

RÉSULTATS DE L'EXERCICE

Ventes de 804 millions € pour l'exercice 2021, marge EBITDA de 7,3 %

Forte demande avec carnet de commandes en hausse de 73% par rapport à 2020

Courtrai, Belgique, le 10 février 2022, 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 2021.

Principaux chiffres financiers de l'exercice 2021 et du quatrième trimestre 2021¹

- **Les commandes** s'élèvent à 979 millions € **pour l'exercice 2021**, +31 % par rapport à l'exercice 2020
- **Les ventes** s'élèvent à 804 millions € **pour l'exercice 2021**, +4 % par rapport à l'exercice 2020
- **Carnet de commandes** de 487 millions € en fin d'exercice, en hausse de 206 millions € par rapport à l'exercice 2020
- **EBITDA** de 58,5 millions € **pour l'exercice 2021**, soit 7,3 % des ventes, contre 53,6 millions € en 2020
- **EBIT ajusté** de 19,4 millions € **pour l'exercice 2021**, contre 10,2 millions € en 2020
- **Flux de trésorerie disponible** de 78 millions € **pour l'exercice 2021**, contre un montant négatif de 36 millions € pour l'exercice 2020
- **Commandes** en hausse de 52 % **au quatrième trimestre 2021** par rapport au quatrième trimestre 2020 ; baisse de 2 % par rapport au quatrième trimestre de 2019
- **Ventes** en hausse de 29 % **au quatrième trimestre 2021** par rapport au quatrième trimestre 2020 ; -21 % par rapport au quatrième trimestre de 2019
- Proposition d'augmenter **le dividende brut** de 0,378 euro à **0,4 euro** par action

Synthèse

Résultats du groupe – croissance vigoureuse des commandes reçues et conversion des commandes en ventes un peu à la traîne

Les commandes de l'exercice s'élèvent à 979 millions d'euros, une hausse de 31 % par rapport à l'exercice 2020, soutenue par la reprise économique vigoureuse dans l'ensemble des marchés et des régions.

Les ventes ont augmenté de 4 % pour s'établir à 804 millions d'euros, ce qui reflète encore les effets durables de la pandémie sur les activités économiques et les pénuries de composants (impact estimé d'environ 15 millions d'euros au quatrième trimestre de 2021).

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 (<https://www.barco.com/en/about-barco/investors>)

Au quatrième trimestre, les ventes ont progressé de 29 % par rapport au quatrième trimestre de 2020 reflétant des augmentations dans chaque unité opérationnelle, mais restent encore 21 % en-deçà du quatrième trimestre de 2019 avant la pandémie.

À la fin de l'exercice 2021, le carnet de commandes affichait un niveau record de 487 millions d'euros.

Résultats des divisions – un rebond encourageant du côté d'Entertainment et d'Enterprise

En 2021, la division Entertainment a signé une belle croissance, tant au niveau des commandes que des ventes, après un exercice 2020 en demi-teinte. Les deux unités opérationnelles ont contribué à la croissance en glissement annuel, Cinema affichant une croissance des commandes reçues dans toutes les régions et des gains séquentiels dans les ventes. L'unité opérationnelle Immersive Experience s'est bien redressée, en particulier au niveau des installations fixes, ce qui reflète une augmentation de la demande des musées, du mappage de projection et des parcs à thèmes.

Enterprise a observé une amélioration continue des commandes de trimestre en trimestre à partir du deuxième trimestre de 2021, et ce, dans les deux segments. Les ventes ont rebondi en fin d'année, alimentées par des livraisons et des déploiements de poids dans les segments Meeting Experience et Large Videowall.

Du côté du segment Healthcare, les commandes ont atteint un niveau record en 2021, ce qui reflète la reprise des investissements dans les soins de santé, à la fois dans les marchés de l'imagerie diagnostique et chirurgical, tandis que les ventes restaient stables, entravées par des pénuries de composants.

Rentabilité et flux de trésorerie disponible

Le taux de marge brute de l'exercice a baissé d'1,1 point de pourcentage pour s'établir à 35,7 %, principalement sous l'effet d'une augmentation du coût des composants et des frais de logistique, en particulier durant le second semestre de 2021. Par conséquent, tandis que les dépenses opérationnelles sont stables par rapport à 2020, en 2021 l'EBITDA s'élève à 58,5 millions d'euros, pour donner une marge EBITDA de 7,3 %, contre 53,6 millions d'euros et une marge EBITDA de 7 % en 2020.

Le flux de trésorerie disponible pour 2021 était de 78 millions d'euros, contre un montant négatif de 36 millions d'euros l'année précédente, avec pour conséquences principales une amélioration du flux de trésorerie opérationnel brut et une diminution du fonds de roulement.

Commentaire des CEO, An Steegen et Charles Beauduin

L'équipe Barco a transformé les défis en opportunités, en procédant à des ajustements en fonction des impacts de la pandémie sur les activités commerciales

An Steegen et Charles Beauduin analysent l'exercice écoulé : « 2021 fut une année riche en défis, mais nous avons noté des signes indéniables de redressement de la demande dans l'ensemble des unités opérationnelles de Barco et des régions, ce qui témoigne de la santé des marchés finaux de Barco et de la robustesse de nos positions de numéro un. L'équipe Barco a transformé les défis en opportunités, en procédant à des ajustements en fonction des impacts de la pandémie sur les activités commerciales. Notre nouvelle structure organisationnelle a été établie et nous voyons déjà les bénéfices en termes de réactivité vis-à-vis des clients et d'implication de l'équipe.

Alors que nous sommes toujours face à des incertitudes concernant la forme et le rythme des reprises des marchés, nous entamons l'année avec un carnet de commandes étoffé, un bilan solide et une structure de coûts qui nous donne la flexibilité d'échapper aux risques et de saisir les opportunités qui se présentent. Résultat : nous restons bien positionnés pour reprendre l'exécution de nos objectifs financiers à long terme. »

Perspectives pour le premier semestre 2022

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

À l'heure qu'il est, Barco n'a qu'une visibilité limitée pour l'exercice, et les conditions commerciales peuvent changer sensiblement durant l'année. Par conséquent, l'entreprise ne fournit pas de perspective pour l'ensemble de l'exercice 2022.

Pour le premier semestre de 2022, et en supposant qu'il n'y ait plus de détérioration des contraintes de la chaîne d'approvisionnement, le management s'attend à voir les ventes augmenter d'environ 20 % par rapport au premier semestre 2021, avec une marge EBITDA supérieure à celle de l'exercice 2021, ce qui reflète une amélioration progressive du taux de marge brute et du levier opérationnel sur les ventes accrues.

La société ne fournit pas de perspectives pour l'ensemble de l'année 2022, car la visibilité pour l'année est actuellement limitée et les conditions commerciales pourraient changer considérablement au cours de l'année.

Dividende

Le conseil d'administration de Barco proposera à l'Assemblée générale de distribuer un dividende brut de 0,4 euro par action, une hausse de 5 % par rapport à 0,378 euro il y a un an. Les actionnaires de Barco se verront offrir le choix entre un paiement en espèces ou un dividende en actions, leur permettant de réinvestir dans l'entreprise.

Le CEO, Charles Beauduin, et le président du conseil d'administration, M. Frank Donck, ont confirmé l'intention de Titan Baratto NV et de 3D NV d'opter pour le dividende en actions.

Première partie : récapitulatif du quatrième trimestre de 2021

Les résultats du quatrième trimestre se sont avérés nettement meilleurs que l'an dernier et que ceux du troisième trimestre de 2021.

Au quatrième trimestre, le carnet de commandes s'est encore étoffé pour atteindre un niveau sans précédent de 487,0 millions d'euros principalement grâce à la croissance vigoureuse et continue des commandes reçues.



Dans un environnement marqué par divers facteurs, notamment le redressement de la demande, les confinements intermittents et les contraintes pesant sur la chaîne d'approvisionnement, Entertainment et Enterprise ont généré une croissance des ventes d'environ 40 % au quatrième trimestre par rapport au troisième trimestre de 2021 et au quatrième trimestre de 2020.

La division Healthcare a enregistré une croissance de 5 % par rapport au quatrième trimestre de 2020 et de 10 % par rapport au troisième trimestre de 2021.

Bien que les ventes aient augmenté dans toutes les divisions en glissement annuel, les pénuries de composants et la rareté des transports ont continué à retarder la conversion des commandes en ventes (impact estimé de 15 millions d'euros au quatrième trimestre).

Commandes reçues et carnet de commandes

Commandes reçues, par année

(en millions d'euros)	4T21	4T20	4T19	Variation entre 4T21 et 4T20	Variation entre 4T21 et 4T19
Commandes reçues	288,1	189,7	292,7	+52 %	-2 %

Commandes reçues, par trimestre

(en millions d'euros)	4T21	3T21	2T21	1T21	Variation entre 4T21 et 3T21
Commandes reçues	288,1	225,1	236,6	228,9	+28 %

Carnet de commandes

(en millions d'euros)	31 déc 2021	30 sept 2021	30 juin 2021	31 mars 2021	31 déc 2020	30 sept 2020
Carnet de commandes	487,0	433,2	391,4	351,5	281,5	299,1

Ventes

Ventes, par année

(en millions d'euros)	4T21	4T20	4T19	Variation entre 4T21 et 4T20	Variation entre 4T21 et 4T19
Ventes	251,6	195,4	319,2	+29 %	-21 %

Ventes par division, par année

(en millions d'euros)	4T21	4T20	4T19	Variation entre 4T21 et 4T20	Variation entre 4T21 et 4T19
Entertainment	106,7	77,3	140,4	+38 %	-24 %
Enterprise	77,2	53,9	107,1	+43 %	-28 %
Healthcare	67,7	64,3	71,7	+5 %	-6 %
Groupe	251,6	195,4	319,2	+29 %	-21 %

Ventes par division, par trimestre

<i>(en millions d'euros)</i>	4T21	3T21	2T21	1T21	Variation entre 4T21 et 3T21
Entertainment	106,7	73,3	74,1	55,7	+46 %
Enterprise	77,2	52,0	51,3	52,5	+48 %
Healthcare	67,7	61,3	68,9	63,5	+10 %
Groupe	251,6	186,7	194,3	171,7	+35 %

Deuxième partie : résultats consolidés pour l'exercice 2021

2.A. Mise à jour des résultats financiers

Commandes reçues et carnet de commandes

Commandes reçues

Les commandes reçues s'élèvent à 978,8 millions d'euros, soit une hausse de 31 % par rapport aux 746,0 millions d'euros l'an dernier, avec des augmentations dans toutes les divisions et toutes les régions.

(en millions d'euros)	2021	2020	2019	Variation par rapport à 2020
Commandes reçues	978,8	746,0	1.102,2	+31 %
<i>Commandes reçues à taux de change constants</i>				+34 %

Carnet de commandes

À la fin de l'exercice, le carnet de commandes s'élevait à 487,0 millions d'euros, venant de 281,5 millions d'euros à la fin de l'exercice 2020, soit une augmentation de 73 % surtout due à une vigoureuse croissance des commandes reçues dans toutes les divisions conjuguées à la lenteur de conversion des commandes en ventes.

(en millions d'euros)	31 déc 2021	31 déc 2020	31 déc 2019	Variation par rapport à 2020
Carnet de commandes	487,0	281,5	322,3	+73 %

Commandes reçues, par division

(en millions d'euros)	2021	2020	2019	Variation par rapport à 2020
Entertainment	386,6	268,7	491,0	+44 %
Enterprise	262,4	215,2	350,9	+22 %
Healthcare	329,8	262,1	260,2	+26 %
Groupe	978,8	746,0	1.102,2	+31 %

Commandes reçues, répartition par région

	2021	2020	2019	Variation (en valeur nominale)
Amériques	37 %	39 %	41 %	+28 %
EMEA	37 %	35 %	36 %	+37 %
Asie-Pacifique	26 %	26 %	23 %	+27 %
Globale	100 %	100 %	100 %	+31 %

Ventes

Suite au ralentissement observé dans la conversion des commandes en ventes, surtout lié aux contraintes qui pèsent sur la chaîne d'approvisionnement, les ventes de l'exercice ont augmenté de 4 %.

Impact des contraintes pesant sur la chaîne d'approvisionnement

Comme indiqué précédemment, Barco n'est pas à l'abri de pénuries de composants et de contraintes pesant sur la chaîne d'approvisionnement, ces deux facteurs ayant eu une incidence sur certaines lignes de produits. Tandis que l'équipe a pu atténuer une partie de ces problèmes, Barco estime que les ventes ont subi une incidence négative, surtout dans les livraisons de projecteurs et de grands murs d'images, les affichages liés aux soins de santé et les assemblages de composants.

Tandis que les ventes dans le segment Healthcare sont restées stables, Entertainment et Enterprise ont enregistré des hausses modérées. D'une perspective régionale, la région EMEA est celle qui a enregistré la plus forte augmentation (9 % par rapport à l'an dernier), tandis que les Amériques et la région Asie-Pacifique enregistraient des augmentations plus modestes des ventes.

Ventes

<i>(en millions d'euros)</i>	2021	2020	2019	Variation par rapport à 2020
Ventes	804,3	770,1	1.082,6	+4,4 %
<i>Ventes à taux de change constants</i>				+6,7 %

Ventes par division

<i>(en millions d'euros)</i>	2021	2020	2019	Variation par rapport à 2020
Entertainment	309,7	291,4	455,1	+6 %
Enterprise	233,1	216,8	358,7	+8 %
Healthcare	261,5	261,9	268,8	-0 %
Groupe	804,3	770,1	1.082,6	+4,4 %

Ventes par région

	2021	2020	2019	Variation par rapport à 2020 (en valeur nominale)
Amériques	37 %	39 %	39 %	+1 %
EMEA	38 %	36 %	37 %	+9 %
Asie-Pacifique	25 %	25 %	24 %	+3 %
Globale	100 %	100 %	100 %	+4,4 %

Rentabilité

Marge brute

La pénurie de composants et la rareté des transports ont provoqué une hausse des coûts des marchandises vendues et limité l'efficacité de la production et des ventes. Cette combinaison de facteurs a eu un impact marqué sur le taux de marge brute en 2021.

Barco a procédé à des augmentations de prix dans son portefeuille et les différentes régions, et s'attend à ce que ces hausses de prix profitent au taux de marge brute au début du premier semestre de 2022.

En 2021, le taux de marge brute était de 35,7 %, un repli d'1,1 point de pourcentage par rapport à 2020. La marge brute était de 287,5 millions d'euros, en hausse d'1,3 % par rapport à 2020 en présence d'une augmentation de 4,4 % des ventes.

Charges indirectes et autres résultats d'exploitation

Le total des charges indirectes a été maintenu stable comparé à l'an dernier (265,4 millions d'euros), résultat des mesures de maîtrise des coûts étendues conjuguées aux investissements sélectifs dans la recherche et le développement et la commercialisation pour défendre et étendre la position de marché de l'entreprise.

En pourcentage des ventes, les charges indirectes s'élèvent à 33,0 % en 2021, contre 34,5 % en 2020.

- Les frais de Recherche & Développement sont restés stables à 101,3 millions d'euros (venant de 102,6 millions d'euros l'an dernier). Les frais de R&D représentent 12,6 % des ventes, contre 13,3 % l'année précédente.
- Les frais de Ventes & Marketing ont augmenté légèrement pour atteindre 116,2 millions d'euros, contre 112,3 millions d'euros en 2020. Les frais de Ventes & Marketing représentent désormais 14,5 % des ventes, contre 14,6 % en 2020.
- Les frais généraux & administratifs sont revenus à 47,9 millions d'euros contre 50,4 millions d'euros pour l'exercice précédent, et représentent 6,0 % des ventes (6,5 % en 2020).

Les autres charges opérationnelles s'élèvent à 2,7 millions d'euros, soit 5,6 millions d'euros de moins qu'en 2020, conséquence de la combinaison d'une réduction des pertes de change, d'une diminution des provisions pour créance douteuse et autres et des gains réalisés sur la vente d'un bâtiment en Allemagne.

EBITDA & EBIT ajusté

L'augmentation modeste de la marge brute conjuguée à la stabilité du niveau des charges indirectes a engendré une augmentation de l'EBITDA, passé de 53,6 millions d'euros l'an dernier à 58,5 millions d'euros.

La marge EBITDA s'établit à 7,3 % contre 7 % en 2020.

Les trois divisions ont affiché une marge EBITDA modérée pour l'exercice.

- Entertainment note une amélioration, passant du seuil de rentabilité en 2020 à 6,9 %, ce qui reflète une amélioration du taux de marge brute, les augmentations de prix ayant atténué l'impact des contraintes qui pèsent sur l'approvisionnement en combinaison avec une gestion rigoureuse des coûts.
- la marge EBITDA d'Entreprise était de 6,3 %, soit 2 points de pourcentage de moins que l'an dernier, surtout à cause d'une diminution du taux de marge brute suite à une hausse des frais de transport et des pénuries de composants associée à une augmentation des niveaux d'investissement dans la commercialisation et les développements du portefeuille de base.
- La marge EBITDA de Healthcare était près de 5 points de pourcentage inférieure à l'an dernier, en raison de l'impact négatif sur le taux de marge brute des pénuries de composants, des perturbations des transports et des effets décalés des augmentations des prix de vente.

2021 <i>(en millions d'euros)</i>	Ventes	EBITDA	MARGE EBITDA EN %
Entertainment	309,7	21,5	6,9 %
Entreprise	233,1	14,6	6,3 %
Healthcare	261,5	22,4	8,6%
Groupe	804,3	58,5	7,3 %

La comparaison de l'EBITDA entre 2021 et 2020 (et 2019), ventilée par division, se présente comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	2021	2020	2019	Variation par rapport à 2020
Entertainment	21,5	0,3	43,3	+7.380 %
Entreprise	14,6	18,2	74,0	-20 %
Healthcare	22,4	35,0	35,7	-36 %
Groupe	58,5	53,6	153,0	+9 %

L'EBIT ajusté² atteint 19,4 millions d'euros, soit 2,4 % des ventes, contre 10,2 millions d'euros ou 1,3 % des ventes en 2020.

Suite à l'annonce d'une révision de l'organisation et à diverses mesures de réduction des coûts dans différents pays et fonctions, Barco a enregistré des charges de restructuration et de réductions de valeur de 6,4 millions d'euros. Dès lors, l'EBIT atteint 13,0 millions d'euros, contre -4,3 millions d'euros en 2020.

Impôts sur le résultat

En 2021, l'impôt sur le résultat atteint 2,1 millions d'euros, soit un taux d'imposition effectif de 18 %, à comparer avec un taux d'imposition nul l'an dernier vu que le résultat avant impôts était négatif.

Résultat net

Le résultat net attribuable aux porteurs de capitaux propres s'élève à 8,9 millions d'euros pour l'exercice, contre -4,4 millions d'euros voilà un an.

Le résultat net par action ordinaire (EPS) s'élève à 0,10 euro contre -0,05 euro en 2020. Quant au résultat net entièrement dilué par action, il s'élève également à 0,10 euro contre -0,05 euro en 2020.

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

Flux de trésorerie & bilan

Flux de trésorerie disponible et besoin en fonds de roulement

Le flux de trésorerie disponible pour l'exercice 2021 était de 78,0 millions d'euros, ce qui reflète principalement un flux de trésorerie opérationnel brut de 50,5 millions d'euros et une réduction du besoin en fonds de roulement. Le flux de trésorerie disponible pour 2020 était de -35,9 millions d'euros, à cause d'une diminution de l'EBITDA et de décaissements associés aux actions de restructuration et au fonds de roulement.

Toutes les divisions ont contribué au flux de trésorerie disponible positif pour l'exercice 2021.

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

Besoin en fonds de roulement

Le montant des stocks + créances commerciales - dettes commerciales s'élève à 27,2 % des ventes, venant de 32,6 % en 2020.

Le besoin net en fonds de roulement s'est amélioré, à 5 % des ventes, venant de 10 % des ventes en 2020.

Les améliorations du fonds de roulement traduisent principalement l'encaissement de créances commerciales en souffrance, pour la plupart dans la division Entertainment, et une augmentation des dettes commerciales associée à une augmentation des achats de composants. Les niveaux de stock sont restés stables par rapport à la fin de l'année, en raison d'une augmentation des matières premières et d'une diminution du stock de produits finis.

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

Dépenses d'investissement

Les dépenses d'investissement s'élèvent à 18,8 millions d'euros contre 15,0 millions d'euros en 2020, une augmentation due à des investissements dans l'expansion de l'implantation industrielle de l'entreprise en Chine.

Rentabilité des capitaux investis

La rentabilité des capitaux investis s'élève à 4 % pour l'exercice, contre 3 % en 2020 et 25 % en 2019.

Situation de trésorerie

La situation nette de trésorerie, y compris la trésorerie nette détenue dans Cinionic, s'élevait à 309,8 millions d'euros, venant de 193,5 millions d'euros à la fin 2020.

Cette augmentation par rapport à l'an dernier est imputable au basculement vers une situation de trésorerie disponible positive, à la diminution des dividendes distribués et à la vente d'une position d'investissement minoritaire.

2.B. 1.B. Mise à jour naturel - humain - social et relationnel

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 2021 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 ».

Naturel

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

	2021	2020	2019	Variation par rapport à 2020
Émissions de gaz à effet de serre liées à nos activités (par rapport à 2015)	-33 %	-34 %	-20 %	-1 pts de pourcentage
% des revenus liés aux produits marqués du label ECO	31 %	26 %	-	+5 pts de pourcentage

Les progrès de Barco dans le sens d'une réduction de son empreinte environnementale se sont révélés mitigés en 2021. L'augmentation de l'empreinte de la logistique suite aux contraintes importantes qui ont pesé sur la chaîne d'approvisionnement et la logistique n'a été que partiellement compensée par les économies réalisées dans le domaine de la mobilité (voyages d'affaires et émissions provenant de carburants) liées aux confinements et aux restrictions en matière de voyages.

Pour réduire l'empreinte de ses produits et améliorer l'éco-convivialité de son portefeuille de solutions, Barco a introduit et déployé une méthodologie d'éco-notation à l'échelle de l'entreprise. L'entreprise a commencé à mesurer les revenus provenant des solutions marquées du label Barco ECO au début de l'année 2020 et s'est fixé comme objectif pour 2023 un niveau de 70 % de revenus issus des produits marqués du label ECO³. En 2021, 31 % des revenus venaient de produits portant le label Barco ECO, contre 26 % en 2020. Vu que le nombre de produits de la gamme portant le label Barco ECO va augmenter, l'entreprise s'attend à voir les revenus liés aux produits marqués du label ECO augmenter également.

De plus, l'objectif de réduction de carbone de Barco a été formellement approuvé par l'initiative Science Based Targets, et déclaré conforme aux niveaux requis pour maintenir le réchauffement de la planète sous la barre de 1,5 °C.

³ Pour obtenir de plus amples informations sur la méthode d'éco-notation de Barco, nous vous invitons à consulter le dernier rapport annuel de Barco sur <https://ir.barco.com/2021/uploads/files/PDF/Barco-IR2021-PPC>

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.

	2021	2020	2019	Variation par rapport à 2020
Net Promotor Score des collaborateurs	38,5	-	-	S.O.

En 2021, nous avons commencé à mesurer le Net Promotor Score des collaborateurs (E-NPS) par le biais de brefs sondages, ce qui a donné un premier score E-NPS de 38,5 qui se reproduit dans la catégorie « grand engagement ».

Social et relationnel

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.

Barco continue également 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.

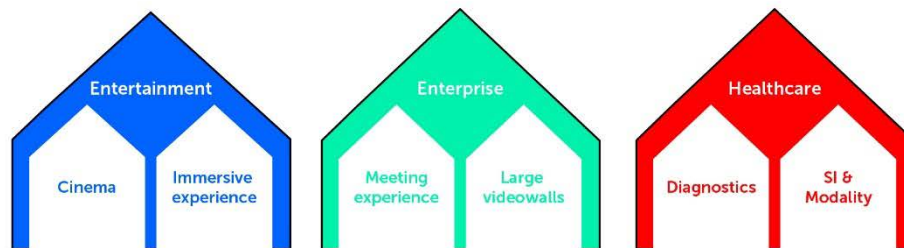
	2021	2020	Variation
Net Promotor Score des clients	47	47	0

En 2021, nous avons significativement augmenté le taux de réponse par rapport aux années précédentes, avec pour conséquence que les résultats des enquêtes sont plus fiables et judicieux. À la fin du quatrième trimestre de 2021, Barco a atteint un score NPS de 47, ce qui correspond au score NPS obtenu fin 2020. Tandis que le segment Healthcare restait stable, nous avons observé des fluctuations durant l'année avec un moins bon score pour le segment Meeting Experience comparé au pic atteint en 2020, que compensent les augmentations notables dans notre activité d'Immersive Experience. 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 2021

Structure organisationnelle de Barco

Barco est un groupe technologique d'envergure mondiale, créateur de solutions pour les marchés du divertissement (Entertainment), de l'entreprise (Enterprise) et des soins de santé (Healthcare).



Si les divisions et les activités sous-jacentes restent inchangées, la dénomination et le regroupement des activités ont été modifiés pour mieux refléter les applications cibles et l'organisation interne :

Entertainment : la division Entertainment comprend deux unités opérationnelles :

- Cinema propose la gamme de projecteurs de cinéma laser et à lampe la plus complète du secteur, en ce compris le traitement des images et les solutions audios. L'offre pour le cinéma de Barco est commercialisée par Barco CFG (pour la Chine) et Cinionic (pour le reste du monde), qui regroupe la technologie de projection avec les services de conseil, d'installation, de financement, de surveillance et de maintenance.
- L'unité opérationnelle Immersive Experience (anciennement connue sous le nom de « Venues and Hospitality ») propose des solutions adaptées aux besoins spécifiques des grands espaces, des événements en direct, du divertissement thématique (musées, parcs à thèmes, etc.) et des applications de simulation : projection, traitement des images et une solution de service d'assistance modulaire.

Enterprise : la division Enterprise comprend deux unités opérationnelles :

- Meeting Experience (MX) (anciennement connue sous le nom de « Corporate ») propose des technologies de collaboration et de visualisation pour un environnement de travail ou de formation intelligent : les systèmes de conférence et de présentation sans fil ClickShare, les projecteurs d'installation, les murs d'images, la salle de cours virtuelle weConnect, les processeurs d'images ainsi que des services.
- Large Videowalls (anciennement appelée « Control Rooms ») propose un ensemble de solutions destinées à aider les opérateurs des salles de commande à prendre des décisions éclairées : murs d'images, contrôleurs de murs d'images, logiciels de salle de commande et toute une panoplie de services d'assistance.

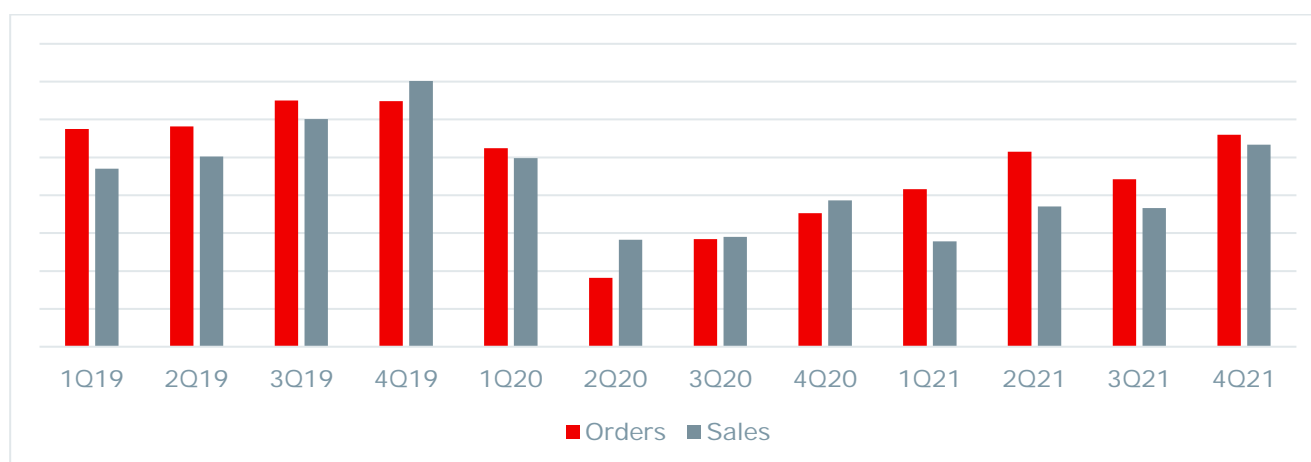
Healthcare : la division Healthcare comprend deux unités opérationnelles :

- Diagnostic Imaging propose une gamme étendue de moniteurs médicaux de haute précision destinés à un large éventail de disciplines médicales, notamment la radiologie, la mammographie, la dentisterie, la pathologie et l'imagerie d'examen clinique, ainsi qu'une large gamme de services d'assistance.
- Surgical and Modality rassemble deux activités présentant un potentiel de synergies important, car elles ciblent les mêmes clients finaux (souvent des salles d'opération) et requièrent la même stratégie de mise sur le marché. (L'activité de modalité était auparavant associée à l'activité Diagnostics Imaging.) L'offre de produits de cette unité opérationnelle inclut le portefeuille de salle d'opération numérique de l'entreprise (matériel + technologie vidéo sur IP), les solutions médicales personnalisées pour l'imagerie de modalité et une panoplie de services d'assistance.

Division ENTERTAINMENT

(en millions d'euros)	2021	2020	2019	Variation par rapport à 2020
Commandes reçues	386,6	268,7	491,0	+44 %
Ventes	309,7	291,4	455,1	+6 %
EBITDA	21,5	0,3	43,3	+7.380 %
Marge EBITDA	6,9 %	0,1 %	9,5 %	

Commandes et ventes, par trimestre, 2019-2021



Grâce aux hausses vigoureuses et continues enregistrées tout au long de l'année, la division Entertainment a signé une progression de 44 % des commandes reçues et de 6 % des ventes par rapport à 2020.

Les gains aux chapitres des commandes et des ventes reflètent en partie la reprise de l'activité dans le segment de l'Immersive Experience, avec une forte demande pour les installations fixes (musées, parcs à thèmes) et le mappage de projection, ainsi que dans le secteur du cinéma en Chine.

Cinéma représentait environ 50 % des ventes de la division en 2021, ce qui est conforme à la répartition de l'an dernier, à comparer avec 58 % en 2019.

Le segment Cinema a observé un rebond des fondamentaux en 2021, incluant la réouverture des salles de cinéma dans la plupart des régions au second semestre et des statistiques de fréquentation encourageantes soutenues par une offre de films attrayante. Suite à une longue période de fermeture des salles de cinéma liée à la pandémie, ce rebond permet à Barco d'avoir confiance que les futures opportunités de croissance dans le secteur du cinéma restent intactes. La croissance des commandes était vigoureuse comparé à 2020, soutenue par de nouveaux programmes de construction en Chine, au Moyen-Orient et en Amérique latine et une série de projets de rénovation de moindre ampleur dans les régions développées. Quoi qu'il en soit, la croissance des ventes est modeste car des grands programmes de rénovation ont été reportés en 2021 ; Barco s'attend à ce que ces programmes reprennent durant le second semestre de 2022.

Ce segment a aussi observé un intérêt accru pour son offre de programmes de rattrapage, ainsi que pour son Cinionic Giant Screen basé sur une licence qui compte désormais plus de 400 installations dans le monde (y compris la Chine). Barco a également signé un nouveau contrat-cadre de longue durée en 2021 pour soutenir la transition d'IMAX vers la projection laser dans sa base installée existante et des nouveaux projets de construction et des services associés.

Au sein du segment Immersive Experience, l'accent mis davantage sur le sous-segment des installations fixes et le portefeuille de produits étoffé ont permis à Barco de gagner des parts de marché et de générer une croissance des commandes et des ventes. La demande était particulièrement forte pour les solutions d'expérience artistique numérique immersive dans les musées, domaine en plein essor dans lequel Barco s'est forgé une position de leader, et les autres installations audiovisuelles fixes. Avec des déploiements dans le monde entier, celles-ci sont venues compenser la faiblesse du sous-segment des événements due aux mesures de confinement liées à la pandémie et aux annulations d'événements.

Tandis que les ventes accusent un léger repli pour le segment Simulation en 2021, la solide position du segment sur le marché et les gains de contrats avec des clients de référence ont aidé à étoffer son carnet de commandes pendant l'exercice.

Le taux de marge brute d'Entertainment s'est légèrement amélioré par rapport à l'an dernier suite à des augmentations de prix opportunes compensant l'effet de l'augmentation des prix des composants et du fret. En association avec une gestion rigoureuse des charges indirectes, cela a permis d'améliorer sensiblement l'EBITDA, pour donner une marge EBITDA de 6,9 %, venant de 0,1 % en 2020.

Division ENTERPRISE

(en millions d'euros)	2021	2020	2019	Variation par rapport à 2020
Commandes reçues	262,4	215,2	350,9	+22 %
Ventes	233,1	216,8	358,7	+8 %
EBITDA	14,6	18,2	74,0	-20 %
Marge EBITDA	6,3 %	8,4 %	20,6 %	

Commandes et ventes, par trimestre, 2019-2021



La division Enterprise a noté une reprise graduelle pendant l'année, grâce à une croissance vigoureuse des commandes reçues au deuxième semestre suivie par une hausse des ventes significative durant le dernier trimestre.

Par conséquent, les commandes ont augmenté de plus de 20 % et les ventes de 8 % par rapport à l'an dernier.

En termes de gamme de produits, le segment Meeting Experience représentait environ 52 % des ventes de la division Enterprise en 2021, contre 51 % en 2020 et 58 % en 2019.

Dans le segment Meeting Experience, l'adoption croissante des systèmes de conférence sans fil et la réouverture des bureaux ont engendré une reprise progressive des commandes, en particulier dans la région EMEA, tout au long de 2021 – ce qui prouve une corrélation importante et permanente avec la dynamique de retour au bureau dans les régions – et la hausse vigoureuse des commandes reçues au troisième trimestre 2021 s'est traduite par une croissance notable des ventes au dernier trimestre.

ClickShare est désormais installé dans près d'un million de salles de réunion à travers le monde, venant de 850 000 à la fin de l'année dernière.

Le nouveau produit ClickShare Conference représentait 45 % du volume de ClickShare au dernier trimestre de 2021, et plus de 70 000 unités ont été expédiées et installées depuis son lancement en 2020.

Barco a continué de construire une 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.

En parallèle, ClickShare Conference a reçu de nouveaux prix de l'industrie liés à la « nouvelle normalité » des réunions hybrides qui louaient la simplicité et l'opérabilité de la solution intégrant une plateforme de vidéoconférence.

Qui plus est, le segment a connecté davantage d'installations ClickShare à la plateforme cloud de Barco, fournissant une surveillance pendant toute la durée de vie et des données de diagnostic et d'utilisabilité sur la base installée connectée de 30.000 salles de réunion.

Grâce à son initiative de croissance qu'est la solution de conférence virtuelle weConnect, la division a vu les investissements dans la vente et le marketing apporter une perspective prometteuse et un nombre en constante augmentation de références brillantes de clients dans différentes régions.

Tout au long de l'année, le segment Large Videowall a enregistré des progrès de trimestre en trimestre, tant au niveau des commandes que des ventes.

Durant les trois premiers trimestres de l'exercice, les ventes affichaient une certaine lenteur à cause des retards de projets provoqués par les restrictions liées au Covid, tandis qu'au quatrième trimestre on a pu noter un rebond salutaire dû par des déploiements de grande ampleur dans les Amériques malgré des ventes toujours entravées par des pénuries de composants.

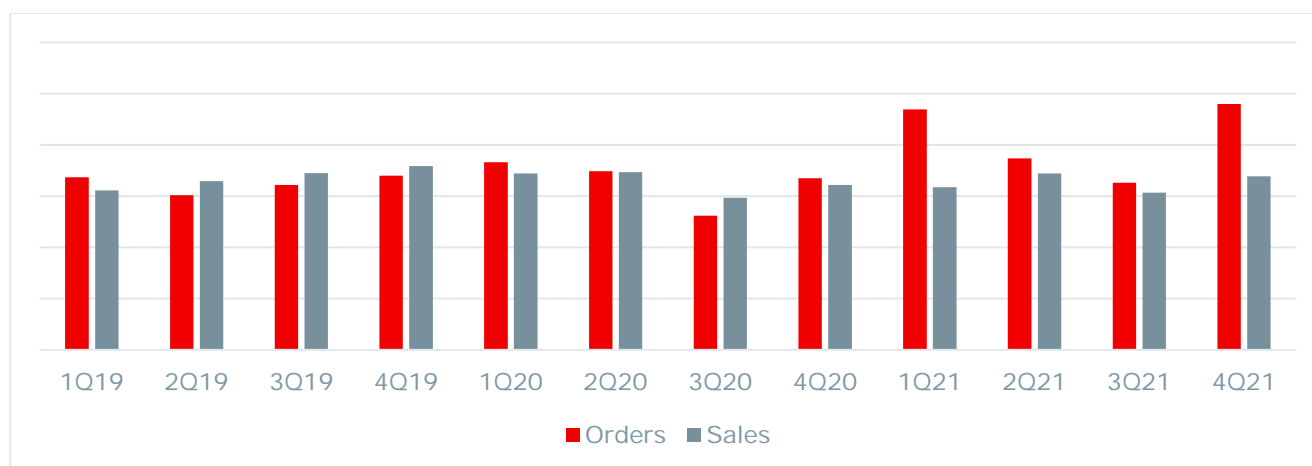
Les commandes ont progressé pour atteindre des niveaux raisonnables par rapport à 2020 et ont dépassé le niveau de 2019, ce qui reflète la solidité de la position de marché du segment et de la proposition de valeur. Le segment a également fait des progrès dans la maturation et la commercialisation de son portefeuille de solutions logicielles et de réseautage, et offre des services fiables, notamment des mises à niveau de la base installée.

La division a produit une marge EBITDA de 6,3 %, venant de 8,4 % voilà un an, surtout sous l'effet de l'augmentation des coûts des composants et de la logistique et des dépenses indirectes plus élevées résultant d'investissements sélectifs dans la R&D et les ventes et le marketing.

Division HEALTHCARE

(en millions d'euros)	2021	2020	2019	Variation par rapport à 2020
Commandes reçues	329,8	262,1	260,2	+26 %
Ventes	261,5	261,9	268,8	-0 %
EBITDA	22,4	35,0	35,7	-36 %
Marge EBITDA	8,6 %	13,4 %	13,3 %	

Commandes et ventes, par trimestre, 2019-2021



La division Healthcare affiche une croissance très vigoureuse des commandes correspondant à la reprise progressive des investissements dans les soins de santé dans les segments Diagnostic Imaging et Surgical.

La conversion des commandes en ventes traîne un peu, ce qui a pour résultat que les ventes restent stables par rapport à l'an dernier, surtout à cause de retards de livraisons dus aux pénuries de composants.

Par conséquent, Healthcare a noté un étoffement significatif de son carnet de commandes.

Le segment Diagnostic a signé une croissance vigoureuse des commandes soutenue par l'intensification de la demande en solutions diagnostiques, principalement dans la région EMEA et les Amériques. Les ventes affichaient toutefois un léger repli par rapport à 2020 en raison de retards dans les déploiements et de perturbations de la chaîne d'approvisionnement.

Le segment a également renforcé sa proposition de valeur avec le premier écran autonome agréé dans le monde pour la pathologie numérique.

Le segment Surgical & Modality a enregistré une croissance vigoureuse des commandes et modeste des ventes à mesure que des partenaires stratégiques intensifient la demande en solutions de salle d'opération numérique de Barco et que le marché des infrastructures pour salle d'opération adopte de plus en plus de solutions numériques. Barco a également étoffé son offre de produits d'imagerie chirurgicale avec l'arrivée de Nexxislive, une plateforme logicielle de collaboration sécurisée et avancée basée sur le cloud.

Pour son initiative de croissance Demetra, une solution de dépistage du cancer de la peau, Healthcare n'a eu de cesse de trouver de nouveaux partenaires tant dans les Amériques qu'en Europe, débouchant sur une croissance régulière de mois en mois de sa base installée (qui reste encore modeste) en 2021.

La marge EBITDA reste inférieure à celle de l'an dernier, surtout à cause de l'augmentation des coûts des composants et du fret, et des coûts de R&D liés aux investissements dans des projets stratégiques.

Barco a également augmenté les prix de son portefeuille de soins de santé et s'attend à ce que ces hausses de prix bénéficieront le taux de marge brute à partir du premier semestre de 2022.

Téléconférence

Le 10 février 2022 à 9h00 HEC (3h00 HNE), Barco organisera un appel vidéo rassemblant investisseurs et analystes, afin de discuter des résultats de l'exercice 2021. Cette téléconférence sera présidée par M. Charles Beauduin, CEO, Mme Ann Desender, CFO, et M. Carl Vanden Bussche, 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

Carl Vanden Bussche, VP Investor Relations
+32 56 26 23 22 or carl.vandenbussche@barco.com

Calendrier financier 2022

Jeudi 21 avril

Jeudi 28 avril

Mardi 19 juillet

Jeudi 8 septembre

Mercredi 19 octobre

Rapport d'activité 1T21

Assemblée générale annuelle des actionnaires

Annonce des résultats du 1S22

Capital Markets Day

Rapport d'activité 3T21

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

Annexe I

Résultats consolidés du 2S21

Principaux chiffres financiers

- Le montant des commandes reçues au cours du semestre s'élève à 513 millions d'euros, soit une hausse de 48 % par rapport aux 347 millions d'euros de l'année précédente.
- Les ventes se chiffrent à 438 millions d'euros contre 363 millions d'euros au deuxième semestre 2020, ce qui représente une augmentation de 21 %.
- Le taux de marge brute s'élève à 35 %, contre 34 % au deuxième semestre de 2020.
- L'EBITDA s'élève à 31 millions d'euros, contre 13 millions d'euros au 2S20. La marge EBITDA s'élève à 7,1 % contre 3,5 % au 2S20.

Commandes reçues et carnet de commandes

Les commandes reçues au deuxième semestre 2021 ont progressé de 48 % par rapport au deuxième semestre 2020, sous l'effet d'une vigoureuse reprise de la demande dans l'ensemble des divisions et des régions. Les divisions Enterprise et Entertainment ont signé une progression de plus de 50 %, alimentée par les différents segments sous-jacents, tandis que Healthcare enregistrait une augmentation de 35 %.

Carnet de commandes

(en millions d'euros)	31 déc 2021	30 juin 2021	31 déc 2020	30 juin 2020	31 déc 2019	30 juin 2019
Carnet de commandes	487,0	391,4	281,5	317,2	322,3	344,2

Commandes reçues

(en millions d'euros)	2S21	1S21	2S20	1S20	2S19	1S19
Commandes reçues	513,2	465,6	347,3	398,7	568,3	533,8

Commandes reçues, par division

(en millions d'euros)	2S21	2S20	2S19	Variation par rapport au 2S20
Entertainment	200,3	127,4	259,7	+57 %
Enterprise	151,7	100,7	176,1	+51 %
Healthcare	161,2	119,2	132,5	+35 %
Groupe	513,2	347,3	568,3	+48 %

Commandes reçues, par région

	2S21	2S20	2S19	Variation par rapport au 2S20 (en valeur nominale)
Amériques	38 %	36 %	42 %	+57 %
EMEA	40 %	34 %	36 %	+73 %
Asie-Pacifique	22 %	30 %	22 %	+7 %

Ventes

Les ventes du deuxième semestre étaient 21 % supérieures au 2S20, avec des augmentations sensibles en glissement annuel dans les segments Entertainment (Cinema et IX) et Entreprise (MX et Large Videowalls).

Les ventes ont augmenté aussi bien dans la région EMEA que dans les Amériques, tandis que la région Asie-Pacifique notait un léger repli.

Ventes

(en millions d'euros)	2S21	1S21	2S20	1S20	2S19	1S19	2S18
Ventes	438,3	366,0	362,9	407,2	586,1	496,4	530,4

Ventes par division

(en millions d'euros)	2S21	2S20	2S19	Variation par rapport au 2S20
Entertainment	179,9	135,3	260,6	+33 %
Entreprise	129,2	103,9	184,8	+24 %
Healthcare	129,1	123,6	140,8	+4 %
Groupe	438,3	362,9	586,1	+21 %

Ventes par région

	2S21	2S20	2S19	Variation par rapport au 2S20 (en valeur nominale)
Amériques	38 %	35 %	39 %	+32 %
EMEA	39 %	37 %	36 %	+27 %
Asie-Pacifique	24 %	28 %	25 %	-1 %

Rentabilité

Marge brute

La marge brute s'élève à 153,2 millions d'euros au deuxième semestre 2021, venant de 134,3 millions d'euros au premier semestre et 123,2 millions d'euros au second semestre 2020. Le taux de marge brute s'élève à 35,0 % au second semestre 2021, venant de 36,7 % au premier semestre de l'exercice et 34,0 % au second semestre 2020. Le taux de marge brute a reculé par rapport au premier semestre en raison de l'augmentation des coûts des composants et de la logistique.

Charges indirectes et autres résultats d'exploitation

Le total des charges indirectes s'élève à 139,9 millions d'euros, soit 31,9 % des ventes, contre 133,8 millions d'euros ou 36,9 % des ventes au deuxième semestre de l'an dernier. La valeur nominale montre une augmentation de 4,6 % par rapport de l'année précédente tandis que les ventes ont progressé de 21 %, ce qui reflète une bonne maîtrise des coûts à tous les niveaux, et ce, avec des améliorations relatives dans la R&D, les Ventes & le Marketing et les frais généraux & administratifs.

- Les frais de Recherche & Développement s'élèvent à 53,5 millions d'euros (venant de 52,7 millions d'euros l'an dernier). En pourcentage des ventes, les frais de Recherche & Développement s'élèvent à 12,2 % contre 14,5 % au 2S20.
- Les frais de Ventes & Marketing ont augmenté dans l'absolu pour atteindre 62,1 millions d'euros, contre 53,5 millions d'euros au 2S20. Les frais de Ventes & Marketing représentent désormais 14,2 % des ventes au 2S21, contre 14,8 % au 2S20.
- Les Frais généraux & administratifs sont revenus à 24,3 millions d'euros soit 5,6 % des ventes, venant de 27,5 millions d'euros ou 7,6 % des ventes au 2S20.

Les Autres résultats d'exploitation sont négatifs, à 2,2 millions d'euros, alors qu'ils étaient positifs de 0,3 million d'euros lors de l'exercice précédent.

EBITDA & EBIT ajusté

L'EBITDA s'établit à 31,0 millions d'euros, contre 12,9 millions d'euros au deuxième semestre de l'exercice précédent, ce qui reflète des augmentations des ventes et de la marge brute, tandis que les charges opérationnelles sont sous contrôle.

Quant à la marge EBITDA pour le deuxième semestre, elle s'élève à 7,1 %, contre 3,5 % au deuxième semestre 2020.

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

2S21 <i>(en millions d'euros)</i>	Ventes	EBITDA	MARGE EBITDA EN %
Entertainment	179,9	15,5	8,6 %
Enterprise	129,2	9,0	7,0 %
Healthcare	129,1	6,6	5,1 %
Groupe	438,3	31,0	7,1 %

La comparaison de l'EBITDA entre le 2S21, d'une part, et le 2S20 et le 2S19, d'autre part, ventilée par division, se présente comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	2S21	2S20	2S19	Variation par rapport au 2S20
Entertainment	15,5	-4,6	27,8	-436 %
Enterprise	9,0	4,5	38,6	+99 %
Healthcare	6,6	12,9	19,0	-49 %
Groupe	31,0	12,9	85,4	+141 %

L'EBIT ajusté s'élève à 11,1 millions d'euros contre -10,2 millions d'euros 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 6,4 millions d'euros, contre un résultat de -14,8 millions d'euros au 2S20.