

RÉSULTATS DE L'EXERCICE

Croissance de 32 % des ventes avec une amélioration notable de la rentabilité, ce qui place Barco en position avantageuse pour une croissance rentable sur le long terme

Courtrai, Belgique, le 9 février 2023, 7h30 – Barco (Euronext : BAR ; Reuters : BARBt.BR ; Bloomberg : BAR BB) publie aujourd’hui les résultats du semestre et de l’exercice clôturés le 31 décembre 2022.

Principaux chiffres financiers de l'exercice 2022¹

- Les **commandes** s'élèvent à 1 058,4 millions €, +8 % par rapport à 2021
- Les **ventes** s'élèvent à 1 058,3 millions €, +32 % par rapport à 2021 (+24 % à taux de change constants)
- **Carnet de commandes** de 496,5 millions € en fin d'exercice, en hausse de 9,5 millions € par rapport à la fin de l'exercice 2021
- **EBITDA** de 126,5 millions €, soit 12,0 % des ventes, contre 58,5 millions € en 2021
- **EBIT ajusté** de 90,1 millions €, contre 19,4 millions € en 2021
- **Flux de trésorerie disponible** de 13,1 millions €, contre 78,0 millions € en 2021
- **Résultats nets** de 75,2 millions €, contre 8,9 millions € en 2021
- Proposition d'augmenter le **dividende brut à 0,44 euro** par action, venant de 0,40 euro l'an dernier

Synthèse

Résultats du groupe – forte croissance des ventes et des commandes dans toutes les divisions

Les commandes reçues durant l'exercice 2022 s'élèvent à 1 058,4 millions d'euros, une hausse de 8 % par rapport à l'exercice 2021. Ce résultat s'explique par la reprise solide de la demande dans toutes les divisions.

Les ventes ont augmenté de 32 % durant l'exercice pour s'établir à 1 058,3 millions d'euros, ce qui est proche du niveau prépandémique de 2019. Hormis la Chine, toutes les régions ont enregistré des ventes revenues aux niveaux de 2019. Nous prévoyons une reprise de l'activité chinoise à partir du deuxième trimestre 2023.

¹ Toutes les définitions des indicateurs alternatifs de performance (Alternative Performance Measures ou APM) figurent dans le glossaire disponible sur le portail des investisseurs de Barco (<http://www.barco.com/en/about-barco/investors>)

En glissement annuel, toutes les divisions ont signé une croissance des ventes à deux chiffres. L'amélioration constante de la situation de la chaîne d'approvisionnement au second semestre de 2022 a permis d'honorer plus rapidement le carnet de commandes existant, qui affichait toujours un niveau record en fin d'exercice. À la fin du mois de décembre 2022, le carnet de commandes s'élevait à 496,5 millions d'euros, soit plus de 50 % au-dessus du niveau que nous connaissions à la fin de 2019.

Résultats des divisions – confirmation du rebond dans l'ensemble des divisions et des unités opérationnelles

Dans la division Healthcare, les commandes reçues sont restées solides tout au long de l'année 2022. Cette situation reflète la reprise de la demande dans les segments Diagnostic Imaging et Surgical & Modality, dans toutes les régions, y compris la Chine. L'unité opérationnelle Diagnostic Imaging a profité de nouveaux investissements de clients pour le remplacement des écrans destinés à la radiologie ainsi que de la reprise des ventes d'écrans pour la mammographie, qui avaient connu un ralentissement pendant la pandémie. L'unité opérationnelle Surgical & Modality a généré une croissance particulièrement vigoureuse dans les Amériques et en Chine, entraînée par de grands projets de modalité et de salles d'opération numériques.

Enterprise a observé un redressement continu depuis la pandémie et enregistre une croissance notable des ventes dans les deux segments. Les ventes de Meeting Experience se sont accélérées dans toutes les régions, en commençant par la région EMEA, suivie par les Amériques et l'Asie. Cette croissance a été soutenue par la vague de retour de bureau, la tendance croissante aux réunions hybrides utilisant la vidéo et la reconnaissance grandissante de la proposition de valeur de « ClickShare Bring Your Own Meeting ». Large Video Walls a signé dans toutes les régions une croissance des ventes à deux chiffres, alimentée par les déploiements de salles de commande.

La division Entertainment a produit des résultats encourageants en 2022. Elle a fait face à des pénuries de composants au premier semestre, mais la situation s'est améliorée progressivement à partir du milieu de l'année, ce qui a permis une accélération des livraisons liées au carnet de commandes étendu. Si les ventes de Cinema ne sont pas encore revenues aux volumes pré-pandémiques en 2022, le segment a terminé l'exercice avec un carnet de commandes deux fois plus important que fin 2019. Côté Cinema, la demande importante pour le portefeuille de produits laser a entraîné une croissance dans toutes les régions à l'exception de l'Asie, où les confinements en Chine ont eu une incidence sur l'activité. Les ventes de l'unité opérationnelle Immersive Experience ont atteint un niveau sans précédent, avec un redressement particulièrement marqué au niveau des installations fixes, ce qui reflète une augmentation de la demande des musées, du mappage de projection et des parcs à thèmes.

Rentabilité et flux de trésorerie disponible – amélioration significative de la marge EBITDA

Le taux de marge brute s'est amélioré de trimestre en trimestre tout au long de l'année 2022, pour atteindre un niveau moyen de 39,0 %, ce qui représente une hausse de 3,3 points de pourcentage par rapport à l'an dernier. Ce rebond du taux de marge brute, qui revient quasiment au niveau de 2019, est imputable à des mesures visant à redresser la marge brute, à une composition plus favorable de la gamme de produits, particulièrement dans la division Enterprise, et à la diminution des contraintes pesant sur la chaîne d'approvisionnement au second semestre.

La marge EBITDA s'élève à 12,0 % pour l'exercice, une hausse de 4,7 points de pourcentage par rapport à l'an dernier. Le redressement de la marge brute et l'effet de levier opérationnel sur la croissance des ventes ont tous deux contribué à ce résultat. Suite à l'élimination d'une bonne partie des contraintes pesant sur la chaîne d'approvisionnement, la marge EBITDA a fait un bond, de 9,8 % au premier semestre à 13,7 % au second semestre, renouant avec le niveau de 2019. Les unités opérationnelles ont toutes contribué positivement à la marge EBTIDA, à l'exception de Large Video Walls, où la rentabilité est restée à la traîne. La direction a l'intention de procéder à une analyse stratégique de cette unité opérationnelle en 2023, afin de se concentrer aux produits rentables et sur les marchés rentables.

Le flux de trésorerie disponible pour 2022 était de 13,1 millions d'euros, contre 78,0 millions d'euros en 2021. Cette diminution est entièrement due à une augmentation du fonds de roulement. Tout d'abord, nous avons clôturé l'année avec des créances commerciales plus importantes après les ventes record du quatrième trimestre. Ensuite, les niveaux de stock des principaux composants sont restés élevés en raison des achats en volume et de la constitution de stocks de sécurité pour les composants critiques. Nous nous attendons à ce que le fonds de roulement revienne à des niveaux normaux en 2023.

Commentaire des CEO, An Steegen et Charles Beauduin

An Steegen et Charles Beauduin analysent l'exercice écoulé : « 2022 fut une année de transition pour Barco. Nous sommes parvenus à remettre notre entreprise sur la voie du succès. Nous n'avons cessé d'accélérer tout au long de l'année, et nous sommes prêts à poursuivre nos ambitions de croissance.

Nous avons constaté avec grand plaisir la dynamique renouvelée au sein de nos équipes, où responsabilisation et orientation client jouent un rôle plus important. Alors que la chaîne d'approvisionnement était un défi, la créativité et la persévérance de nos équipes ont fait de 2022 un succès.

2022 fut une année de transition pour Barco. Nous sommes parvenus à remettre notre entreprise sur la voie du succès, et nous sommes prêts à poursuivre nos ambitions de croissance.

Nous entamons 2023 déterminés à réaliser nos objectifs de croissance stratégique à long terme. En plus d'optimiser notre efficacité opérationnelle et l'empreinte de notre production, nous cherchons à étendre notre potentiel de marché grâce à la croissance dans nos marchés principaux et adjacents. Nous avons par ailleurs l'intention de nous concentrer plus que jamais sur des innovations à portée mondiale avec notre technologie de visualisation et de collaboration. »

Perspectives pour l'exercice 2023

Les déclarations ci-dessous sont de nature prospective sur une base comparable ; il est possible que les résultats futurs s'en écartent sensiblement.

Dans l'hypothèse de conditions macro-économiques stables, la direction confirme ses pronostics de croissance des ventes de l'ordre de 10 à 15 % pour 2023 par rapport à l'année précédente.

La marge EBITDA devrait continuer à s'améliorer et dépasser 14 % en 2023, ce qui reflète l'effet de levier opérationnel sur le volume de vente et une augmentation de la marge brute suite à la poursuite des assouplissements des contraintes pesant sur la chaîne d'approvisionnement.

Dividende

Le conseil d'administration de Barco proposera à l'Assemblée générale de distribuer un dividende brut de 0,44 euro par action, une hausse de 10 % par rapport à 0,40 euro il y a un an.

Première partie : récapitulatif du quatrième trimestre de 2022

Le quatrième trimestre de 2022 a marqué un record absolu au niveau des commandes reçues (307,2 millions d'euros, soit 7 % de mieux que pour le même trimestre de l'année précédente et 27 % de mieux qu'au troisième trimestre de 2022). Le carnet de commandes culmine à 496,5 millions d'euros, un niveau sans précédent en fin d'exercice. La division Entertainment en particulier a enregistré une augmentation significative de la demande du marché au quatrième trimestre, avec des commandes reçues pour une valeur de 147,2 millions d'euros, une augmentation de 43 % par rapport au trimestre précédent. Cinema a connu un quatrième trimestre particulièrement remarquable, doublant quasiment les commandes reçues par rapport au troisième trimestre.



Comme la situation de la chaîne d'approvisionnement s'est nettement améliorée au second semestre, nous avons pu honorer nos carnets de commande sans précédent à la fin des deuxièmes et troisièmes trimestres. L'augmentation de la conversion des commandes en ventes au quatrième trimestre de 2022 a engendré des ventes de 323,4 millions d'euros, ce qui représente le chiffre de ventes le plus élevé jamais réalisé sur un trimestre pour Barco, et une hausse de 29 % en glissement annuel. L'ensemble des régions et des divisions a contribué à la croissance des ventes, la croissance trimestrielle la plus marquée par rapport à l'an dernier étant le fait de la division Healthcare.

Commandes reçues et carnet de commandes

Commandes reçues, par année

(en millions d'euros)	4T22	4T21	4T20	4T19	Variation entre 4T21 et 4T22
Commandes reçues	307,2	288,1	189,7	292,7	+7 %
(en millions d'euros)	4T22	3T22	2T22	1T22	Variation entre 3T22 et 4T22
Commandes reçues	307,2	242,0	262,3	246,9	+27 %

Commandes reçues, par trimestre

(en millions d'euros)	4T22	3T22	2T22	1T22	Variation entre 3T22 et 4T22
Commandes reçues	307,2	242,0	262,3	246,9	+27 %
(en millions d'euros)	31 déc. 2022	30 sept. 2022	30 juin 2022	31 mars 2022	31 déc. 2021
Carnet de commandes	496,5	527,6	537,7	530,4	487,0

Carnet de commandes

(en millions d'euros)	31 déc. 2022	30 sept. 2022	30 juin 2022	31 mars 2022	31 déc. 2021
Carnet de commandes	496,5	527,6	537,7	530,4	487,0
(en millions d'euros)	4T22	4T21	4T20	4T19	Variation entre 4T21 et 4T22
Ventes	323,4	251,6	195,4	319,2	+29 %

Ventes

Ventes, par année

(en millions d'euros)	4T22	4T21	4T20	4T19	Variation entre 4T21 et 4T22
Ventes	323,4	251,6	195,4	319,2	+29 %
(en millions d'euros)	4T22	4T21	4T20	4T19	Variation entre 4T21 et 4T22
Ventes	323,4	251,6	195,4	319,2	+29 %

Ventes par division, par année

(en millions d'euros)	4T22	4T21	4T20	4T19	Variation entre 4T21 et 4T22
Healthcare	94,4	67,7	64,3	71,7	+39 %
Enterprise	94,5	77,2	53,9	107,1	+22 %
Entertainment	134,6	106,7	77,3	140,4	+26 %
Groupe	323,4	251,6	195,4	319,2	+29 %

Ventes par division, par trimestre

(en millions d'euros)	4T22	3T22	2T22	1T22	Variation entre 3T22 et 4T22
Healthcare	94,4	83,4	86,2	77,7	+13 %
Enterprise	94,5	74,0	87,3	61,4	+28 %
Entertainment	134,6	104,8	92,8	67,1	+28 %
Groupe	323,4	262,2	266,4	206,3	+23 %

Deuxième partie : résultats consolidés pour l'exercice 2022

2.A. Mise à jour des résultats financiers

Commandes reçues et carnet de commandes

Commandes reçues

Les commandes reçues s'élèvent à 1 058,4 millions d'euros, soit une hausse de 8 % par rapport aux 978,8 millions d'euros l'an dernier. Toutes les régions ont contribué à l'augmentation, à l'exception de la région Asie-Pacifique, où les confinements en Chine ont eu une incidence importante sur la demande du marché.

(en millions d'euros)	2022	2021	2020	2019	Variation par rapport à 2021
Commandes reçues	1.058,4	978,8	746,0	1.102,2	+8 %

Carnet de commandes

À la fin de l'exercice, le carnet de commandes s'élevait à 496,5 millions d'euros, venant de 487,0 millions d'euros à la fin de l'exercice 2021, soit une augmentation de 2 % par rapport à l'année précédente. Après une période marquée par des pénuries de composants, nous honorons à présent notre carnet de commandes et nous raccourcissons progressivement les délais de livraison. Le ratio commandes/facturation pour l'exercice 2022 est très proche de 1.

(en millions d'euros)	31 déc. 2022	31 déc. 2021	31 déc. 2020	31 déc. 2019	Variation par rapport à 2021
Carnet de commandes	496,5	487,0	281,5	322,3	+2 %

Commandes reçues, par division

(en millions d'euros)	2022	2021	2020	2019	Variation par rapport à 2021
Healthcare	319,7	329,8	262,1	260,2	-3 %
Enterprise	281,3	262,4	215,2	350,9	+7 %
Entertainment	457,4	386,6	268,7	491,0	+18 %
Groupe	1.058,4	978,8	746,0	1.102,2	+8 %

Commandes reçues, répartition par région

	2022	2021	2020	2019	Variation par rapport à 2021 (en valeur nominale)
Amériques	43 %	37 %	39 %	41 %	+24 %
EMEA	37 %	37 %	35 %	36 %	+8 %
Asie-Pacifique	20 %	26 %	26 %	23 %	-15 %
Groupe	100 %	100 %	100 %	100 %	+8 %

Ventes

Les ventes de l'exercice 2022 sont en hausse de 32 % par rapport à 2021, avec un vent favorable lié à l'effet de change. À taux de change constants, la croissance des ventes aurait été de 24 %. La croissance des ventes était soutenue par une amélioration de la conversion des commandes en ventes, en particulier au second semestre. Les ventes ont progressé dans l'ensemble des divisions et des unités opérationnelles et dans toutes les régions. En Asie, les ventes ont atteint une croissance à deux chiffres en dépit des confinements en Chine qui ont persisté toute l'année 2022.

Ventes

(en millions d'euros)	2022	2021	2020	2019	Variation par rapport à 2021
Ventes	1.058,3	804,3	770,1	1.082,6	+32 %
Ventes à taux de change constants	996,3				+24 %

Ventes par division

(en millions d'euros)	2022	2021	2020	2019	Variation par rapport à 2021
Healthcare	341,7	261,5	261,9	268,8	+31 %
Enterprise	317,2	233,1	216,8	358,7	+36 %
Entertainment	399,3	309,7	291,4	455,1	+29 %
Groupe	1.058,3	804,3	770,1	1.082,6	+32 %

Ventes par région

	2022	2021	2020	2019	Variation par rapport à 2021 (en valeur nominale)
Amériques	41 %	37 %	39 %	39 %	+45 %
EMEA	38 %	38 %	36 %	37 %	+33 %
Asie-Pacifique	21 %	25 %	25 %	24 %	+10 %
Groupe	100 %	100 %	100 %	100 %	+32 %

Rentabilité

Marge brute

Le taux de marge brute était de 39,0 %, une hausse de 3,3 points de pourcentage par rapport aux 35,7 % de l'an dernier. En plus d'une composition favorable de la gamme de produits, l'augmentation des frais de transport et de courtage liée aux pénuries de composants s'est stabilisée au second semestre. Différentes mesures visant à améliorer la marge ont été mises en place pour compenser l'inflation des coûts, généralement en lien avec la main-d'œuvre, le transport et l'augmentation des prix des composants.

Charges indirectes et autres résultats d'exploitation

Le total des charges indirectes a augmenté de 21 % pour s'établir à 320,9 millions d'euros, contre 265,4 millions d'euros en 2021, en partie en lien avec la croissance des ventes et l'augmentation de l'effectif, mais aussi en raison de l'impact majeur de l'inflation générale, qui a atteint des records sans précédent en plusieurs décennies, notamment sur le continent américain et en Europe.

En pourcentage des ventes, les charges indirectes s'élèvent à 30,3 % en 2022, contre 33,0 % en 2021.

- Les frais de Recherche & Développement ont augmenté pour s'établir à 120,5 millions d'euros, contre 101,3 millions d'euros l'année précédente. Les frais de R&D représentent 11,4 % des ventes, contre 12,6 % l'année précédente.
- Les frais de Ventes & Marketing ont augmenté légèrement pour atteindre 142,7 millions d'euros, contre 116,2 millions d'euros en 2021. Les frais de Ventes & Marketing représentent désormais 13,5 % des ventes, contre 14,5 % en 2021.
- Les frais généraux et administratifs s'élèvent à 57,7 millions d'euros, contre 47,9 millions d'euros l'année dernière, et représentent 5,5 % des ventes (6,0 % en 2021).

Les autres charges opérationnelles nettes s'élèvent à 1,7 million d'euros.

EBITDA & EBIT ajusté

L'augmentation des charges indirectes est compensée par l'augmentation significative de la marge brute, qui a donné lieu à un niveau EBITDA de 126,5 millions d'euros, plus que le double de l'EBITDA de 2021 (58,5 millions d'euros). La marge EBITDA s'établit à 12,0 %, en hausse par rapport aux 7,3 % de 2021.

Les trois divisions affichent toutes une croissance rentable :

- La marge EBITDA de la division Healthcare a augmenté pour s'établir à 11,2 % grâce à l'effet de levier opérationnel sur la croissance des ventes. Le niveau de rentabilité de Healthcare est toujours 2,1 points de pourcentage inférieur à 2019, ce qui reflète la gamme de produits et l'augmentation temporaire des dépenses liée à l'accélération de la nouvelle usine.
- La marge EBITDA d'Enterprise était de 19,1 %, soit plus de trois fois supérieure à la marge de 2021 (6,3 %) ; elle se rapproche ainsi du niveau de 2019. Ce résultat est le fruit de l'effet de levier opérationnel et de la composition plus favorable de la gamme de produits pour Meeting Experience, s'ajoutant à la croissance des ventes et à la maîtrise des coûts dans le segment Large Video Walls.

- La marge d'Entertainment est restée stable par rapport à 2021 (6,9 %). Les contraintes importantes pesant sur la chaîne d'approvisionnement ont entravé la conversion des commandes en ventes au premier semestre, ce qui a eu pour conséquence une marge EBITDA négative de -1,7 % au premier semestre. Comme une bonne partie de ces contraintes ont été éliminées et que la capacité de production augmentait rapidement, Entertainment a atteint une marge EBITDA de 12,6 % au second semestre.

2022 <i>(en millions d'euros)</i>	Ventes	EBITDA	EBITDA %
Healthcare	341,7	38,4	11,2 %
Enterprise	317,2	60,7	19,1 %
Entertainment	399,3	27,5	6,9 %
Groupe	1.058,3	126,5	12,0 %

La comparaison de l'EBITDA entre 2019-2021 et 2022, ventilée par division, se présente comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	2022	2021	2020	2019	Variation par rapport à 2021
Healthcare	38,4	22,4	35,0	35,7	+71 %
Enterprise	60,7	14,6	18,2	74,0	+316 %
Entertainment	27,5	21,5	0,3	43,3	+28 %
Groupe	126,5	58,5	53,6	153,0	+116 %

L'EBIT ajusté² atteint 90,1 millions d'euros, soit 8,5 % des ventes, contre 19,4 millions d'euros ou 2,4 % des ventes en 2021.

Suite aux réorganisations et aux synergies d'équipe dans la division Enterprise, Barco a enregistré des charges de restructuration pour un montant de 2,5 millions d'euros. Dès lors, l'EBIT atteint 87,6 millions d'euros en 2022, contre 13,0 millions d'euros en 2021.

Impôts sur le résultat

En 2022, l'impôt sur le résultat atteint 15,9 millions d'euros, soit un taux d'imposition effectif de 18 %, contre 2,1 millions d'euros en 2021 pour un même taux d'imposition effectif.

² L'EBIT ajusté est l'EBIT avant éléments non récurrents, cf. glossaire du Rapport annuel.

Résultat net

Le résultat net de l'exercice attribuable aux porteurs de capitaux propres s'élève à 75,2 millions d'euros, contre 8,9 millions d'euros voilà un an.

Le résultat net par action ordinaire (EPS) s'élève à 0,84 euro, contre 0,10 euro en 2021. Quant au résultat net entièrement dilué par action, il s'élève également à 0,83 euro, contre 0,10 euro en 2021.

Flux de trésorerie & bilan

Flux de trésorerie disponible et besoin en fonds de roulement

Le flux de trésorerie disponible pour l'exercice 2022 était de 13,1 millions d'euros. Un redressement considérable du flux de trésorerie opérationnel brut, compensé par une augmentation du besoin en fonds de roulement due à une augmentation des niveaux de stock et des créances commerciales. L'augmentation des créances commerciales est liée au pic des ventes au quatrième trimestre. L'augmentation des stocks inclut l'achat proactif de stocks destiné à anticiper les problèmes liés à la chaîne d'approvisionnement et à l'inflation.

(en millions d'euros)	2022	2021	2020	2019
Flux de trésorerie opérationnel disponible brut	127,0	50,5	43,9	139,8
Variation des créances commerciales	-35,6	-4,9	41,4	-32,2
Variation des stocks	-70,2	4,4	-12,3	-33,0
Variation des dettes commerciales	7,4	42,8	-59,9	23,4
Autres variations du besoin en fonds de roulement net	2,8	13,2	-24,0	15,6
Variations du besoin en fonds de roulement net	-95,5	55,5	-54,8	-26,1
Flux de trésorerie disponible opérationnel net	31,5	106,1	-10,8	113,7
Produits/charges d'intérêts	0,8	-1,1	-0,1	5,8
Impôts sur le résultat	-6,0	-8,4	-10,4	-13,1
Flux de trésorerie disponible provenant des activités opérationnelles	26,3	96,6	-21,4	106,4
Achat d'immobilisations corporelles et incorporelles	-21,2	-18,8	-15,0	-20,2
Produit de la cession d'immobilisations corporelles et incorporelles	8,0	0,2	0,5	2,4
Flux de trésorerie disponible provenant des investissements	-13,2	-18,6	-14,5	-17,8
FLUX DE TRÉSORERIE DISPONIBLE	13,1	78,0	-35,9	88,7

Besoin en fonds de roulement

Le besoin net en fonds de roulement a augmenté pour s'établir à 14,3 % des ventes, contre 5,8 % en 2021.

L'augmentation du besoin en fonds de roulement est principalement due à une augmentation des niveaux de stock. Pour faire face aux pénuries de composants, des réserves de sécurité ont été stockées pour un certain nombre de composants rares. Des achats de composants supplémentaires ont été réalisés pour anticiper les augmentations de prix à venir. Au dernier trimestre, le volume de ventes élevé a aidé à commencer à réduire les stocks ; les niveaux de stock restent toutefois plus conséquents que d'ordinaire en fin d'exercice. En plus de l'augmentation des stocks, l'augmentation des créances commerciales a contribué à l'augmentation du besoin en fonds de roulement, principalement en raison du très grand nombre de ventes réalisées en décembre, dont le montant sera encaissé en 2023.

(en millions d'euros)	2022	2021	2020	2019
Créances commerciales	194,6	157,0	146,1	195,4
NJC (nombre de jours de crédit client)	54	56	67	55
Stocks	245,7	175,5	175,4	169,0
Rotation des stocks	2,1	2,4	2,3	3,2
Créances commerciales	-121,9	-114,0	-70,3	-128,9
DPO	68	80	53	71
Autres besoins en fonds de roulement	-168,0	-171,7	-170,6	-205,2
BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT – TOTAL	150,4	46,8	80,6	30,2

Dépenses d'investissement

Les dépenses d'investissement s'élèvent à 21,2 millions d'euros, légèrement supérieur aux 18,8 millions d'euros rapportés en 2021. Les dépenses d'investissement comprennent des investissements dans l'expansion de la présence en Chine, le renouvellement de l'Experience Center et les premiers contrats de Cinema-as-a-Service.

Rentabilité des capitaux investis

La rentabilité des capitaux investis s'élève à 16 % en 2022, contre 4 % l'année précédente.

Situation de trésorerie

La situation nette de trésorerie, y compris la trésorerie nette détenue dans Cinionic, s'élevait à 264,0 millions d'euros, venant de 309,8 millions d'euros à la fin 2021.

Cette diminution par rapport à l'an dernier est imputable à la réduction des flux de trésorerie disponible due à l'augmentation du besoin en fonds de roulement, à divers investissements minoritaires et à l'augmentation de la participation de Barco dans Cinionic, qui est passée de 55 à 80 %.

2.B. Mise à jour environnemental – humain – social et sociétal

Barco a articulé son programme de durabilité autour de 3 piliers : la planète, les individus qui nous entourent et les communautés dans lesquelles nous exerçons nos activités.

Pour chacun de ces trois axes de durabilité, l'entreprise a formulé un énoncé d'ambitions global et défini différents domaines d'attention. Dans ce chapitre, nous apportons quelques éclaircissements sur les progrès réalisés en 2022 au sein de chacun de ces piliers. Pour obtenir de plus amples informations et plus de détails sur la durabilité, nous renvoyons à notre rapport « Planet, People & Communities ».

Environnemental

Sous le pilier environnemental, Barco s'est fixé pour objectif de réduire son empreinte environnementale et celle de ses clients.

	2022	2021	2020	Variation par rapport à 2021
Émissions de gaz à effet de serre liées à nos activités (par rapport à 2015)	-51 %	-33 %	-34 %	-18 ppts
% des revenus liés aux produits marqués du label ECO	50 %	31 %	26 %	+19 ppts

Barco a réalisé des progrès notables dans le sens d'une réduction de son empreinte environnementale en 2022 ; les émissions de gaz à effet de serre liées à ses activités ont diminué de 51 % par rapport au niveau de base de 2015. Cette évolution a été rendue possible par un changement modal pour la logistique (passage du transport aérien au transport maritime), et au niveau des infrastructures les exigences supplémentaires provisoirement appliquées en matière de ventilation, liées à covid-19, ont pu être levées.

Pour réduire l'empreinte de ses produits et améliorer l'éco-convivialité de son portefeuille de solutions, Barco déploie une méthodologie d'éco-notiation à l'échelle de l'entreprise depuis 2020. L'entreprise s'est fixée comme objectif pour 2023 un niveau de 70 % de revenus issus des produits marqués du label ECO.³ En 2022, 50 % des revenus venaient de produits portant le label Barco ECO, contre 31 % en 2021. Cette évolution est due à l'augmentation constante du nombre de produits de la gamme portant le label Barco ECO. Healthcare a franchi un cap, principalement grâce à de nouveaux produits dans le domaine de la modalité. Dans la division Enterprise, toute la gamme ClickShare et le nouveau portefeuille de produits LED portent désormais le label ECO. Entertainment est porté par le rebond des expéditions de projecteurs laser Série 4 au second semestre.

³ Pour obtenir de plus amples informations sur la méthode d'éco-notiation de Barco, nous vous invitons à consulter le dernier rapport annuel de Barco sur <https://ir.barco.com/2022/uploads/files/PDF/Barco-IR2022-PPC.pdf>

Humain

Barco investit dans l'emploi durable en créant de bonnes conditions pour ses collaborateurs afin qu'ils aient une carrière agréable, enrichissante et stimulante chez Barco.

	2022	2021	Variation par rapport à 2021
Nombre de collaborateurs en fin d'exercice (têtes)	3.302	3.141	+5 %
Net Promotor Score des collaborateurs	16	/	S.O.

Au fur et à mesure de la reprise de l'activité, le nombre de collaborateurs a augmenté en 2022, pour atteindre 3 302, une augmentation nette de 161 par rapport à l'année précédente.

La diversité et l'inclusion sont des éléments clés de notre processus de recrutement et, en 2022, cela a conduit à une main-d'œuvre plus diversifiée dans les trois dimensions de la diversité : âge, nationalité et sexe.

En 2022, Barco a mené une enquête plus étendue auprès de ses collaborateurs, incluant des questions spécifiques sur le Net Promotor Score des collaborateurs (E-NPS). Comme la méthodologie a changé, le score obtenu à la suite de ce sondage ne peut pas être comparé à celui des sondages précédents. Le sondage E-NPS a donné un score de 16, qui se situe dans la catégorie « bon engagement ». Grâce aux résultats de cette enquête plus détaillée et à la poursuite de nos efforts et de nos actions en faveur de l'engagement des employés, notre objectif est de porter ce score à plus de 30, soit un « grand engagement ».

Social et sociétal

Barco s'engage à jouer un rôle actif dans les communautés au sein desquelles l'entreprise exerce ses activités en adhérant aux normes les plus élevées dans les domaines de l'éthique et de la qualité et en les faisant respecter par ses partenaires commerciaux. Dans ce contexte, Barco continue de donner la priorité à une expérience client qui apporte une valeur ajoutée.

L'entreprise récolte les retours des clients finaux ainsi que des partenaires sur une base trimestrielle en utilisant le Net Promotor Score (NPS) relationnel comme indicateur de l'expérience client standard.

	2022	2021	2020	Variation
Net Promotor Score des clients	44	47	47	-3

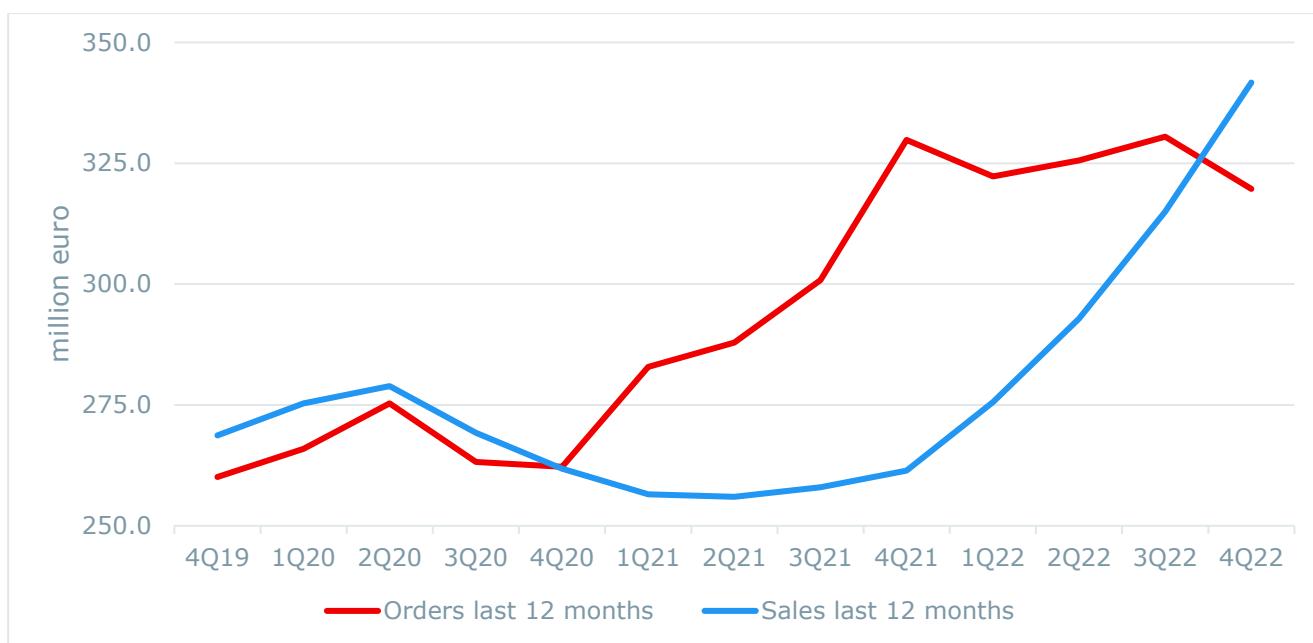
En 2022, Barco a atteint un score NPS de 44, en recul de 3 points par rapport à l'année précédente. Ce résultat est principalement dû aux problèmes liés à la chaîne d'approvisionnement auxquels Barco a été confrontée tout au long de l'année, entraînant des délais plus longs et un impact sur le service après-vente. Les scores NPS étaient presque stables par rapport à l'année passée en Europe et en Chine, tandis qu'ils étaient en recul sur le continent américain et dans le reste de l'Asie. Un score supérieur à 50 est considéré comme excellent et c'est également là que nous voulons orienter la note de l'entreprise.

Troisième partie : résultats par division pour l'exercice 2022

Division HEALTHCARE

(en millions d'euros)	2022	2021	2020	2019	Variation par rapport à 2021
Commandes reçues	319,7	329,8	262,1	260,2	-3 %
Ventes	341,7	261,5	261,9	268,8	+31 %
EBITDA	38,4	22,4	35,0	35,7	+71 %
Marge EBITDA	11,2 %	8,6 %	13,4 %	13,3 %	

Commandes et ventes, par trimestre, 2019-2022



La division Healthcare affiche une croissance solide et constante des commandes reçues après le volume important de commandes reçues en 2021. Bien que la demande pour nos produits Healthcare ait fait preuve d'une résilience remarquable tout au long de la pandémie en 2020 et 2021, nous avons noté une reprise graduelle des investissements dans les segments des soins de santé Diagnostic Imaging et Surgical & Modality en 2022.

Les ventes de la division Healthcare ont atteint un niveau record en 2022, partiellement car nous avons pu honorer le carnet de commandes étoffé qui avait été constitué l'année précédente.

Pour le segment Diagnostic Imaging, le nombre de commandes a augmenté par rapport à l'année précédente et l'unité opérationnelle a signé une croissance des ventes à deux chiffres dans toutes les régions. Les ventes dans les Amériques se sont avérées particulièrement solides, avec des volumes importants et une combinaison plus favorable de produits haut de gamme. Les ventes destinées à la mammographie ont repris, après avoir connu un ralentissement pendant la pandémie, période durant laquelle de nombreuses consultations médicales ont été reportées. Le

segment s'est également encore développé grâce au premier écran autonome approuvé pour la pathologie numérique dans le monde. Le segment Diagnostics représentait environ 46 % des ventes de la division, contre 50 % l'an dernier.

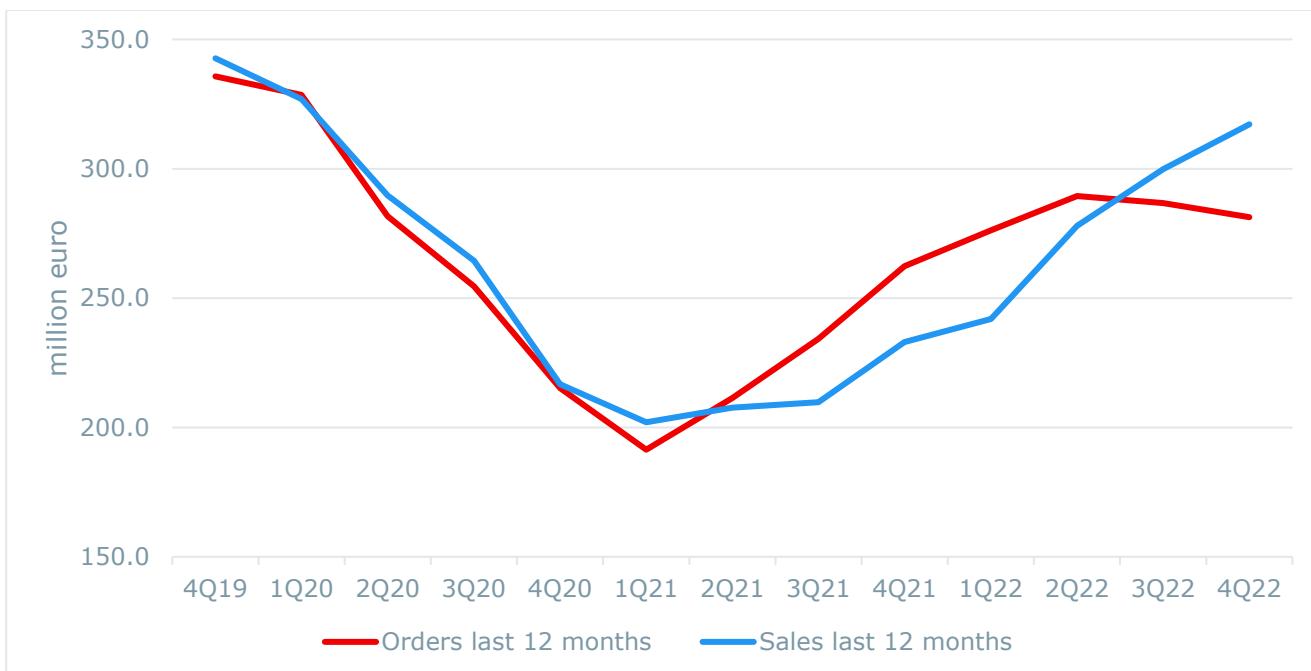
Dans le segment Surgical & Modality, les commandes étaient légèrement inférieures aux niveaux de commandes élevés de l'an dernier, principalement dans la région EMEA et les Amériques. Par ailleurs, l'Asie, et notamment la Chine, a fortement étoffé son carnet de commandes. Les ventes ont atteint des niveaux sans précédent, avec une croissance à deux chiffres dans toutes les régions. Les ventes étaient particulièrement solides dans les Amériques et en Asie, avec la plus forte croissance en Chine. La performance du segment s'explique par l'augmentation des volumes dans plusieurs projets de grande ampleur dans le domaine de la modalité. De plus, les solutions de salle d'opération numérique de Barco ont pris de l'ampleur, ce qui reflète l'adoption de plus en plus répandue de solutions numériques dans le marché des infrastructures destinées aux salles d'opération. Le segment Surgical & Modality représentait environ 54 % des ventes de la division, contre 50 % l'an dernier.

La marge EBITDA de la division s'est améliorée, passant de 8,6 % l'an dernier à 11,2 %, ce qui reste en deçà du niveau de 2019, et reflète la composition de la gamme de produits, des investissements dans les feuilles de route de produits et dans la commercialisation, ainsi que des coûts temporaires pour le transfert et l'accélération liés à la nouvelle usine.

Division ENTERPRISE

(en millions d'euros)	2022	2021	2020	2019	Variation par rapport à 2021
Commandes reçues	281,3	262,4	215,2	350,9	+7 %
Ventes	317,2	233,1	216,8	358,7	+36 %
EBITDA	60,7	14,6	18,2	74,0	+316 %
Marge EBITDA	19,1 %	6,3 %	8,4 %	20,6 %	

Commandes et ventes, par trimestre, 2019-2022



Dans la division Enterprise, les commandes ont augmenté de plus de 7 % et les ventes de 36 % en glissement annuel. Avec l'assouplissement des mesures prises pendant la pandémie, l'activité a pu reprendre à compter du deuxième trimestre. En termes de gamme de produits, l'unité opérationnelle Meeting Experience représentait environ 58 % des ventes de la division Enterprise en 2022, tandis que 42 % des ventes concernaient le segment Large Video Walls. En 2021, chaque unité opérationnelle était responsable de la moitié du chiffre d'affaires.

Le segment Meeting Experience a observé une adoption croissante des systèmes de conférence sans fil, les réunions hybrides étant devenues la « nouvelle normalité ». D'une perspective régionale, les ventes étaient particulièrement solides dans la région EMEA en 2022, où la tendance de retour au bureau s'était amorcée plus tôt que dans les autres régions. Dans le courant de l'année, cette tendance a également augmenté dans les Amériques et en Asie. ClickShare est désormais installé dans plus d'un million de salles de réunion à travers le monde. Le produit ClickShare Conference représentait plus de 60 % du volume de ClickShare pendant l'exercice. La base installée du ClickShare Conference a plus que doublé en 2022 par rapport à l'année dernière, avec plus de 150 000 unités expédiées et installées depuis son lancement.

en 2020. En 2022, Barco a continué de renforcer sa communauté rassemblant les principaux acteurs de l'écosystème des salles de réunion aux quatre coins du monde, faisant de ClickShare la solution la plus universellement compatible pour les réunions hybrides.

L'initiative de croissance de la division qu'est la solution de conférence virtuelle weConnect a apporté une perspective prometteuse de nouvelles opportunités et un nombre en constante augmentation de nouvelles références de clients dans différentes régions.

Les ventes du segment Large Video Walls ont rebondi pour quasiment revenir au niveau de 2019, avec la contribution d'un quatrième trimestre particulièrement vigoureux. Les Amériques ont signé de belles performances avec des projets de grande ampleur portant sur des applications gouvernementales et utilitaires. Dans la région EMEA, la croissance était portée par de grandes installations au Moyen-Orient et dans le Benelux. La région Asie-Pacifique a enregistré un résultat mitigé : on y note une reprise substantielle dans de nombreux pays d'Asie, alors que les ventes en Chine restent faibles. Comme la rentabilité des Large Video Walls est à la traîne, la direction a l'intention de procéder à un examen stratégique de cette unité opérationnelle en 2023, en se concentrant sur les produits et les marchés rentables.

La division a généré une marge EBITDA de 19,1 %, en hausse par rapport aux 6,3 % de l'an dernier. Ce résultat est le fruit de l'effet de levier opérationnel et d'une composition favorable de la gamme de produits, qui ont entraîné une augmentation notable de la marge brute moyenne.

Division ENTERTAINMENT

(en millions d'euros)	2022	2021	2020	2019	Variation par rapport à 2021
Commandes reçues	457,4	386,6	268,7	491,0	+18 %
Ventes	399,3	309,7	291,4	455,1	+29 %
EBITDA	27,5	21,5	0,3	43,3	+28 %
Marge EBITDA	6,9 %	6,9 %	0,1 %	9,5 %	

Commandes et ventes, par trimestre, 2019-2022



La division Entertainment a signé une augmentation de 18 % des commandes reçues et de 29 % des ventes par rapport à 2021. Les gains aux chapitres des commandes et des ventes reflètent la reprise de l'activité dans le segment Cinema, avec une forte demande pour les installations fixes (musées, parcs à thèmes) et le mappage de projection dans le segment Immersive Experience.

Cinema a enregistré une forte croissance des ventes en Europe et dans les Amériques, mais les ventes sont en repli en Asie en raison du prolongement des confinements en Chine. Les ventes ont connu une croissance constante de trimestre en trimestre tout au long de l'année, avec une croissance remarquable au quatrième trimestre. Les commandes reçues étaient également particulièrement solides au dernier trimestre, ce qui a permis d'atteindre un niveau record du carnet de commandes à la fin de l'exercice. La projection laser est désormais la norme dans le monde du cinéma. Barco a tiré parti de la maturité de cette technologie grâce à sa position de leader et à son portefeuille de produits laser. La demande était portée en partie par le retour des spectateurs dans les salles obscures, mais également dans une même mesure par la proposition de valeur du coût total de possession pour les projecteurs laser, qui consomment 50 % d'énergie en moins et dont les lampes ne doivent pas être remplacées pendant la durée de vie des projecteurs.

Ces atouts sont clairement des incitants pour remplacer les projecteurs à lampe de première génération par des projecteurs laser. Le déploiement continu du programme Cinema-as-a-Service a connu un succès croissant en 2022, offrant aux exploitants une proposition complète, service et assistance compris pendant toute la durée de vie du projecteur. Cinema représentait environ 48 % des ventes de la division en 2022, contre 50 % l'an dernier.

Comme dans le segment Cinema, les ventes dans le segment Immersive Experience ont connu une croissance constante de trimestre en trimestre, avec un quatrième trimestre record. Au niveau des régions, toutes ont généré une croissance significative, avec une croissance plus faible mais toujours à deux chiffres en Asie, entravée par les règles liées au COVID-19.

L'activité a repris dans tous les segments de produits, de manière plus marquée au niveau des installations audiovisuelles fixes, avec une forte demande pour les installations dans les musées numériques, les expériences d'art numérique immersives et le mappage de projection. Le segment de la location a profité de la reprise des événements, surtout en Europe, le Moyen-Orient et sur le continent américain. L'activité de simulation s'est développée avec un grand nombre de nouveaux projets pour des clients de référence, dans des simulateurs de vol et de conduite.

Immersive Experience représentait environ 52 % des ventes de la division en 2022, contre 50 % l'an dernier.

La marge EBITDA d'Entertainment était de 6,9 % pour l'exercice, identique à l'an dernier, ce qui reflète l'impact significatif de la hausse des prix des composants et des frais de transport. Cet impact était plus prononcé au premier semestre, ce qui a eu pour résultat un EBITDA négatif de -1,7 %, tandis que l'EBITDA a fait un bond pour passer à 12,6 % au second semestre au fur et à mesure de l'élimination d'une grande partie des contraintes qui pesaient sur la chaîne d'approvisionnement.

Quatrième partie : résultats consolidés pour le deuxième semestre 2022

Principaux chiffres financiers

- Le montant des commandes reçues au cours du semestre s'élève à 549,2 millions d'euros, soit une hausse de 7 % par rapport aux 513,2 millions d'euros du second semestre 2021
- Les ventes se chiffrent à 585,7 millions d'euros, contre 438,3 millions d'euros au deuxième semestre 2021, ce qui représente une augmentation de 34 %
- Le taux de marge brute s'élève à 39,9 %, contre 35,0 % au deuxième semestre de 2021
- L'EBITDA s'élève à 80,3 millions d'euros, contre 31,0 millions d'euros au deuxième semestre 2021. La marge EBITDA s'élève à 13,7 %, contre 7,1 % au deuxième semestre de 2021

Commandes reçues et carnet de commandes

Les commandes reçues au deuxième semestre 2022 ont progressé de 7 % par rapport au deuxième semestre 2021, ce qui reflète une forte demande dans l'ensemble des divisions et des régions ; il faut toutefois noter un volume de commandes particulièrement important dans la division Entertainment, notamment dans le segment Cinema.

Carnet de commandes

(en millions d'euros)	31 déc. 2022	30 juin 2022	31 déc. 2021	30 juin 2021	31 déc. 2020	30 juin 2020
Carnet de commandes	496,5	537,7	487,0	391,4	281,5	317,2

Commandes reçues

(en millions d'euros)	2S22	1S22	2S21	1S21	2S20	1S20
Commandes reçues	549,2	509,2	513,2	465,6	347,3	398,7

Commandes reçues, par division

(en millions d'euros)	2S22	2S21	2S20	2S19	Variation par rapport au 2S21
Healthcare	155,4	161,2	119,2	132,5	-3,6 %
Enterprise	143,6	151,7	100,7	176,1	-5,3 %
Entertainment	250,2	200,3	127,4	259,7	+24,9 %
Groupe	549,2	513,2	347,3	568,3	+7,0 %

Commandes reçues, par région

	2S22	2S21	2S20	2S19	Variation par rapport au 2S21 (en valeur nominale)
Amériques	43 %	38 %	36 %	42 %	+19 %
EMEA	37 %	40 %	34 %	36 %	-1 %
Asie-Pacifique	20 %	22 %	30 %	22 %	0 %

Ventes

Les ventes du deuxième semestre 2022 étaient 34 % supérieures au deuxième semestre 2021, avec des augmentations sensibles en glissement annuel dans l'ensemble des divisions et des unités opérationnelles.

Ventes

(en millions d'euros)	2S22	1S22	2S21	1S21	2S20	1S20	2S19
Ventes	585,7	472,6	438,3	366,0	362,9	407,2	586,1

Ventes par division

(en millions d'euros)	2S22	2S21	2S20	2S19	Variation par rapport au 2S21
Healthcare	177,8	129,1	123,6	140,8	+38 %
Enterprise	168,5	129,2	103,9	184,8	+30 %
Entertainment	239,3	179,9	135,3	260,6	+33 %
Groupe	585,7	438,3	362,9	586,1	+34 %

Ventes par région

	2S22	2S21	2S20	2S19	Variation par rapport au 2S21 (en valeur nominale)
Amériques	42 %	38 %	35 %	39 %	+49 %
EMEA	38 %	39 %	37 %	36 %	+33 %
Asie-Pacifique	20 %	24 %	28 %	25 %	+10 %

Rentabilité

Marge brute

La marge brute s'élève à 233,8 millions d'euros au second semestre 2022, venant de 178,9 millions d'euros au premier semestre et 153,2 millions d'euros au second semestre 2021. Le taux de marge brute s'élève à 39,9 % au second semestre 2022, venant de 37,9 % au premier semestre de l'exercice et 35,0 % au second semestre 2021. Le taux de marge brute s'est amélioré, grâce à une diminution des frais de transport et de courtage, différentes actions visant à redresser les marges et une composition plus favorable de la gamme de produits.

Charges indirectes et autres résultats d'exploitation

Le total des charges indirectes s'élève à 171,1 millions d'euros, soit 29,2 % des ventes, contre 139,9 millions d'euros ou 31,9 % des ventes au second semestre 2021. La valeur nominale montre une augmentation de 22 % par rapport à l'année précédente tandis que les ventes ont progressé de 34 %, ce qui reflète une bonne maîtrise des coûts à tous les niveaux, pour faire face aux effets de l'inflation et pour équilibrer les augmentations des coûts liées avec la croissance des ventes.

- Les frais de Recherche & Développement s'élèvent à 64,7 millions d'euros, contre 53,5 millions d'euros l'année précédente. Les frais de R&D représentent 11,0 % des ventes, contre 12,2 % au deuxième semestre 2021.
- Les frais de Ventes & Marketing ont augmenté dans l'absolu pour atteindre 77,5 millions d'euros, contre 62,1 millions d'euros au deuxième semestre 2021. Les frais de Ventes & Marketing représentent 13,2 % des ventes au 2S22, contre 14,2 % au 2S21.
- Les frais généraux et administratifs sont revenus à 29,0 millions d'euros, soit 5,0 % des ventes, à comparer aux 24,3 millions d'euros ou 5,6 % des ventes du 2S21.

Les autres résultats nets d'exploitation sont à 0,7 million d'euros, contre -2,2 millions d'euros au second semestre 2021.

EBITDA & EBIT ajusté

L'EBITDA s'établit à 80,3 millions d'euros, contre 31,0 millions d'euros au second semestre de l'exercice précédent, ce qui reflète la croissance des ventes, l'amélioration de la marge brute et la maîtrise des charges opérationnelles.

La marge EBITDA pour le second semestre s'élève à 13,7 %, contre 7,1 % au second semestre 2021.

Ventilés par division, l'EBITDA et la marge EBITDA se présentent comme suit :

2S22 (en millions d'euros)	Ventes	EBITDA	EBITDA %
Healthcare	177,8	16,8	9,4 %
Enterprise	168,5	33,4	19,8 %
Entertainment	239,3	30,2	12,6 %
Groupe	585,7	80,3	13,7 %

La comparaison de l'EBITDA entre le 2S21 et le 2S22, ventilée par division, se présente comme suit :

(en millions d'euros)	2S22	2S21	2S20	2S19	Variation par rapport au 2S21
Healthcare	16,8	6,6	12,9	19,0	+156 %
Enterprise	33,4	9,0	4,5	38,6	+270 %
Entertainment	30,2	15,5	-4,6	27,8	+96 %
Groupe	80,3	31,0	12,9	85,4	+159 %

L'EBIT ajusté s'élève à 63,4 millions d'euros, soit 10,8 % des ventes, contre 11,1 millions d'euros ou 2,5 % des ventes pour la même période de l'année dernière.

Résultat net

Le résultat net attribuable aux porteurs de capitaux propres pour le second semestre s'élève à 52,9 millions d'euros, soit 9,0 % des ventes, contre 6,4 millions d'euros ou 1,5 % des ventes au 2S21.

Téléconférence

Le 9 février 2023 à 9h00 HEC (3h00 HNE), Barco organisera un appel vidéo rassemblant investisseurs et analystes, afin de discuter des résultats de l'exercice 2022. Cette téléconférence sera présidée par CEO, CFO et IRO.

Une retransmission audio de cette téléconférence sera disponible dès 12h30, heure de Bruxelles (6h30 HNE) sur le site internet www.barco.com.

Informations supplémentaires

Rapport du commissaire

Le commissaire, PwC Réviseurs d'Entreprises SRL, représentée par Peter Opsomer, a publié un rapport d'audit sans réserve sur le projet des comptes consolidés, et a confirmé que les informations comptables reprises dans le communiqué annuel concordent, à tous égards importants, avec ledit projet des comptes dont elles sont extraites.

Demander plus d'informations

Willem Fransoo, Director Investor Relations
+32 56 26 23 22 ou willem.fransoo@barco.com

Calendrier financier 2023

Mercredi 19 avril
Jeudi 27 avril
Mercredi 19 juillet
Mercredi 18 octobre

Rapport d'activité 1T23
Assemblée générale annuelle des actionnaires
Annonce des résultats du 1S23
Rapport d'activité 3T23

Plus d'informations ? Veuillez visiter <https://www.barco.com/investors>

Disclaimer

Le présent communiqué de presse peut contenir des déclarations prospectives. Ces déclarations reflètent les opinions actuelles de la direction concernant des événements futurs, et sont sujettes à des risques connus et inconnus, des incertitudes et d'autres facteurs qui peuvent conduire les résultats réels à être sensiblement différents de résultats ou de performances futurs exprimés par le présent communiqué de presse ou qui pourraient en être déduits. Barco fournit les informations reprises dans ce communiqué à la date d'aujourd'hui, et n'assume aucune obligation d'actualiser les déclarations prospectives à la lumière d'informations nouvelles, d'événements futurs ou autrement. Barco rejette toute responsabilité pour toutes déclarations faites ou publiées par des tiers, et n'assume aucune obligation de corriger des données, informations, conclusions ou opinions inexactes publiées par des tiers au sujet du présent ou de tout autre communiqué de presse diffusé par Barco.

À propos de Barco

Barco est une entreprise mondiale dont le siège social est situé à Courtrai (Belgique). Notre technologie de visualisation et de collaboration aide les professionnels à accélérer l'innovation sur les marchés des soins de santé (Healthcare), des entreprises (Enterprise) et du divertissement (Entertainment). Nous comptons plus de 3 000 visionnaires, dont la passion pour la technologie se traduit par plus de 500 brevets uniques.

Barco est une société cotée en bourse (Euronext : BAR ; Reuters : BARBt.BR ; Bloomberg : BAR BB) et a réalisé un chiffre d'affaires de 1 058 millions d'euros en 2022.

En savoir plus? www.barco.com ou [@Barco](https://twitter.com/Barco), [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/barco/) (Barco), [YouTube](https://www.youtube.com/user/BarcoTV) (BarcoTV), [Instagram](https://www.instagram.com/barco_nv/) (barco_nv) et [Facebook](https://www.facebook.com/Barco) (Barco).

Barco. Visioneering a bright tomorrow.

© Copyright 2023 by Barco