



## Groupe JAJ

40 rue Beaumarchais – 93100 MONTREUIL  
Contact Presse et Investisseurs : Annie PASCUCIO : 01 41 58 62 22  
www.jaj.fr

Nous vous communiquons ci-dessous le chiffre d'affaires de GROUPE JAJ :

ANNEE	1er Trimestre	2ème Trimestre	3ème Trimestre	TOTAL
	du 1er avril au 30 juin	du 1er juillet au 30 septembre	du 1er octobre au 31 décembre	du 1er avril au 31 décembre
	<b>France</b>	<b>France</b>	<b>France</b>	<b>France</b>
<b>2014-2015</b>	<b>1 695 092</b>	<b>5 460 300</b>	<b>3 886 549</b>	<b>11 041 941</b>
2013-2014	1 846 116	5 085 712	4 226 550	11 158 378
%	-8.2%	7.4%	-8.0%	-1.0%
	<b>Export</b>	<b>Export</b>	<b>Export</b>	<b>Export</b>
<b>2014-2015</b>	<b>599 116</b>	<b>3 267 446</b>	<b>982 473</b>	<b>4 849 035</b>
2013-2014	685 936	2 575 364	1 100 040	4 361 340
%	-12.7%	26.9%	-10.7%	11.2%
	<b>Total</b>	<b>Total</b>	<b>Total</b>	<b>Total</b>
<b>2014-2015</b>	<b>2 294 208</b>	<b>8 727 746</b>	<b>4 869 022</b>	<b>15 890 976</b>
2013-2014	2 532 052	7 661 076	5 326 590	15 519 718
%	-9.4%	13.9%	-8.6%	2.4%

### CHIFFRE D'AFFAIRES EN PROGRESSION DE 2,4%

Groupe JAJ enregistre une croissance de 2,4% de son chiffre d'affaires sur les 9 premiers mois de l'exercice 2014-2015,

Le dernier trimestre n'a pas permis de consolider la forte croissance du 1er semestre.

Ce trimestre dédié aux réassorts a été très affecté par une météo exceptionnellement douce, qui a impacté la demande, notamment sur les pièces à manches (blousons textiles et cuirs).

La baisse continue du pouvoir d'achat et du trafic en magasin, accompagnée de très nombreuses et constantes promotions et rabais au sein des principales enseignes, ont également eu un effet négatif sur la saison hivernale.

Groupe JAJ affiche néanmoins une croissance des ventes sur les 3 premiers trimestres, et ce malgré un secteur textile en baisse continue depuis 7 ans sur le marché français.

Signe encourageant, les boutiques à enseigne Schott (en propre et en partenariat) ainsi que le webstore Schott ont affiché une croissance soutenue.

Ceci démontre l'attrait certain pour la marque et sa capacité à proposer une offre spécifique et clairement identifiée, basée sur un fort ADN et un juste rapport qualité/prix.