



## **Les nouveaux kiosques de presse: innovants, attractifs et à l'image de Paris**

**Au terme d'une troisième réunion de travail avec tous les groupes politiques du Conseil de Paris, Bruno Julliard et Olivia Polski ont présenté au public ce jeudi matin le nouveau modèle des kiosques de presse parisiens.**

**Téléchargez le dossier de presse et les visuels**

Bruno Julliard, Premier adjoint à la Maire chargé de la culture et du patrimoine et Olivia Polski, adjointe chargée du commerce et de l'artisanat, ont présenté ce matin le nouveau modèle de kiosque de presse, retravaillé au cours des différentes réunions de travail avec tous les groupes politiques du Conseil de Paris.

Éco-performant, innovant, fonctionnel pour le kiosquier et attractif pour l'usager, le nouveau modèle de kiosque a pour objectif de répondre à des besoins pratiques, choisis en concertation avec les syndicats de kiosquiers pour devenir le « Kiosque du 21<sup>e</sup> siècle ».

Bruno Julliard a souligné « la valeur esthétique de cet objet épuré, au design inspiré des ateliers parisiens, qui s'intégrera parfaitement dans le contexte urbain de la capitale » .

Le kiosque proposé apportera une véritable amélioration des conditions de travail des kiosquiers. Les kiosquiers bénéficieront dans les 360 nouveaux kiosques d'un dispositif de chauffage, associé à un store déroulable, un plancher isolant et un vitrage amovible permettant une isolation thermique de la zone du kiosquier, l'ensemble garantissant une nette amélioration du confort thermique des kiosquiers et de leur protection face aux intempéries. Ils pourront aussi profiter d'un espace personnel dédié et d'un espace de vente repensé, modulaire, pour mieux mettre en avant la presse et les autres produits ou services proposés par le kiosquier. Les modalités d'ouverture du kiosque seront optimisées.

Olivia Polski a rappelé « l'engagement de la Ville de Paris dans le soutien à la vente de la presse écrite, la diffusion de la presse et l'amélioration des conditions de travail des kiosquiers. Ces nouveaux modèles de kiosque de presse offriront un nouveau visage de la presse à Paris avec un accès à la presse renouvelé et attractif ».

Dans un contexte économique difficile pour la presse écrite, Anne Hidalgo a choisi de mener une politique volontariste de soutien à la vente de la presse écrite et aux kiosquiers de presse avec le déploiement de 360 nouveaux kiosques à Paris en remplacement des actuels kiosques devenus obsolètes. La Maire de Paris a par ailleurs souhaité, par une aide financière de 1,8 M€ par an aux kiosquiers, soutenir la vente de la presse écrite porteuse de démocratie et de débat public.