



## RESULTATS FINANCIERS ARRETE AU 31 MARS 2022

En date du 13 juillet 2022 le Conseil d'Administration du Groupe JAJ a arrêté les comptes de l'exercice 2021-2022 (du 1<sup>er</sup> avril 2021 au 31 mars 2022).

RESULTATS ANNUELS		
En milliers d'€	31-03-2022	31-03-2021
<b>Chiffres d'affaires</b>	<b>24 170</b>	<b>19 195</b>
Marge Brute Globale (%)	44%	48%
<b>Excédent brut d'exploitation</b>	<b>1 837</b>	<b>692</b>
En % du CA	7.6%	3.6%
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>906</b>	<b>117</b>
En % du CA	3.7%	0.6%
<b>Résultat net</b>	<b>243</b>	<b>2 295</b>

Le chiffre d'affaires est en croissance de +25.9% sur l'exercice 2021/2022 et atteint 24.2M€, ceci malgré les mesures gouvernementales imposant la fermeture des commerces non essentiels durant 6 semaines sur les mois d'Avril et Mai 2021.

Il est à souligner que le CA est également en forte croissance (+20%) par rapport au dernier exercice pré-covid 2019/2020 et que Groupe JAJ affiche un niveau de vente jamais atteint depuis plus de 20 ans.

Malgré un marché de l'habillement toujours atone avec une reprise nettement moins marquée que d'autres secteurs d'activité (+8% vs 2020 mais toujours en baisse de plus de 8% vs 2019), Groupe JAJ surperforme par rapport au marché en affichant une très forte dynamique commerciale notamment en France (+42%) alors que l'export est stable (-0.4%), ceci malgré la forte baisse du marché Anglais compte tenu des différentes mesures sanitaires davantage restrictives et de l'effet Brexit qui a freiné considérablement notre activité outre-Manche (-35%).

La France représente désormais plus de deux tiers des ventes.

Cette croissance à deux chiffres du chiffre d'affaires repose sur plusieurs aspects :

- Avant tout, un travail remarquable de nos équipes et de nos partenaires/fournisseurs de longue durée en Asie pour assurer la production et l'expédition des marchandises dans des délais raisonnables compte tenu des conditions particulièrement perturbées que ce soit au niveau de la

- fabrication (capacité de production limitée, manque de personnel, rareté et hausse du prix des matières premières...), que du fret maritime en provenance d'Asie (manque de containers disponibles, délai de livraison fortement allongé, très forte hausse des tarifs...).
- Une forte dynamique commerciale sur la quasi-totalité des canaux de distribution tirée par des « hits produits », notamment sur le segment des doudounes :
    - o Les ventes en direct consommateur :
      - Le webstore Schott et les marketplace affichent une croissance de +28%
      - Très forte reprise (+44%) des ventes au sein des boutiques à enseigne Schott
    - o Les ventes en wholesale :
      - Forte croissance au niveau de l'activité commerciale auprès des revendeurs indépendants (+32%)
      - Très belle performance auprès des Grands Magasins (+41.5%)

L'unique canal en baisse (-20%) concerne les revendeurs web, qui du fait de la réouverture des magasins physiques, ont connu une baisse d'activité comparé à la forte croissance vécue durant la période Covid.

Malgré la très forte hausse des coûts de fabrication et d'approvisionnement, Groupe JAJ a su maintenir un taux de marge brute de 44% (en retrait de 4pts vs 2021 mais 2pts supérieur à l'exercice 19/20 pré-covid) à travers une hausse des prix et un mix distribution où le canal de la vente directe consommateur, génératrice de marge supérieure, croit chaque année, notamment via le digital.

La marque Schott connaît actuellement un essor important, notamment auprès d'une cible plus jeune.

Désormais, la répartition de la clientèle par tranche d'âge est très équilibrée entre les 15-30ans les 30-50ans et les Senior, ce qui permet à la marque d'être moins dépendante et tributaire d'une seule catégorie d'âge.

Le taux de marge brute global perd 4 points par rapport à l'exercice antérieur. Ceci s'explique principalement par un effet mix défavorable. En effet, la croissance du CA de RIVIERAS est de +96% versus N-1. Or pour RIVIERAS, les mois les plus importants sont juin et juillet. A cette période (juin 21-juillet21), le nouveau contrat de licence RIVIERAS n'était pas encore entré en vigueur. Par conséquent, la marge brute RIVIERAS était à cette époque-là de 25% (car le contrat de négoce était toujours en vigueur) versus 45% pour SCHOTT. Ceci explique la perte de 4 points.

L'EBE affiche un résultat positif de 1 837 K€ soit 7.6% du CA ce qui représente 4 points de plus par rapport à l'exercice précédent. Ceci s'explique principalement par :

- une économie de 0.5 point sur le commercial (commissions des agents : 0.2 point et participation publicitaire : 0.3 point),
- une économie de 0.5 point sur le marketing (communication : 0.4 point et gifting : 0.1 point),
- une économie de 1.2 point sur la logistique au niveau du transport sur vente ; en effet, un nouveau benchmark a été réalisé notamment en ce qui concerne le transport des sites web (SCHOTT et RIVIERAS),
- une subvention de 400 K€, représentant 1.7 point de CA, perçue au titre des aides COVID.

Le Résultat d'Exploitation se monte à : 906 K€.

L'écart entre l'EBE et le Résultat d'Exploitation s'explique principalement par les royalties que nous payons à SCHOTT NYC (0.8 M€)

Le Résultat Net s'élève à : 243 K€.

L'écart entre le Résultat d'Exploitation et le Résultat Net s'explique fondamentalement par un résultat exceptionnel de -0.7 M€ (Annulation d'avoirs fournisseurs : -0.3 M€, commissions d'agents se référant à des exercices antérieurs : -0.2 M€ et pénalités clients : -0.1 M€)

### **PERSPECTIVES**

La situation géopolitique reste encore extrêmement complexe avec peu de visibilité sur les mois à venir. Ses conséquences économiques négatives en terme d'inflation et donc de pouvoir d'achat des ménages jettent le trouble sur les prochains trimestres.

Et alors que la pandémie internationale de Covid reste toujours présente, il est actuellement difficile d'établir des projections affinées.

Néanmoins, fort de sa dynamique commerciale, d'un juste rapport qualité/prix et de son positionnement de marque américaine iconique, Groupe JAJ affiche une forte croissance du carnet de commandes (+30%) Automne/Hiver 2022 sur la marque Schott.

Notre principale source de revenu que constitue notre webstore, concentrera l'essentiel des investissements (technique et marketing via les réseaux sociaux), tout en renforçant également nos partenariats avec les acteurs majeurs du marché que ce soit sur le digital (avec les acteurs majeurs du web où nous consolidons et renforçons nos accords et nos prévisions mais également avec des acteurs importants européens sur un segment plus premium avec qui nous démarrons plusieurs collaborations notamment en Italie et en Allemagne), qu'au sein des Grands Magasins (où nous allons obtenir des stands

avec une plus grande superficie dès la rentrée de septembre 2022), que des chaînes et revendeurs indépendants.

Concernant le développement de l'activité retail Schott, de nouvelles opportunités se présentent suite à un accord de partenariat signé avec Advanced Retail, spécialisé dans la franchise, pour l'ouverture de plusieurs boutiques à enseigne Schott sur le territoire Français. Deux magasins seront ouverts sur l'exercice 22/23 à Marseille (au centre commercial Marseille Prado) ainsi qu'au centre commercial Les Arcades (à Noisy Le Grand dans le 93).

L'exercice 22/23 va également marquer un tournant pour Groupe JAJ avec la signature en Février 2022 d'un accord de licence mondiale avec la marque RIVIERAS.

Distributeur de la marque depuis près de 10 ans, Groupe JAJ va désormais gérer la création, la production et la distribution mondiale de la marque, spécialisée dans les chaussures estivales.

Ceci implique également la reprise en direct du webstore (500K€ de CA) et de la boutique RIVIERAS située à Paris dans le 3<sup>e</sup> arrondissement (500K€ de CA).

Pour accompagner le développement de la chaussure, le lancement de la première collection prêt à porter et accessoire RIVIERAS sera lancée et commercialisée dès le Printemps/Eté 2023 autour de l'univers du bain et de la côte d'azur.

Groupe JAJ reprend donc les rênes d'une marque à forte notoriété qui va permettre à la société de générer davantage de marge (vs l'activité précédente consacrée exclusivement à la distribution de la marque), d'accroître ses revenus en développant de nouvelles lignes de produits auprès de nos revendeurs, de développer la vente en directe consommateur via le webstore RIVIERAS et sa boutique Physique, de gérer une distribution internationale (Europe, Asie, Amérique), avec de nouveaux accords de distribution récemment signés avec des partenaires aux USA, en Chine, en Australie, au Japon, au Mexique ou encore au Moyen-Orient...

Cet accord stratégique va permettre à Groupe JAJ de lisser davantage les revenus de la société tout au long de l'année et d'avoir ainsi une activité commerciale davantage significative et profitable durant la saison Printemps/Eté, et ce pour la première fois pour Groupe JAJ, sur un scope mondial.