



RESULTAT FINANCIER ARRETE AU 31 MARS 2016

En date du 27 juillet 2016 le Conseil d'Administration du Groupe JAJ a arrêté les comptes de l'exercice 2015-2016 (du 1^{er} avril 2015 au 31 mars 2016).

RESULTATS ANNUELS		
En milliers d'€	31-03-2016	31-03-2015
Chiffres d'affaires	20 192	21 508
Marge Brute Globale (%)	38.8%	37.4%
Excédent brut d'exploitation	1 062	916
En % du CA	5.3%	4.3%
Résultat d'exploitation	129	-574
En % du CA	0.6 %	-2.7 %
Résultat net	175	2 140

Le chiffre d'affaires sur l'exercice est en décroissance (-6.1%) et atteint 20.2M€, ce qui est parfaitement en ligne avec notre Budget 15/16 : 20.0 M€.

L'année a été particulièrement pénalisée par un carnet de commande automne/hiver en repli, consécutif à un hiver 2015 très doux et des stocks importants chez les revendeurs.

Dès lors le 1^{er} semestre était en fort retrait (-17%).

Cette baisse de chiffre d'affaires a été compensée par une reprise de l'activité pour Schott (malgré une météo toujours peu clémente et le contexte des attentats) et un bon niveau de réassort durant l'automne et l'hiver.

La France a connu une baisse des ventes de 4% alors que l'export affiche un repli plus important (-10%) mais essentiellement dû à une forte baisse de notre activité avec notre destockeur historique anglais.

L'Allemagne est désormais notre premier marché à l'export (+18%) où la marque est en pleine expansion, avec près de 200 clients ainsi que les grands magasins.

L'Espagne et l'Italie redressent la barre. Longtemps en repli, ces deux marchés sont de nouveau en croissance.

Néanmoins, l'Italie, à l'image de nombreux pays européens, reste en crise profonde avec une baisse continue du nombre d'indépendants, revendeurs multimarques.

En terme de distribution, les magasins indépendants représentant 48% du CA sont en retrait (-7.5%) alors que les ventes via les webstores pure player ont crû de 5% et représentent désormais 20% de l'activité.

Les grands magasins sont en retrait (-15%) alors que les ventes au détail (boutique Schott + webstore Schott) sont en forte progression (+39%), ce qui démontre l'attractivité et le potentiel toujours important de la marque et sa capacité à générer de la croissance via un circuit direct auprès des consommateurs.

En effet, les ventes au détail ne représentent encore que 4% du chiffre d'affaires.

L'attractivité de la marque Schott est certaine.

Les taux de sortie durant l'hiver, malgré tous les événements, ont été largement au-dessus de la moyenne du secteur, tiré par un produit leader, le bombers.

Le taux de marge brute global s'améliore de 1.4 points par rapport à l'exercice antérieur. Ceci s'explique par une légère hausse des prix de vente et la mise en place progressive de RFA avec nos plus gros fournisseurs.

L'EBE affiche un résultat positif de 1 062 K€ soit 146 K€ de mieux que celui de l'exercice précédent alors que le CA est en retrait de 6.1%. Ceci s'explique par la baisse des frais logistiques et des commissions suite à une moindre activité ainsi que des économies réalisées au niveau des frais de déplacements et de maintenance.

Le Résultat d'Exploitation se monte à : 129 K€ soit 703 K€ de plus que celui de l'exercice antérieur. Ceci est principalement dû à la renégociation des royalties avec Schott ayant conduit à une division des taux de royalties par deux avec effet rétroactif au 01/10/2015.

Le Résultat Net s'élève à : 175 K€. Celui-ci est moins élevé que celui de l'exercice précédent. En effet, l'année précédente le Groupe JAJ avait vendu la moitié du terrain sur lequel son siège est construit, générant ainsi une vente exceptionnelle de 4M€. Cette année le Résultat Financier s'élève à +189 K€ versus -1 689 K€ l'année dernière. Ceci s'explique essentiellement par une meilleure couverture de change. Le Résultat Exceptionnel se monte à : -153 K€ et s'explique fondamentalement par l'indemnité de licenciement versée au précédent DAF (Mme Annie Pascuccio) pour un montant de 150 K€. Enfin notons que nous avons bénéficié d'un Crédit Impôt Recherche de +140 K€ et que notre IS est nul suite à un stock de déficit reportable conséquent.

PERSPECTIVES

Le contexte économique et la consommation d'habillement semblent encore se dégrader pour l'année prochaine, compte tenu d'une mauvaise saison hiver et de stock important chez les revendeurs. Les indépendants vont continuer à souffrir d'une baisse de la consommation et de la concurrence des webstores, des grands magasins ainsi que des boutiques à enseigne.

Malgré cela, compte tenu de la performance de Schott, notre carnet de commandes sur l'hiver est en croissance de 10% environ.

Alors que les indépendants représentent toujours 50% de notre activité, il est nécessaire pour Groupe JAJ de soutenir le chiffre d'affaires en privilégiant les canaux de distribution à croissance et à rentabilité, notamment les webstores pure player et les ventes au détail au travers de magasins à enseigne Schott et du webstore Schott qui sont en forte croissance.

En effet, la boutique des Halles a affiché une progression de 27% et le webstore plus de 50%.

Pour cela, nous allons miser encore davantage sur la vente directe auprès des consommateurs en consacrant des investissements sur notre webstore, source de croissance et de profit.

L'objectif étant d'atteindre le chiffre d'affaire de la boutique des Halles d'ici 2 ans.

Egalement, de manière progressive nous étendons le réseau à enseigne.

Une boutique Schott a été ouverte en avril dans le centre de Lille. Celle-ci étant réalisée avec un partenaire.

Une boutique Schott gérée en direct par JAJ ouvrira en septembre 2016 dans le haut marais à Paris.

En 2017, nous souhaitons ouvrir 2 boutiques en Province. A l'étranger, une boutique à Zurich est à l'étude ainsi qu'à Amsterdam et Dusseldorf via nos distributeurs.

Concernant les grands magasins, dès septembre, Schott ouvrira deux corners permanents aux Galeries Lafayette Hausmann en homme et en femme.

Schott a été parmi les leaders au Citadium lors de la saison hiver passée.

A l'étranger, la marque poursuit son développement en Espagne via El Corte Inglés, chez Coin en Italie ou encore Attica en Grèce avec l'ouverture de nouveaux corners.

A noter que Schott sera présent également chez Harvey Nichols à Londres dès cet hiver.

Schott est désormais présent au sein des acteurs majeurs du web tel que Zalando, Asos, Mr Porter, Menlook, Spartoo...outre les acteurs historiques tel que Redoute.

La marque y affiche de très bons taux de sortie et fait partie des marques leaders.

Le potentiel de croissance pour la marque est important compte tenu que ces webstores pure player affichent des taux de croissance à 2 chiffres alors que les indépendants subissent des baisses de chiffre d'affaires importantes.

La marque Schott bénéficie toujours d'un fort attrait, notamment grâce à un juste positionnement qualité/prix/notoriété de marque.

Le repositionnement de la marque effectué ces dernières années permet à Schott de conforter sa place parmi les marques importantes du sportswear masculin et notamment sur les « pièces à manche » (blouson, parka, cuir....).

Schott est une marque à la fois attractive et une valeur sûre en ces temps de crise. La marque a cette capacité unique d'avoir une clientèle hétéroclite en terme d'âge et de catégorie socioprofessionnelle.

Le bombers (référence JKT AC) est un hit produit. Il dynamise la marque et connaît un véritable succès auprès des jeunes notamment.

Ce bombers qui a été lancé comme un mono produit avec une palette de 30 couleurs il y a 3 ans, connaît désormais un succès retentissant en magasin et en presse.

Il donne un nouveau souffle à la marque et notamment auprès d'une cible étudiante masculine et féminine.

Le contrat de licence Schott a été renégocié pour une durée de 7 ans avec une baisse de 50% du niveau de royalties, en contrepartie d'un profit sharing de 30% sur l'activité Schott uniquement.

Ce nouvel accord consolide les relations historiques entre Schott et Groupe JAJ.

Il va permettre à Groupe JAJ d'avoir une vision plus claire sur l'avenir et une capacité d'investissement supérieure (compte tenu des bénéfices qui seront réalisés), afin notamment d'accompagner le développement de boutiques à enseigne.

Alors que Schott reste la marque phare de la société, Groupe JAJ doit continuer sa stratégie d'ambassadeur des marques en France et en Europe.

La distribution, le négoce a toujours été dans l'ADN de la société Groupe JAJ, ex JAJ Distribution.

L'un de ses atouts majeurs est son réseau : sa capacité à distribuer des marques via un réseau d'agents ou en direct auprès d'indépendants, de webstores et de grands magasins que ce soit en textile, en chaussure ou en accessoire.

Groupe JAJ se doit de renforcer son portefeuille de marques en distribution qui génèrent du chiffre d'affaires et de la marge car les frais fixes sont absorbés par la structure existante.

La société mise sur des marques à fort potentiel, basé principalement sur du mono-produit afin d'affirmer sa différence et son caractère unique dans un secteur extrêmement compétitif :

- RIVIERAS : Distribution de la marque spécialisée sur l'espadrille chic (1 pied, 40 couleurs) depuis 5 ans et qui connaît depuis son lancement des taux de croissance à 2 chiffres.

Groupe JAJ gère désormais la distribution de Riviéras sur l'ensemble du marché européen.

Riviéras est positionné sur un créneau moyen/haut de gamme et a réussi à s'imposer rapidement chez les magasins de références au niveau mondial (Barneys, United Arrows, Bon Marché, Printemps,

Colette, Dover Street Market...). La marque devrait afficher de nouveau une croissance plus de 25% sur le prochain exercice.

Les perspectives de croissance sont importantes sur le prochain exercice alors que le chiffre d'affaires devrait représenter bientôt 10% du chiffre d'affaires de Groupe JAJ.

- SAY HELLO TO LONGER LEGS : Nouveau concept de talonnettes en provenance de New York. 2 références sont commercialisées (talonnette 2cm et talonnette 4cm) avec pour cible les magasins chaussures, mode et cosmétique. Groupe JAJ a l'exclusivité sur 5 territoires européens.

Ce produit connaît un très beau démarrage. Le référencement récent auprès de la chaîne Monoprix démontre le potentiel de la marque.

L'année 2016/2017 sera une année positive pour Groupe JAJ, malgré une ambiance météorologique, économique et géopolitique très difficile.

La marque Schott est de nouveau attractive et apparaît comme un incontournable du secteur. De nouvelles opportunités apparaissent pour Schott et Groupe JAJ, notamment grâce au nouveau contrat de licence qui permet d'envisager l'avenir et notre collaboration de manière beaucoup plus sereine.