



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
2023-2024	3 537 086	6 357 321	7 867 854	17 762 261
2022-2023	2 729 915	6 551 228	9 477 945	18 759 088
%	29,6%	-3,0%	-17,0%	-5,3%
	Export	Export	Export	Export
2023-2024	1 038 244	2 617 970	1 490 764	5 146 979
2022-2023	1 239 079	3 985 091	1 843 813	7 067 983
%	-16,2%	-34,3%	-19,1%	-27,2%
	Total	Total	Total	Total
2023-2024	4 575 330	8 975 292	9 358 618	22 909 240
2022-2023	3 968 994	10 536 319	11 321 759	25 827 072
%	15,3%	-14,8%	-17,3%	-11,3%

Les neuf premiers mois de l'exercice 2023-2024 font apparaître un chiffre d'affaires de 22 909 K€, en décroissance de -11,3% (soit environ -2 918 K€), en comparaison aux neufs premiers mois de l'exercice 2022-2023 qui avait été caractérisé par une très forte croissance (+33,6% versus l'exercice 2021-2022).

Nous avons souffert d'une météo exceptionnellement chaude et tout particulièrement durant les mois de septembre et d'octobre. En effet, septembre et octobre 2023 ont été les mois les plus chaud jamais mesurés en Europe. A cela s'ajoute une priorisation dans les dépenses des ménages, liées à une inflation toujours présente, dont souffre particulièrement le secteur de l'habillement.

Notons cependant quelques belles croissances en scandinavie : +179% et en Espagne : +24%.

Nos webstores et market places affichent une croissance de +9% pour SCHOTT sur les neufs premiers mois de l'exercice et +12% pour RIVIERAS toujours sur les trois premiers trimestres malgré un fort ralentissement des ventes en ligne sur le secteur de l'habillement.

Soulignons la très belle progression de notre outlet situé à Talange, proche de Metz qui croît de +9% et de notre boutique située à La Rochelle dont la croissance est supérieure à 100%.

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 confiant dans l'avenir mais également prudent, compte tenu d'une météo aux températures toujours en dehors des normes de saison, un contexte géo-politique international tendu, de la situation sociale en France et des conséquences économiques chez nos revendeurs et sur le pouvoir d'achat des consommateurs européens.

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 Agéc, 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-socio-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 quinze 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 certifiés FSC pour les shopping bags,
 - au profit de plastiques recyclés et recyclables pour les polybags,
- mise en place des logos trimans sur tous nos vêtements, polybags et shopping bags,
- obtention de la certification LEATHER WORKING GROUP numéro GRO3351 et validation de notre communication autour de la certification,
- démarrage de la certification OEKO-TEX MADE IN GREEN,
- préparation de l'affichage environnemental,
- démarrage du projet d'éco-socio-conception,
- obtention d'une subvention de l'ADEME de 85 KEUR afin de soutenir le projet d'éco-socio-conception.