



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 |
| 2024-2025 | 2 795 863 | 5 566 126 | 7 786 983 | 16 148 972 |
| 2023-2024 | 3 537 086 | 6 357 321 | 7 867 854 | 17 762 261 |
| % | -21,0% | -12,4% | -1,0% | -9,1% |
| | Export | Export | Export | Export |
| 2024-2025 | 784 872 | 2 733 210 | 2 279 683 | 5 797 765 |
| 2023-2024 | 1 038 244 | 2 617 970 | 1 490 764 | 5 146 979 |
| % | -24,4% | 4,4% | 52,9% | 12,6% |
| | Total | Total | Total | Total |
| 2024-2025 | 3 580 735 | 8 299 336 | 10 066 666 | 21 946 736 |
| 2023-2024 | 4 575 330 | 8 975 292 | 9 358 618 | 22 909 240 |
| % | -21,7% | -7,5% | 7,6% | -4,2% |

Le 3ème Trimestre de l'exercice 2024-2025 fait apparaître un chiffre d'affaires de 10 067 K€, en croissance de +7,6% (soit environ +708 K€), en comparaison avec le 3ème Trimestre de l'exercice 2023-2024. Ceci s'explique, une fois n'est pas coutume, par une météo hivernale favorable et par un mix qualité/prix/image de marque attractif.

Les neuf premiers mois de l'exercice 2024-2025 font apparaître un chiffre d'affaires de 21 947 K€, en légère décroissance (-4,2% soit environ -962 K€), en comparaison aux neuf premiers mois de l'exercice 2023-2024.

Le 4ème Trimestre 2024-2025 devrait nous permettre d'égaliser voire de très légèrement dépasser le chiffre d'affaires 2023-2024.

Notons quelques belles croissances : +33% en Allemagne, +14% au Royaume-Uni. Par ailleurs, notre boutique amirale des Halles continue de surperformer avec une croissance supérieure à +17%.

Groupe JAJ reste toutefois confiant dans l'avenir avec un retour à la croissance prévue sur l'exercice 25/26.

Les bons taux de sortie de Schott durant ce dernier trimestre chez nos revendeurs laisse entrevoir un carnet de commandes Hiver 25/26 en croissance pour le prochain exercice.

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. Riviéras, 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 avec le lancement du nouveau Webstore Schott courant février 2025. 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.

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 reversent à Groupe JAJ environ 50% du chiffre d'affaires HT réalisé. 3 nouvelles boutiques outlets Schott dans des centres stratégiques tels que Lyon, Troyes et Roubaix ont ouvert durant ces derniers mois.

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 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.