



## 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	TOTAL
	du 1er avril au 30 juin	du 1er juillet au 30 septembre	du 1er octobre au 31 décembre	du 1er avril au 31 décembre
	France	France	France	France
2022-2023	2 729 915	6 551 228	9 477 945	18 759 088
2021-2022	1 468 894	4 765 962	6 886 789	13 121 645
%	85,8%	37,5%	37,6%	43,0%
	Export	Export	Export	Export
2022-2023	1 239 079	3 985 091	1 843 813	7 067 983
2021-2022	1 020 169	3 153 754	2 032 867	6 206 790
%	21,5%	26,4%	-9,3%	13,9%
	Total	Total	Total	Total
2022-2023	3 968 994	10 536 319	11 321 759	25 827 072
2020-2021	2 489 063	7 919 716	8 919 656	19 328 435
%	59,5%	33,0%	26,9%	33,6%

Le 3ème trimestre 2022-2023 fait apparaître un chiffre d'affaires de 11 322 K€ soit une croissance de +26,9% (soit environ +2 402 K€).

Cette forte croissance s'explique par le succès rencontré par notre collection Hiver 22/23.

Les 9 premiers mois de l'exercice 2022-2023 font apparaître un chiffre d'affaires de 25 827 K€, en croissance de +33,6% (soit environ +6 499 K€) alors que le marché du textile en Europe reste toujours atone, avec un marché de l'habillement, en France notamment, toujours en recul de plus de 6% sur les 9 premiers mois de l'année par rapport à 2019, année de référence pré-Covid.

Cette forte croissance de +33,6% 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 aux neuf premiers mois de l'exercice 2021-2022 qui étaient eux mêmes déjà en croissance de +25,9% versus les neuf premiers mois de l'exercice 2020-2021. Il s'agit donc d'une croissance à deux chiffres sur une croissance à deux chiffres antérieure.

Cette croissance s'explique essentiellement par la forte attractivité de la marque SCHOTT et le travail mené de front au niveau marketing et produit.

Notre collection hiver 22/23 rencontre un franc succès auprès des consommateurs en France (+43%) et dans le reste des pays européens (+8,5%).

La marque allie une combinaison unique d'héritage et de modernité avec un rapport qualité/prix attractif et une clientèle hétérogène quelque soit les tranches d'âges.

Notre site internet et nos market places SCHOTT sont en croissance de 23% durant les 9 premiers mois de l'exercice 2022/2023.

Les boutiques à enseigne Schott ont également connu de belles performances durant ces 9 premiers mois, notamment notre boutique des HALLES (+28%), notre boutique située rue DEBELLEME à Paris, dans le marais (+21%), notre boutique de SAINT-GERMAIN-EN-LAYE (+15%) et notre outlet situé à TALANGE (+10%).

La croissance de nos boutiques physique est en croissance moyenne de +20% par rapport à 2021.

Groupe JAJ reste toutefois très prudent compte tenu du contexte géo-politique international, de la crise sanitaire qui perdure en Asie notamment pouvant perturber les fabrications, des mouvements sociaux à venir et des conséquences économiques chez nos revendeurs et sur le pouvoir d'achat des consommateurs européens.

Malgré le contexte, nous restons optimistes sur l'exercice 22/23.

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

Nos webstores 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 incrites 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-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 trois 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 Riviéras au profit de sac en papier recyclé et recyclables,
- mise en place des logos trimans sur tous nos vêtements et polybags.