



## 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
2024-2025	2 795 863	5 566 126	8 361 989
2023-2024	3 537 086	5 319 002	8 856 088
%	-21,0%	4,6%	-5,6%
	Export	Export	Export
2024-2025	784 872	2 733 210	3 518 082
2023-2024	1 038 244	3 656 215	4 694 459
%	-24,4%	-25,2%	-25,1%
	Total	Total	Total
2024-2025	3 580 735	8 299 336	11 880 071
2023-2024	4 575 330	8 975 217	13 550 547
%	-21,7%	-7,5%	-12,3%

Le second trimestre 2024-2025 montre un chiffre d'affaires de 8 299 K€, en décroissance de -7,5% (soit environ -676 K€). Cette décroissance de -7,5% s'explique essentiellement par de très importants décalages de livraisons et donc de facturation du second trimestre vers le troisième trimestre de la part de nos principaux clients pour environ 2,1 M€. Corrigé de ces décalages, le chiffre d'affaires du second trimestre aurait été de 10,4 M€ et donc nous aurions eu une croissance de +15,6% par rapport au second trimestre de l'exercice antérieur.

Le second semestre 2024-2025 fait apparaître un chiffre d'affaires de 11 880 K€, en décroissance de -12,3% (soit environ -1 671 K€). Cette décroissance de -12,3% s'explique essentiellement par de très importants décalages de livraisons et donc de facturation du second trimestre vers le troisième trimestre de la part de nos principaux clients pour environ 2,1 M€. Corrigé de ces décalages, le chiffre d'affaires du second semestre aurait été de 14 M€ et donc nous aurions eu une croissance de +2,9% par rapport au second semestre de l'exercice antérieur.

Par ailleurs, nous avons été victime d'une météo exceptionnelle avec des mois d'avril, mai, juin, juillet et août 2024 extrêmement pluvieux. Le mois de mai 2024 a d'ailleurs été le mois le plus pluvieux en France, depuis que les relevés météorologiques existent. De plus, nous souffrons également d'une consommation des ménages en baisse et d'une baisse de trafic généralisée chez nos revendeurs ; le textile étant l'une des premières variables d'ajustement du budget des ménages. Enfin, nous avons également été négativement impacté par le contexte géo-politique et les conséquences de la dissolution du parlement en France.

Notons cependant quelques belles croissances : +29% en Allemagne, +16% au Benelux

Soulignons également la belle progression de nos boutiques : La Rochelle : +20%, Les Halles : +8% et de notre site internet SCHOTT : +7%.

Groupe JAJ reste toutefois confiant dans l'avenir avec un retour à la croissance prévue sur cet exercice 24/25.

Néanmoins, nous restons également prudent dans nos objectifs de croissance, compte tenu des aléas climatiques récurrents et un contexte géo-politique 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 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.

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.

Nous avons également en cours un développement d'ouverture de boutiques à enseigne Schott en centre ville, en centre commercial et en outlet, sous le schéma de la commission affiliation dans lequel des partenaires, grands spécialistes du retail, ouvrent une boutique SCHOTT.

Le partenaire a la charge du loyer et des salaires et reverse à Groupe JAJ environ 50% du chiffre d'affaires HT réalisé.

3 nouvelles boutiques outlets Schott dans des centres stratégiques Marque Avenue et Glenn MacArthur ouvriront sur le second semestre.

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 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 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 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.