



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
2025-2026	3 377 291	7 104 431	9 886 004	20 367 726
2024-2025	2 795 863	5 566 126	7 786 983	16 148 972
%	20,8%	27,6%	27,0%	26,1%
	Export	Export	Export	Export
2025-2026	1 698 379	2 858 881	2 420 958	6 978 218
2024-2025	784 872	2 733 210	2 279 683	5 797 765
%	116,4%	4,6%	6,2%	20,4%
	Total	Total	Total	Total
2025-2026	5 075 669	9 963 313	12 306 962	27 345 944
2024-2025	3 580 735	8 299 336	10 066 666	21 946 736
%	41,7%	20,0%	22,3%	24,6%

Les 9 premiers mois de l'exercice 2025-2026 font apparaître un chiffre d'affaires de 27 346 K€ soit une croissance de +24,6% (+5 399 K€) versus N-1.

Cette croissance sur les 9 premiers mois de notre exercice, est remarquable compte-tenu de la situation toujours difficile du marché de l'habillement.

Cette forte croissance s'explique essentiellement par les facteurs suivants :

- 1) le succès rencontré par les collections hiver de nos marques SCHOTT (+24% versus N-1) avec un carnet de commande hiver en forte hausse et RIVIERAS (+36% versus N-1) qui a renoué avec le succès durant la saison estivale.
- 2) le développement de nos franchises outlet et l'amélioration de nos performances sur nos magasins gérés en propre.
- 3) le recrutement réussi de deux seniors : une Directrice Réseau et un Directeur Commercial qui ont respectivement permis la mise en place de 3 outlets SCHOTT, le développement des ventes au sein de nos boutiques historiques, et l'arrivée de nouveaux clients à fort potentiel.
- 4) le développement et l'accélération de nos partenariats avec nos key account wholesale
- 5) le lancement de notre nouveau webstore sous Shopify qui a contribué à l'accélération des ventes avec une croissance à deux chiffres
- 6) des dizaines de collaborations effectuées cette année avec des marques prestigieuses telles que Benjamin Benmoyal, Eleven Paris, Jaded, The Koopies, SAMSOE & SAMSOE, Walk in Paris, ...
- 7) un produit leader et tendance, le Bombers, référence de la marque Schott
- 8) la croissance de la gamme cuir, où Schott apparaît également comme une des seules marques référentes sur cette catégorie

Voici quelques zones géographiques où notre croissance est remarquable :

- Espagne & Portugal : +166% (TOTAL SCHOTT + RIVIERAS),
- Scandinavie : +114% (TOTAL SCHOTT + RIVIERAS),
- France : +26% (TOTAL SCHOTT + RIVIERAS),
- Pologne : +19% (TOTAL SCHOTT + RIVIERAS),
- Allemagne-Autriche : +13% (TOTAL SCHOTT + RIVIERAS),
- USA & Mexique : +211% (RIVIERAS uniquement).

En ce qui concerne SCHOTT quasiment toutes nos familles de produits sont en croissance dont notamment les blousons en cuir dont le chiffre d'affaires augmente de +48 %.

Durant ces 9 premiers mois voici nos boutiques en propres dont la croissance est à noter :

- Talange (SCHOTT) : +43%,
- Debelleye (SCHOTT) : +35%,
- Turenne (RIVIERAS) : +26%,
- Les Halles (SCHOTT) : +1%.

Par ailleurs nos sites internet sont également en croissance : site SCHOTT : +32%, site RIVIERAS : +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.

Nous sommes confiants dans nos objectifs de croissance annuelle à deux chiffres pour l'exercice 2025/2026.

La marque Schott résiste avec brio 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 quelque 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, mesuré et contrôlé, 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..

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-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 3 dernières années 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 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,
- publication des résultats de traçabilité et d'impacts environnementaux sur nos sites SCHOTT et RIVIERAS,
- abandon des PIFAS au 01/01/26.