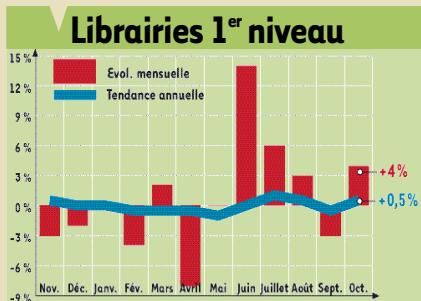


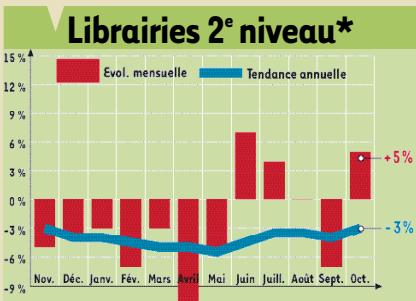
ITABLEAU DE BORD

BAROMÈTRE MENSUEL. Six jours ont suffi au jeune sorcier pour réveiller le marché.

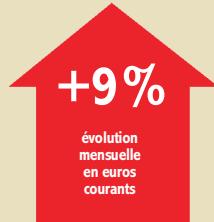
Harry Potter met le feu en octobre



Avec seulement 4 % de croissance en octobre, la librairie de premier niveau a moins profité de l'effet Potter que les autres circuits de vente.



La parution d'*Harry Potter et les reliques de la mort* a donné une bouffée d'oxygène au commerce de proximité, en hausse de 5 %.



Le jeune sorcier de J. K. Rowling est arrivé une fois de plus en octobre à la rescoufse d'un marché du livre en berne. Lancé le 26 octobre à

1,8 million d'exemplaires, *Harry Potter et les reliques de la mort* a réussi en six jours de vente à sauver le bilan du mois qui s'est achevé sur un bond de + 9 % en euros courants (+ 8 % en volume) par rapport à octobre 2006 – où les ventes avaient chuté de 9 % par contrecoup des ventes records enregistrées en octobre 2005 par le précédent Harry Potter, *Harry Potter et le prince de sang-mêlé*.

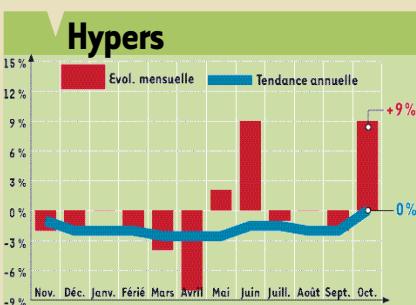
Cette nouvelle performance se trouve facilitée par une dynamique commerciale favorable en octobre à l'ensemble du commerce de détail, tous produits confondus (+ 4,8 %), et par un jeu calendrier favorable, avec un jour de plus en octobre 2007 qu'en octobre 2006. En données corrigées des jours ouvrables, la hausse des ventes de livres ne s'inscrit qu'à + 5,5 %. Cependant, le rythme annuel de croissance du marché du livre gagne un point et demi en un mois, dépassant désormais 1,5 % en euros courants (un peu plus de 0,5 % en volume compte tenu de l'évolution de l'indice Insee des prix du livre).

En octobre, hors de la vente à distance et des clubs via détaillants, qui enregistrent 22 % de croissance, ce sont les grandes surfaces culturelles qui ont le plus bénéficié de l'effet Potter (+ 12 %), devant les hypermarchés (+ 9 %) et... les librairies de deuxième niveau (+ 5 %). En revanche, une fois n'est pas coutume, les librairies générales de premier niveau n'affichent que 4 % de hausse d'activité en octobre. Elles n'ont donc que modérément profité du phénomène de « best-sellerisation » des aventures du jeune sorcier.

Néanmoins, la tendance annuelle des ventes de livres gagne 1 à 2 points dans tous les circuits de vente.



Les grandes surfaces culturelles ont pleinement bénéficié de l'effet Potter qui leur permet d'afficher un saut de 12 % de leur activité.



Le miracle d'octobre (+ 9 %) permet aux hypermarchés de rompre un cycle d'activité resté médiocre durant l'essentiel de l'année.



La vente à distance et les clubs via détaillants poussent leur avantage, avec un bond de 22 %.



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

Octobre 2007/2006			
Octobre 2007 par rapport à octobre 2006	Tendance annuelle	Cumul exercice depuis janvier	
Ventes de livres			
en euros courants	+ 9 %	+ 1,5 %	+ 2,5 %
corrigés des jours ouvrables	+ 5,5 %		
en volume	+ 8 %	+ 0,5 %	
Ventes du commerce	+ 4,8 %	+ 2,3 %	+ 2,6 %
Source : Banque de France			

* Y compris soleurs 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 soleurs et des grands magasins. Les résultats sont établis selon la méthode des quotas pondérés. Précédent baromètre : LH 708, du 2.11.2007, p. 23.