

LA PLUPART DES SECTEURS SONT EN BAISSSE

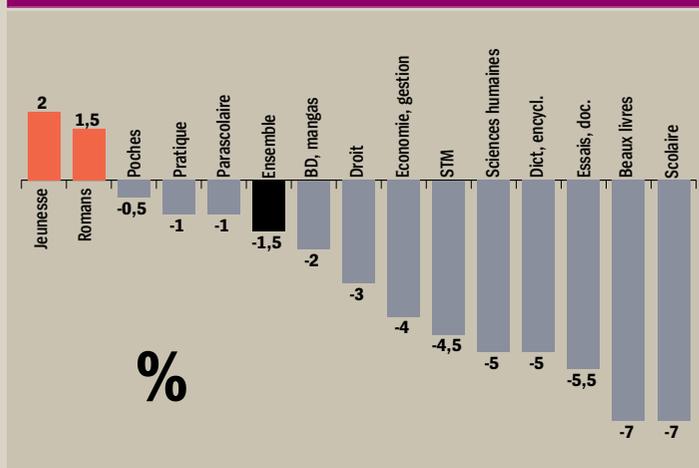
Jeunesse et romans gardent la forme

Au deuxième trimestre, où les ventes de livres ont reculé en moyenne de 1,5 % en euros courants par rapport à la même période en 2013, seuls les secteurs jeunesse (+ 2 %) et romans (+ 1,5 %) évitent un recul d'activité.

Les poches, les ouvrages pratiques et le parascolaire se maintiennent au-dessus de la moyenne du marché.

Tous les autres secteurs reculent sensiblement. Les rayons beaux livres-livres d'art et livres scolaires affichent les plus fortes diminutions (- 7 %) sur cette période. Les autres catégories d'ouvrages enregistrent des baisses de chiffre d'affaires de - 2 % (BD, manga), - 3 % (droit), - 4 % (économie, gestion), - 4,5 % (STM), - 5 % (sciences humaines et dictionnaires, encyclopédies) et - 5,5 % (essais et documents).

LES VENTES PAR SECTEURS AU 2^e TRIMESTRE

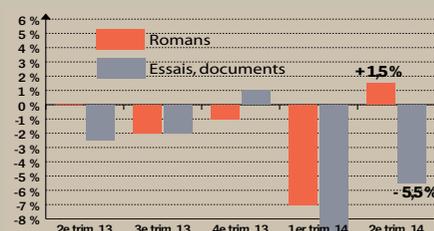


Ces évolutions incluent la vente à distance (VAD) : ventes en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

ROMANS, ESSAIS-DOCUMENTS

Les ventes de fiction se sont ressaisies au 2^e trimestre 2014, à + 1,5 % par rapport au même trimestre de l'année précédente.

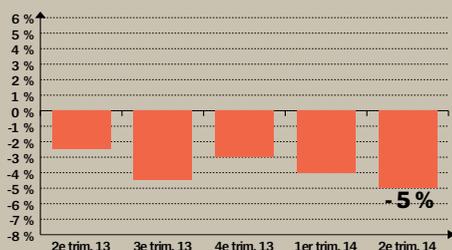
Les très bons résultats enregistrés dans les hypermarchés ont pu compenser le faible dynamisme observé dans les grandes surfaces culturelles. A contrario, le recul de chiffre d'affaires enregistré en début d'année par les essais et documents perdue au printemps (- 5,5 %). Comme au 1^{er} trimestre, les ventes chutent dans les hypermarchés et les grandes surfaces culturelles. Seules les librairies de 1^{er} niveau bénéficient d'une croissance de l'activité sur cette période.



Ces évolutions incluent la vente à distance (VAD) : ventes en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

SCIENCES HUMAINES

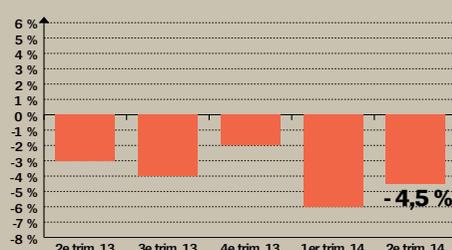
Les ventes d'ouvrages de sciences humaines continuent de se dégrader au printemps 2014, à - 5 % par rapport à la même période en 2013. A l'exception des librairies de 1^{er} niveau, dont le chiffre d'affaires SHS progresse timidement, l'ensemble des circuits accuse des baisses sensibles.



Ces évolutions incluent la vente à distance (VAD) : ventes en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

SCIENTIFIQUE, MÉDICAL

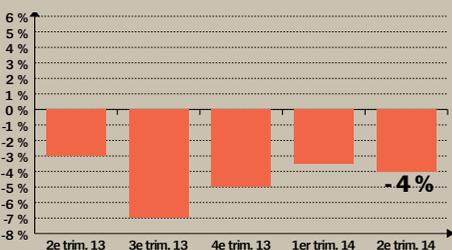
Les ventes d'ouvrages scientifiques, techniques et médicaux se replient de 4,5 % à un an d'intervalle. Seules les ventes des librairies de 2^e niveau sont orientées à la hausse.



Ces évolutions incluent la vente à distance (VAD) : ventes en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

ÉCONOMIE, GESTION

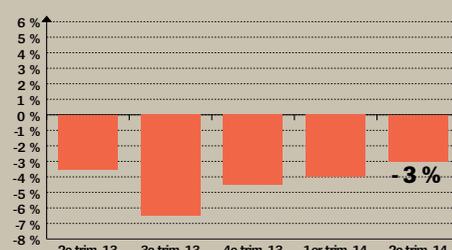
Le rayon économie et gestion voit son activité se dégrader avec une baisse des ventes de 4 % au deuxième trimestre. Les hypermarchés se distinguent en stabilisant leurs ventes sur ce segment.



Ces évolutions incluent la vente à distance (VAD) : ventes en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

DROIT

Le rayon droit connaît, comme les autres domaines spécialisés, une diminution de son chiffre d'affaires, à - 3 % au deuxième trimestre par rapport à la même période en 2013. Seuls les hypermarchés se démarquent par des ventes stables.



Ces évolutions incluent la vente à distance (VAD) : ventes en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

BEAUX LIVRES

La dégradation des ventes de beaux livres et livres d'art s'intensifie au deuxième trimestre, atteignant - 7 % à un an d'intervalle. Les librairies de 1^{er} niveau sont les seules à échapper à la chute qui touche tous les autres circuits.



Ces évolutions incluent la vente à distance (VAD) : ventes en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

PRATIQUE

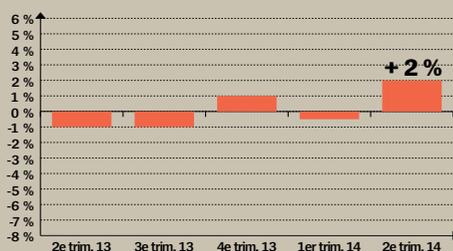
Au-dessus de la moyenne du marché, les ventes de livres pratiques se contractent cependant au deuxième trimestre. (- 1 %). Les librairies de 1^{er} niveau et, dans une moindre mesure, les hypermarchés bénéficient d'une progression d'activité sur ce type d'ouvrages.



Ces évolutions incluent la vente à distance (VAD) : ventes en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

JEUNESSE

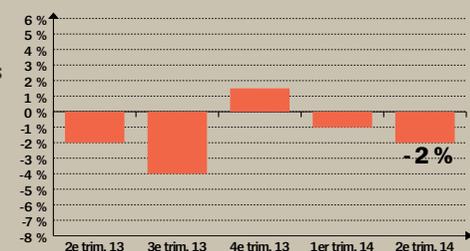
Déjà mieux orienté que les autres rayons en début d'année, le rayon jeunesse voit ses ventes progresser de 2 % au 2^e trimestre, par rapport au 2^e trimestre 2013. L'embellie est particulièrement marquée dans les librairies de 1^{er} niveau.



Ces évolutions incluent la vente à distance (VAD) : ventes en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

BD/MANGAS

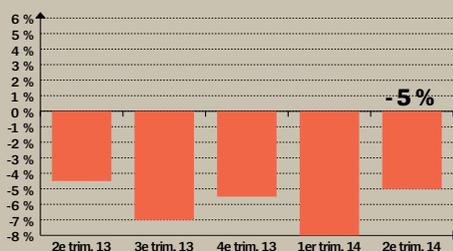
Proche de la moyenne du marché, l'activité du rayon BD et mangas connaît, comme au trimestre précédent, une baisse limitée de ses ventes : - 2 % à un an d'intervalle. Le neuvième art résiste dans les librairies de 1^{er} et de 2^e niveau ce trimestre.



Ces évolutions incluent la vente à distance (VAD) : ventes en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

DICTIONNAIRES, ENCYCLOPÉDIES

Au deuxième trimestre, le rayon des dictionnaires et encyclopédies se détériore une fois de plus (- 5 %). Tous les circuits de vente sont touchés par ce repli.



Ces évolutions incluent la vente à distance (VAD) : ventes en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

SCOLAIRE

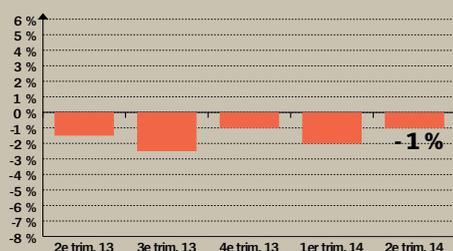
L'activité du rayon des livres scolaires reste parmi les plus dégradées. La baisse se maintient à - 7 % au 2^e trimestre 2014 par rapport au même trimestre de l'année précédente. Ces mauvaises performances proviennent pour l'essentiel de l'effondrement des ventes de ce type d'ouvrages dans les hypermarchés.



Ces évolutions incluent la vente à distance (VAD) : ventes en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

PARASCOLAIRE

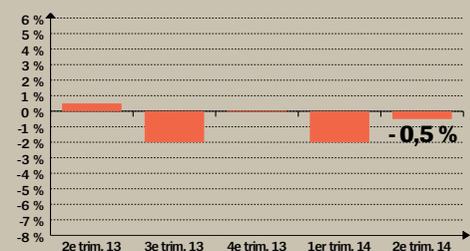
Les livres parascolaires demeurent moins affectés que les livres scolaires. Au-dessus de la moyenne du marché, leurs ventes ne se contractent que de 1 % à un an d'intervalle. Les librairies de 1^{er} niveau sont désormais les mieux orientées sur ce rayon.



Ces évolutions incluent la vente à distance (VAD) : ventes en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

POCHES

Quasi stables à un an d'intervalle, les ventes de livres de poche confirment que l'activité de ce rayon demeure mieux orientée que celle de l'ensemble du marché du livre. Ce type d'ouvrages reste porteur dans les librairies de 1^{er} niveau.



Ces évolutions incluent la vente à distance (VAD) : ventes en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

* Vente à distance : sites de vente en ligne et clubs (VPC et via détaillants).

Enquête réalisée par l'Institut I+C pour le compte de Livres Hebdo 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 clubs via détaillants, des soldes et des grands magasins. Les résultats sont établis selon la méthode des quotas pondérés. Précédente enquête : LH 999 du 23.5.2014, p. 36.