



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
2021-2022	1 468 894	4 765 962	6 886 789	3 280 162	16 401 807
2020-2021	1 009 359	3 447 694	4 747 962	2 310 729	11 515 744
%	45.5%	38.2%	45.0%	42.0%	42.4%
	Export	Export	Export	Export	Export
2021-2022	1 020 169	3 153 754	2 032 867	1 535 796	7 742 586
2020-2021	858 540	3 225 896	2 064 250	1 625 417	7 774 103
%	18.8%	-2.2%	-1.5%	-5.5%	-0.4%
	Total	Total	Total	Total	Total
2021-2022	2 489 063	7 919 716	8 919 656	4 815 958	24 144 393
2020-2021	1 867 900	6 673 590	6 812 212	3 936 146	19 289 847
%	33.3%	18.7%	30.9%	22.4%	25.2%

Le quatrième trimestre affiche une croissance de +22,4%. Cette croissance s'explique par le succès rencontré par notre collection Hiver 21/22 et le carnet de commande la saison printemps/été 22 en croissance dont les livraisons ont démarrées durant ce dernier trimestre.

La croissance de l'exercice 21/22 s'élève à 25,2% comparé à l'exercice 20/21 et à plus de 20% par rapport à l'exercice 2019/2020, avant la crise sanitaire, alors que le marché de l'habillement reste en souffrance et affiche une décroissance de plus de 8% par rapport à 2019.

Cette forte croissance s'explique essentiellement par la forte attractivité de la marque SCHOTT et plus particulièrement par le grand succès que notre collection hiver 21/22 rencontre auprès des consommateurs en France et dans le reste des pays européens affichant tous des croissances à deux chiffres, excepté pour l'Angleterre où nous rencontrons des difficultés liées au Brexit. Notons également la performance de nos deux premières locomotives produits: les doudounes UTAH et MAX qui affichent des croissances de respectivement +79% et +155% sur les douze mois de l'exercice 21/22.

Bien que les coûts du transport sur achat aient été quasiment multipliés par 3, notre ratio de marge sur coûts variables divisé par le chiffre d'affaires ne se dégrade presque pas : -0,1 point. En effet, cette hausse des coûts du transport sur achat a été compensée par une hausse des prix de ventes, des remises de la part de nos principaux fournisseurs et un effet mix favorable (notre site internet croit de 18,6% or la marge de celui-ci est de 75%).

Cette croissance de 18,6% de notre webstore sur l'ensemble de l'exercice 2021/2022 est portée notamment par des investissements engagés il y a maintenant deux ans. Cette année, nous prévoyons de poursuivre les investissements concernant notre webstore (amélioration d'outils CRM, accélération de l'omnicanal, communication sur les réseaux sociaux). Notre site internet est notre principale boutique génératrice de chiffre d'affaires et de rentabilité et représente environ 10% du CA global actuellement.

Les boutiques à enseigne Schott ont également connu de belles performances, notamment notre outlet à Talange, notre magasin situé à Paris 3e et notre boutique des Halles qui affichent une croissance de respectivement +64,7%, +42,1% et +37,9% sur les trois premiers trimestres.

Nous constatons une progression à deux chiffres de nos ventes chez tous les grands magasins : Galeries-Lafayette : +47,1%, Citadium : +38,3%, Printemps : +32,0%, Le Bon Marché : +31,1%, El Corte Inglés : +26,9%, ...

Malgré le contexte avec encore des incertitudes notamment liées au Covid et à la propagation exponentielle du variant Omicron, au transport de marchandises et à l'évolution des prix des matières premières, nous restons optimistes compte tenu du succès de la saison Automne/Hiver quelque soit le canal de distribution (magasins indépendants, grands magasins, revendeurs web, webstore et magasins Schott...).

De plus, le carnet de commande de la saison prochaine l'Automne-Hiver 22/23 affiche une forte croissance de plus de 30%.

Les investissements pour moderniser et adapter notre webstore aux dernières technologies vont se poursuivre car ils sont essentiels et nécessaires.

Notre webstore est plus que jamais l'axe de développement principal et prioritaire ainsi que le renforcement de nos partenariats avec les revendeurs majeurs du web et la consolidation de notre présence en Grands Magasins (Galerie Lafayette, Bon Marché, Printemps, Citadium, Corte Inglés, Rinascente...).

Un renforcement des actions Marketing est prévu également avec de nombreuses collaborations prestigieuses à venir sur l'exercice prochain.

La marque Schott, alliant authenticité et modernité, reste une marque iconique, référente et dynamique sur la marché avec une forte identité, permettant à Groupe JAJ d'être moins exposé aux divers et nombreux aléas du marché.

Groupe JAJ vient de signer un accord de licence mondiale exclusif avec la marque RIVIERAS sur les catégories chaussure et textile, ainsi que la gestion du webstore, dont Groupe JAJ était jusque là uniquement le distributeur exclusif sur certains marchés européens.

Désormais, Groupe JAJ aura la responsabilité des collections et de la distribution de la marque au niveau mondial.

Pour la première fois, Groupe JAJ aura donc une véritable dimension internationale (contrairement à notre licence Schott qui est exclusivement européenne).

Des accords de partenariats viennent d'être signés avec des marchés référents et en forte croissance telle que la Chine, les Etats-Unis ou encore le Japon et l'Australie pour une distribution qui démarrera à partir de la saison Printemps/Été 2023.

Ce choix stratégique est porté par notre forte connaissance de la marque et de son potentiel.

Cette licence générera davantage de revenus et permettra d'équilibrer la saisonnalité de l'activité de Groupe JAJ, compte tenu de la spécificité de RIVIERAS en tant que marque de plein été, comparé à Schott où 2/3 du chiffre d'affaires est réalisé durant l'hiver.