



RESULTATS FINANCIERS ARRETE AU 31 MARS 2025

En date du 17 juillet 2025 le Conseil d'Administration du Groupe JAJ a arrêté les comptes de l'exercice 2024-2025 (du 1^{er} avril 2024 au 31 mars 2025).

RESULTATS ANNUELS		
En milliers d'€	31-03-2025	31-03-2024
Chiffres d'affaires	28 709	28 760
Marge Brute Globale (%)	48.5%	47.6%
Excédent brut d'exploitation	1 005	1 237
En % du CA	3.5%	4.3%
Résultat d'exploitation	319	600
En % du CA	1.1%	2.1%
Résultat net	207	343

Le quatrième trimestre affiche une forte croissance de +14,5% qui a permis d'atteindre une croissance de +10,3% sur le second semestre de l'exercice 2024/2025.

Au final, l'exercice 2024-2025 fait apparaître un chiffre d'affaires de 28 709 K€, quasi stable à -0,2% (soit environ -51 K€), en comparaison à l'exercice 2023-2024.

Si nous n'avions pas été victimes des grèves des dockers, notamment de celles du port du Havre, nous aurions dépassé le chiffre d'affaires de 2023-2024. En effet, ces grèves ont entraîné d'importants retards de livraison à notre entrepôt de Marly La Ville et donc des retards de facturation durant les deux derniers mois de l'exercice.

Notons quelques belles croissances : +48% en Allemagne, +11% au Royaume-Uni.

Par ailleurs, notre boutique amirale des Halles continue de surperformer avec une croissance de +18%.

Les ventes sur le webstore ont été stable sur l'exercice.

Le taux de marge brute global gagne +0.9 point par rapport à l'exercice antérieur. Ceci s'explique le fait que nous ayons développé les outlets. En effet, l'année dernière nous avons un outlet en propre et quatre outlets en franchise. Alors que cette année nous avons toujours notre outlet en propre mais sept outlets en franchise. Par conséquent, n'avons plus besoin d'écouler autant de marchandises via les déstockeurs ce qui

a un effet positif sur le ratio de marge brute divisé par le CA. De plus, nous avons demandé à nos 3 fournisseurs ayant la croissance des achats la plus forte une remise de fin d'année. Ceux-ci ont accepté. Ceci a également favorablement impacté le ratio de marge brute.

L'EBE affiche un résultat positif de 1 005 K€ soit 3.5% du CA ce qui représente 0.8 points de moins par rapport à l'exercice précédent. Ceci s'explique principalement par :

- Une augmentation de 0.3 point de CA de la ligne Bâtiment de notre compte d'exploitation. En effet, l'année dernière nous avons négocié un avoir suite aux désagréments générés par des travaux effectués par le propriétaire de nos locaux qui n'avait plus lieu d'être sur l'exercice 24/25.
- Une augmentation de 0.3 point de CA des coûts informatiques dus à l'implémentation d'un PLM (Centric), la mise en place d'une automatisation de la gestion des retours des sites internet, des développements informatiques suite au changement de notre prestataire en marketing digital et la location d'un logiciel pour le traitement de données RSE.
- Une augmentation des impôts et taxes de 0.3 point de CA.

Le Résultat d'Exploitation se monte à : 319 K€ soit 1.1% du CA ce qui représente 1 point de moins par rapport à l'exercice précédent alors que l'écart était de 0.8 points de moins au niveau de l'EBE. L'écart a donc augmenté de 0.2 point. Ceci s'explique essentiellement par moins de gains de change que l'année dernière : 0.3 point (parité EUR/USD défavorable versus N-1).

Le Résultat Net s'élève à : 207 K€ soit 0.7% du CA ce qui représente 0.5 point de moins que l'exercice antérieur. Là, l'écart s'est réduit de 0.5 point puisqu'il était de 1 point au niveau du Résultat d'Exploitation. Ceci s'explique essentiellement par moins de charges exceptionnelles : 0.5 point. En effet, cette année nous avons reclassé la part des commissions provenant du règlement de factures des exercices antérieurs de charges exceptionnelles en commissions. Ceci explique cet allègement des charges exceptionnelles versus N-1.

PERSPECTIVES

Groupe JAJ reste toutefois confiant dans l'avenir avec un retour à la croissance prévue sur l'exercice 25/26 grâce notamment à un carnet de commandes Hiver 25/26 en croissance de +19%.

Néanmoins, nous restons prudents dans nos objectifs de croissance annuelle, compte tenu des aléas climatiques récurrents, un contexte géopolitique international tendu, de la situation sociale et politique en France et de leurs conséquences économiques chez nos revendeurs et sur le pouvoir d'achat des consommateurs européens.

La marque Schott résiste aux forts aléas du marché et à la morosité du secteur du textile.

Schott allie une combinaison unique d'héritage et de modernité, avec de nombreux produits iconiques et intemporels (comme les bombers actuellement très en vogue), avec un rapport qualité/prix attractif, une clientèle hétérogène quel que soit la catégorie sociale et les tranches d'âges.

Tout cela accompagné d'un marketing extrêmement dynamique notamment au niveau des collaborations avec d'autres marques du secteur.

Rivieras, avec son ADN unique, séduit une clientèle locale et internationale, véhiculant les valeurs de la french riviera durant la période estivale et continue son développement à l'international avec notamment l'ouverture d'un pop-up cet été au sein du nouveau Printemps à New York.

Les investissements pour moderniser et adapter nos webstores (SCHOTT et RIVIERAS) aux dernières technologies vont se poursuivre.

Le nouveau Webstore Schott, sous Shopify, a été lancé le 18 février 2025 et affiche depuis une croissance à deux chiffres.

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 européens.

Nous avons également en cours un développement d'ouverture de boutiques à enseigne Schott en centre-ville, en centre commercial et en outlet sous un format de franchise, avec des partenaires grands spécialistes du retail, ouvrant une boutique à l'enseigne SCHOTT.

3 nouvelles boutiques outlets Schott dans des centres stratégiques tels que Lyon, Troyes et Roubaix ont ouvert récemment et un popup Schott est prévu au sein du centre commercial Lyon La Part-Dieu et d'autres projets sont en cours de finalisation.

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 24 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 Rivas :
 - au profit de sac en papier certifiés FSC pour les shoppings 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 avec la sélection d'un nouveau prestataire,
- 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,
- lancement avec FAIRLY MADE de la plateforme de traçabilité.