



## RESULTATS FINANCIERS ARRETE AU 31 MARS 2024

En date du 12 juillet 2024 le Conseil d'Administration du Groupe JAJ a arrêté les comptes de l'exercice 2023-2024 (du 1<sup>er</sup> avril 2023 au 31 mars 2024).

RESULTATS ANNUELS		
En milliers d'€	31-03-2024	31-03-2023
<b>Chiffres d'affaires</b>	<b>28 760</b>	<b>31 623</b>
Marge Brute Globale (%)	47.6%	44.6%
<b>Excédent brut d'exploitation</b>	<b>1 237</b>	<b>2 659</b>
En % du CA	4.3%	8.4%
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>600</b>	<b>929</b>
En % du CA	2.1%	2.9%
<b>Résultat net</b>	<b>343</b>	<b>513</b>

L'exercice 2023-2024 fait apparaître un chiffre d'affaires de 28 760 K€, en décroissance de -9% (soit environ -2 863 K€), en comparaison aux exercices 2022-2023 et 2021-2022 qui avaient été caractérisés par une très forte croissance des ventes (+ 63% entre 2021 et 2023).

Nous avons souffert d'une météo exceptionnellement chaude et tout particulièrement durant le dernier trimestre 2023.

En effet, ces derniers mois ont été les plus chauds jamais mesurés en Europe à cette période.

A cela s'ajoute le problème de l'inflation et une priorisation dans les dépenses des ménages, dont souffre particulièrement le secteur de l'habillement.

Notons cependant quelques belles croissances en scandinavie : +158% et en Espagne : +23%.

Nos webstores et market places affichent une croissance de +7% pour SCHOTT sur l'exercice 23/24 et +11% pour RIVIERAS toujours sur l'exercice 23/24 malgré un fort ralentissement des ventes en ligne sur le secteur de l'habillement.

Soulignons la très belle progression de notre outlet situé à Talange, proche de Metz qui croît de +12% et de notre boutique située à La Rochelle dont la croissance est supérieure à 100%.

Le taux de marge brute global gagne +3 point par rapport à l'exercice antérieur. Ceci s'explique tout d'abord par un changement de méthode comptable des commissions market place ZALANDO qui depuis le 1<sup>er</sup> avril 23 ne sont plus déduites du chiffre d'affaires via des avoirs mais facturées en tant que commissions. Par ailleurs, nous avons maintenu la pression sur nos fournisseurs afin de baisser leurs tarifs.

L'EBE affiche un résultat positif de 1 237 K€ soit 4.3% du CA ce qui représente 4.1 points de moins par rapport à l'exercice précédent. Ceci s'explique principalement par :

- une augmentation des coûts commerciaux de 2.4 points de CA par rapport à l'exercice précédent suite au changement de méthode comptable des commissions market de place de ZALANDO comme expliqué plus haut.
- Une augmentation des coûts marketing de 0.5 point de CA ; en ligne avec notre Budget 23/24.
- Une augmentation des coûts logistiques de 0.5 point de CA suite à une hausse des tarifs de notre logisticien et également à la location d'une surface plus importante.
- Une augmentation des coûts de structure de 1.2 point de CA (Bâtiment : +0.3 point, Factoring et autres services bancaires : +0.3 point, Conseils RSE : +0.2 point et Taxe ECO TLC : +0.2 point)

Le Résultat d'Exploitation se monte à : 600 K€ soit 2.1% du CA ce qui représente 0.8 point de moins par rapport à l'exercice précédent alors que l'écart était de 4.1 points de moins au niveau de l'EBE. L'écart s'est donc réduit de 3.3 points. Ceci s'explique par moins de perte de change d'exploitation : 1.5 point (parité EUR/USD favorable), moins de pertes sur créances irrécouvrables : 1.5 point et plus de redevances perçues : +0.5 point.

Le Résultat Net s'élève à : 343 K€ soit 1.2% du CA ce qui représente 0.4 point de moins que l'exercice antérieur. Là encore, l'écart s'est réduit de 0.4 point puisqu'il était de 0.8 point au niveau de l'EBE. Ceci s'explique essentiellement par moins de charges financières : 0.3 point (impact change favorable).

### **PERSPECTIVES**

La marque Schott allie une combinaison unique d'héritage et de modernité avec un rapport qualité/prix attractif et une clientèle hétérogène quelle que 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 confiant dans l'avenir avec un retour à la croissance prévue sur le prochain exercice 24/25.

Néanmoins, nous restons également prudents dans nos objectifs de croissance, compte tenu des aléas climatiques récurrents et un contexte géopolitique international tendu, de la situation sociale en France et de leurs 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 Riviéras 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 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-socio-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 dix-huit 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 certifiés FSC pour les shopping bags,
  - au profit de plastiques 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,
- démarrage du projet d'éco-socio-conception,
- obtention d'une subvention de l'ADEME de 85 KEUR afin de soutenir le projet d'éco-socio-conception,
- collecte de données auprès des fournisseurs afin de permettre l'analyse du cycle de vie (ACV),
- démarrage des travaux de mise en conformité avec la directive européenne contre la déforestation,
- recyclage des produits défectueux qui nous ont permis d'obtenir 4 000 tonnes de fil qui ont servi au tricotage de la gamme de produits RELIFE.