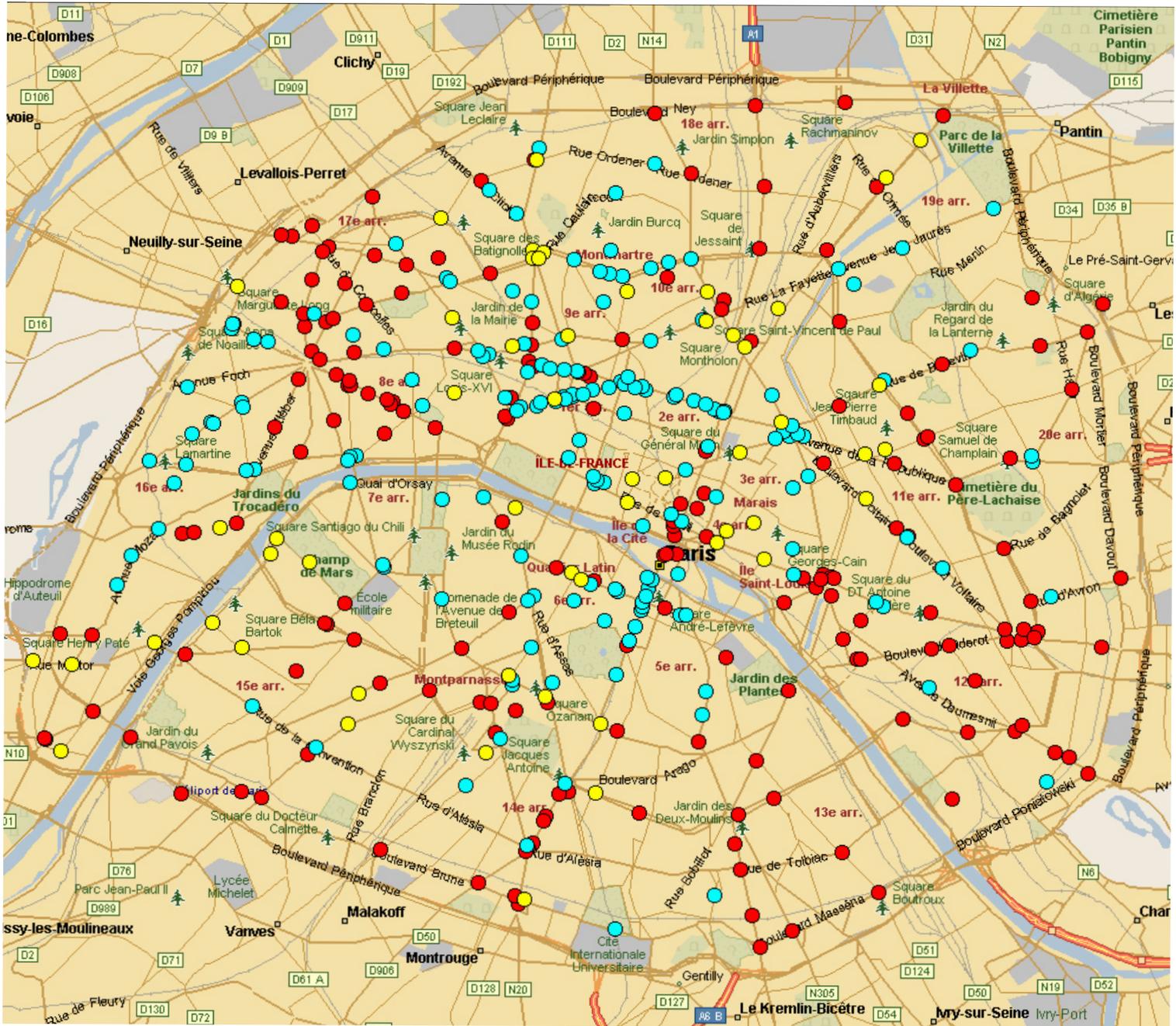
- **Les chiffres :**

- **409 kiosques** sont présents sur le territoire parisien
- **360 kiosques de presse** seront concernés par la modernisation d'ici juin 2019
- **49 kiosques** seront rénovés puis conservés

Les dates d'installation des kiosques de presse parisiens :

- **De 1983 à 1996** : 188 kiosques ont été installés dans la capitale en moyenne il y a 25 ans. Ils représentent 46% du parc des kiosques de presse parisiens.
- **De 1997 à 2006** : 167 kiosques ont été installés dans la capitale en moyenne il y a 15 ans. Ils représentent 41% du parc des kiosques de presse parisiens.
- **De 2007 à 2016** : 54 kiosques ont été installés et représentent 13% du parc actuel.

• Cartographie datée des kiosques à Paris



- De 1983 / 1996 = 188 kiosques → + de 25 ans (46% du parc)
- De 1997/2006 = 167 kiosques → + de 10 ans (41% du parc)
- De 2007 / 2016 = 54(13% du parc)

POURQUOI CHANGER LES KIOSQUES PARISIENS ?

La Ville de Paris est la seule grande capitale mondiale qui a vu son nombre de kiosques à journaux se développer en 10 ans. Grâce à sa politique volontariste menée depuis 2005, le nombre de kiosques à journaux est passé de **260 à 345 début 2016**.

Afin de soutenir la vente de la presse écrite, maintenir la mission de proximité et d'animation locale qui incombe aux kiosques, Anne Hidalgo a souhaité consolider le réseau existant.

Le nouveau marché de gestion des kiosques et des kiosquiers va permettre à la Ville de se doter d'un **outil modernisé** pour sa politique en faveur de la vente de presse et des kiosquiers parisiens.

Mediakiosk propose le renouvellement de **360 kiosques d'ici à juin 2019**. C'est donc la totalité des kiosques parisiens en activité qui seront remplacés dans un délai de 2 ans, 49 autres étant rénovés dans le même délai.

Ces nouveaux kiosques participeront à **l'amélioration de l'attractivité de la vente de la presse** et offriront de nouveaux services de proximité et conditions d'accueil des Parisiennes et Parisiens comme des touristes. Ils amélioreront qui plus est considérablement les conditions de travail des kiosquiers de presse.

• Améliorer les conditions de travail des kiosquiers

Le kiosque proposé apportera de nombreuses fonctionnalités pour les usagers et les kiosquiers. Une véritable amélioration des conditions de travail pour les kiosquiers qui bénéficieront ainsi :

- **D'un espace de vente entièrement repensé**, modulaire, afin de mieux mettre en avant la presse et les autres produits ou services proposés, plus attractif pour l'utilisateur et plus confortable et fonctionnel pour le kiosquier ;

- **D'une caisse informatisée**, et d'un espace personnel dédié (incluant notamment une armoire pour leurs effets personnels, un distributeur de gel hydro alcoolique, etc.) ;

- **D'un dispositif de chauffage par un système de pompe à chaleur**, associé à un store déroulant, un plancher isolant et un vitrage amovible permettant une isolation thermique de la zone du kiosquier. L'ensemble garantira une nette amélioration du confort thermique des kiosquiers et de leur protection face aux intempéries grâce à un espace de vente protégé ;

- **De modalités d'ouverture du kiosque optimisées**, grâce à un rideau adapté qui, selon l'entreprise MédiaKiosk, permettra de réaliser un gain de temps en moyenne d'une heure par jour pour le kiosquier au moment de l'ouverture et de la fermeture de son kiosque.

Une attention toute particulière a donc été portée sur l'amélioration des conditions de travail des kiosquiers.

Concernant la question des sanitaires, l'offre permet d'équiper certains kiosques de toilettes, si le kiosquier en fait la demande. Pour les autres, et particulièrement les plus petits, il sera étudié par les services de la Ville s'il est possible de faire déployer des sanisettes à côté des kiosques qui ne peuvent pas en être pourvus.

• Un kiosque éco-performant

L'ambition de la Ville de Paris est de saisir l'opportunité du renouvellement des contrats de gestion des kiosques et des kiosquiers pour prendre en compte, dans la conception des nouveaux kiosques, les objectifs du **Plan Climat de la Ville de Paris**.

Médiakiosk a travaillé sur l'écoconception des kiosques, l'analyse de leur cycle de vie et l'élaboration d'une **carte d'identité environnementale** pour chaque typologie de kiosques, ainsi que l'utilisation de matériaux recyclables permettant de limiter l'impact carbone.

L'utilisation de LED pour l'éclairage permettra une réduction substantielle des consommations électriques, ainsi la fourniture d'électricité renouvelable sera assurée par des certificats verts. Le personnel encadrant sera équipé de **véhicules électriques** et les agents chargés de la maintenance ou de l'entretien disposeront de véhicules de norme « Euro 6 ».

Dans une logique de développement durable et dans la continuité de l'Accord de Paris, conclu lors de la COP21 et prévoyant de renforcer l'action de la capitale dans la lutte contre le dérèglement climatique, ces nouveaux kiosques seront mis au service de la ville durable.

Ils seront donc :

- éco-conçu, avec des matériaux **100% recyclables** ou revalorisés ;
- certifiés origine France et ISO 14001, les consommations électriques seront réduites de 54%, notamment grâce à un éclairage 100% LED.

Dans le souci d'une ville apaisée et agréable à vivre, la Ville de Paris a par ailleurs obtenu une réduction de 20% des surfaces d'affichage publicitaire.

L'ESTHÉTIQUE

• Le design demandé aux candidats dans le cadre du marché

Dans le cadre du marché public, la Ville de Paris a demandé aux candidats de concevoir et de proposer une gamme de kiosques permettant une bonne intégration des édicules dans le contexte urbain parisien, qu'il s'agisse de sites prestigieux ou de nouveaux sites dans des environnements plus contemporains.

La demande de la Ville portait sur la fourniture d'un **meuble évolutif** et d'une grande qualité esthétique avec pour objectif la conception de kiosques modernes (**Le kiosque du 21ème siècle**), avec un véritable renouveau dans le design des mobiliers.

Pour ce faire, Mediakiosk s'est associé à la designer **matali crasset**, qui a proposé un kiosque à l'écriture épurée, inspiré des ateliers et des toits parisiens. Des façades de verre au rythme vertical sont inspirées par l'architecture industrielle reprenant le style des imprimeries et ateliers parisiens.

Le kiosque qui a été proposé dans l'offre de Mediakiosk se caractérise par sa toiture bombée, et par ses façades de verre, encadrées par des poteaux d'angle. Un dispositif d'éclairage (vert ou rouge) positionné au niveau des poteaux d'angle du kiosque permettra de signaler si le kiosque est ouvert ou non.

• Les évolutions grâce aux groupes de travail

Suite aux discussions lors du Conseil de Paris du mois de juin, Olivia Polski a souhaité associer tous les élus, de la majorité et de l'opposition, dans un groupe de travail portant sur le design du kiosque.

Ces réunions de travail ont permis à tous les groupes politiques de proposer des évolutions, dont certaines ont été retenues pour un résultat final qui est le **fruit de ce travail collectif**.

Deux réunions se sont tenues le 1er et le 11 juillet dernier afin de travailler sur des éléments esthétiques, sur les évolutions possibles du design des nouveaux kiosques, dans la limite de ce qui est légalement autorisé.

Les axes d'évolution ont concerné l'uniformisation de la couleur du kiosque, la hauteur du toit, le travail sur les festons et le rideau.

LES NOUVEAUX KIOSQUES PARISIENS

- Le visuel des nouveaux kiosques





• **Les nouveaux services proposés**

La création d'un nouveau design s'accompagne également de la mise en place de nouveaux services innovants à destination des Parisiennes et Parisiens et des touristes afin de recréer l'envie de se rendre dans un kiosque de presse :

- **Adaptation de l'application ZEENS**

qui permet aux usagers de consulter, en kiosque, l'intégralité de l'offre titres, de bénéficier de promotions exclusives, de géolocaliser l'exemplaire recherché le plus proche, de le commander et de se le faire livrer chez son kiosquier ;

- Installation d'un **écran serviciel à l'intérieur de 100 kiosques** qui permettra d'accéder à différents services numériques, parmi lesquels une cartographie interactive de quartier, une billetterie culturelle...

- A l'extérieur, mise en place, sur une centaine de kiosques, d'un **écran digital interactif** de 32 pouces, accessibles 24h/24, avec un plan interactif et des informations sur la vie de quartier ;

- En partenariat avec **La Poste**, des boîtes aux lettres permettront l'augmentation du flux d'usagers pour le kiosquier..

Une étude de commercialité sera menée dans les 6 premiers mois du contrat sur chacun des 409 kiosques afin de déterminer quels biens et/ou services peuvent être mis en place afin de renforcer l'attractivité des kiosques.

• **Les 49 kiosques conservés**

Sur les 409 kiosques existants à Paris, 360 nouveaux kiosques vont être créés et placés sur l'espace public tandis que **49 kiosques** vont être rénovés puis conservés.

Chaque mairie d'arrondissement sera interrogée pour définir des emplacements à fort potentiels touristiques ou patrimoniaux, qui seraient susceptibles d'accueillir les 49 kiosques de presse, sur le territoire parisien.

SOUTENIR LA PRESSE ET PRÉSERVER LE MÉTIER DE KIOSQUIER

• Un plan de formation pour les kiosquiers

Le renouvellement des kiosques et la mise en place de nouveaux services s'accompagneront d'un **plan de formation ouvert à tous les kiosquiers**.

Des formations concernant la vente de la presse, la gestion et la comptabilité, l'informatique, l'accueil touristique ou encore les langues étrangères leurs seront proposées.

• Des opérations de promotion de la presse

Des opérations de promotion de la presse seront organisées, notamment auprès des jeunes publics.

• Un système d'aide financière

Dès l'entrée en vigueur du nouveau marché, la Ville de Paris assumera la gestion d'une aide d'un montant annuel d'environ **1,850 M€**.

Ce système sera composé de 5 tranches et permettra une véritable progressivité dans la distribution des aides. Ce dispositif sera complété par une aide à l'ouverture ou réouverture de kiosques à journaux de **2000€**.

Cette aide permettra d'assurer un revenu minimum aux kiosquiers de presse pour la vente de la presse écrite, qui représente deux-tiers de leur activité, auquel s'ajouteront les revenus générés par les autres services qu'ils proposent.

Ces nouveaux kiosques de presse ainsi que la mise en place de ce système d'aides renforceront le soutien de la Ville de Paris à la vente de presse écrite et permettront de développer encore davantage cette activité de proximité qui contribue à la vie sociale et démocratique de la capitale.

