



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	2ème Trimestre du 1er juillet au 30 septembre	TOTAL du 1er avril au 30 septembre
	France	France	France
2022-2023	2 729 915	6 551 228	9 281 143
2021-2022	1 468 894	4 765 962	6 234 856
%	85,8%	37,5%	48,9%
	Export	Export	Export
2022-2023	1 239 079	3 985 091	5 224 170
2021-2022	1 020 169	3 153 754	4 173 923
%	21,5%	26,4%	25,2%
	Total	Total	Total
2022-2023	3 968 994	10 536 319	14 505 313
2021-2022	2 489 063	7 919 716	10 408 779
%	59,5%	33,0%	39,4%

Le premier semestre 2022-2023 fait apparaître un chiffre d'affaires de 14 505 K€, en croissance de +39,4% (soit environ +4 097K€) alors que le marché du textile en Europe reste toujours atone, avec un marché de l'habillement, en France notamment, toujours en recul de plus de 7% sur les 9 premiers mois de l'année par rapport à 2019, année de référence pré-Covid.

Cette forte croissance de +39,4% 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 au premier semestre 2021-2022 qui était lui-même déjà en croissance de +21,9% versus notre premier semestre 2020-2021.
Il s'agit donc d'une croissance à deux chiffres sur une croissance à deux chiffres antérieure.

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 rencontre un franc succès auprès des consommateurs en France (+48,9%) et dans le reste des pays européens (+17,4%).
La marque allie une combinaison unique d'héritage et de modernité avec un rapport qualité/prix attractif et une clientèle hétérogène quelque soit les tranches d'âges.

Cette croissance est également due à l'intégration de la marque RIVIERAS au sein de Groupe JAJ.
En effet, depuis le 1er Octobre 2021, nous sommes passés sur la marque RIVIERAS d'un contrat de négoce/distribution exclusivement sur 6 pays européens à un contrat de licence sur un scope Monde avec un gain de 30 points de marge brute ainsi que la gestion en directe de la boutique parisienne RIVIERAS et de son webstore.

L'intégration de la licence RIVIERAS, marque orientée plein été, sur un scope mondial, a un effet extrêmement positif pour Groupe JAJ, notamment durant le 1er trimestre de l'exercice (Avril-Juin).
RIVIERAS va donc permettre à la société de réduire sa dépendance vis à vis de Schott d'un point de vue saisonnier (principalement orienté sur la saison Automne/Hiver) et géographique (exploitation exclusivement sur le territoire européen et moyen-orient pour la licence Schott).
Le potentiel de la marque RIVIERAS est très important.
Ce nouveau contrat de licence nous donne accès à de nouveaux marchés en croissance, notamment l'ensemble des marchés asiatiques (Chine, Japon, Corée), américain et sud américain (Etats Unis, Mexique, Caraïbes...) ainsi que la péninsule arabique.
RIVIERAS représente donc un formidable relais de croissance et de rentabilité pour le Groupe JAJ et plusieurs accords de distribution et d'ouvertures de franchises sur plusieurs continents viennent d'être récemment signés, notamment en Chine et aux USA, et prendront leur pleine mesure sur l'année 2023.

Notre site internet et nos market places SCHOTT sont en croissance de 11% alors que le webstore RIVIERAS a généré près de 450K€ de ventes durant ce 1er semestre.

Les boutiques à enseigne Schott ont également connu de belles performances durant ce semestre, notamment notre boutique des HALLES (+89%), notre boutique de SAINT-GERMAIN-EN-LAYE (+74%) et notre boutique située rue DEBELLEME à Paris, dans le marais (+59%).
La croissance de nos boutiques physique est en croissance moyenne de +7% par rapport à 2019.

Groupe JAJ reste toutefois très prudent compte tenu du contexte géo-politique international, de la crise sanitaire qui perdure, des mouvements sociaux éventuels à venir cet hiver et des conséquences économiques chez nos revendeurs et sur le pouvoir d'achat des consommateurs européens.

Malgré le contexte, nous restons optimistes sur l'exercice 22/23.
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 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 responsable.