



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
2023-2024	3 537 086	6 357 321	7 867 854	4 519 635	22 281 896
2022-2023	2 729 915	6 551 228	9 477 945	4 198 443	22 957 531
%	29,6%	-3,0%	-17,0%	7,7%	-2,9%
	Export	Export	Export	Export	Export
2023-2024	1 038 244	2 617 970	1 490 764	1 347 375	6 494 354
2022-2023	1 239 079	3 985 091	1 843 813	1 513 126	8 581 109
%	-16,2%	-34,3%	-19,1%	-11,0%	-24,3%
	Total	Total	Total	Total	Total
2023-2024	4 575 330	8 975 292	9 358 618	5 867 011	28 776 251
2022-2023	3 968 994	10 536 319	11 321 759	5 711 569	31 538 641
%	15,3%	-14,8%	-17,3%	2,7%	-8,8%

Le quatrième trimestre affiche une croissance de +2,7%, caractérisée par des soldes Hiver positives faisant suite à une saison hivernale particulièrement difficile.

L'exercice 2023-2024 fait apparaître un chiffre d'affaires de 28 776 K€, en décroissance de -8,8% (soit environ -2 762 K€), en comparaison aux exercices 2022-2023 et 2021-2022 qui avaient été caractérisés par une très forte croissance des ventes (+ 63% entre 2021 et 2023).

Nous avons souffert d'une météo exceptionnellement chaude et tout particulièrement durant le dernier trimestre 2023.

En effet, ces dernières mois ont été les plus chauds jamais mesurés en Europe à cette période.

A cela s'ajoute le problème de l'inflation et une priorisation dans les dépenses des ménages, dont souffre particulièrement le secteur de l'habillement.

Notons cependant quelques belles croissances en scandinavie : +158% et en espagne : +23%.

Nos webstores et market places affichent une croissance de +7% pour SCHOTT sur l'exercice 23/24 et +11% pour RIVIERAS toujours sur l'exercice 23/24 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 +12% 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 avec un retour à la croissance prévue sur le prochain exercice 24/25.

Néanmoins, nous restons également prudent dans nos objectifs de croissance, compte tenu des aléas climatiques récurrents et un contexte géopolitique international tendu, de la situation sociale en France et de leurs 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 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-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 dix-huit 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,

- collecte de données auprès des fournisseurs afin de permettre l'analyse du cycle de vie (ACV),

- démarrage des travaux de mise en conformité avec la directive européenne contre la déforestation,

- recyclage des produits défectueux qui nous ont permis d'obtenir 4 000 tonnes de fil qui ont servi au tricotage de la gamme de produits RELIFE.