



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	4ème Trimestre	TOTAL
	du 1er avril au 30 juin	du 1er juillet au 30 septembre	du 1er octobre au 31 décembre	du 1er janvier au 31 mars	du 1er avril au 31 mars
	France	France	France	France	France
2022-2023	2 729 915	6 551 228	9 477 945	4 198 443	22 957 531
2021-2022	1 468 894	4 765 962	6 886 789	3 280 162	16 401 807
%	85,8%	37,5%	37,6%	28,0%	40,0%
	Export	Export	Export	Export	Export
2022-2023	1 239 079	3 985 091	1 843 813	1 513 126	8 581 109
2021-2022	1 020 169	3 153 754	2 032 867	1 535 796	7 742 586
%	21,5%	26,4%	-9,3%	-1,5%	10,8%
	Total	Total	Total	Total	Total
2022-2023	3 968 994	10 536 319	11 321 759	5 711 569	31 538 641
2021-2022	2 489 063	7 919 716	8 919 656	4 815 958	24 144 393
%	59,5%	33,0%	26,9%	18,6%	30,6%

Le quatrième trimestre affiche une croissance de +18,6%.

Cette croissance s'explique par le succès rencontré par notre collection Hiver 22/23 et par le début très positif des livraisons Rivieras sur un scope mondial.

L'exercice 2022-2023 fait apparaître un chiffre d'affaires de 31 539 K€, en croissance de +30,6% (soit environ +7 394 K€) alors que le marché du textile en Europe reste toujours en grande difficulté, avec un marché de l'habillement, en France notamment, toujours en recul de plus de 6% sur les 12 premiers mois de l'année par rapport à 2019, année de référence pré-Covid.

Cette forte croissance de +30,6% est exceptionnelle car comme indiqué Groupe JAJ surperforme avec une croissance à deux chiffres au sein d'un marché en constante décroissance depuis 15 ans.

De plus, ce dynamisme commercial est à comparer à l'exercice 2021-2022 qui était lui-même déjà en croissance de +25,2% versus l'exercice 2020-2021.

Il s'agit donc d'une croissance de plus de 60% sur les deux derniers exercices.

Cette croissance s'explique essentiellement par la forte attractivité de la marque SCHOTT et le travail mené de front au niveau marketing, commercial et produit.

Notre collection hiver 22/23 a rencontré un franc succès auprès des consommateurs en France (+40%) et dans le reste des pays européens (+6%).

Notre site internet et nos market places SCHOTT sont en croissance de 25% sur l'exercice 2022/2023.

Les boutiques à enseigne Schott ont également connu de belles performances durant l'exercice 2022/2023, notamment notre boutique des HALLES (+26%), notre boutique située rue DEBELLEYME à Paris, dans le marais (+21%), notre boutique de SAINT-GERMAIN-EN-LAYE (+8%) et notre outlet situé à TALANGE (+12%).

La croissance de nos boutiques physique, en incluant la boutique Rivieras de Paris, est de +42% par rapport à 2022/2021.

La marque Schott allie une combinaison unique d'héritage et de modernité avec un rapport qualité/prix attractif et une clientèle hétérogène quelque soit la catégorie sociale et les tranches d'âges.

Rivieras, avec son ADN unique, séduit une clientèle locale et internationale, véhiculant les valeurs de la french riviera durant la période estivale.

Groupe JAJ reste toutefois prudent concernant le prochain exercice compte tenu du contexte géo-politique international, des mouvements sociaux importants en France, des conséquences économiques chez nos revendeurs et sur le pouvoir d'achat des consommateurs européens.

A cela s'ajoute un niveau de stock très élevé chez les revendeurs, notamment au niveau des blousons, compte tenu d'une météo hivernale extrêmement douce avec très peu de période de grand froid.

Les investissements pour moderniser et adapter nos webstores (SCHOTT et RIVIERAS) aux dernières technologies vont se poursuivre car ils sont essentiels et nécessaires.

Nos webstores Schott et Rivieras sont plus que jamais l'axe de développement principal et prioritaire ainsi que le renforcement de nos partenariats avec les revendeurs majeurs du web, les indépendants et les Grands Magasins.

Par ailleurs, conscient des enjeux climatiques et environnementaux et face à un cadre législatif de plus en plus strict, Groupe JAJ a décidé d'initier une démarche RSE et d'en intégrer ses principes au centre de sa stratégie et de ses pratiques.

Cette stratégie s'appuiera sur le référentiel de la norme ISO 26000 définie par l'AFNOR, organisme qui accompagnera le Groupe JAJ pour aboutir à terme à une certification ISO 26000, Label Engagé RSE.

Les actions déjà inscrites au calendrier sont la mise en application de la Loi Agec, à travers la création d'une plateforme dédiée à l'information du consommateur, la réduction des emballages plastiques et la prise en compte de leur recyclabilité.

Enfin la mise en place d'un plan d'éco-conception permettra progressivement d'augmenter la part de produits à faible impact environnemental tout en prenant en compte les aspects sociaux et financiers.

Ce développement porte sur des actions distinctes et conjointes applicables aux 2 marques sous licence, mais visant un même objectif : un développement durable.

Durant ces six derniers mois voici nos principales actions relatives à la RSE :

- achèvement de la base de données de la plateforme permettant l'information du consommateur sur la traçabilité,
- abandon définitif des sacs plastiques à usage unique pour les marques Schott et Rivieras au profit de sac en papier recyclés et recyclables,
- mise en place des logos trimans sur tous nos vêtements et polybags,
- obtention de la certification LEATHER WORKING GROUP,
- démarrage de la certification OEKO-TEX MADE IN GREEN,
- préparation de l'affichage environnemental.