union PRESSE

Les kiosquiers parisiens dans les starting-blocks pour les Jeux olympiques

mer 24/07/2024 - 15:52

Les Jeux olympiques de Paris s'ouvrent officiellement dans deux jours, et les kiosquiers parisiens prendront part à l'événement. Pour soutenir leur activité pendant cette période exceptionnelle, la Ville de Paris a décidé de modifier le règlement s'appliquant à la tenue des kiosques de presse pour leur permettre d'accueillir davantage de produits de diversification. Nicolas Bonnet-Oulaldj, adjoint à la maire de Paris en charge du commerce, de l'artisanat, des professions libérales, des métiers d'art et de la mode s'est rendu hier dans un kiosque du centre de la capitale pour présenter ces évolutions.

Ainsi, selon le règlement modifié, si la presse doit occuper « au moins les deux tiers de la surface commerciale » des kiosques parisiens, ces derniers peuvent également proposer « des produits labellisés 'fabriqués à Paris' », des boissons non alcoolisées, des glaces emballées, des petites confiseries emballées, des souvenirs de Paris, des produits de protection contre les intempéries, des produits textiles « dont la fabrication au sein de l'Union européenne doit être privilégiée », des plans de Paris, des cartes postales, des cartes téléphoniques et des accessoires de téléphonie, des produits de parapharmacie (hors parfums), « de la billetterie touristique et de spectacles », un service de photocopie ou scan, ainsi que « des produits liés à un événementiel parisien ou national » comme les Jeux olympiques.

Partenariats avec Paris je t'aime, La Poste, et FDJ

Au-delà de ces possibilités nouvelles de diversification ouvertes aux kiosquiers, la Ville de Paris a noué un partenariat avec l'Office de tourisme – Paris je t'aime pour permettre à ces professionnels de la vente de presse de bénéficier, à titre d'expérimentation, de formations pour accueillir et orienter au mieux les nombreux visiteurs et touristes passant par leurs points de vente. Une trentaine de kiosquiers sont concernés à date par ces formations.

Autre partenariat, celui signé avec le groupe La Poste, pour permettre l’introduction de services postaux dans une dizaine de kiosques à ce jour. De quoi soutenir leur activité et améliorer leur fréquentation, selon la Ville de Paris, qui précise qu’une cinquantaine de kiosques pourraient être concernés par ce service « d’ici fin 2025 ». Et annonce une expérimentation comparable menée avec la Française des Jeux. De quoi manifester son soutien, y compris au-delà des Jeux olympiques, pour ces commerces emblématiques parisiens.