



RESULTATS FINANCIERS ARRETE AU 31 MARS 2023

En date du 12 juillet 2023 le Conseil d'Administration du Groupe JAJ a arrêté les comptes de l'exercice 2022-2023 (du 1^{er} avril 2022 au 31 mars 2023).

RESULTATS ANNUELS		
En milliers d'€	31-03-2023	31-03-2022
Chiffres d'affaires	31 623	24 170
Marge Brute Globale (%)	44.6%	44%
Excédent brut d'exploitation	2 659	1 837
En % du CA	8.4%	7.6%
Résultat d'exploitation	929	906
En % du CA	2.9%	3.7%
Résultat net	513	243

L'exercice 2022-2023 fait apparaître un chiffre d'affaires de 31 623 K€, en croissance de +31% (soit environ +7 453 K€) alors que le marché du textile en Europe reste toujours en grande difficulté, avec un marché de l'habillement, en France notamment, toujours en recul de plus de 6% sur les 12 premiers mois de l'année par rapport à 2019, année de référence pré-Covid.

Cette forte croissance de +31% 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 à l'exercice 2021-2022 qui était lui-même déjà en croissance de +25% versus l'exercice 2020-2021.

Il s'agit donc d'une croissance de plus de 60% sur les deux derniers exercices.

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 a rencontré un franc succès auprès des consommateurs en France (+40%) et dans le reste des pays européens (+6%).

Notre site internet et nos market places SCHOTT sont en croissance de 25% sur l'exercice 2022/2023.

Les boutiques à enseigne Schott ont également connu de belles performances durant l'exercice 2022/2023, notamment notre boutique des HALLES (+26%), notre boutique située rue DEBELLEYME à Paris, dans le marais (+21%), notre boutique de SAINT-GERMAIN-EN-LAYE (+8%) et notre outlet situé à TALANGE (+12%).

La croissance de nos boutiques physique, en incluant la boutique Rivieras de Paris, est de +42% par rapport à 2022/2021.

Le taux de marge brute global gagne +0.6 point par rapport à l'exercice antérieur. Ceci s'explique principalement par un effet mix favorable. En effet, la croissance du CA de RIVIERAS est de +135% versus N-1. Or pour RIVIERAS, depuis que le nouveau contrat de licence est entré en vigueur soit depuis le 01/10/21, la marge brute est bien supérieure à celle de SCHOTT : 56.1% versus 43.3%.

L'EBE affiche un résultat positif de 2 659 K€ soit 8.4% du CA ce qui représente +0.8 point de plus par rapport à l'exercice précédent. Ceci s'explique principalement par :

- une économie de +0.5 point sur le commercial (commissions des agents : +0.1 point, participation publicitaire : +0.1 point, boutiques : +0.1 point, commerciaux détachés : +0.1 point),
- une économie de +0.2 point sur les frais de structure réalisée essentiellement sur les frais de conseil.

Le Résultat d'Exploitation se monte à : 929 K€ soit 2.9% du CA ce qui représente -0.8 point de moins par rapport à l'exercice précédent. Ceci s'explique essentiellement par le versement de royalties à RIVIERAS (-0.8 point) qui n'existaient pas l'année dernière.

Le Résultat Net s'élève à : 513 K€ soit 1.6% du CA ce qui représente +0.6 point de plus versus l'exercice antérieur. Ceci est dû fondamentalement à moins de charges exceptionnelles (+1.5 point) partiellement compensé par l'absence de Crédit Impôt Recherche cette année contrairement à l'année dernière (-0.6 point).

PERSPECTIVES

La marque Schott allie une combinaison unique d'héritage et de modernité avec un rapport qualité/prix attractif et une clientèle hétérogène quel que 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 prudent concernant le prochain exercice compte tenu du contexte géopolitique international, des mouvements sociaux importants en France, des conséquences économiques chez nos revendeurs et sur le pouvoir d'achat des consommateurs européens.

A cela s'ajoute un niveau de stock très élevé chez les revendeurs, notamment au niveau des blousons, compte tenu d'une météo hivernale extrêmement douce avec très peu de période de grand froid.

Les investissements pour moderniser et adapter nos web stores (SCHOTT et RIVIERAS) aux dernières technologies vont se poursuivre car ils sont essentiels et nécessaires.

Nos web stores Schott et Rivas 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 AGECE, 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 durable.

Durant ces six 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 Rivas au profit de sac en papier recyclés et recyclables,
- mise en place des logos TRIMANS sur tous nos vêtements et polybags,
- obtention de la certification LEATHER WORKING GROUP,
- démarrage de la certification OEKO-TEX MADE IN GREEN,
- préparation de l'affichage environnemental.