

Trading update 1T23

Croissance de 20 % des ventes avec poursuite de l'expansion du carnet de commandes

Courtrai, Belgique, le 19 avril 2023, 07h30 – Barco (Euronext : BAR ; Reuters : BARBt.BR ; Bloomberg : BAR BB) publie aujourd'hui les résultats du premier trimestre, clos le 31 mars 2023.

Principaux chiffres financiers du premier trimestre 2023¹

- Par rapport au premier trimestre de 2022, les commandes ont progressé de 16 % pour atteindre 286,6 millions d'euros au premier trimestre 2023
- Au 31 mars 2023, le carnet de commandes a atteint 530,1 millions d'euros. Il reste donc stable comparé au 31 mars 2022 et est en hausse de 33,6 millions d'euros ou 7 % par rapport à la fin du mois de décembre 2022
- Par rapport au premier trimestre de 2022, les ventes ont progressé de 20 % pour atteindre 247,0 millions d'euros (progression de 18 % à changes constants)

Résumé analytique 1T23

Revenus du groupe

(en millions d'euros)	1T23	1T22	1T21	Variation entre 1T22 et 1T23
Commandes reçues	286,6	246,9	228,9	+16 %
Ventes	247,0	206,3	171,7	+20 %

Aperçu trimestre par trimestre



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/fr/about-barco/investors>)
P. 1/7

Au premier trimestre 2023, les ventes et les commandes ont signé une progression conforme aux objectifs que nous nous étions fixés pour l'exercice, après un quatrième trimestre 2022 très vigoureux.

Les commandes ont augmenté de 16 % en glissement annuel. Le nombre de commandes reçues s'est avéré particulièrement important dans la division Entertainment, dépassant le niveau d'avant la pandémie sous l'effet d'un trimestre record côté Cinema, ce qui prouve la solidité et la valeur du portefeuille de produits de projection « tout-laser » pour Barco. Grâce à un ratio commandes/facturation positif, le carnet de commandes s'est étoffé pour atteindre 530,1 millions d'euros.

Les ventes ont augmenté de 20 % par rapport au même trimestre de l'an dernier, ce qui témoigne de la croissance dans toutes les régions. C'est dans la division Entertainment que la croissance était la plus prononcée, alimentée à la fois par le marché Cinema et par le marché Immersive Experience, ainsi que par le segment Meeting Experience dans la division Enterprise. Healthcare a observé un repli des commandes et des ventes qui s'explique par la disparition d'une plateforme de modalité importante alors que de nouveaux projets Surgical & Modality de grande ampleur sont introduits progressivement. Ces projets devraient contribuer à la croissance de la division Healthcare d'ici la fin de l'année.

Commentaire des CEO, An Steegen et Charles Beauduin

« Le premier trimestre de 2023 a jeté de solides bases pour permettre à Barco de poursuivre sur la voie de la croissance tout au long de l'année et d'atteindre les objectifs financiers que nous nous sommes fixés pour l'exercice. Nous sommes particulièrement satisfaits des excellents résultats engrangés dans les divisions Entertainment et Enterprise, qui atténuent la faiblesse temporaire que connaît Healthcare en raison de la disparition de certains projets et de l'introduction progressive de nouvelles initiatives.

Nous avons observé une croissance dans toutes les régions où nous opérons et nous nous réjouissons de la réouverture des marchés en Chine, ce qui conforte notre conviction que cette région géographique importante va contribuer fortement à la croissance de Barco en 2023, en particulier au second semestre. »

Perspectives 2023 – situation actuelle

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.

Dans l'hypothèse où les conditions de marché actuelles ne connaîtront pas de changement significatif, la direction reconferme ses prévisions pour l'ensemble de l'exercice 2023, avec une croissance des ventes attendue comprise entre 10 et 15 % par rapport à 2022.

La marge EBITDA devrait encore s'améliorer et dépasser les 14 % pour l'exercice 2023.

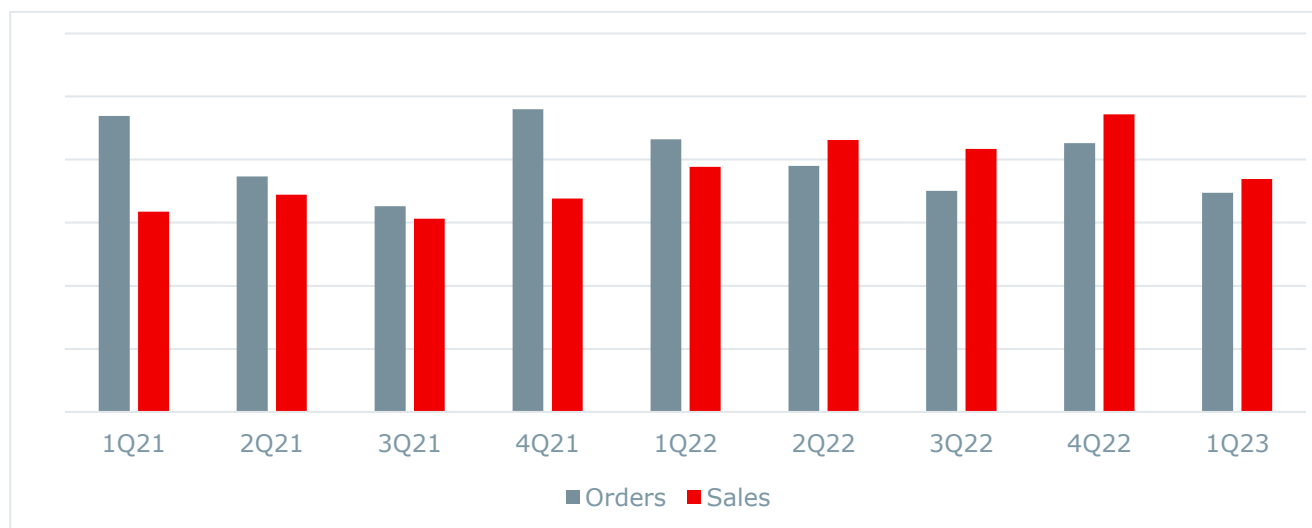
P. 2/7



Répartition par divisions

Healthcare

(en millions d'euros)	1T23	1T22	1T21	Variation entre 1T22 et 1T23
Commandes reçues	69,5	86,4	93,9	-20 %
Ventes	73,9	77,7	63,5	-5 %



Les commandes reçues dans la division Healthcare sont en baisse par rapport au solide premier trimestre de l'an dernier, ce qui traduit une performance mitigée dans les différentes régions. Si les commandes reçues ont augmenté en Asie, elles sont restées globalement stables dans la région EMEA, principalement en raison d'un ralentissement du marché Diagnostic Imaging au Royaume-Uni. Dans les Amériques, les commandes reçues affichent une forte baisse par rapport à l'an dernier, en raison d'une différence de calendrier pour les commandes dans l'unité opérationnelle Surgical & Modality liée à la disparition d'un projet de modalité important et à l'introduction progressive de plusieurs nouvelles initiatives confirmées d'ici la fin de l'année. Les ventes du premier trimestre sont 5 % inférieures à celles du solide premier trimestre 2022, ce qui reflète une certaine faiblesse dans l'unité opérationnelle Surgical & Modality, notamment dans les Amériques, partiellement compensée par la croissance dans le segment Diagnostic Imaging. Healthcare a signé une croissance des ventes en Asie et un repli dans la région EMEA et les Amériques.

Enterprise

(en millions d'euros)	1T23	1T22	1T21	Variation entre 1T22 et 1T23
Commandes reçues	62,4	65,6	51,8	-5 %
Ventes	68,8	61,4	52,5	+12 %



Les ventes de la division Enterprise ont progressé de 12 % par rapport à l'an dernier, sous l'effet d'une croissance à deux chiffres dans le segment Meeting Experience, avec une forte hausse dans les marchés de la région EMEA et en Asie qui compense largement la baisse des ventes dans le segment Large Videowalls. Les commandes du segment Meeting Experience sont en repli par rapport à l'an dernier, après un quatrième trimestre particulièrement brillant en 2022, à cause des hausses de prix annoncées pour ClickShare, entrées en vigueur le 1^{er} janvier 2023. Pour Large Videowalls, les commandes sont globalement stables par rapport à l'an dernier, même si l'on note des différences entre les régions : les niveaux de commande sont restés stables en Asie, ont progressé dans la région EMEA grâce au Moyen-Orient et ont diminué dans les Amériques en raison du retard pris dans certains projets. Les ventes ont diminué par rapport à l'an dernier, principalement en raison d'une modification de calendrier pour certains projets dans la région EMEA.

Entertainment

(en millions d'euros)	1T23	1T22	1T21	Variation entre 1T22 et 1T23
Commandes reçues	154,6	95,0	83,3	+63 %
Ventes	104,3	67,1	55,7	+55 %



La division Entertainment a signé un excellent trimestre en termes de prises de commandes, qui ont augmenté de 63 % par rapport à l’an dernier. Les commandes dans le segment Cinema ont dépassé le niveau d’avant la pandémie, alimentées par un nombre important de commandes reçues dans les Amériques pour le Cinema-as-a-Service. Dans le segment Immersive Experience, nous notons une croissance des commandes reçues par rapport à l’an dernier dans toutes les régions, à l’exception de l’Asie où la Chine était toujours affectée par la pandémie.

Les ventes de la division ont progressé de 55 % par rapport à l’an dernier, avec une forte croissance dans la région EMEA et les Amériques. L’Asie a connu une baisse des ventes aussi bien dans le segment Cinema que dans le segment Immersive Experience, car la Chine n’a commencé à se redresser suite à la pandémie que vers la fin du trimestre.

Commandes reçues et carnet de commandes

Commandes reçues, par année

(en millions d'euros)	1T23	1T22	Variation entre 1T22 et 1T23
Commandes reçues	286,6	246,9	+16 %

Commandes reçues, par trimestre

(en millions d'euros)	1T23	4T22	3T22	2T22	1T22
Commandes reçues	286,6	307,2	242,0	262,3	246,9

Carnet de commandes

(en millions d'euros)	31 mars 2023	31 déc. 2022	30 sept. 2022	30 juin 2022	31 mars 2022	31 déc. 2021
Carnet de commandes	530,1	496,5	527,6	537,7	530,4	487,0

Ventes

Ventes, par année

(en millions d'euros)	1T23	1T22	Variation entre 1T22 et 1T23
Ventes	247,0	206,3	+20 %
<i>Hors effet de change</i>			+18 %

Ventes par division, par année

(en millions d'euros)	1T23	1T22	Variation entre 1T22 et 1T23
Healthcare	73,9	77,7	-5 %
Enterprise	68,8	61,4	+12 %
Entertainment	104,3	67,1	+55 %
Groupe	247,0	206,3	+20 %

Ventes, par trimestre

(en millions d'euros)	1T23	4T22	3T22	2T22	1T22
Healthcare	73,9	94,4	83,4	86,2	77,7
Enterprise	68,8	94,5	74,0	87,3	61,4
Entertainment	104,3	134,6	104,8	92,8	67,1
Groupe	247,0	323,4	262,2	266,4	206,3

