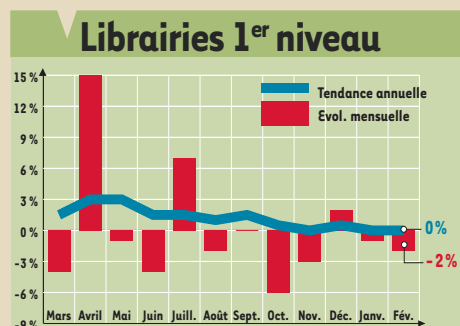
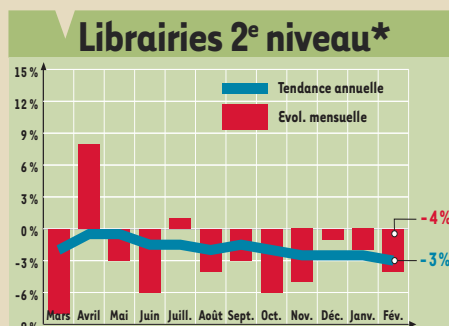


BAROMÈTRE MENSUEL. Bonne santé des GSC et des hypers en février.
Indicateur Livres Hebdo/I+C

Le marché reste difficile pour la librairie



L'activité des librairies de 1^{er} niveau se tasse pour le deuxième mois consécutif à -2 % tandis que la tendance annuelle stagne à 0 %.

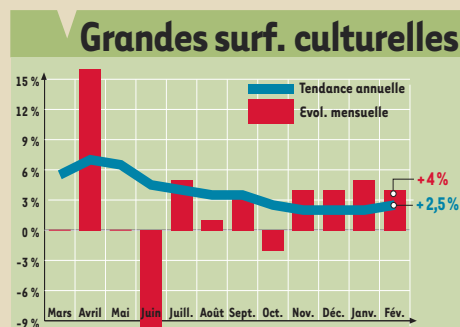


Les librairies de 2^e niveau enregistrent un nouveau recul de 4 % en février et leur rythme annuel de croissance perd un demi-point à -3 %.

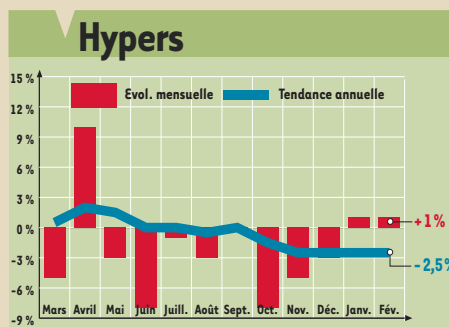
+1,5%
évolution mensuelle en euros courants

Dans une conjoncture économique de plus en plus délicate, les ventes de livres demeurent bien orientées en

février 2009 à +1,5 % en euros courants (+0,5 % en euros constants) par rapport à février 2008 qui comptait pourtant un jour ouvrable de plus. La tendance annuelle des ventes se maintient à 1 %.

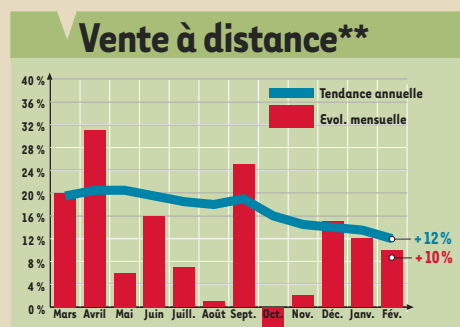


Les ventes dans les grandes surfaces culturelles restent bien orientées : +4 % en février, tandis que leur tendance annuelle passe à +2,5 %.

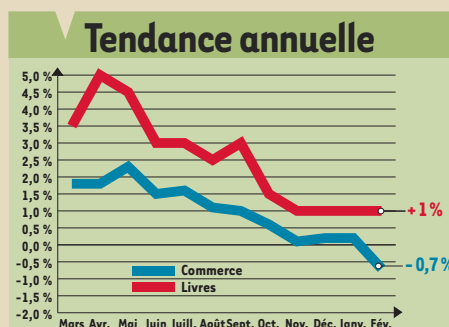


Pour le deuxième mois consécutif, les hypers sortent la tête de l'eau avec des ventes à +1 % mais une tendance annuelle toujours à -2,5 %.

La performance est d'autant plus remarquable que, simultanément, le commerce tous produits confondus plonge de 7,7 % en février, portant la tendance annuelle à -0,7 %. Tous les postes de consommation décrochent, notamment l'ameublement, l'électroménager et même l'habillement qui chute après l'engouement pour les soldes de janvier.



La vente à distance, dont les clubs via détaillants, poursuit l'année à la hausse : +10 %.



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

Février 2009/2008

	Février 2009 par rapport à février 2008	Tendance annuelle	Cumul exercice depuis janvier
Ventes de livres			
en euros courants	+ 1,5 %	+ 1 %	+ 2 %
corrigés des jours ouvrables	+ 2 %		
en volume	+ 0,5 %	0 %	
Ventes du commerce	- 7,7 %	- 0,7 %	- 2 %

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 767, du 6.3.2009, p. 29.