



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
2024-2025	2 795 863	5 566 126	7 786 983	4 914 327	21 063 299
2023-2024	3 537 086	6 357 321	7 867 854	4 519 635	22 281 896
%	-21,0%	-12,4%	-1,0%	8,7%	-5,5%
	Export	Export	Export	Export	Export
2024-2025	784 872	2 733 210	2 279 683	1 804 949	7 602 713
2023-2024	1 038 244	2 617 970	1 490 764	1 347 375	6 494 354
%	-24,4%	4,4%	52,9%	34,0%	17,1%
	Total	Total	Total	Total	Total
2024-2025	3 580 735	8 299 336	10 066 666	6 719 275	28 666 012
2023-2024	4 575 330	8 975 292	9 358 618	5 867 011	28 776 251
%	-21,7%	-7,5%	7,6%	14,5%	-0,4%

Le quatrième trimestre affiche une forte croissance de +14,5% qui a permis d'atteindre une croissance de +10,3% sur le second semestre de l'exercice 2024/2025.

Au final, l'exercice 2024-2025 fait apparaître un chiffre d'affaires de 28 666 K€, quasi stable à -0,4% (soit environ -110 K€), en comparaison à l'exercice 2023-2024.

Si nous n'avions pas été victimes des grèves des dockers, notamment de celles du port du Havre, nous aurions dépassé le chiffre d'affaires de 2023-2024. En effet, ces grèves ont entraîné d'importants retards de livraison à notre entrepôt de Marly La Ville et donc des retards de facturation durant les deux derniers mois de l'exercice.

Notons quelques belles croissances : +48% en Allemagne, +11% au Royaume-Uni.

Par ailleurs, notre boutique amirale des Halles continue de surperformer avec une croissance de +18%.

Les ventes sur le webstore ont été stable sur l'exercice.

Groupe JAJ reste toutefois confiant dans l'avenir avec un retour à la croissance prévue sur l'exercice 25/26 grâce notamment à un carnet de commandes Hiver 25/26 en croissance de +19%.

Néanmoins, nous restons prudent dans nos objectifs de croissance annuelle, compte tenu des aléas climatiques récurrents, un contexte géo-politique international tendu, de la situation sociale et politique en France et de leurs conséquences économiques chez nos revendeurs et sur le pouvoir d'achat des consommateurs européens.

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 et affiche depuis une croissance à deux chiffres.

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 24 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 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.