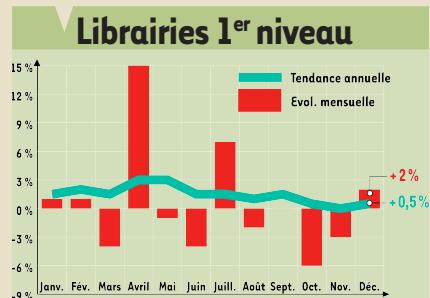


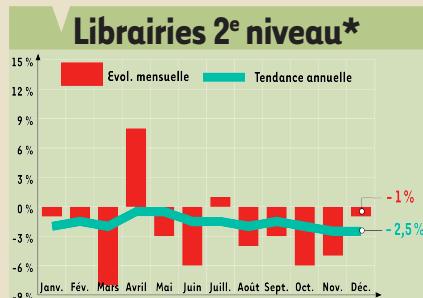
TABLEAU DE BORD

BAROMÈTRE MENSUEL. Le marché s'est ressaisi à l'occasion des fêtes de fin d'année.
Indicateur Livres Hebdo/I+C

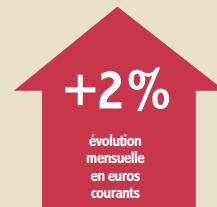
Le livre a tenu bon en décembre



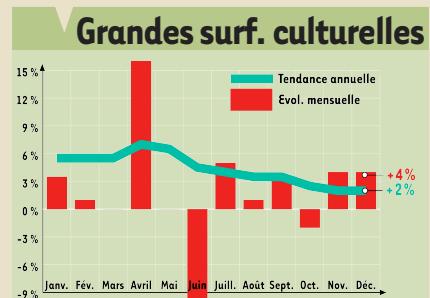
Gagnant 2 % à un an d'intervalle, les ventes des librairies de 1^{er} niveau redémarrent en décembre. Sur l'année, les ventes croissent de 0,5 %.



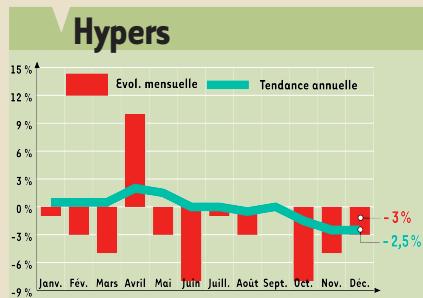
Les librairies de 2^e niveau voient leurs ventes baisser de 1 % en décembre. Le rythme annuel de croissance se stabilise à -2,5 %.



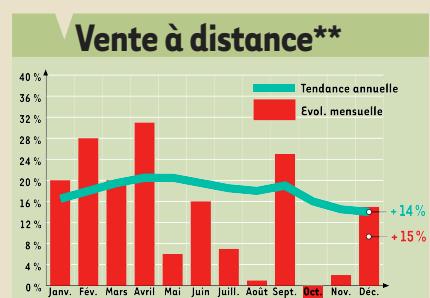
La progression des ventes de livres au détail en décembre, à +2 % en euros courants (+0,5 % en volume), tranche dans un contexte économique de plus en plus dégradé. Après deux mois consécutifs de baisse, le marché du livre s'est ressaisi à l'occasion des fêtes de fin d'année. Sa tendance annuelle se stabilise : l'année 2008 se conclut sur une hausse des ventes de 1 % en euros courants, soit une stagnation en volume.



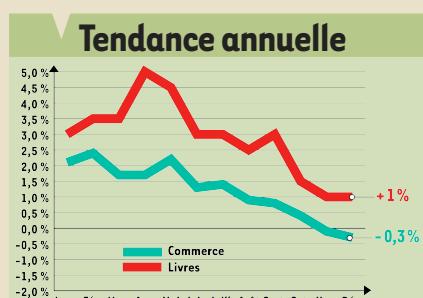
Après avoir tiré leur épingle du jeu en novembre, les grandes surfaces culturelles affichent 4 % de hausse en décembre et 2 % sur l'année.



Les hypermarchés réalisent encore la plus mauvaise performance du mois à -3 %. Leur bilan annuel s'inscrit à -2,5 %.



La VAD, dont les clubs via détaillants, termine l'année par une hausse de 15 % en décembre.



Evolution en valeur de la tendance sur 12 mois des ventes du commerce (source : Banque de France) et des livres.

Décembre 2008/2007			
	Décembre 2008 par rapport à décembre 2007	Tendance annuelle	Cumul exercice depuis janvier
Ventes de livres			
en euros courants	+ 2 %	+ 1 %	+ 1 %
corrigés des jours ouvrables	+ 1 %		
en volume	+ 0,5 %	0 %	
Ventes du commerce	- 1,2 %	- 0,3 %	- 0,3 %

Source : Banque de France

* Y compris soldeurs et grands magasins. ** Vente à distance : sites de vente en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

Baromètre réalisé par l'Institut I + C pour le compte de *Livres Hebdo* à partir d'une enquête 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 librairies en ligne, des clubs, des soldeurs et des grands magasins. Les résultats sont établis selon la méthode des quotas pondérés. Précédent baromètre : LH 759, du 9.01.2009, p. 27.