



GROUPE JAJ

RESULTATS SEMESTRIELS DE L'EXERCICE 2011-2012

(du 1^{er} avril au 30 septembre)

Le Conseil d'Administration du Groupe JAJ a arrêté les comptes du 1^{er} semestre (1^{er} avril-30 septembre) de l'exercice 2011/2012.

L'activité des six premiers mois est conforme aux objectifs annoncés en septembre avec un chiffre d'affaires en hausse de 10,56 % à 10,70 M€. Cette croissance illustre la vitalité de la marque Schott. En France, le Groupe continue de gagner des parts de marché auprès des détaillants et affiche de très bons résultats dans les grands magasins et notamment auprès des Galeries Lafayette.

Sur les marchés exports le Groupe voit ses ventes progressées de 30, 73 % à 3,98 M€ grâce notamment au succès du nouvel accord de distribution en Allemagne qui pourrait se révéler à court terme comme un réel relais de croissance.

La baisse du résultat d'exploitation à 7,2 K€ résulte de la non répercussion délibérée de la totalité de la hausse des coûts des matières premières et de la parité dollar/Euro fortement défavorable. Simultanément, le Groupe a augmenté sur la période ses achats (compte tenu de la pérennité de ses produits) auprès de ses fournisseurs afin d'obtenir des prix plus compétitifs. La marge commerciale du premier semestre ressort à 38% conformément au budget.

Ces décisions ont affecté le résultat net de la période qui ressort en perte (-24,77 K€ vs + 211,29 K€).

Perspectives.

Le second semestre s'annonce plus tendu et l'environnement plus imprévisible. Un climat particulièrement doux depuis la rentrée a, par exemple, fait chuter les ventes de détails (de l'ordre de 10% chez les détaillants multimarques) et ralentit fortement les commandes de réassorts « en produits d'hivers » de l'ensemble des circuits de distribution, web y compris.

A contrario, pour la saison d'été 2012, le carnet de commandes de Schott est stable par rapport à l'an dernier ce qui représente une réelle performance au vu des conditions économiques actuelles et les produits vendus sous marque Rivas ont plus que doublé les prises d'ordre. La marque, distribuée dans plus de 300 points de vente en Europe, représente d'ors et déjà près d'un tiers des commandes du Groupe.

Compte tenu des évolutions extrêmement rapides, tant à la hausse qu'à la baisse, Groupe JAJ a pris des mesures pour « regagner » 2 points de marge sur l'ensemble du second semestre (40%) anticipant un chiffre d'affaires pour l'exercice de 20 M€.

Concernant le terrain de Montreuil, une promesse de vente est en cours de signature.