



LE

KIOSQUE



LES FILMS
DE L'ŒIL SAUVAGE
ET LES ALCHEMISTES
présentent

un film d'
**ALEXANDRA
PIANELLI**



DOSSIER DE PRESSE

En coproduction avec Ad Libitum et ViàGrandParis. Avec la participation de Tênk et la F3C CFDT I du Centre national du cinéma et l'image animée. Avec les soutiens des régions Sud I Auvergne-Rhône-Alpes I Ile-de-France en partenariat avec le CNC I de la PROCIREP et de l'ANGO A I de la SCAM I de la SACEM et de la copie privée I de Périphérie. Image et Son Alexandra Pianelli I Montage Léa Chatauret I Montage son et mixage Cyrille Carillon I Étalonnage Damien Pelletier-Brun I Musique originale Olaf Hund I Producteur délégué Quentin Laurent I Design graphique Caroline Briard.



LE ABSOLUE KIOSQUE

LES CONTACTS

DISTRIBUTION

Les Alchimistes
contact@alchimistesfilms.com
03 74 67 65 92
8 rue Armand Carrel, 59000 Lille

PRESSE

AGENCE VALEUR ABSOLUE - Audrey Grimaud :
contact@agencevaleurabsolue.com / 06 72 67 72 78

PROGRAMMATION

Jérémie Pottier-Grosman
jeremie@alchimistesfilms.com / 06 50 40 24 00

Timothée Donay
timothee@alchimistesfilms.com / 03 74 67 65 92 / 06 79 36 23 29

PARTENARIATS

Violaine Harchin
violaine@alchimistesfilms.com / 06 18 46 24 58

COMMANDE MATÉRIELS

Maxime Defraeye
distribution@alchimistesfilms.com / 03 74 67 65 92

COMMUNICATION

Zoé Belpaume
communication@alchimistesfilms.com / 06 85 19 50 36



LOGLINE

Une jeune plasticienne, venue prêter main-forte à sa mère, nous invite à la rejoindre derrière la caisse de son kiosque à journaux.

SYNOPSIS

Paris, un kiosque à journaux. Alexandra est réalisatrice, fille, petite-fille et arrière-petite-fille de kiosquiers. Elle est venue prêter main-forte à sa mère et, comme dans un vieux rêve d'enfant, joue à la marchande. Depuis cette fenêtre sur la rue, elle filme avec humour et tendresse les coulisses du métier et le défilé quotidien de clients détonants. Mais la presse papier et les commerces de proximité sont en crise, et ce petit jeu s'avère finalement plus compliqué que prévu...



SYNOPSIS

Paris, un kiosque à journaux. Alexandra est réalisatrice, fille, petite-fille et arrière-petite-fille de kiosquiers. Elle est venue prêter main-forte à sa mère et, comme dans un vieux rêve d'enfant, joue à la marchande. Depuis cette fenêtre sur la rue, elle filme avec humour et tendresse les coulisses du métier et le défilé quotidien de clients détonants. Mais la presse papier et les commerces de proximité sont en crise, et ce petit jeu s'avère finalement plus compliqué que prévu...



ENTRETIEN AVEC ALEXANDRA PIANELLI

«Nous l'avons tous vécu comme un déchirement au moment où le kiosque s'est « envolé ». Avec lui, partaient nos moments de rire, de larmes et d'inquiétude avec les clients, notre équipe.(...) Pour ma part, je suis ravie d'avoir réussi à en garder une trace. Ce film est une déclaration d'amour à toutes ces personnes rencontrées. Malheureusement pour beaucoup disparues aujourd'hui.»

Quelle idée vous a d'abord motivé à filmer la vie d'un kiosque à journaux ?

Dans un premier temps, je suis venue dans ce kiosque pour y travailler. Je venais aider ma mère en difficulté, de manière provisoire. Ça m'a finalement aidé moi-même à trouver un modèle économique stable pour vivre à Paris et j'y suis restée six ans ! Ironie du sort : après dix ans d'écoles d'art, je suis donc devenue marchande de journaux ! Pour ne plus me perdre entre recherches de moyens pour vivre et temps de création, j'ai décidé de faire un film sur mon job alimentaire, sur mon lieu de travail. Un film où l'on me voit doublement à l'œuvre : plasticienne et vendeuse de journaux. Le kiosque est donc devenu mon nouvel atelier, un nouveau laboratoire avec comme seuls outils : du papier et mon téléphone.

Une fois sur place, est-ce que vous avez tout de suite commencé à filmer, ou bien est-ce que vous aviez eu le temps de prendre quelques marques ?

Je me suis tout de suite emparée de mon téléphone (ma « caméra-stylo ») pour prendre des notes et me rappeler des choses indispensables pour devenir une vraie vendeuse de journaux. À ces notes audio, photos et vidéos s'ajoutaient des carnets noircis et des dessins, toujours en lien avec ce métier que je devais apprendre. J'ai ensuite filmé des heures cette fenêtre qui s'offrait à moi : ce cadre animé comme si j'étais au cinéma ou au théâtre. J'ai commencé à jouer à la sociologue depuis mon « poste d'observation » et à filmer la vie du kiosque et les clients. Mon téléphone, même tout petit, m'a permis de trouver la bonne distance. C'est lui qui m'a aidé à prendre mes marques ! Ça ne se voit pas dans le film, mais les premières années, j'étais très intimidée par cette nouvelle intimité partagée avec ces inconnus que je voyais chaque jour, à heure fixe. Une fois familiarisée avec cette nouvelle vie et certainement plus expérimentée, j'ai affiné le dispositif du film : un huis clos tourné au téléphone portable depuis la caisse. Un film d'immersion, où l'on verrait à travers mes yeux. Montrer l'envers du décor, les ficelles (de métier, de fabrication d'un film) est une chose que j'ai tendance à faire souvent. J'ai, d'ailleurs, toujours eu un grand intérêt pour les bonus DVD, parfois plus que pour les films eux-mêmes...



Les personnes qui croisent votre caméra, parfois de manière récurrente, deviennent un peu les acteurs du film et leur vie, le sujet. Aviez-vous déjà en tête à l'initiative du projet, que le film aurait quelque chose d'un journal de bord à plusieurs voix ?

Oui de toute évidence ! Je m'intéresse, de près et depuis longtemps, au journal filmé en tant qu'écriture audiovisuelle contemporaine. Au début, je me disais que ces images pouvaient faire l'objet d'une série, dans laquelle je pourrais développer les personnages au fil des saisons... Et dans le même temps, je rêvais de faire un film qui reprendrait la structure d'un journal papier, en consignait divers fragments de réalité dans un même objet : différentes rubriques, différents portraits, des enquêtes, des jeux... L'idée, plus tautologique, de réaliser un journal filmé sur le journal papier m'est apparue plus convaincante. J'ai donc voulu parler de ce métier menacé par le numérique avec les outils d'aujourd'hui, comme une sorte de réconciliation entre les deux mondes : l'un en perpétuel mouvement et de plus en plus immatériel et l'autre de plus en plus vieillissant. Dresser le portrait de ce métier impliquait aussi de filmer mes interactions avec les clients pour dresser dans le même temps un portrait de ces lecteurs qui nous font vivre. J'ai donc dû me mettre autant à nue que les personnes que j'ai filmées : on devait faire ce film ensemble ! Après tout, ce film est certainement un prétexte pour filmer « l'autre », la rencontre, le temps. Mélanger l'art et la vie ; la vie des gens qui ont traversé la mienne. Les clients habitués que nous avons gardé au montage avec Léa Chatauret sont ceux avec lesquels nous avons pu développer des mini intrigues. Nous nous sommes efforcées de ne garder que les échanges qui pouvaient se développer au fil de la narration, comme une série tout compte fait !



Comment vit-on le montage d'un film tourné sur dix ans ? Est-ce qu'il demeure encore des frustrations, des regrets, l'impression qu'il a fallu mettre de côté des éléments forts ?

Le montage a été pour moi une étape aussi terrifiante qu'exaltante ! Le film a mis dix ans à voir le jour, de sa conception à sa finalisation : six ans de tournage par intermittence et quatre ans en production. Au moment du montage, en 2018, j'étais déjà épuisée ! Je venais de passer trois ans à écrire des dossiers pour tenter de financer ce projet

et changer de boîte de production ; lorsqu'on a enfin réussi à rassembler l'argent nécessaire pour mettre le film en production, la monteuse initialement pressentie pour le film n'était plus disponible ! C'est l'argent qui détermine quand on peut travailler (ou



pas), qui distend le temps... et cette réalité a été la plus difficile à gérer ! J'ai donc rencontré Léa Chatauret à la dernière minute et ça a été pourtant une des plus belles rencontres du film ! Au début, j'étais terrifiée de me confronter enfin à cette matière (filmique) longtemps fantasmée sur papier et inquiète de savoir si elle allait tenir la route ! Je n'avais aucune idée de comment ma monteuse arriverait à tisser ces petites capsules iPhone entre-elles et si la pauvre qualité de mes images résisterait au grand écran ! Léa m'a aidé à prendre beaucoup de distance avec

ce projet et trouver ainsi le moyen de le faire partager à des spectateurs. Malgré un travail acharné, cette étape a été un vrai enchantement, une collaboration parfaite. J'arrivais avec des idées, parfois même de nouvelles images (lorsqu'il en manquait) et Léa structurait ce joyeux chaos en ne perdant jamais de vue notre trame narrative. J'ai bien sûr des regrets. Le montage est un vrai déchirement, un deuil à faire de certaines séquences qui ne peuvent pas trouver leur place dans le film ! Je regrette de n'avoir pas pu faire exister des personnes tant aimées : des clients ou des proches. Les membres de notre équipe notamment. Loïc qu'on aperçoit peu et Pierre, notre compagnon et collègue, qui est décédé pendant le tournage. Il figure cependant dans mes dessins et sur l'affiche du film. Il y a toujours des astuces à trouver. Je pourrais par exemple me rattraper avec les bonus, s'il y a une sortie DVD ! Un autre regret, plus formel cette fois, est de ne pas avoir pu jouer comme je l'avais prévu initialement, avec les divers formats et résolutions de mes images. Plastiquement ça aurait pu être très fort, comme autant de témoins du temps qui passe, d'une époque numérique... La multitude de dispositifs et d'histoires de vie croisées, nous a forcé à lisser les formats, les textures. Grâce à cela, et même s'il semble du coup être filmé sur une seule année, le film a gagné en clarté !



Quels défis techniques ont pu se présenter en filmant dans un petit espace en huis-clos, en travaillant à la fois sur la matière plastique et sur la matière filmique ?

Le défi était de faire un film en huis-clos, au kiosque sans jamais en sortir. Il fallait rendre compte de l'exiguïté de cet espace et arriver, dans le même temps, à tenir le spectateur pendant une heure vingt sans l'ennuyer. J'ai dans un premier temps tourné des images en cinéma direct pendant mes « permanences » au kiosque. Puisque j'étais payée pour vendre des journaux et ne pouvais ralentir la cadence du métier, j'ai opté pour une caméra embarquée. Filmer au téléphone portable a été la solution pour saisir au plus vite la fugacité des choses, ne pas effrayer les clients avec un gros dispositif technique et ne pas encombrer l'espace exigu déjà saturé. Ce dispositif a bien-sûr ses limites techniques : mise au point automatique, images « amateur » (mal exposées, pixélisées, tremblantes etc). Mais, l'esthétique brute du film « en train de se faire » participe aussi au parti pris de faire un film seule, bricolé. Puis pour élargir l'espace, créer des respirations et sortir du huis-clos par images interposées, j'ai eu recours à l'utilisation de nouvelles « fenêtres », de nouveaux « écrans ». J'ai intégré mes dessins, filmé les supports de l'information (journaux, magazines, poste de radio, téléphones...) et inséré des séquences « refabriquées » en studio. Ces dernières images, tournées au montage, sont intervenues dans une nécessité d'éclairer et de synthétiser les enjeux



de la crise de la presse papier. J'ai alors recréé un faux kiosque à la maison pour tourner ces séquences impossibles à filmer au kiosque puisqu'il n'existait plus ! Lier ces nouvelles séquences de fiction à celles de cinéma direct a été l'enjeu du montage image et du montage son. Il a fallu recréer des journées, des ambiances sonores pour rester dans une esthétique hyper réaliste et ne pas nous éloigner de la narration.

Tout le long du film, quelques pastilles apportent des précisions sur l'état de la vente de presse et son évolution. Est-ce que les dix ans de travail vous ont permis d'observer en direct les effets de l'effondrement du commerce de la presse en kiosque ?

Oui absolument ! Même s'il m'a fallu recréer à posteriori les séquences liées à la crise de la presse papier (mes images étaient trop anecdotiques et morcelées pour être utilisées telles quelles). Postée derrière ma caisse, j'ai été témoin en direct de l'évolution de cette crise. En quelques années, j'ai vu l'apparition de la presse gratuite, l'arrêt de l'édition de certains journaux, l'avènement des tablettes et smartphones... Après chaque Noël, on voyait les ventes s'effondrer ! Des clients pourtant fidèles depuis des années optaient pour l'abonnement de la version numérique de leur journal, plus rapide et moins chère. Nous avons aussi fait les frais des lourdes grèves qui ont opposé les ouvriers du livre et les grands groupes de presse : ça a terriblement affecté le métier ; les rares clients encore tenaces ont commencé à s'habituer à ne plus trouver la presse en kiosque et ont fini eux-mêmes par consulter les informations en ligne.



Quelles impressions gardez-vous de la profession ? Quelle expérience professionnelle, sentimentale, sociale ?

Pour jouer avec le superlatif tant chéri par les rédacteurs de journaux à sensation, je dirais que bien qu'il puisse être considéré, à juste titre, comme l'un des métiers les plus difficiles (amplitude horaires, conditions sommaires, manutention titanesque, lourdeur administrative pour gagner moins qu'un smic...), c'est certainement aussi le plus beau ! On est aux portes du monde, on s'entretient avec des personnes de toutes classes sociales et de toutes nationalités. Le kiosque est une caisse de résonance de l'actualité, une petite agora pour débattre des grands enjeux de notre époque, apprendre à composer avec l'altérité, déroutante parfois. C'est très riche. C'est une grande leçon de vie.



Le kiosque est témoin de l'histoire de votre famille sur quatre générations. Comment avez-vous vécu sa déconstruction ? Comment votre mère l'a-t-elle vécu ?

Nous l'avons tous vécu comme un déchirement au moment où le kiosque s'est « envolé ». Avec lui, partaient nos moments de rire, de larmes et d'inquiétude avec les clients, notre équipe. Ça a été la fin d'un monde, de notre communauté en quelque sorte. Aujourd'hui, c'est par ailleurs un vrai soulagement pour ma mère qui en a fini avec les inquiétudes du métier qui ne cesse de s'effondrer. Pour ma part, je suis ravie d'avoir réussi à en garder une trace. Ce film est une déclaration d'amour à toutes ces personnes rencontrées. Malheureusement pour beaucoup disparues aujourd'hui.

Propos recueillis par **Nicolas Cury**
pour **Les Écrans Documentaires**





BIOGRAPHIE

Alexandra Pianelli est diplômée des Arts Décoratifs de Strasbourg.

Elle axe sa pratique autour des notions de travail et de jeu, aime le bricolage et se définit volontiers comme un couteau suisse.

Son travail s'articule à partir d'une quête de l'autre.
Celui qu'on n'a pas vu même si on était à côté.

Elle part d'une approche documentaire dans laquelle la réalité rejoint la fiction et s'efforce, sous la forme d'un jeu, de mettre en contact des niveaux de réalité tenus éloignés les uns des autres.

Elle réalise depuis quelques années des films sur son lieu de travail (des jobs alimentaires) où on la voit doublement « à l'oeuvre », « en train » de faire : réaliser un film à partir d'un job alimentaire lui permet, en tant qu'artiste, de ne plus se diviser entre recherche de moyens pour vivre et temps de création.

FILMS & VIDEOS

- 2020** *Le Kiosque* 78 min, long métrage documentaire
Coproducteur Les Films de l'œil sauvage, Ad Libitum et ViàGrandParis
avec la participation de Tënk et la F3C CFDT
Avec le soutien de Brouillon d'un Rêve (SCAM et SACEM), FAIA
et FSA (CNC), Procirep-Angoa, Régions AURA et PACA,
Dispositif « Cinéastes en résidence » (Périphérie) Régions Ile de France, Paca, Aura
- 2017** *Correspondance* (film évolutif depuis 2006), séries de vidéos épistolaires,
en collaboration avec Zoé Chantre
- 2013** *BangBang*, 90 min, vidéo réalisée à partir d'un dispositif participatif
à la Maison des Métallos, collaboration avec Zoé Chantre
- 2011** *Giro Giro Tondo*, 5 min, essai vidéo
It happened One night 1.8, 1.9, 2.0, 2.1, 3.0, série d'essais vidéos
- 2010** *10401*, 8 min, essai vidéo, boucle
Queen of the night, 2 min, essai vidéo
- 2009** *Fenêtres sur cour*, 6 min, essai vidéo
- 2008** *Fenêtres sur Cour* (*Quelque chose de Tennessee*), 17min, essai vidéo
- 2007** *Predator 1* (une ville), 3 min, essai vidéo
Sélection du Prix Jeunes Talents, Filmer en Alsace- Vidéo Les Beaux Jours [Strasbourg]
Predator 2 (*Je ne te dirai rien*) 10 min, essai vidéo

DOCUMENTAIRE SONORE

- 2005** *Odette/ Célia*, femme de ménage et accordéon musette, 35 min
Présélection au Prix Phonurgia Nova, Atelier de Création Sonore
et Radiophonique [Paris]

ÉDITION PAPIER

- 2008** *Projections Privées*, carnet de route (ed. Rives Dangereuses, 500 ex.),
collaboration Zoé Chantre
GRAA - Groupe de Recherches Artistiques en Appartement,
N° 1 (éd d'artistes, 5 ex.)

FICHE TECHNIQUE

Titre du film :	Le Kiosque
Réalisatrice :	Alexandra Pianelli
Auteure :	Alexandra Pianelli
Année de réalisation :	Février 2020
Durée :	78 minutes
Format :	16/9
Image :	Alexandra Pianelli Margaux Vendassi
Son :	Alexandra Pianelli
Montage image :	Léa Chatauret
Montage son :	Cyrille Carillon
Mixage :	Cyrille Carillon
Étalonnage :	Damien Pelletier-Brun
Musique :	Olaf Hund
Production :	Quentin Laurent Les Films de l'œil sauvage
Coproduction	Ad Libitum et ViàGrandParis
Design graphique :	Caroline Briard

Festivals

Champs Elysées Film Festival, 2020 : **Grand prix du jury** (ex-aequo)
Festival de films de femmes de Créteil, 2020 : **Mention spéciale du jury**
Etats Généraux du Documentaire, Lussas, 2020
Écrans documentaires, Arcueil, 2020 : **Prix du jury lycéen**
Sheffield Doc/Fest, 2020 - Section Into the World
Tallinn Black Nights, 2020
Message to Man, 2020
Dok Fest München, 2020 - Section Panorama
Beyond Borders IDF, 2020 : **Mention Spéciale**
Doc Lisboa, 2020
Festival du film de femmes, Créteil, 2020 : **Mention du jury**
Sélection à Premiers Plans d'Angers, 2021 (en compétition)
Festival Filmer le travail, 2021 : **Mention du jury**
Image de ville, Marseille, 2021

ANNEXE

Rond, rectangulaire, le kiosque se répand au cœur de l'Empire ottoman à partir du XIII^e siècle. Il est d'abord célèbre pour ses caractéristiques architecturales qui permettent de se protéger du soleil tout en étant ouvert vers l'extérieur. Très vite, musiciens et autres artistes s'emparent de la rue et du kiosque pour en faire un lieu de vie unique, en plein cœur des villes. C'est aux alentours de 1848 que le kiosque prend un nouveau sens : il n'est plus seulement un espace couvert sur une place publique qui abrite musiciens, marionnettes et théâtre, il mute au rythme de la société dans laquelle il s'inscrit pour devenir une maison de vente. Issu de l'allemand *der Kiosk*, le terme se métamorphose pour adopter une signification économique qui va de pair avec les mutations de la société.

En 1857, il apparaît à Paris sur les Grands Boulevards. Devenu une petite boutique sur l'espace public, le kiosque permet aux revendeurs d'être en proximité immédiate avec les habitants. On y vend principalement des journaux, mais aussi des fleurs, des cigarettes... C'est cette proximité que nous allons apprécier, qui va s'inscrire dans le paysage urbain et devenir un véritable objet patrimonial. Il représente à la fois un héritage culturel, mais aussi une relation entre commerçants et habitants qui le définit comme un élément essentiel de l'espace public.

Hélas, malgré ces atouts et l'affection des habitants pour les kiosques à journaux, les répercussions économiques liées à la mondialisation provoquent la baisse des ventes et ce sont les kiosquiers qui subissent directement les conséquences. En cause, la raréfaction et la numérisation de la presse écrite, où on préférera s'informer « en direct » par une application sur son téléphone.

Comme beaucoup de commerces de proximité, le kiosque à journaux perd de sa vitalité car il offre une surface de vente réduite et l'offre reste parfois peu accessible comparé à celles que nous pouvons trouver sur Internet. C'est pourquoi les villes ont lancé un projet de modernisation globale, pour proposer le « Kiosque de demain. »

Sources : Médiakiosk / Wikipédia

Le nombre de marchands de journaux ne cesse de diminuer en France et les ventes par abonnement, elles, ont tendance à progresser.

2011	28 579 diffuseurs de presse
2019	21 988 diffuseurs de presse
2013	586 kiosques
2019	454 kiosques
2000	3,8 milliards d'€ de ventes au numéro de journaux et magazines
2018	2,2 milliards d'€ de ventes au numéro de journaux et magazines

Source : La Croix, article du 29/07/2020, à Marseille, la reconversion d'anciens kiosques de presse