

TABLEAU DE BORD

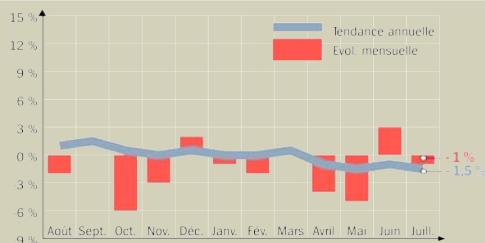
BAROMÈTRE MENSUEL DES VENTES

Indicateurs Livres Hebdo/I+C

AVANTAGE AUX GRANDES SURFACES ET À LA VENTE À DISTANCE

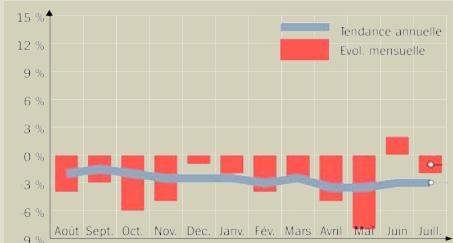
Hausse modérée en juillet

LIBRAIRIES 1^{er} NIVEAU



Après la parenthèse enchantée de juin, le premier niveau affiche en juillet un tassement des ventes de 1 % en euros courants. La tendance annuelle perd un demi-point (- 1,5 %).

LIBRAIRIES 2^e NIVEAU*



L'activité des librairies de 2^e niveau, soldeurs et grands magasins repart à la baisse en juillet (- 2 %) tandis que son rythme annuel de croissance stagne à - 3 %.



ÉVOLUTION MENSUELLE EN EUROS COURANTS

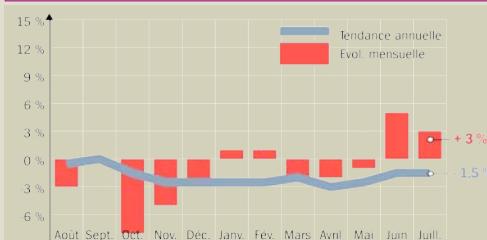
Dans un contexte économique dégradé, le marché du livre reste dynamique en juillet. Avec le même nombre de jours ouvrables que l'an passé, il progresse de 2 % en euros courants (+ 1,5 % en volume), par rapport à un mois de juillet 2008 marqué par une progression sensible (+ 3,5 %).

GRANDES SURFACES CULTURELLES



La bonne orientation des ventes dans les grandes surfaces culturelles se prolonge en juillet (+ 4 %), tandis que la tendance annuelle s'inscrit à + 2 %.

HYPERS



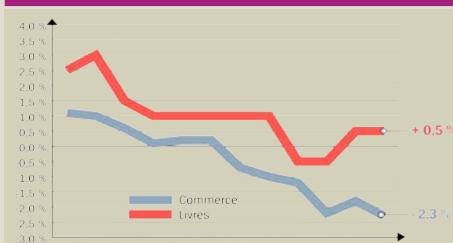
Les hypermarchés sortent la tête de l'eau pour le deuxième mois consécutif, avec une hausse des ventes de 3 % en juillet, qui stabilise leur tendance annuelle à - 1,5 %.

VENTE À DISTANCE**



A + 7 % en juillet, la vente à distance et les clubs via détaillants voient leur rythme annuel de croissance stagner à + 8 %.

TENDANCE ANNUELLE



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

JUILLET 2009/2008

	Juillet 2009 par rapport à juillet 2008	Tendance annuelle	Cuml exercice depuis janvier
Ventes de livres en euros courant	+ 2 %	+ 0,5 %	+ 1 %
Corrigés des jours ouvrables	+ 2 %		
En volume	+ 1,5 %	- 0,5 %	
Ventes du commerce	+ - 3,4 %	- 2,3 %	- 3,3 %

* Y compris soldes 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 soldes et des grands magasins. Les résultats sont établis selon la méthode des quotas pondérés.

Précédent baromètre : LH 785, du 21.8.2009, p. 28.