



## Groupe JAJ

40 rue Beaumarchais – 93100 MONTREUIL  
Contact Presse et Investisseurs : Fabrice JIMENEZ : 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>2019-2020</b>	<b>1 480 232</b>	<b>4 738 342</b>	<b>4 435 855</b>	<b>10 654 430</b>
<b>2018-2019</b>	<b>2 357 513</b>	<b>5 608 488</b>	<b>4 646 527</b>	<b>12 612 528</b>
%	-37.2%	-15.5%	-4.5%	-15.5%
	<b>Export</b>	<b>Export</b>	<b>Export</b>	<b>Export</b>
<b>2019-2020</b>	<b>934 164</b>	<b>2 948 971</b>	<b>1 733 791</b>	<b>5 616 927</b>
<b>2018-2019</b>	<b>775 575</b>	<b>2 649 589</b>	<b>1 633 202</b>	<b>5 058 366</b>
%	20.4%	11.3%	6.2%	11.0%
	<b>Total</b>	<b>Total</b>	<b>Total</b>	<b>Total</b>
<b>2019-2020</b>	<b>2 414 396</b>	<b>7 687 314</b>	<b>6 169 646</b>	<b>16 271 356</b>
<b>2018-2019</b>	<b>3 133 088</b>	<b>8 258 077</b>	<b>6 279 729</b>	<b>17 670 894</b>
%	-22.9%	-6.9%	-1.8%	-7.9%

Le 3ème trimestre 2019-2020 fait apparaître un chiffre d'affaires de 6 170 K€ soit une décroissance de -1,8% (soit environ -110 K€). Cette décroissance s'explique essentiellement par l'impact des grèves qui nous ont fait perdre durant le mois de décembre environ 510 K€ de CA aussi bien au niveau de nos boutiques qu'au niveau de nos clients alors que nous étions en croissance sur octobre et sur novembre.

Les 9 premiers mois de l'exercice 2019-2020 font apparaître un chiffre d'affaires de 16 271 K€ soit une décroissance de -7,9% (soit environ -1,40M€). Cette décroissance de -7,9% s'explique :

- d'une part par le fait que durant le premier trimestre de l'exercice précédent, nous avons effectué un déstockage important: 1,7 M€ sans commune mesure avec les quelques faibles déstockages effectués durant les 9 premiers mois de l'exercice 2019-2020,
- d'autre part par le fait que le réseau de revendeurs indépendants multimarques continue de souffrir avec une accélération du rythme de fermetures depuis plus de deux ans,
- enfin par les grèves qui se sont traduit par une perte de CA de 510 K€.

La conséquence de ceci est que certes le CA des 9 premiers mois de 19/20 est en décroissance de -7,9% en revanche, la marge sur coût d'achat des 9 premiers mois de 19/20 est en forte augmentation par rapport à celle de l'exercice antérieur.

Durant ces 9 premiers mois, la croissance du CA auprès des grands magasins reste positive (+4% pour Le Printemps et +3% pour le Citadium), tout comme la vente en directe réalisée par nos boutiques Schott.

Alors que le marché du prêt à porter continue à afficher des difficultés importantes depuis ce début d'année (en France, les prévisions de l'IFM sont de -0,9% pour l'année 2019 par rapport à l'année 2018 qui elle-même était en baisse de -2,9% par rapport à l'année 2017...) la croissance de notre webstore est de 62%, portée notamment par des investissements engagés durant l'exercice précédent. Cette année, nous allons intensifier les investissements concernant notre webstore. Nous avons comme projet la refonte complète de notre site internet.

Le webstore Schott est devenu notre principale boutique génératrice de chiffre d'affaires et de rentabilité.

Groupe JAJ reste prudent mais confiant en ce qui concerne l'exercice 2019/2020 et poursuit son axe prioritaire de développement, à savoir la vente directe auprès des consommateurs (investissements intensifiés dans le webstore Schott et les réseaux sociaux, développement des Market Places sur internet, ouverture de boutiques à enseigne en propre et en affiliation à Toulouse et en Grèce, boutiques éphémères ouvertes dans des centres commerciaux durant l'hiver...).

La marque iconique Schott continue sur sa dynamique et consolide son héritage tout en réaffirmant fortement sa modernité, en ayant désormais une forte attractivité auprès des Millenials via des models et une communication spécifique.

Avec une distribution hétérogène et qualitative, Groupe JAJ reste moins dépendant des aléas du marché et continue d'être une marque référente et attractive.