

TABLEAU DE BORD LES VENTES PAR SECTEURS AU 4^e TRIMESTRE 2011

Indicateur Livres Hebdo/I+C

SIX SECTEURS AU-DESSUS DE LA MOYENNE DU MARCHÉ Presque tous les rayons reculent

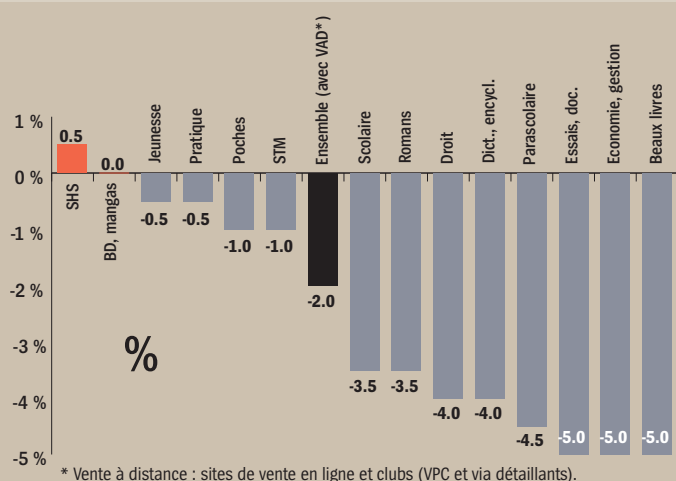
Alors que les ventes de livres au détail se sont contractées de 2 % en valeur au quatrième trimestre 2011, par rapport à la même période de l'année précédente, seuls six secteurs parviennent à se hisser au-dessus de la moyenne du marché, et **seul le domaine des sciences humaines affiche une évolution faiblement positive (+ 0,5 %)**.

Le rayon BD et mangas stagne (0 %) ; la jeunesse et le pratique sont en léger

tassement (- 0,5 %), le poche et les ouvrages scientifiques, techniques et médicaux s'inscrivent en retrait modéré (- 1 %).

Toutes les autres catégories de livres sont en baisse sensible, et en particulier les beaux livres et livres d'art, les essais et documents et l'économie et gestion, qui ressortent tous à - 5 % en euros courants.

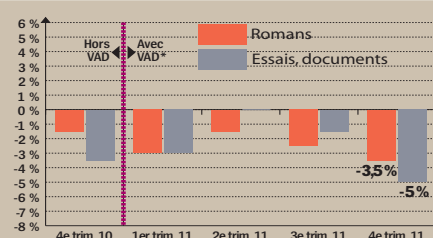
LES VENTES PAR SECTEURS AU 4^e TRIMESTRE (AVEC VAD*)



ROMANS/ESSAIS, DOCUMENTS

Les ventes de fiction décroissent au quatrième trimestre 2011, à - 3,5 % par rapport à la même période de l'année 2010. Si la vente à distance affiche une performance positive, les hypermarchés sont en net recul.

Les essais et documents enregistrent une chute des ventes plus importante encore (- 5 %) à l'automne 2011, par rapport au dernier trimestre 2010. La baisse des ventes de ce rayon est sensible dans l'ensemble des circuits de distribution.

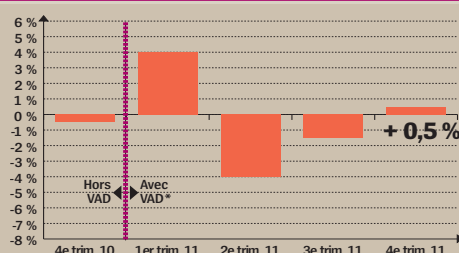


* Vente à distance : sites de vente en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

SCIENCES HUMAINES

Seules à croître au quatrième trimestre 2011, les ventes d'ouvrages de sciences humaines progressent marginalement de 0,5 % à un an d'intervalle.

L'activité est tirée en avant par la vente à distance et les hypermarchés.

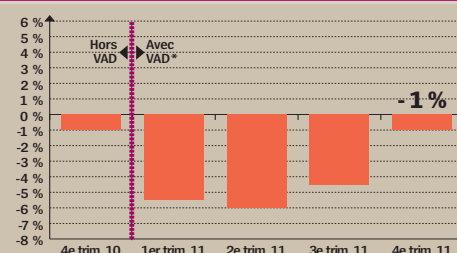


* Vente à distance : sites de vente en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

SCIENTIFIQUE, MÉDICAL

A un an d'intervalle, le rayon scientifique et médical concède 1 % en euros courants à l'automne 2011.

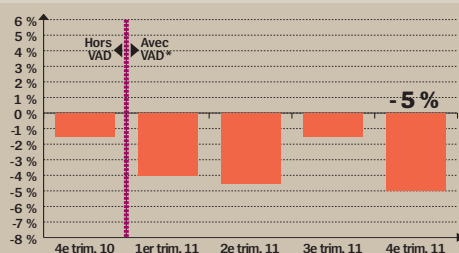
Les ventes sont cependant en croissance dans le circuit de vente à distance comme dans celui des hypermarchés.



* Vente à distance : sites de vente en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

ÉCONOMIE, GESTION

Les ventes de livres d'économie et de gestion se sont de nouveau contractées, et le repli atteint - 5 % à la fin 2011 par rapport à la fin 2010. L'ensemble des circuits enregistre un recul de l'activité dans ce rayon.

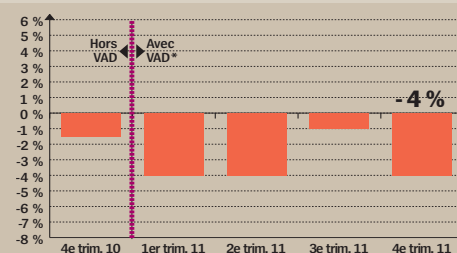


* Vente à distance : sites de vente en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

DROIT

Comme celles des autres ouvrages dits techniques, les ventes de livres de droit se sont nettement dégradées au quatrième trimestre 2011, à - 4 % par rapport au quatrième trimestre 2010.

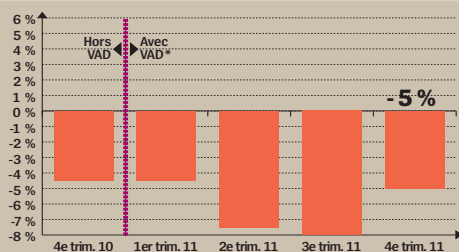
Ce recul est particulièrement sensible dans les hypermarchés.



* Vente à distance : sites de vente en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

BEAUX LIVRES

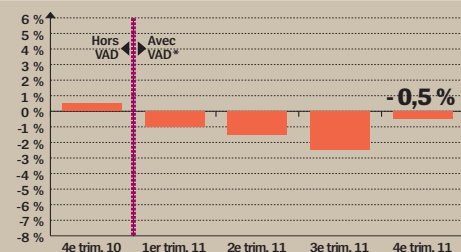
Le rayon des beaux livres et des livres d'art a connu une forte diminution au cours des trois derniers mois de l'année 2011, à - 5 %. La vente à distance est le seul circuit de distribution où les ventes sont en progression sur cette catégorie.



* Vente à distance : sites de vente en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

PRATIQUE

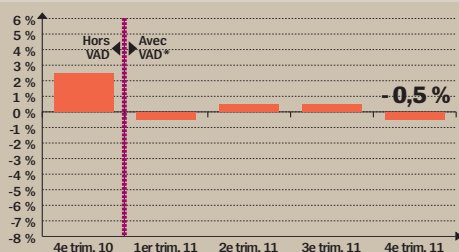
A un an d'intervalle, le rayon des livres pratiques connaît un léger reflux au cours de l'automne (- 0,5 %) mais reste au-dessus de la moyenne du marché. La vente à distance est particulièrement dynamique sur ce segment.



* Vente à distance : sites de vente en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

JEUNESSE

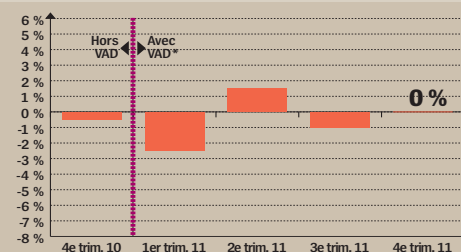
Au quatrième trimestre, les ventes de livres pour la jeunesse se contractent de 0,5 % à un an d'intervalle. Les hypermarchés, particulièrement, ont vu leurs ventes s'amoindrir sur ce secteur.



* Vente à distance : sites de vente en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

BD/MANGAS

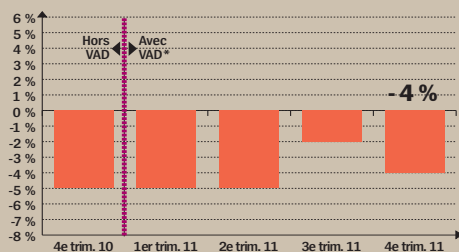
Le rayon BD et mangas se stabilise en fin d'année, comparé à son niveau de la même période de 2010. Les ventes ont toutefois bien progressé dans les circuits de la vente à distance et de la librairie de 1^{er} niveau.



* Vente à distance : sites de vente en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

DICTIONNAIRES, ENCYCLOPÉDIES

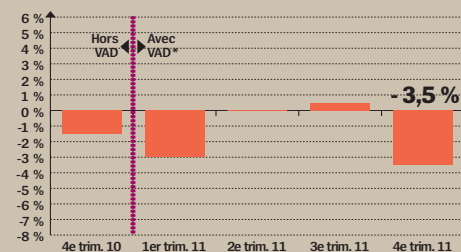
Les ventes de dictionnaires et d'encyclopédies se détériorent une fois de plus en fin d'année 2011, à - 4 % à un an d'intervalle. A l'exception de la vente à distance, tous les circuits de commercialisation du livre sont touchés par le reflux, et plus particulièrement les hypermarchés.



* Vente à distance : sites de vente en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

SCOLAIRE

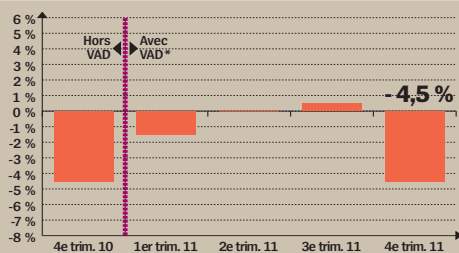
Au quatrième trimestre 2011, le rayon des livres scolaires a connu une baisse de l'ordre de 3,5 % par rapport au même trimestre de l'année 2010. Les grandes surfaces culturelles enregistrent pourtant un développement de leur activité sur ce segment à un an d'intervalle.



* Vente à distance : sites de vente en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

PARASCOLAIRE

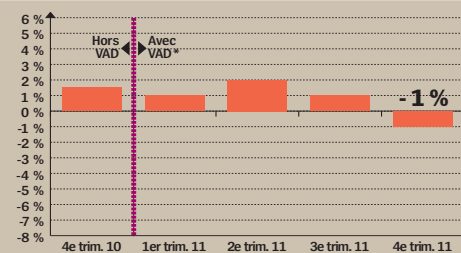
Comme celui du scolaire, le rayon des livres parascolaires a connu une désaffection, de l'ordre de 4,5 % au dernier trimestre de 2011 par rapport à la même période de l'année précédente. Les grandes surfaces culturelles bénéficient cependant d'une activité bien orientée sur ce type d'ouvrages.



* Vente à distance : sites de vente en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

POCHES

A l'automne 2011, l'évolution des ventes de livres de poche marque un repli par rapport à la même période de 2010, à - 1 %. Les grandes surfaces culturelles sont les seules à progresser sur cette catégorie d'ouvrages. L'activité reste stable dans les librairies de 1^{er} niveau.



* Vente à distance : sites de vente en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

* Vente à distance : sites de vente en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

Enquête réalisée par l'Institut I + C pour le compte de *Livres Hebdo* auprès d'un large échantillon représentatif des librairies générales de 1^{er} niveau, des librairies de 2^e niveau, des grandes surfaces culturelles, des hypermarchés, des clubs via détaillants, des soldeurs et des grands magasins. Les résultats sont établis selon la méthode des quotas pondérés. Précédente enquête : LH 886 du 18.9.2011 p. 41.