

RÉSULTATS DE L'EXERCICE 2023

Solide amélioration de la rentabilité avec un chiffre d'affaires stable

Courtrai, Belgique, le 8 février 2024, 7h30 – Barco (Euronext : BAR ; Reuters : BARBt.BR ; Bloomberg : BAR BB) publie aujourd'hui les résultats du semestre et de l'exercice clôturé le 31 décembre 2023.

Principaux chiffres financiers de l'exercice 2023¹

- **Commandes** de 1 061,6 millions €, ce qui correspond au niveau de 2022
- **Ventes** de 1 050,1 millions €, -1 % par rapport à 2022 (+1 % à taux de change constants)
- **Carnet de commandes** de 494,8 millions € en fin d'exercice, conformément à l'an dernier
- **EBITDA** de 142,5 millions € par rapport aux 126,5 millions € en 2022, pour une marge EBITDA de 13,6 %
- **EBIT ajusté** de 102,1 millions €, contre 90,1 millions € en 2022
- **Flux de trésorerie disponible** de 38,0 millions €, contre 13,1 millions € en 2022
- **Résultat net** de 80,2 millions €, contre 75,2 millions € en 2022
- Proposition d'augmenter le **dividende brut à 0,48** par action, venant de 0,44 l'an dernier

Synthèse

Revenus du groupe – commandes et ventes conformes à l'an dernier

Les commandes reçues durant l'exercice 2023 s'élèvent à 1 061,6 millions d'euros, une légère hausse par rapport à l'exercice 2022. Ce résultat est principalement dû à Entertainment, où la demande de projecteurs laser pour Cinema et d'autres applications a connu un pic, suivi par Enterprise. Healthcare a régressé, principalement dans les Amériques.

Les ventes s'élèvent à 1 050,1 millions d'euros, ce qui est conforme à l'an dernier. La croissance à deux chiffres côté Entertainment, principalement due à Cinema, est atténuée par un léger repli d'Enterprise et un recul plus marqué côté Healthcare. Si les ventes ont progressé de 4 % dans la région EMEA, elles étaient 4 % inférieures en glissement annuel dans les Amériques. Les régions EMEA et Amériques ont contribué à part égale au chiffre d'affaires en 2023. Au sein de la région Asie-Pacifique, nous observons un contraste marqué entre la baisse des ventes en Chine et la croissance à deux chiffres dans les autres pays, ce qui se solde par une baisse nette de 4 %.

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/investors>)
P. 1/26

Le ratio commandes/facturation est resté supérieur à 1, ce qui engendre un carnet de commandes étoffé de 494,8 millions d'euros fin décembre 2023, avec une augmentation importante pour la division Entertainment en glissement annuel.

Revenus des divisions – solides ventes côté Entertainment ; Healthcare à la traîne

Dans la division Healthcare, les ventes comme les commandes ont connu un déclin à deux chiffres par rapport à 2022. Les ventes de produits Diagnostic Imaging et Surgical & Modality ont été impactées par des stocks supérieurs. Cela fait suite à un pic des commandes émanant de clients fin 2022, pour se prémunir contre les pénuries potentielles de composants. Cette situation s'est surtout observée dans les Amériques, et certains clients continuent d'adopter cette attitude au premier semestre 2024. En outre, le ralentissement de la demande dans la région Asie-Pacifique a freiné le chiffre d'affaires de Healthcare, car les clients avaient des stocks accrus et les pouvoirs publics ont mis en place des mesures anti-corruption en Chine ciblant les entreprises du secteur des soins de santé.

Enterprise a continué à connaître une forte demande pour ses solutions Meeting Experience et Large Video Walls, avec une hausse de 8 % des commandes par rapport à l'an dernier. Les ventes de la division ont reculé de 4 %. Meeting Experience a presque égalé l'excellent résultat de l'an dernier en gagnant des parts de marché dans un marché des entreprises peu dynamique. Les commandes et les ventes de Large Video Walls ont progressé vers la fin de l'année. L'unité opérationnelle a mené à bien sa nouvelle stratégie, se concentrant sur les installations pour les salles de commande qui reposent de plus en plus sur les logiciels.

Entertainment a encore tiré parti de la solide dynamique amorcée au second semestre 2022, quand les contraintes pesant sur la chaîne d'approvisionnement se sont en grande partie allégées. Les ventes ont progressé de 15 % en glissement annuel, avec une solide contribution de Cinema. La vague de renouvellement qui touche le cinéma laser bat son plein, les cinémas dans le monde entier investissant dans une qualité d'image supérieure tout en réduisant leur coût de possession total. Immersive Experience a également continué de croître, grâce aux solutions pour la simulation, le traitement d'images et les projecteurs pour les installations fixes, ce qui a engendré des ventes record pour cette unité opérationnelle.

Rentabilité et flux de trésorerie disponible – amélioration notable de la marge brute et de l'EBITDA

En 2023, le taux de marge brute s'est amélioré de 2,8 points de pourcentage en glissement annuel, pour atteindre un record inédit de 41,8 % grâce à une gamme de produits favorable incluant davantage de logiciels (embarqués) dans toutes les gammes de produits. L'expansion la plus remarquable au niveau du taux de marge brute s'observe du côté d'Entertainment, où les contraintes qui pesaient sur la chaîne d'approvisionnement et entravaient l'activité en 2022 ont disparu.

La marge EBITDA atteint 13,6 % pour l'ensemble de l'exercice, soit une hausse de 1,6 point de pourcentage par rapport à l'an dernier, ce qui reflète la solide amélioration du taux de marge

brute combinée à une maîtrise rigoureuse des coûts dans un environnement macro-économique où l'inflation reste supérieure aux niveaux historiques des dernières décennies. La marge EBITDA s'est progressivement améliorée tout au long de l'année, passant de 12,5 % au premier semestre à 14,6 % au second semestre.

Le flux de trésorerie disponible pour 2023 était de 38,0 millions d'euros, contre 13,1 millions d'euros en 2022. Le flux de trésorerie disponible opérationnel net s'élève à 100,8 millions d'euros par rapport aux 31,5 millions d'euros en 2022. Suite à la mise en œuvre de notre stratégie, les dépenses d'investissement ont doublé par rapport à l'an dernier, avec notamment des investissements dans les nouvelles usines dans le modèle Cinema-as-a-Service. Les stocks ont commencé à diminuer, mais restent un domaine d'intérêt pour 2024.

Commentaire des CEO, An Steegen et Charles Beauduin

An Steegen et Charles Beauduin analysent l'exercice écoulé : « Du point de vue du chiffre d'affaires, 2023 fut une année riche en défis. La reprise économique attendue en Chine suite à la pandémie a été plus lente que prévue, et la division Healthcare n'a pas produit les résultats escomptés, en partie en raison des stocks clients supérieurs à la normale. D'autre part, la division Entertainment a signé d'excellents résultats, et Meeting Experience a gagné d'importantes parts de marché.

Entretemps, nous avons pris des mesures importantes concernant l'exécution de notre stratégie : nous avons ouvert de nouvelles usines, simplifié notre organisation et investi davantage dans l'innovation. Il est bon de voir que Barco tire parti de ces efforts, ce que prouvent les améliorations conséquentes de la marge brute solide et de la marge EBITDA.

En cette année qui fut riche en défis du point de vue du chiffre d'affaires, nous avons bien avancé dans l'exécution de notre stratégie et nous avons tiré parti de ces efforts et enregistré un solide développement des marges.

Nous tenons à remercier nos équipes pour leur contribution à cette avancée dans notre parcours. En 2024, nous continuerons de nous concentrer sur l'innovation avec nos technologies révolutionnaires de visualisation et de collaboration, et nous nous réjouissons des futurs lancements de plusieurs nouveaux produits ».

Perspectives pour l'exercice 2024

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

En 2024, alors que les conditions macro-économiques et de marché restent incertaines, nous considérons un retour à des niveaux de stock normalisés pour les clients, et nous avons planifié de nombreux lancements de produits au cours de l'année.

La direction s'attend à ce que le chiffre d'affaires soit conforme à celui de 2023, avec une augmentation progressive en glissement annuel au début du deuxième trimestre. À partir de 2025, nous nous attendons à renouer avec la croissance du chiffre d'affaires sur une base annuelle.

La marge EBITDA devrait encore s'améliorer et dépasser les 14 % pour l'exercice 2024.

Dividende

Le conseil d'administration de Barco proposera à l'Assemblée générale de distribuer un dividende brut de 0,48 euro par action, une hausse de 0,04 euro par rapport au dividende de 0,44 euro il y a un an.

P. 4/26

Première partie : récapitulatif du quatrième trimestre de 2023

Au quatrième trimestre de 2023, les commandes s'élevaient à 280,7 millions d'euros, avec une augmentation notable dans la division Enterprise, en particulier Large Video Walls, menant à un carnet de commandes de 494,8 millions d'euros en fin d'année, ce qui est proche du niveau record de la fin 2022. Les ventes s'élevaient à 299,6 millions d'euros, en baisse de 7 % en glissement annuel. Ceci s'explique surtout par le fait que la division Healthcare a continué d'être impactée par les stocks élevés chez les clients et les partenaires du canal. En revanche, les résultats de la division Enterprise étaient stables par rapport à l'an dernier, tandis qu'Entertainment a rapporté une baisse de 4 % par rapport à l'excellent quatrième trimestre de 2022, lorsque la demande a rebondi suite à l'allègement des problèmes de la chaîne d'approvisionnement au premier semestre de cette année-là.

Commandes et ventes, par trimestre, 2021-2023



Commandes reçues et carnet de commandes

Commandes reçues, par année

(en millions d'euros)	4T23	4T22	4T21	4T20	Variation entre 4T22 et 4T23
Commandes reçues	280,7	307,2	288,1	189,7	-9 %

Commandes reçues, par trimestre

(en millions d'euros)	4T23	3T23	2T23	1T23	Variation entre 3T23 et 4T23
Commandes reçues	280,7	239,9	254,5	286,6	+17 %

Carnet de commandes

<i>(en millions d'euros)</i>	31 déc. 2023	30 sept. 2023	30 juin 2023	31 mars 2023	31 déc. 2022
Carnet de commandes	494,8	523,4	505,8	530,1	496,5

Ventes

Ventes, par année

<i>(en millions d'euros)</i>	4T23	4T22	4T21	4T20	Variation entre 4T22 et 4T23
Ventes	299,6	323,4	251,6	195,4	-7 %

Ventes par division, par année

<i>(en millions d'euros)</i>	4T23	4T22	4T21	4T20	Variation entre 4T22 et 4T23
Healthcare	77,4	94,4	67,7	64,3	-18 %
Enterprise	93,6	94,5	77,2	53,9	-1 %
Entertainment	128,7	134,6	106,7	77,3	-4 %
Groupe	299,6	323,4	251,6	195,4	-7 %

Ventes par division, par trimestre

<i>(en millions d'euros)</i>	4T23	3T23	2T23	1T23	Variation entre 4T23 et 3T23
Healthcare	77,4	61,3	73,3	73,9	+26 %
Enterprise	93,6	64,6	76,8	68,8	+45 %
Entertainment	128,7	103,7	123,7	104,3	+24 %
Groupe	299,6	229,6	273,9	247,0	+30 %

Deuxième partie : résultats consolidés pour l'exercice 2023

2.A. Mise à jour des résultats financiers

Commandes reçues et carnet de commandes

Commandes reçues

Les commandes reçues s'élèvent à 1 061,6 millions d'euros, ce qui est stable par rapport aux 1 058,4 millions d'euros l'an dernier. La région Amériques a signé une progression, atténuée par un repli dans la région Asie-Pacifique en raison du ralentissement de la demande en Chine. Toutes les unités opérationnelles des divisions Enterprise et Entertainment ont enregistré une croissance des commandes, tandis que Healthcare a connu une diminution.

(en millions d'euros)	Exercice 2023	Exercice 2022	Exercice 2021	Exercice 2020	Variation par rapport à 2022
Commandes reçues	1 061,6	1 058,4	978,8	746,0	+0 %

Carnet de commandes

Le carnet de commandes en fin d'exercice s'élève à 494,8 millions d'euros, ce qui est proche du niveau de fin 2022 (496,5 millions d'euros). Le carnet de commandes d'Entertainment s'est étoffé ; celui de Healthcare s'est réduit, tandis que le carnet de commandes d'Enterprise est resté plus ou moins stable par rapport à l'an dernier. Le ratio commandes/facturation pour l'exercice 2023 est supérieur à 1.

(en millions d'euros)	31 déc. 2023	31 déc. 2022	31 déc. 2021	31 déc. 2020	Variation par rapport à 2022
Carnet de commandes	494,8	496,5	487,0	281,5	-0 %

Commandes reçues, par division

(en millions d'euros)	Exercice 2023	Exercice 2022	Exercice 2021	Exercice 2020	Variation par rapport à 2022
Healthcare	254,9	319,7	329,8	262,1	-20 %
Enterprise	304,9	281,3	262,4	215,2	+8 %
Entertainment	501,8	457,4	386,6	268,7	+10 %
Groupe	1 061,6	1 058,4	978,8	746,0	+0 %

Commandes reçues, répartition par région

	Exercice 2023	Exercice 2022	Exercice 2021	Exercice 2020	Variation par rapport à 2022 (en valeur nominale)
Amériques	46 %	43 %	37 %	39 %	+3 %
EMEA	36 %	37 %	37 %	35 %	-1 %

Asie-Pacifique	18 %	20 %	26 %	26 %	-2 %
Groupe	100 %	100 %	100 %	100 %	

Ventes

Les ventes de l'exercice 2023 sont en baisse de 1 % par rapport à 2022, avec un léger vent contraire lié à l'effet de change. À changes constants, les ventes progressent de 1 % par rapport à 2022. La division Entertainment a signé une croissance notable, due aux projets de renouvellement dans le domaine du cinéma laser. Celle-ci a été neutralisée par un fort déclin dans la division Healthcare, principalement dans le segment Surgical & Modality et un repli modéré côté Enterprise. D'un point de vue régional, la contribution de la région EMEA au chiffre d'affaires du groupe a augmenté, tandis que la part des Amériques s'est réduite, surtout sous l'effet de Healthcare. Par ailleurs, la part de la région Asie-Pacifique s'est amoindrie, sous l'effet d'un ralentissement de la demande en Chine pour Entertainment et Healthcare.

Ventes

(en millions d'euros)	Exercice 2023	Exercice 2022	Exercice 2021	Exercice 2020	Variation par rapport à 2022
Ventes	1 050,1	1 058,3	804,3	770,1	-1 %
Ventes à taux de change constants	1 067,8				+1 %

Ventes par division

(en millions d'euros)	Exercice 2023	Exercice 2022	Exercice 2021	Exercice 2020	Variation par rapport à 2022
Healthcare	285,9	341,7	261,5	261,9	-16 %
Enterprise	303,8	317,2	233,1	216,8	-4 %
Entertainment	460,5	399,3	309,7	291,4	+15 %
Groupe	1 050,1	1 058,3	804,3	770,1	-1 %

Ventes par région

	Exercice 2023	Exercice 2022	Exercice 2021	Exercice 2020	Variation par rapport à 2022 (en valeur nominale)
Amériques	40 %	41 %	37 %	39 %	-1 %
EMEA	40 %	38 %	38 %	36 %	+2 %
Asie-Pacifique	20 %	21 %	25 %	25 %	-1 %
Groupe	100 %	100 %	100 %	100 %	

Rentabilité

Marge brute

La marge brute s'est élevée à 438,5 millions d'euros, contre 412,8 millions d'euros l'année dernière. Le taux de marge brute a augmenté de 2,8 points de pourcentage pour atteindre 41,8 %, contre 39,0 % l'an dernier, l'augmentation la plus importante venant des unités opérationnelles de la division Entertainment. Ce gain significatif de marge brute reflète à la fois une gamme de produits plus favorable incluant une plus grande quantité de logiciels (embarqués) dans toutes les gammes de produits et la disparition des coûts de courtage et logistiques exceptionnellement élevés connus en 2022 en raison des contraintes qui pesaient alors sur la chaîne d'approvisionnement.

Charges indirectes et autres résultats d'exploitation

Le total des charges indirectes a augmenté de 5 % pour atteindre 338,1 millions d'euros, contre 320,9 millions d'euros en 2022. L'augmentation des coûts était due à la persistance de hauts niveaux d'inflation qui ont été partiellement compensés par une maîtrise rigoureuse des coûts dans toutes les catégories de dépenses indirectes, alors que l'entreprise investissait davantage dans les technologies de visualisation et de collaboration, la feuille de route produits et les investissements de mise sur le marché dans Entertainment.

En pourcentage des ventes, les charges indirectes s'élèvent à 32,2 % en 2023, contre 30,3 % en 2022.

- Les frais de Recherche & Développement ont augmenté pour s'établir à 132,3 millions d'euros, contre 120,5 millions d'euros l'année précédente. Les frais de R&D représentent 12,6 % des ventes, contre 11,4 % l'année précédente.
- Les frais de Ventes & Marketing ont augmenté légèrement pour atteindre 145,9 millions d'euros, contre 142,7 millions d'euros en 2022. Les frais de Ventes & Marketing représentent désormais 13,9 % des ventes, contre 13,5 % en 2022.
- Les frais généraux et administratifs s'élèvent à 59,9 millions d'euros, contre 57,7 millions d'euros l'année dernière, et représentent 5,7 % des ventes (5,5 % en 2022).

Les autres gains opérationnels se sont élevés à 1,7 million d'euros, contre 1,7 million d'euros d'autres charges opérationnelles en 2022.

EBITDA & EBIT ajusté

L'augmentation significative de la marge brute, qui a été partiellement atténuée par une augmentation des charges indirectes, a débouché sur un EBITDA de 142,5 millions d'euros, soit 13 % de plus que l'EBITDA de 126,5 millions d'euros en 2022. La marge EBITDA s'établit à 13,6 %, en hausse par rapport aux 12,0 % de 2022.

La marge EBITDA au niveau des divisions se présente comme suit :

- La marge EBITDA de Healthcare s'établit à 9,7 %, contre 11,2 % l'année précédente. L'augmentation du taux de marge brute liée à une gamme de produits plus favorable reposant sur des logiciels était neutralisée par une réduction de l'effet de levier opérationnel sur un chiffre d'affaires réduit, principalement dans Surgical & Modality.

- La marge EBITDA d'Enterprise s'établit à 18,7 %, contre 19,1 % en 2022. La marge EBITDA s'est nettement améliorée au second semestre de l'année en raison d'une augmentation du taux de marge brute dans les deux unités opérationnelles et d'une baisse des coûts indirects suite à la restructuration de Large Video Walls.
- La marge EBITDA d'Entertainment s'établit à 12,5 %, venant de 6,9 % en 2022, ce qui est plus que le niveau de 2019. Les taux de marge brute sont en hausse, la division n'étant plus impactée par les contraintes qui pesaient sur la chaîne d'approvisionnement en 2022. Le levier opérationnel sur le chiffre d'affaires plus élevé a également contribué à la croissance de la marge EBITDA.

Exercice 2023 <i>(en millions d'euros)</i>	Ventes	EBITDA	MARGE EBITDA EN %
Healthcare	285,9	27,8	9,7 %
Enterprise	303,8	56,9	18,7 %
Entertainment	460,5	57,7	12,5 %
Groupe	1 050,1	142,5	13,6 %

La comparaison de l'EBITDA entre 2020-2022 et 2023, ventilée par division, se présente comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	Exercice 2023	Exercice 2022	Exercice 2021	Exercice 2020	Variation par rapport à 2022
Healthcare	27,8	38,4	22,4	35,0	-28 %
Enterprise	56,9	60,7	14,6	18,2	-6 %
Entertainment	57,7	27,5	21,5	0,3	+110 %
Groupe	142,5	126,5	58,5	53,6	+13 %

L'EBIT ajusté² atteint 102,1 millions d'euros, soit 9,7 % des ventes, contre 90,1 millions d'euros ou 8,5 % des ventes en 2022.

Barco a enregistré des charges de restructuration et de réductions de valeur pour un total de 10,8 millions d'euros pour l'exercice, contre 2,5 millions d'euros l'année précédente, incluant 9,5 millions d'euros de frais de licenciement et 1,3 million d'euros de dépréciations sur les stocks. Les frais de licenciement étaient liés à la restructuration de Large Video Walls, ainsi qu'à diverses économies sur les coûts organisationnels. En tenant compte de ces charges, l'EBIT atteint 91,3 millions d'euros en 2023, contre 87,6 millions d'euros en 2022. Un événement postérieur à la date de clôture est digne d'être noté : il s'agit de la fermeture du site de production de Changping, annoncée en janvier 2024, qui a pour conséquence que les activités seront déplacées vers la nouvelle usine de Wuxi, et va de pair avec des frais de licenciement attendus de 1,5 million d'euros en 2024.

² L'EBIT ajusté est l'EBIT avant éléments non récurrents, cf. [glossaire du Rapport annuel](#).

Impôts sur le résultat

En 2023, l'impôt sur le résultat atteint 17,3 millions d'euros, soit un taux d'imposition effectif de 18 %, contre 15,9 millions d'euros en 2022 pour un même taux d'imposition effectif.

Résultat net

Le résultat net de l'exercice attribuable aux porteurs de capitaux propres s'élève à 80,2 millions d'euros, contre 75,2 millions d'euros il y a un an.

Le résultat net par action ordinaire (EPS) s'élève à 0,89 euro, contre 0,84 euro en 2022. Quant au résultat net entièrement dilué par action, il s'élève à 0,88 euro, contre 0,83 euro en 2022.

Flux de trésorerie & bilan

Flux de trésorerie disponible et besoin en fonds de roulement

Le flux de trésorerie disponible pour 2023 était de 38,0 millions d'euros, contre 13,1 millions d'euros en 2022. Le flux de trésorerie disponible opérationnel net s'établit à 100,8 millions d'euros contre 31,5 millions d'euros en 2022. L'augmentation du flux de trésorerie disponible opérationnel brut a été atténuée par une augmentation des créances commerciales liée aux ventes élevées en fin d'exercice, et une baisse des dettes commerciales liée à une diminution des achats de composants pendant l'année, partiellement neutralisée par une diminution des stocks. Les dépenses d'investissement ont plus que doublé en raison des investissements consentis dans les nouvelles usines et dans le modèle Cinema-as-a-Service.

(en millions d'euros)	Exercice 2023	Exercice 2022	Exercice 2021	Exercice 2020
Flux de trésorerie opérationnel disponible brut	138,3	127,0	50,5	43,9
<i>Variation des créances commerciales</i>	-18,3	-35,6	-4,9	41,4
<i>Variation des stocks</i>	9,6	-70,2	4,4	-12,3
<i>Variation des dettes commerciales</i>	-30,3	7,4	42,8	-59,9
<i>Autres variations du besoin en fonds de roulement net</i>	1,6	2,8	13,2	-24,0
Variations du besoin en fonds de roulement net	-37,5	-95,5	55,5	-54,8
Flux de trésorerie disponible opérationnel net	100,8	31,5	106,1	-10,8
<i>Produits/charges d'intérêts</i>	4,7	0,8	-1,1	-0,1
<i>Impôts sur le résultat</i>	-13,3	-6,0	-8,4	-10,4
Flux de trésorerie disponible provenant des activités opérationnelles	92,2	26,3	96,6	-21,4
<i>Achat d'immobilisations corporelles et incorporelles</i>	-54,4	-21,2	-18,8	-15,0
<i>Produit de la cession d'immobilisations corporelles et incorporelles</i>	0,2	8,0	0,2	0,5
Flux de trésorerie disponible provenant des investissements	-54,2	-13,2	-18,6	-14,5
FLUX DE TRÉSORERIE DISPONIBLE	38,0	13,1	78,0	-35,9

Besoin en fonds de roulement

Le fonds de roulement net s'élève à 16,6 % des ventes, contre 14,3 % des ventes en 2022, et est inférieur au 18,3 % de mi-2023. 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 fin d'année, dont le montant sera encaissé en 2024. Les niveaux de stocks sont restés très élevés tout au long de l'année mais ont commencé à diminuer au cours du second semestre. Les créances commerciales ont diminué en glissement annuel, en raison d'une diminution des achats de composants vers la fin de l'année en réponse aux stocks élevés et à la baisse du chiffre d'affaires.

(en millions d'euros)	Exercice 2023	Exercice 2022	Exercice 2021	Exercice 2020
Créances commerciales	208,6	194,6	157,0	146,1
NJC (nombre de jours de crédit client)	63	54	56	67
Stocks	231,5	245,7	175,5	175,4
Rotation des stocks	2,1	2,1	2,4	2,3
Dettes commerciales	-89,4	-121,9	-114,0	-70,3
NJF (nombre de jours de crédit fournisseurs)	50	68	80	53
Autres besoins en fonds de roulement	-176,0	-168,0	-171,7	-170,6
BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT – TOTAL	174,8	150,4	46,8	80,6

Dépenses d'investissement

Les dépenses d'investissement s'élèvent à 54,4 millions d'euros, en nette hausse par rapport aux 21,2 millions d'euros rapportés en 2022 suite aux investissements dans l'implantation industrielle et au financement des modèles d'entreprise Cinema-as-a-Service.

Rentabilité des capitaux investis

La rentabilité des capitaux investis s'élève à 17 % en 2023, contre 16 % l'année précédente.

Situation de trésorerie

La situation nette de trésorerie s'élève à 241,1 millions d'euros en fin d'exercice, contre 264,0 millions d'euros fin 2022. Les principaux éléments qui ont contribué à ce changement sont les entrées de trésorerie venant du flux de trésorerie disponible et les produits de la vente de positions d'investissement minoritaires, atténués par des sorties de trésorerie liées aux paiements de dividende et au programme de rachat d'actions, et les effets de change.

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

Le programme de durabilité de Barco repose sur trois piliers : la planète, les individus qui nous entourent et les communautés dans lesquelles nous exerçons nos activités. Dans ce chapitre, nous apportons quelques éclaircissements sur les progrès réalisés en 2023 au sein de chacun de ces piliers. Pour obtenir de plus amples informations et plus de détails sur la durabilité, nous vous 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.

	Exercice 2023	Exercice 2022	Exercice 2021	Variation par rapport à 2022
Réduction des émissions de gaz à effet de serre liées à nos activités, par rapport au chiffre d’affaires (par rapport à 2015)	-54 %	-51 %	-33 %	-3 ppts
% des revenus liés aux produits marqués du label ECO	65 %	50 %	31 %	+15 ppts

Les émissions de gaz à effet de serre liées à nos activités ont légèrement diminué par rapport à l’an dernier (réduction de 54 % par rapport au niveau de base de 2015) et nous dépassons notre objectif (réduction de 35 %). Un transfert modal (transition du transport aérien au transport maritime) pour Diagnostic Imaging et Immersive Experience a également contribué à la réduction de l’empreinte logistique. Cette réduction a été partiellement neutralisée par l’augmentation des déplacements professionnels des collaborateurs.

Pour réduire l’empreinte de ses produits et améliorer l’éco-convivialité de son portefeuille de solutions, Barco déploie une méthodologie d’éco-notation à l’échelle de l’entreprise. L’entreprise s’est fixée comme objectif pour 2023 un niveau de 70 % de revenus issus des produits marqués du label ECO³. En 2023, nous avons noté une forte augmentation de ces produits dans toutes les unités opérationnelles, avec pour résultat que 65 % du total des produits sont marqués du label ECO. Nous notons une augmentation importante pour Meeting Experience avec la solution ClickShare CX-50 nouvelle génération, neutre en carbone, et pour Large Video Walls avec le portefeuille de produits LED entièrement notés A. L’augmentation de la part de produits marqués du label ECO a contribué à une diminution importante des émissions de gaz à effet de serre totales de Barco et de nos clients. Le lancement de nouveaux produits, dont plus de 90 % portaient le label ECO en 2023, permettra encore d’enregistrer de nouveaux progrès dans ce domaine.

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.



Humain

Barco s’engage à augmenter l’emploi durable en créant un environnement qui cultive des carrières agréables et enrichissantes pour nos collaborateurs.

	Exercice 2023	Exercice 2022	Variation par rapport à 2022
Nombre de collaborateurs en fin d’exercice (emplois effectifs)	3 360	3 302	+2 %
Net Promotor Score des collaborateurs (eNPS)	13	16	-3

Avec un taux de rotation volontaire qui a fortement chuté et des engagements supplémentaires, le nombre de collaborateurs est passé à 3 360 en 2023, ce qui constitue une augmentation nette de 58 collaborateurs en glissement annuel. La diversité et l’inclusion sont des éléments essentiels de notre processus de recrutement et, comme en 2022, Barco a réalisé des progrès dans les trois dimensions de la diversité en 2023 : âge, nationalité et genre.

Depuis 2022, Barco intègre une question spécifique sur l’eNPS (Net Promotor Score des collaborateurs) normalisé dans son sondage annuel des collaborateurs. L’enquête eNPS de 2023 s’est soldée par un score de 13, ce qui est proche du score de 2022 et propulse l’entreprise dans la catégorie « bon engagement » (0-30) pour les deux années. Les plans d’action existants seront mis à jour et de nouvelles mesures seront définies pour 2024 sur la base des résultats de l’enquête. Notre objectif à long terme reste de dépasser le score de 30 pour atteindre le niveau « excellent engagement ».

Social et sociétal

Barco s’engage à jouer un rôle actif dans les communautés au sein desquelles l’entreprise exerce ses activités, et notre personnel continue de donner la priorité à une expérience client qui apporte une valeur ajoutée. En plus de recueillir un retour d’information continu via de multiples points de contacts au cours du parcours du client, l’entreprise récolte les retours des clients finaux ainsi que des partenaires deux fois par an en utilisant le Net Promotor Score (NPS) relationnel comme indicateur de l’expérience client standard.

	Exercice 2023	Exercice 2022	Exercice 2021	Variation par rapport à 2022
Net Promotor Score des clients	48	44	47	+4

En 2023, Barco a atteint un score NPS de 48, en progrès de 4 points par rapport à l’année précédente. Puisque les contraintes pesant sur la chaîne d’approvisionnement en 2023 ont nettement baissé, les délais de livraison et les retards se sont réduits, et nos partenaires et nos clients avaient dans l’ensemble une meilleure perception du service après-vente de Barco. La qualité des produits ressort également comme un facteur essentiel expliquant ce score. Au niveau des régions, toutes les régions ont progressé. 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 2023

Division HEALTHCARE

(en millions d'euros)	Exercice 2023	Exercice 2022	Exercice 2021	Exercice 2020	Variation par rapport à 2022
Commandes reçues	254,9	319,7	329,8	262,1	-20 %
Ventes	285,9	341,7	261,5	261,9	-16 %
Marge brute	102,9	116,4	87,2	95,7	-12 %
Taux de marge brute	36,0 %	34,1 %	33,3 %	36,6 %	+2,0 ppt
EBITDA	27,8	38,4	22,4	35,0	-28 %
Marge EBITDA	9,7 %	11,2 %	8,6 %	13,4 %	-1,5 ppt

Commandes et ventes, par trimestre, 2021-2023



Les commandes et les ventes pour Healthcare ont diminué de respectivement 20 % et 16 % par rapport à l'an dernier. Nous notons des différences importantes entre les régions : croissance dans la région EMEA et déclin à deux chiffres dans les Amériques. Diagnostic Imaging et Surgical & Modality représentaient chacun environ 50 % des ventes de la division, tandis que l'an dernier le premier était responsable de 46 % des ventes et le second, de 54 %.

Dans le segment Diagnostic Imaging, la dynamique du marché est demeurée bien orientée, bien que le chiffre d'affaires ait été impacté par des niveaux de stocks plus élevés que la normale chez les partenaires du canal et les clients, après une demande refoulée vers la fin de 2022, lorsque les clients passaient des commandes plus importantes que d'habitude pour anticiper les pénuries potentielles de composants. Dans la région EMEA, la radiologie et la pathologie ont stimulé la croissance, avec des gains importants au Royaume-Uni. Les Amériques ont régressé par rapport aux résultats très solides de l'an dernier, affectés par les stocks importants chez les

partenaires du canal. Dans la région Asie-Pacifique, la Chine a été confrontée à une diminution des investissements des pouvoirs publics locaux, qui a freiné la demande, et aux mesures anti-corruption ciblant les marchés des soins de santé qui ont été mises en place au second semestre de 2023 et se poursuivent en 2024. En revanche, le reste de la région Asie-Pacifique a enregistré une croissance.

Surgical & Modality était entravé par une différence de calendrier entre la suppression d'un très gros contrat arrivé à échéance fin 2022 et l'arrivée de commandes dans le cadre de nouveaux contrats confirmés pour de nouvelles plateformes à partir de fin 2023. Les commandes liées à ces nouveaux contrats ont connu des retards dans le courant de l'année car les clients réduisaient leurs stocks. Ce sont les Amériques, essentiellement, qui ont été touchées par ce phénomène. La région EMEA a enregistré une croissance, alimentée par les bons résultats du produit Nexxis. Le chiffre d'affaires de la région Asie-Pacifique a diminué en raison des ventes en Chine qui ont été entravées par la faiblesse des investissements des pouvoirs publics, les mesures anti-corruption et les niveaux de stock élevés. Globalement, les produits destinés au bloc opératoire ont signé de meilleures performances que les produits de modalité, et la part des revenus liés aux logiciels a fortement augmenté.

Le taux de marge brute pour Healthcare a augmenté pour atteindre 36,0 %, venant de 34,1 % un an plus tôt. Cela reflète une gamme de produits favorable comprenant proportionnellement plus de produits logiciels (embarqués), partiellement neutralisée par un transfert et des coûts temporaires associés au lancement de la nouvelle usine. Bien que les dépenses indirectes aient augmenté moins que le taux d'inflation général, la réduction de l'effet de levier opérationnel sur le chiffre d'affaires réduit a engendré une marge EBITDA de 9,7 %, en baisse de 1,5 point de pourcentage par rapport à l'an dernier.

Division ENTERPRISE

(en millions d'euros)	Exercice 2023	Exercice 2022	Exercice 2021	Exercice 2020	Variation par rapport à 2022
Commandes reçues	304,9	281,3	262,4	215,2	+8 %
Ventes	303,8	317,2	233,1	216,8	-4 %
Marge brute	162,9	172,4	108,6	105,2	-5 %
Taux de marge brute	53,6 %	54,3 %	46,6 %	48,5 %	-0,7 ppt
EBITDA	56,9	60,7	14,6	18,2	-6 %
Marge EBITDA	18,7 %	19,1 %	6,3 %	8,4 %	-0,4 ppt

Commandes et ventes, par trimestre, 2021-2023



Dans la division Enterprise, les commandes ont augmenté de 8 % en glissement annuel ; les deux unités opérationnelles ont enregistré une croissance, qui était toutefois plus prononcée dans Large Video Walls. Les ventes ont légèrement baissé par rapport à l’an dernier dans la région EMEA et les Amériques, mais ont progressé dans la région Asie-Pacifique.

Meeting Experience a signé des ventes en ligne avec l’année précédente, en dépit de conditions de marché difficiles à partir du deuxième trimestre 2023. En effet, diverses entreprises ont reporté leurs investissements après avoir revu leurs exigences en matière de bureaux et salles de réunion flexibles. Malgré ces circonstances, ClickShare a gagné des parts de marché sur la concurrence. Au niveau régional, les ventes dans les Amériques ont régressé, la région Asie-Pacifique a fait preuve d’une croissance substantielle, tandis que les ventes dans la région EMEA étaient globalement stables en glissement annuel. Les volumes de sell-in ont dépassé le sell-out dans cette région, sous l’effet de changements spécifiques dans les programmes des partenaires. ClickShare est désormais installé dans plus de 1,2 million de salles de réunion à travers le

monde. ClickShare Conference représentait un peu moins de 65 % du volume ClickShare pour l'exercice, et plus encore en termes de valeur. La base installée de produits ClickShare Conference a atteint les 240 000 unités depuis le lancement en 2020. Meeting Experience représentait environ 60 % des ventes d'Enterprise en 2023 (58 % en 2022).

Pour le segment Large Video Walls, les commandes ont augmenté dans toutes les régions, et de façon plus prononcée dans la région EMEA. Les ventes ont connu un démarrage en douceur au début de l'année, qui a toutefois été suivi d'une amélioration tout au long du second semestre, pour atteindre un record trimestriel au quatrième trimestre. Les ventes de la plateforme logicielle CTRL de Barco, qui offre aux clients une solution évolutive et intégrée avec les meilleures fonctions de sécurité sur le marché, ont pris un bon départ après le lancement au deuxième trimestre. Le portefeuille matériel est parfaitement à jour, la mise à niveau UniSee II ayant été lancée au troisième trimestre. Large Video Walls est occupé de réaliser sa nouvelle stratégie et la part des logiciels dans la gamme de produits a augmenté tout au long de l'année. La croissance devrait encore se poursuivre au cours des années à venir.

Enterprise a signé une marge EBITDA de 18,7 %, ce qui correspond globalement au niveau de l'an dernier, avec une augmentation marquée entre le premier et le second semestre (5,8 points de pourcentage). Cette évolution était due à une augmentation de la marge Meeting Experience et aux bénéfices en termes de coûts et de marge de la restructuration du segment Large Video Walls, où une perte d'EBITDA au premier semestre a été suivie par un EBITDA positif au second semestre, se soldant au final par un niveau proche de l'équilibre pour l'exercice.

Division ENTERTAINMENT

(en millions d'euros)	Exercice 2023	Exercice 2022	Exercice 2021	Exercice 2020	Variation par rapport à 2022
Commandes reçues	501,8	457,4	386,6	268,7	+10 %
Ventes	460,5	399,3	309,7	291,4	+15 %
Marge brute	172,6	124,1	91,7	82,8	+39 %
Taux de marge brute	37,5 %	31,1 %	29,6 %	28,4 %	+6,4 pts
EBITDA	57,7	27,5	21,5	0,3	+110 %
Marge EBITDA	12,5 %	6,9 %	6,9 %	0,1 %	+5,6 pts

Commandes et ventes, par trimestre, 2021-2023



La division Entertainment a signé une croissance de 10 % des commandes reçues et de 15 % des ventes par rapport à 2022. Le ratio commandes/facturation était positif pour la troisième année d'affilée, ce qui a permis un nouveau renforcement du carnet de commandes, en particulier pour Cinema.

Cinema a tiré parti de la dynamique vigoureuse amorcée au second semestre 2022 avec une croissance des ventes à deux chiffres dans toutes les régions. La demande mondiale pour Cinema était alimentée par la vague de renouvellements continue des lampes classiques par des solutions à base de technologie laser, offrant une qualité d'image supérieure aux spectateurs et une diminution du coût total de possession pour les exploitants de cinémas. Le déploiement de Cinema-as-a-Service s'est poursuivi en 2023, ce qui a augmenté la contribution de revenus récurrents à la gamme de produits. Cinema représentait environ 54 % des ventes de la division en 2023, contre 48 % l'an dernier. D'ici à la fin de 2023, les activités de vente et marketing de

Cinionic ont été intégrées totalement dans l'unité opérationnelle Cinema, fournissant des efficacités opérationnelles futures supplémentaires.

Immersive Experience a signé une solide croissance du chiffre d'affaires, en particulier au premier semestre, engendrant des ventes record pour la deuxième année de suite. Dans toutes les régions, (à l'exception de la région Asie-Pacifique) les ventes ont fortement augmenté par rapport à une base de comparaison très élevée, le Moyen-Orient, mais également les pays de la région Asie du Sud-Est se distinguant particulièrement par leurs performances. La Chine n'a pas contribué à la croissance car la demande n'a pas encore repris suite à la pandémie en raison de la stagnation du marché immobilier et d'une diminution des financements de projets dans les domaines des loisirs par les pouvoirs publics locaux. Simulation a affiché la croissance la plus importante dans toutes les régions, à la fois pour les simulateurs de vol et de conduite, suivie par le traitement d'images et les projecteurs pour les installations fixes dans les musées, les expériences artistiques immersives, les attractions et les applications pour les entreprises. Les ventes pour le marché de la location pour les événements en direct étaient plus faibles, car certains clients anticipent le lancement des nouveaux produits attendu en 2024. Immersive Experience représentait environ 46 % des ventes de la division en 2023, contre 52 % l'an dernier.

Alors que les défis auxquels était confrontée la chaîne d'approvisionnement se résolvaient et sur la base d'une gamme de produits plus favorable contenant davantage de revenus des logiciels (embarqués) et des services, le taux de marge brute pour Entertainment a atteint un record absolu de 37,5 %, soit une hausse de 6,4 points de pourcentage par rapport à l'an dernier. Le levier opérationnel sur la croissance du chiffre d'affaires à deux chiffres a débouché sur une marge EBITDA pour la division qui a bondi de 6,9 % en 2022 à 12,5 % en 2023.

Quatrième partie : résultats consolidés pour le deuxième semestre 2023

Principaux chiffres financiers

- Le montant des commandes reçues au cours du semestre s'élève à 520,6 millions d'euros, soit une baisse de 5 % par rapport aux 549,2 millions d'euros du second semestre 2022
- Les ventes se chiffrent à 529,2 millions d'euros, contre 585,7 millions d'euros au deuxième semestre 2022, ce qui représente une baisse de 10 %
- Le taux de marge brute s'élève à 42,6 %, contre 39,9 % au deuxième semestre de 2022
- L'EBITDA s'élève à 77,5 millions d'euros, contre 80,3 millions d'euros au deuxième semestre 2022. La marge EBITDA s'élève à 14,6 %, contre 13,7 % au deuxième semestre de 2022

Commandes reçues et carnet de commandes

Les commandes reçues au second semestre 2023 ont baissé de 5 % par rapport au second semestre de 2022, ce qui reflète des résultats mitigés en fonction des divisions. Healthcare a connu la plus forte baisse en raison des stocks plus importants chez les clients dans les Amériques. Entreprise a vu ses deux unités opérationnelles progresser, la progression étant plus marquée pour Large Video Walls. Entertainment a légèrement régressé, la croissance de Cinema étant atténuée par un déclin d'Immersive Experience, qui devait faire face à une base de comparaison très élevée en 2022.

Carnet de commandes

(en millions d'euros)	31 déc. 2023	30 juin 2023	31 déc. 2022	30 juin 2022	31 déc. 2021	30 juin 2021
Carnet de commandes	494,8	505,8	496,5	537,7	487,0	391,4

Commandes reçues

(en millions d'euros)	2S23	1S23	2S22	1S22	2S21	1S21
Commandes reçues	520,6	541,1	549,2	509,2	513,2	465,6

Commandes reçues, par division

(en millions d'euros)	2S23	2S22	2S21	2S20	Variation par rapport au 2S22
Healthcare	113,6	155,4	161,2	119,2	-27 %
Entreprise	161,9	143,6	151,7	100,7	+13 %
Entertainment	245,1	250,2	200,3	127,4	-2 %
Groupe	520,6	549,2	513,2	347,3	-5 %

Commandes reçues, par région

	2S23	2S22	2S21	2S20	Variation par rapport au 2S22 (en valeur nominale)
Amériques	48 %	43 %	38 %	36 %	+5 %
EMEA	38 %	37 %	40 %	34 %	+1 %
Asie-Pacifique	14 %	20 %	22 %	30 %	-6 %

Ventes

Les ventes au 2S23 sont en recul de 10 % comparé à l'excellent 2S22, alors que la division Entertainment en particulier avait connu un rattrapage des livraisons passées au titre des commandes une fois solutionnés les défis auxquels était confrontée la chaîne d'approvisionnement depuis le premier semestre 2022.

Ventes

(en millions d'euros)	2S23	1S23	2S22	1S22	2S21	1S21	2S20
Ventes	529,2	520,9	585,7	472,6	438,3	366,0	362,9

Ventes par division

(en millions d'euros)	2S23	2S22	2S21	2S20	Variation par rapport au 2S22
Healthcare	138,6	177,8	129,1	123,6	-22 %
Enterprise	158,2	168,5	129,2	103,9	-6 %
Entertainment	232,4	239,3	179,9	135,3	-3 %
Groupe	529,2	585,7	438,3	362,9	-10 %

Ventes par région

	2S23	2S22	2S21	2S20	Variation par rapport au 2S22 (en valeur nominale)
Amériques	41 %	42 %	38 %	35 %	-1 %
EMEA	40 %	38 %	39 %	37 %	+2 %
Asie-Pacifique	19 %	20 %	24 %	28 %	-1 %

Rentabilité

Marge brute

La marge brute s'élève à 225,5 millions d'euros au deuxième semestre 2023, venant de 213,0 millions d'euros au premier semestre et 233,8 millions d'euros au second semestre 2022. Le taux de marge brute s'élève à 42,6 % au second semestre 2023, venant de 40,9 % au premier semestre de l'exercice et 39,9 % au second semestre 2022. L'amélioration du taux de marge brute était en grande partie due à une gamme de produits plus favorable, en raison de la présence de plus de logiciels (embarqués) et de services.

Charges indirectes et autres résultats d'exploitation

Le total des charges indirectes s'élève à 171,6 millions d'euros, soit 32,4 % des ventes, contre 171,2 millions d'euros ou 29,2 % des ventes au second semestre 2022. La valeur nominale a augmenté de 1 % par rapport à l'an dernier, ce qui reflète une bonne maîtrise des coûts à tous les niveaux, et l'absorption des pressions inflationnistes sur les coûts.

- Les frais de Recherche & Développement s'élèvent à 68,6 millions d'euros, contre 64,7 millions d'euros l'année précédente. En pourcentage des ventes, les frais de Recherche & Développement s'élèvent à 13,0 % contre 11,1 % au 2S22.
- Les frais de Ventes & Marketing ont augmenté pour atteindre 72,1 millions d'euros, contre 77,5 millions d'euros au 2S22. Les frais de Ventes & Marketing représentent désormais 13,6 % des ventes au 2S23, contre 13,2 % au 2S22.
- Les Frais généraux & administratifs s'élèvent à 31,0 millions d'euros, soit 5,8 % des ventes, contre 29,0 millions d'euros, ou 5,0 % des ventes au 2S22.

Les autres gains opérationnels se sont élevés à 0,8 million d'euros, contre 0,7 million d'euros d'autres charges opérationnelles au second semestre 2022.

EBITDA & EBIT ajusté

L'EBITDA s'élève à 77,5 millions d'euros, contre 80,3 millions d'euros pour le second semestre de l'an dernier, suite à une réduction de l'effet de levier opérationnel sur le chiffre d'affaires réduit. La marge EBITDA pour le second semestre s'élève à 14,6 %, contre 13,7 % au second semestre 2022.

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

2S23 <i>(en millions d'euros)</i>	Ventes	EBITDA	MARGE EBITDA EN %
Healthcare	138,6	13,1	9,5 %
Enterprise	158,2	34,0	21,5 %
Entertainment	232,4	30,4	13,1 %
Groupe	529,2	77,5	14,6 %

La comparaison de l'EBITDA entre le 2S22 et le 2S23, ventilée par division, se présente comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	2S23	2S22	2S21	2S20	Variation par rapport au 2S22
Healthcare	13,1	16,8	6,6	12,9	-22 %
Enterprise	34,0	33,4	9,0	4,5	+2 %
Entertainment	30,4	30,2	15,5	-4,6	+0 %
Groupe	77,5	80,3	31,0	12,9	-3 %

L'EBIT ajusté s'élève à 54,7 millions d'euros, soit 10,3 % des ventes, contre 63,4 millions d'euros ou 10,8 % 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 46,9 millions d'euros, soit 8,9 % des ventes, contre 52,9 millions d'euros ou 9,0 % des ventes au 2S22.

Téléconférence

Le 8 février 2024 à 9h00 HEC (3h00 HNE), Barco organisera un appel vidéo rassemblant investisseurs et analystes, afin de discuter des résultats de l'exercice 2023. Cette téléconférence sera présidée par le CEO, le CFO et l'IRO de Barco.

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 Lien Winne, a publié un rapport d'audit sans réserve sur les comptes consolidés, et a confirmé que les informations comptables reprises dans le communiqué annuel concordent, à tous égards importants, avec le 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 2024

Mardi 23 avril
Jeudi 25 avril
Mercredi 17 juillet
Jeudi 17 octobre

Rapport d'activité 1T24
Assemblée générale annuelle des actionnaires
Annonce des résultats du 1S24
Rapport d'activité 3T24

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 des résultats ou des 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 inexacts 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 internationale dont le siège est situé à Courtrai (Belgique). Notre technologie de visualisation et de collaboration aide les professionnels à accélérer l'innovation dans les marchés de la santé, de l'entreprise et du divertissement. Nous employons plus de 3 300 visionnaires, dont la passion pour la technologie se traduit par plus de 900 brevets uniques.

Barco est cotée en Bourse (Euronext : BAR ; Reuters : BARbt.BR ; Bloomberg : BAR BB) et a réalisé un chiffre d'affaires de 1 050 millions d'euros en 2023.

Vous aimeriez rester au courant de notre actualité ? Vous pouvez consulter notre site www.barco.com ou nous suivre sur [X \(@Barco\)](#), [LinkedIn \(Barco\)](#), [YouTube \(BarcoTV\)](#), [Instagram \(barco_nv\)](#) et [Facebook \(Barco\)](#).

Barco. Visioneering a bright tomorrow.

© Copyright 2024 by Barco

