



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
	du 1er avril au 30 juin
	France
2026-2027	4 062 518
2025-2026	3 377 291
%	20,3%
	Export
2026-2027	879 007
2025-2026	1 698 379
%	-48,2%
	Total
2026-2027	4 941 525
2025-2026	5 075 669
%	-2,6%

Le 1er trimestre 2026-2027 fait apparaître un chiffre d'affaires de 4 942 K€ soit une très légère décroissance de -2,6% (-134 K€) versus N-1.

Compte tenu d'un marché toujours sous tension, avec une pression sur le pouvoir d'achat et une baisse de trafic en magasin, Groupe JAJ affiche une réelle performance en maintenant un CA quasi stable sur le trimestre.
Cette stabilité est à mettre en valeur compte tenu de la très forte croissance affichée lors du 1er trimestre de l'exercice précédent (+41%).

Cette très légère baisse de CA est essentiellement due à des retards de livraisons de marchandises hiver engendrés par des perturbations logistiques elles-mêmes provoquées par le conflit en Iran et qui n'ont pas permis le démarrage des premières livraisons d'hiver sur la dernière quinzaine de juin comme c'est le cas habituellement.
Ces retards de livraison ne nous ont pas permis de facturer pour environ 0,6 MEUR.
Si nous avions pu facturer ces 0,6 MEUR supplémentaires, nous aurions eu une croissance du CA versus N-1 de : +9%.
Néanmoins, ces 0,6 MEUR seront facturés durant le 2ème trimestre 26/27.

Voici quelques zones géographiques où notre croissance est remarquable :

- Suisse : +273% (TOTAL SCHOTT + RIVIERAS),
- Scandinavie : +192% (TOTAL SCHOTT + RIVIERAS),
- France : +20% (TOTAL SCHOTT + RIVIERAS).

Ce trimestre voici les croissances notables de quelques unes de nos boutiques en propres :

- Les Halles (SCHOTT) : +6%,
- Debelleye (SCHOTT) : +2%,
- Turenne (RIVIERAS) : +1%,
- Talange (SCHOTT) : +1%.

Par ailleurs nos sites internet sont également en croissance de +2%.

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.

Nous envisageons une stabilité du chiffre d'affaires sur l'exercice 26/27 versus N-1.

La marque Schott résiste aux forts aléas du marché et à la morosité du secteur du textile.
Schott allie une combinaison unique d'héritage et de modernité, avec de nombreux produits iconiques et intemporels (comme les bombers actuellement très en vogue), avec un rapport qualité/prix attractif, une clientèle hétérogène quelque soit la catégorie sociale et les tranches d'âges.
Tout cela accompagné d'un marketing extrêmement dynamique notamment au niveau des collaborations avec d'autres marques du secteur.

Rivieras, avec son ADN unique, séduit une clientèle locale et internationale, véhiculant les valeurs de la french riviera durant la période estivale et continue son développement à l'international avec notamment l'ouverture d'un pop up cet été au sein du nouveau Printemps à New York.

Les investissements pour moderniser et adapter nos webstores (SCHOTT et RIVIERAS) aux dernières technologies vont se poursuivre.

Le nouveau Webstore Schott, sous Shopify a été lancé le 18 février 2025.

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 européens.

Nous avons également en cours un développement d'ouverture de boutiques à enseigne Schott en centre ville, en centre commercial et en outlet sous un format de franchise, avec des partenaires grands spécialistes du retail, ouvrant une boutique à l'enseigne SCHOTT.
3 nouvelles boutiques outlets Schott dans des centres stratégiques tels que Lyon, Troyes et Roubaix ont ouvert récemment et un pop up Schott est prévu au sein du centre commercial Lyon La Part-Dieu et d'autres projets sont en cours de finalisation.

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 30 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 sacs 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 avec la sélection d'un nouveau prestataire,
- 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,
- lancement avec FAIRLY MADE de la plateforme de traçabilité,
- publication des résultats de traçabilité et d'impacts environnementaux sur nos sites SCHOTT et RIVIERAS.