



## 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	TOTAL
	du 1er avril au 30 juin	du 1er juillet au 30 septembre	du 1er avril au 30 septembre
	France	France	France
2023-2024	3 537 086	5 319 002	8 856 088
2022-2023	2 729 915	6 551 228	9 281 143
%	29,6%	-18,8%	-4,6%
	Export	Export	Export
2023-2024	1 038 244	3 656 215	4 694 459
2022-2023	1 239 079	3 985 091	5 224 170
%	-16,2%	-8,3%	-10,1%
	Total	Total	Total
2023-2024	4 575 330	8 975 217	13 550 547
2022-2023	3 968 994	10 536 319	14 505 313
%	15,3%	-14,8%	-6,6%

Le premier semestre 2023-2024 fait apparaître un chiffre d'affaires de 13 551 K€, en décroissance de -6,6% (soit environ -955 K€), en comparaison au premier semestre 2022-2023 qui avait été caractérisé par une très forte croissance (+39,4% versus l'exercice 2021-2022).

Cette décroissance de -6,6% est en ligne avec celle observée sur l'ensemble du marché du textile en Europe, avec un marché de l'habillement, en France notamment, toujours en recul de plus de 6,9% sur les 9 premiers mois de l'année par rapport à 2019, année de référence pré-Covid.

Nous avons souffert d'une météo exceptionnellement chaude et tout particulièrement durant le mois de septembre. En effet, septembre 2023 a été le mois le plus chaud jamais mesuré en Europe.

A cela s'ajoute une priorisation dans les dépenses des ménages, liées à une inflation toujours présente, dont souffrent particulièrement le secteur de l'habillement.

Notons cependant quelques belles croissances en scandinavie : +196%, en Grèce : +26%, en Italie : +23% et en France : +7%.

Nos webstores et market places affichent une forte croissance de +14% pour SCHOTT sur le semestre et +10% pour RIVIERAS toujours sur le premier semestre malgré un fort ralentissement des ventes en ligne sur le secteur de l'habillement.

Nos boutiques continuent à croître sur ce premier semestre : +4% au total, soulignons la très belle progression de notre outlet situé à Talange, proche de Metz qui croît de +22% et de notre boutique située à Paris, en plein Marais, rue Debellyme, qui croît de +6%.

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

Rivieras, avec son ADN unique, séduit une clientèle locale et internationale, véhiculant les valeurs de la French Riviera durant la période estivale.

Groupe JAJ reste toutefois prudent compte tenu d'une météo aux températures toujours en dehors des normes de saison sur octobre, un contexte géo-politique international tendu, de la situation sociale en France et des conséquences économiques chez nos revendeurs et sur le pouvoir d'achat des consommateurs européens.

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 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.

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 Agéc, 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 douze 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 plastique 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,
- préparation de l'éco-socio-conception,
- obtention d'une subvention de l'ADEME de 85 KEUR afin de soutenir le projet d'éco-socio-conception.