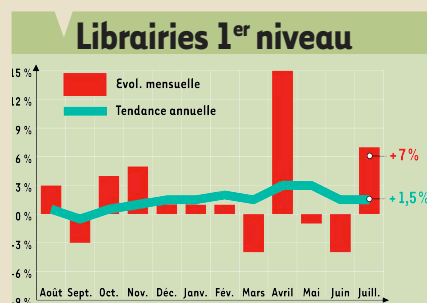


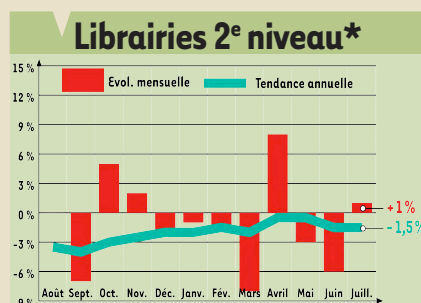
TABLEAU DE BORDI

BAROMÈTRE MENSUEL. Avec un samedi de plus que l'an passé, le marché gagne 3,5 %.
Indicateur Livres Hebdo/I+C

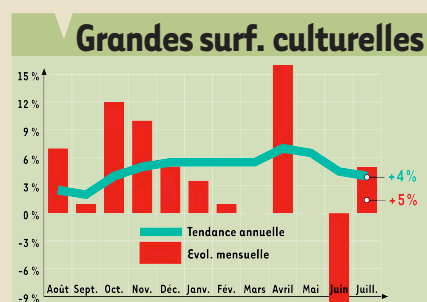
Le marché du livre se ressaisit en juillet



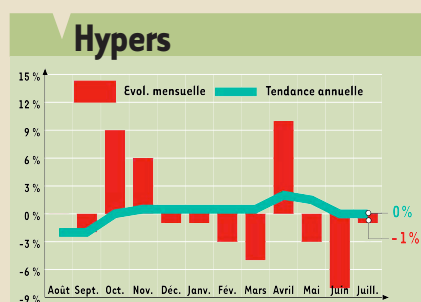
Réalisant la meilleure performance du mois, les ventes du 1^{er} niveau remontent à +7 % tandis que leur tendance annuelle se stabilise à + 1,5 %.



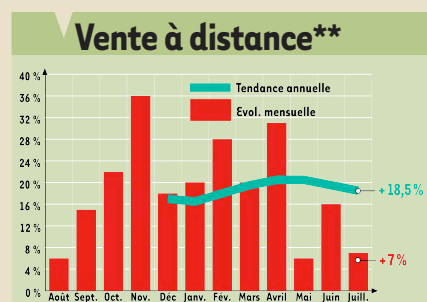
L'activité du 2^e niveau, des grands magasins et des soldeurs gagne 1 % en juillet, maintenant leur rythme annuel de croissance à - 1,5 %.



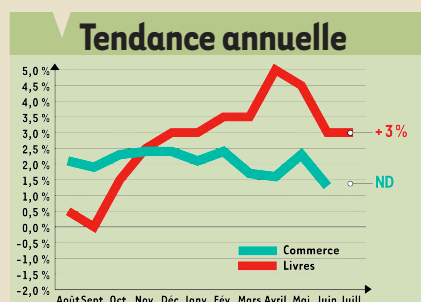
Les grandes surfaces culturelles affichent en juillet une hausse de 5 % mais leur tendance annuelle perd un demi-point à + 4 %.



Dans les hypermarchés, les ventes remontent, mais à - 1 % seulement.



A + 7 %, les VAD et clubs poursuivent leur course en tête avec une tendance annuelle à + 18,5 %.



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

Juillet 2008/2007

	Juillet 2008 par rapport à juillet 2007	Tendance annuelle	Cumul exercice depuis janvier
Ventes de livres			
en euros courants	+ 3,5 %	+ 3 %	+ 2 %
corrigés des jours ouvrables	- 3 %		
en volume	+ 3 %	+ 2,5 %	
Ventes du commerce	ND	ND	ND

Source : Banque de France

+3,5 %

évolution
mensuelle
en euros
courants

courants (3 % en volume) par rapport à juillet 2007.

L'indice de confiance des ménages publié par l'Insee s'est encore détérioré en juillet, pour le treizième mois consécutif, établissant un record de faiblesse historique à - 48. Partiellement épargné par la sinistrose ambiance et aidé par un jeu calendaire favorable (un samedi de plus en juillet 2008 qu'en juillet 2007), le marché du livre se stabilise sur un rythme annuel de 3 % de hausse en euros courants et 2,5 % en volume.

Mais tous les circuits ne profitent pas dans les mêmes proportions de l'animation de la demande de juillet. Ainsi, les premiers bénéficiaires sont les librairies générales de premier niveau qui affichent 7 % de progression à un an d'intervalle, ainsi que la vente à distance (y compris clubs via détaillants), ce qui constitue pour ce circuit une contre-performance relative. Viennent ensuite les grandes surfaces culturelles qui atteignent 5 % d'augmentation avec des disparités très sensibles selon les enseignes. Les librairies de deuxième niveau, les soldeurs et les grands magasins échappent également à la récession avec 1 % de progression. Seuls les hypermarchés font état d'un recul d'activité, d'ampleur toutefois très limitée (- 1 %).

Les tendances annuelles s'échelonnent désormais de + 4 % pour les grandes surfaces culturelles à - 1,5 % pour le deuxième niveau. Ceci en faisant bien entendu abstraction de la vente à distance et des clubs via détaillants qui font toujours leur cavalier seul avec 18,5 % de croissance en rythme annuel.

* 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 742, du 22.8.2008, p. 26.