



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
2018-2019	2 357 513	5 608 488	4 646 527	3 454 181	16 066 709
2017-2018	2 324 284	6 395 520	4 415 007	3 739 877	16 874 687
%	1.4%	-12.3%	5.2%	-7.6%	-4.8%
	Export	Export	Export	Export	Export
2018-2019	775 575	2 649 589	1 633 202	1 546 340	6 604 706
2017-2018	545 674	3 377 506	1 363 489	1 794 999	7 081 668
%	42.1%	-21.6%	19.8%	-13.9%	-6.7%
	Total	Total	Total	Total	Total
2018-2019	3 133 088	8 258 077	6 279 729	5 000 521	22 671 415
2017-2018	2 869 958	9 773 026	5 778 496	5 534 876	23 956 355
%	9.2%	-15.5%	8.7%	-9.7%	-5.4%

Le quatrième trimestre affiche une décroissance de -9,7%, qui s'explique fondamentalement par un effet Gilets Jaunes qui a perturbé fortement la vente au sein de notre réseau de boutiques Schott (-180K€ de CA sur le quatrième trimestre 18/19) ainsi que nos clients revendeurs, notamment en centre ville et qui affichent en moyenne une baisse de 10% de leur CA sur le quatrième trimestre, ce qui a fortement pénalisé leurs ventes et par conséquent leurs demandes de réassort.

L'année 2018-2019 fait apparaître un chiffre d'affaires de 22 671 K€, en retrait de -5,4% (soit environ -1 285 K€).

Ce chiffre d'affaires en retrait s'explique essentiellement par le fait que nous ayons eu, lors du premier semestre de l'exercice précédent 2017-2018, une collaboration exceptionnelle de par l'importance de son volume, avec le groupe MAJE (1 075 K€). Cette opération ponctuelle affecte donc la croissance de l'année 2018-2019. A périmètre comparable, l'exercice actuel n'afficherait qu'un recul de 200 000€ (soit -0,8%).

Néanmoins plusieurs facteurs ont freiné le dynamisme connu ces dernières années:

- un effet Gilets Jaunes qui a fortement pénalisé l'activité commerciale sur la fin d'année 2018 et le début 2019, aussi bien dans nos propres boutiques Schott que chez nos clients, notamment ceux situés en centre ville.
- une météo exceptionnellement chaude (année la plus chaude jamais enregistrée en France depuis 1900 d'après Météo France) ayant impactée négativement la vente de blousons, doudounes et parkas durant l'hiver.

Cependant, la vente en directe réalisée par nos boutiques Schott est l'indice le plus révélateur de la bonne dynamique de la marque Schott.

Alors que le marché du prêt à porter affiche des difficultés importantes depuis ce début d'année, les boutiques Schott ont affiché une croissance de 36% sur l'exercice 18/19, notamment grâce au projet de pop up (magasin éphémère saisonnier) en centre commercial.

Quant à notre webstore, la croissance est importante (+45%) et des investissements ont été engagés afin d'accélérer encore davantage le poids du webstore qui est devenu notre principale boutique génératrice de chiffre d'affaires et de rentabilité.

La marque Schott continue d'affirmer sa présence auprès des grands magasins européens (Galerie Lafayette, Citadium, Printemps, Selfridges, Harvey Nichols, Peek and Cloppenburg, Rinascente, Corte ingles...), avec notamment le référencement récent au Bon Marché durant l'hiver, consolide ses partenariats auprès des acteurs majeurs du web (Redoute, Zalando, Amazon, Asos, Mr Porter, Matchesfashion...) et poursuit sa stratégie de développement de la vente directe auprès des consommateurs (investissement important dans le webstore Schott, ouverture de deux nouveaux outlet Schott, ouverture de boutiques à enseigne en propre et en affiliation à Lyon, pops up store dans des centres commerciaux durant l'hiver...).

Notons enfin qu'une boutique affiliée est en cours d'ouverture à Athènes.

La marque iconique Schott continue sur sa dynamique et consolide son héritage tout en réaffirmant fortement sa modernité, en ayant désormais une forte attractivité auprès des Millenials via des models et une communication spécifique.

Avec une distribution hétérogène et qualitative, Groupe JAJ reste moins dépendant des aléas du marché, notamment des revendeurs indépendants qui souffrent face à l'émergence des sites web et des enseignes.