



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
	France	France	France	France
2021-2022	1 468 894	4 765 962	6 886 789	13 121 645
2020-2021	1 009 359	3 447 694	4 747 962	9 205 015
%	45.5%	38.2%	45.0%	42.5%
	Export	Export	Export	Export
2021-2022	1 020 169	3 153 754	2 032 867	6 206 790
2020-2021	858 540	3 225 896	2 064 250	6 148 686
%	18.8%	-2.2%	-1.5%	0.9%
	Total	Total	Total	Total
2021-2022	2 489 063	7 919 716	8 919 656	19 328 435
2020-2021	1 867 900	6 673 590	6 812 212	15 353 701
%	33.3%	18.7%	30.9%	25.9%

Le 3ème trimestre 2021-2022 fait apparaître un chiffre d'affaires de 8 920 K€ soit une croissance de 30,9% (soit environ +2 108 K€). Cette forte croissance s'explique par le succès rencontré par notre collection Hiver 21/22.

La croissance des neufs premiers mois de l'exercice 21/22 s'élève à 25,9% comparé à l'exercice 20/21 et à plus de 20% par rapport à l'exercice 2019/2020, avant la crise sanitaire, alors que le marché de l'habillement reste en souffrance et affiche une décroissance de plus de 12% par rapport à 2019 sur les 9 premiers mois de l'année 2021.

Cette forte croissance s'explique essentiellement par la forte attractivité de la marque SCHOTT et plus particulièrement par le grand succès que notre collection hiver 21/22 rencontre auprès des consommateurs en France et dans le reste des pays européens affichant tous des croissances à deux chiffres, excepté pour l'Angleterre où nous rencontrons des difficultés liées au Brexit. Notons également la performance de nos deux premières locomotives produits: les doudounes UTAH et MAX qui affichent des croissances de respectivement +89% et +191% sur les neuf premiers mois de l'exercice 21/22.

Bien que les coûts du transport sur achat aient été multipliés par 2, notre ratio de marge sur coûts variables divisé par le chiffre d'affaires ne se dégrade que de 1 point. En effet, cette hausse des coûts du transport sur achat a été pratiquement compensée par une hausse des prix de ventes, des remises de la part de nos principaux fournisseurs et un effet mix favorable (notre site internet croit de 17,3% or la marge de celui-ci est de 75%).

Cette croissance de 17,3% de notre webstore sur les neuf premiers mois est portée notamment par des investissements engagés il y a maintenant deux ans. Cette année, nous prévoyons de poursuivre les investissements concernant notre webstore (amélioration d'outils CRM, accélération de l'omnicanal, communication sur les réseaux sociaux, création d'un compte Tik Tok pour atteindre une cible plus jeune). Notre site internet est notre principale boutique génératrice de chiffre d'affaires et de rentabilité et représente environ 10% du CA global actuellement.

Les boutiques à enseigne Schott ont également connu de belles performances, notamment notre outlet à Talange, notre magasin situé à Paris 3e et notre boutique des Halles qui affichent une croissance de respectivement +77,5%, +61,5% et +42,5% sur les trois premiers trimestres.

Nous constatons une progression à deux chiffres de nos ventes chez tous les grands magasins : Printemps : +65,6%, Le Bon Marché : +59,0%, Citadium : +27,8%, Galeries-Lafayette : +25,5%, El Corte Inglés : +24,7%, ...

Malgré le contexte avec encore des incertitudes notamment liées au Covid et à la propagation exponentielle du variant Omicron, au transport de marchandises et à l'évolution des prix des matières premières, nous restons optimistes compte tenu du succès de la saison Automne/Hiver quelque soit le canal de distribution (magasins indépendants, grands magasins, revendeurs web, webstore et magasins Schott...).

De plus, le carnet de commande du Printemps/Eté 22 affiche une forte croissance de plus de 30%.

Les investissements pour moderniser et adapter notre webstore aux dernières technologies vont se poursuivre car ils sont essentiels et nécessaires.

Notre webstore est plus que jamais l'axe de développement principal et prioritaire ainsi que le renforcement de nos partenariats avec les revendeurs majeurs du web et la consolidation de notre présence en Grands Magasins (Galerie Lafayette, Bon Marché, Printemps, Citadium, Corte Inglés, Rinascente...).

La marque Schott, alliant authenticité et modernité, reste une marque référente et dynamique sur le marché avec une forte identité, permettant à Groupe JAJ d'être moins exposé aux divers et nombreux aléas du marché.