



Le kiosque

**Parce qu'on ne peut pas
s'abonner à tout, mais qu'on
peut tout vous faire découvrir »**

L'origine du projet

Le projet du « kiosque » est d'être un reflet du bouillonnement de l'édition de périodiques aujourd'hui : la presse est certes en crise, mais une partie de la « presse magazine » est également un lieu d'inventivité et de confrontation d'idées exceptionnelles. Les nouveaux titres sont très nombreux chaque année, nombreux aussi sont ceux qui s'éteignent. C'est pourquoi le format traditionnel des abonnements n'est pas approprié à cette ébullition créative.

Le kiosque est donc à la fois l'outil qui permet de faire découvrir la richesse de la production éditoriale française et étrangère, de sortir des « sentiers battus », mais aussi une liberté : il permet d'intégrer des titres en langues étrangères au-delà de l'espagnol-anglais-allemand, triptyque incontournable des *Vocables*, mais aussi de donner un aperçu des revues dans des domaines plus pointus... ou parfaitement transdisciplinaires et inclassables.

Cela change radicalement les modalités de choix des périodiques en médiathèque : les revues se rapprochent de véritables livres, d'enquêtes – documentaires ou subjectives et imaginatives. Nous choisissons donc des revues comme des livres : au numéro, en fonction d'un titre ou d'un sujet qui peut attirer l'attention du public sur une revue spécialisée, voire de recherche.

Outre la contrainte budgétaire, la contrainte juridique (les marchés publics) « réglementaire » et comptable - passer par une centrale d'abonnements, n'autorisant que la fourniture pour un an minimum, à l'issue d'un long processus (de devis, bon d'engagement, commande, validés à de multiples niveaux, avant transmission à la centrale qui notifie elle-même aux nombreux éditeurs), ne permet pas l'expérimentation.

Ce système pénalise aussi la médiathèque lorsque les titres cessent brutalement de paraître en cours d'année, car nous ne pouvons alors les remplacer – il n'est pas possible de se réabonner pour les mois restant. D'autre part, au vu de la dimension de l'établissement, il n'est pas envisageable de s'abonner à des revues en serbo-croate, en turc ou en portugais. Pour autant, ces nationalités ne sont pas absentes de la population de la ville, il est donc souhaitable de proposer occasionnellement des titres en langues originales. Ne serait-ce que dans l'univers francophone, croiser les regards via des journaux suisses, belges, libanais ou sénégalais ne peut qu'enrichir la perception de l'actualité.

Et au-delà de ce fonctionnement, ce sont les habitudes du lectorat qui limitent a priori la prise de risque : pour le public, certains titres i-n-c-o-n-t-o-u-r-n-a-b-l-e-s sont de véritables repères. Ils sont aussi, pour les médiathèques, un moyen de fidéliser ce public. Certains se sont fait un véritable rituel de venir lire quotidiennement, ou chaque semaine, leur titre favori. Les substituer par des abonnements similaires mais plus novateurs et inventifs suscite un vif mécontentement. En outre, supprimer une revue qui est fortement empruntée mais présente un intérêt limité par un titre plus « osé » qui ne sortirait pas, se traduirait très rapidement dans les statistiques de prêt.

Autant de tendances qui vont à l'encontre de notre ambition : celle d'être un lieu de découverte des sources d'information et de création. Un contexte peu propice à renouveler le regard sur un domaine inventif, mettant à l'honneur le graphisme, l'innovation, et en pleine métamorphose.

D'où le choix radical d'un autre service dédié à la presse, construit en complémentarité avec l'offre traditionnelle des abonnements.

les vertus des revues

Les revues et les mooks sont aujourd'hui un véritable terrain de jeu de la créativité : l'iconographie est partie intégrante du projet éditorial, le mélange des genres est expérimenté (mini-fictions, reportages en bandes-dessinées, passage de la radio au papier, promotion de la photographie...). Ils ont une temporalité propre : ils s'inscrivent d'une part dans l'actualité, développant des articles de fond sur des phénomènes récents dont les livres ne traitent pas encore. Mais ils constituent d'autre part un contrepoint face à l'immédiateté de l'information quotidienne. Leur univers se situe bien entre ces deux horizons temporels. Long cours, XXI, Feuilleton ou Muse prennent davantage le temps du reportage long, réalisé sur place, que Courrier International ou les quotidiens. Outre le regain de crédibilité d'une information fouillée et de première main, ils répondent à une problématique propre aux médiathèques : fournir un décryptage de fond sur des thèmes d'actualité récents que des livres n'ont pas encore traité. Les revues peuvent prendre le risque de donner la parole à de vrais spécialistes, et d'être lus par un public qui n'aurait pas emprunté un livre entier sur ce sujet.



A ce titre, certaines revues (Documentation photographique, problèmes économiques et sociaux, regards sur l'actualité, revues d'orientation, revues littéraires) peuvent être intégrées dans les rayons de livres. Il arrive que des titres de périodiques soient acquis pour rejoindre directement ces rayons (Carto, Diplomaties...).

Objets artistiques, ils redonnent la place à des formats courts de fiction et à la photo, l'image et le graphisme, amènent des férus d'actualité à découvrir des reportages dessinés (la Revue dessinée), introduisent à différentes manières de raconter, construisent des passerelles entre les supports sonores et papier (comme France culture papiers), réconcilient journalisme d'investigation et micro-fiction dans un même titre.



fabrique du kiosque

Le projet est né au début de l'année 2013, dans le cadre des 10 ans de la médiathèque de Châtenay-Malabry, où nous nous étions fixés une ambition pour fêter cette décennie : pendant une année, 10 nouveaux services seraient mis en place. Celui d'offrir un nouveau regard sur les revues en a été partie prenante.

Comment choisit-on ? Une fois par mois, une équipe de bibliothécaires différente (composée de responsables de domaines d'acquisitions distincts) se rend dans un point presse et des librairies : librairies généralistes (Compagnie, la Hune, Eyrolles, le Roi lire, la SFL, ..) et spécialisées (la librairie gourmande, WH Smith, ...) et maisons de la presse (en essayant de trouver des points distribuant la presse internationale tels qu' aéroports, grandes gares parisiennes, endroits touristiques (Publicis drugstore, maison de la presse des halles...) avec un budget mensuel de 100 euros. Tout au long du mois qui précède, la responsable du projet reçoit des propositions de toute l'équipe, qui mène désormais une veille attentive dans son activité quotidienne. Le kiosque a en réalité suscité une émulation interne pour l'équipe entière : leur regard sur la presse magazine et les revues est en éveil, et chaque mois plus aiguisé. La recherche d'information est collective : l'émission « l'essai et la revue du jour » sur France culture, le site « ent'revues.org », les conseils pris dans les entourages de chacun, les échanges avec le public, la propension à suivre les nouvelles parutions dans les kiosques nourrissent cette dynamique.

Lorsque la nouvelle sélection est intégrée au kiosque, nous en informons le public.



Accueil par le public

D'une manière générale, les retours sont très positifs depuis la création du kiosque : les lecteurs apprécient le choix vaste et éclectique, les revues en langues étrangères, les titres portant sur le graphisme, l'art, l'architecture et le design connaissent un grand succès, de même que les revues sur la gastronomie (Gusto, Fricotte...) ou l'environnement. La variété des domaines représentés suscite la curiosité et l'intérêt de presque tous les lecteurs. La découverte « assurée » d'un nouveau titre a réellement changé les habitudes : le kiosque est situé dans le hall d'entrée; en sortant et en entrant, le pli a été pris de marquer un arrêt devant. Il est devenu « un passage obligé », les lecteurs s'assoient souvent directement à côté pour feuilleter les revues.

Le projet soulève un véritable enthousiasme : « c'est tout à fait ce qu'on attend d'une médiathèque », « excellente idée »... La localisation est appréciée « on a tout de suite en entrant envie de s'arrêter, de regarder ce qui est proposé, même si ce n'est pas exactement notre centre d'intérêt, ça maintient notre curiosité en éveil. Ce sont des thèmes qui ne sont pas traités dans les revues traditionnelles, celles-ci sont très contemporaines et diversifiées ». La réaction est toujours bienveillante, que ce soit pour les revues très spécialisées ou pour les magazines grand public.

Cet enthousiasme se traduit dans les statistiques de prêt : en croissance de 20% (malgré des abonnements de revues non livrés par le fournisseur jusqu'en mai 2013), signe d'un réel succès.

Le 7 décembre dernier, une journée visant à clôturer l'année anniversaire de la médiathèque, un vote-bilan a été proposé aux lecteurs. Il s'agissait de voter pour les revues découvertes grâce au kiosque qu'ils souhaitaient voir intégrer dans les abonnements réguliers. La participation du public indique l'engouement pour ce service : 150 votes exprimés ont permis de proposer 3 nouveaux abonnements en 2014.



Prolongements envisagés

Nous projetons de permettre au public de suggérer des titres de revues. Actuellement, nous fonctionnons avec une contrainte budgétaire forte : puisque ce projet s'est fait à budget global constant, nous n'avons pu dégager que 100 euros par mois. Ce qui, avec des mooks et revues, revient mensuellement à un nombre très limité de titres. D'autre part, il serait intéressant de bénéficier d'une collaboration plus resserrée avec les éditeurs afin qu'ils puissent nous adresser des premiers numéros directement pour nous permettre de les découvrir quand ils sont peu distribués dans les maisons de la presse, librairies... A l'avenir, si nous parvenons à dégager les marges budgétaires nécessaires, nous envisageons d'élargir ce service à la jeunesse et à la bibliothèque de quartier Louis Aragon (aujourd'hui, ce sont les revues sélectionnées pour la médiathèque qui sont déposées à la bibliothèque, ce qui implique un décalage temporel). D'autre part, nous essayons ponctuellement de cibler le choix des titres en fonction de l'actualité de la médiathèque : « les temps du cerveau » en janvier (avec l'opération « la science se livre »), les femmes en mars, la gastronomie en juin (qui sera la thématique de la fête de la bibliothèque Louis Aragon).