

Aandeel in de kijker: Barco

3 mei 2024

Bolero

Powered by KBC

RESEARCH DOOR KBC SECURITIES-ANALIST GUY SIPS 'BARCO BACK ON A SUCCESSFUL TRACK' (09-12-22) EN 'NO BARCO, NO SHOW!' (17-04-23) EN 'FLASHNOTES' UIT 2024, SAMENGEVAT DOOR JO ELSOCHT (CONTENT MANAGER BOLERO)



In een TOPIC gaat Bolero dieper in op een specifiek onderwerp zoals een beursintroductie, de olieprijs,... maar we kunnen ook een specifieke beurs of aandeel onder de loep nemen.

Naar aanleiding van Barco's opname in de BEL 20 in maart vorig jaar presenteerden we je '**Aandeel in de Kijker: Barco**', een uitgebreide voorstelling van het bedrijf. De aanbeveling bij KBC Securities was net omhooggegaan van 'Opbouwen' naar 'Kopen' en het koersdoel steeg toen van 26 naar 29 euro. Het Barco-aandeel noteerde rond de 25 euro en steeg nog door naar **een hoogste koers van 27,78 euro**.

De **hoge verwachtingen werden echter niet ingelost**.

De verkoop in de Healthcare-divisie ging fors naar beneden, het herstel in China bleef/blijft uit en de hoge inflatie speelde het bedrijf parten. De markt is meedogenloos voor het aandeel, dat recent even onder de 13 euro dook. Barco verloor zijn zitje in de BEL 20.

Hoogtijd voor een update van 'Aandeel in de Kijker: Barco'. Naar aanleiding van de jaarcijfers van 2023 namen we een **interview af met CEO An Steegen** (pagina 15). Uiteraard geeft ook KBC Securities-analist Guy Sips zijn visie over Barco's toekomst.

Veel leesplezier!

Bolero wijst erop dat alle informatie in dit dossier, inclusief het koersdoel en de aanbeveling, dateert van 3 mei 2024 en dus een momentopname is. Gelieve er rekening mee te houden dat die informatie intussen gewijzigd kan zijn. Voor de meest recente aanbeveling en koersdoelen verwijzen we je graag door naar het Boleroplatform.

De gebruikte grafieken en afbeeldingen komen van KBC Securities of uit het jaarverslag over 2023 van Barco of van de Barco-website.

«Barco moet radicaal innoveren.»

Co-CEO en grootaandeelhouder
bij **Barco**, Charles Beauduin

INHOUDSTAFEL

Geschiedenis van Barco	pg.4
Activiteiten	pg 6
Entertainment	pg 7
Cinema	pg 7
Immersive Experience	pg 8
Guy Sips over Barco's Entertainment-divisie	pg 9
Enterprise	pg 9
Meeting Experience	pg 9
Large Video Walls	pg 10
Guy Sips over Barco's Enterprise-divisie	pg 10
Healthcare	pg 10
Diagnostic Imaging	pg 10
Surgical Modality	pg 11
Guy Sips over Barco's Healthcare-divisie	pg 12
Uitgelicht: ClickShare en Lightsteering, 2 (toekomstige) groeimotoren	pg 12
ClickShare	pg 12
Lightsteering	pg 14
Interview met CEO An Steegen na jaarresultaten 2023	pg 15
Barco's beursgang	pg 20
Barco's dividendbeleid	pg 21
Visie van Guy Sips over Barco	pg 22

Geschiedenis van Barco

89 jaar bestaat Barco nu al. Maar was het bedrijf ooit jeugdiger? Ooit bruisender? Moeilijk te zeggen, zeker als we naar de geschiedenis van het bedrijf kijken. Die staat immers bol van **noviteiten, strategiewijzigingen** en **productinnovaties**. Hieronder vind je verschillende markante of baanbrekende mijlpalen in Barco's historie:

1934: De jonge ondernemer Lucien De Puydt richt het Vlaamse technologiebedrijf BARCO op. Dat staat voor Belgian American Radio Corporation. Hij wil het op dat moment meest significante hightechproduct op de markt brengen en maakt rond die jaren meer dan 2000 radio's.

1949: Met succes wordt er van radio's omgeschakeld naar de televisie. Barco slaagt erin om haar eerste prototypes op de markt te brengen, drie jaar voor andere Belgische tv-makers.

1951: Een nieuwe divisie wordt opgericht met de 'Barcobox' als uithangbord, een jukebox. Die kent een enorm succes in de Vlaamse cafés. Barco zet de jacht in op de veelvuldige namaak jukeboxen.

1959: Barco pakt uit met The Galaxy, de eerste Belgische televisie met een printplaat. Hij heeft een unieke kijkhoek (maximale hoek van waaruit een beeldscherm bekeken kan worden zonder verlies van contrast en kleur) van 110° en zet de standaard voor alle volgende tv-generaties.

1962: Het bedrijf produceert de eerste ultrasonische afstandsbediening voor televisies in onze contreien.

1966: Na 'The Traveller' brengt Barco 'The Mini Ranger' op de markt. Die draagbare televisie wordt een van Barco's grootste successen.

1967: Met een kleurentelevisie die zowel PAL- als SECAM-systemen, de Europese standaarden, kan ontvangen, gaat het bedrijf de concurrentie aan met 'mono-standaard'-reuzen als Philips.

1979: Barco lanceert als eerste kleurenprojectoren voor video-projecties in vliegtuigen.

1986: Barco trekt naar de beurs en lanceert ook een 10-inchscherm met uiterst scherpe beelden in kleur voor echografieën en magnetische resonantie, waardoor het bedrijf het marktleiderschap naar zich toetrekt.

1988: Een Emmy-award wordt in Kortrijk geleverd voor de 'Color Video Scope', die in 1985 wordt gelanceerd. De krant De Tijd wijdt een **artikel** aan deze Belgische primeur.

1992: Barco beslist zich op de lcd-technologiemarkt te werpen en ontwikkelt voor het eerst hele grote projectoren.

1998: Van de Amerikaanse geneeskundige regelgever de 'American Food and Drug Administration' (FDA) krijgt Barco als eerste bedrijf een medisch kwaliteitscertificaat voor haar medische displays.

1999: Barco introduceert de baanbrekende LED displays 'DLite' voor de snelgroeïende visualisatiemarkt. De LED-schermen waren als eerste voor 100% waterbestendig, wat een voordeel was voor buitenevenementen.

2000: Lancering van het 'IntelliRoom'-concept, waarmee gebruikers toegang hadden tot zowel interne als externe bronnen, die in hoge resolutie op een grote display getoond konden worden.

2002: Met de DP50, een eerste digitale projector met verzegelde motor, zet Barco een eerste stap om marktleider te worden in de cinema-projectorensector.

2006: Alsmar meer ziekenhuizen gebruiken Barco's visualisatie-technologie tijdens operaties. Er worden sindsdien verschillende displays voor operatiekamers gelanceerd. Vandaag zitten er displays in het gamma met 3D- en 4K-technologie.

2008: Ook op het vlak van projectoren blijft Barco zichzelf heruitvinden: de eerste DLP-projectoren met drie chips zagen het licht. DLP staat voor digital light processing of verwerking van digitaal licht. De projector maakt gebruik van een prisma, die het licht van de lamp splitst. Elk van de drie primaire lichtkleuren (rood, groen, blauw) worden afgeleid naar hun eigen chip, waar ze verwerkt worden om ze vervolgens via de lens opnieuw te bundelen en te projecteren.

2012: Barco brengt de 'ultra-bright 4K laser projection' die 120 frames per seconde kan afspelen naar de cinemazalen. Ook wordt 'ClickShare' gelanceerd: met één klik kunnen alle deelnemers van een vergadering verbinding maken met de projector in de vergaderzaal en zo data delen van op de eigen laptop. De ziekenhuiswereld ontdekt 'Nexxis' dat camerabeelden met displays in de operatiezalen feilloos met elkaar verbindt met minimale bekabeling.

2015: Barco ontwikkelt als eerste een 18.000 lumen fosforlaserprojector voor filmzalen. Ze zijn 3 keer helderder dan elke andere fosforlasercamera op de markt en zorgen voor een serieuze kostenbesparing: ze gaan even lang mee als de 30 Xenon die met lampen werkt maar verbruiken tot 50% minder energie.

2016: Barco lanceert WeConnect, een manier om op afstand les te geven waarbij de interactie en communicatie tussen lesgever en publiek niet moet onderdoen voor live lesgeven in een leslokaal of aula.

2019: Lancering van Demetra, een slim toestel dat dermatologen kunnen gebruiken om dermatoscopische en klinische beelden van de huid te nemen, om de huid te analyseren, op te volgen en te vergelijken.

2020: ClickShare krijgt een grote broer: 'wireless conferencing', waarbij soundbars en camera's en andere videoplatforms met één klik met elkaar worden verbonden.

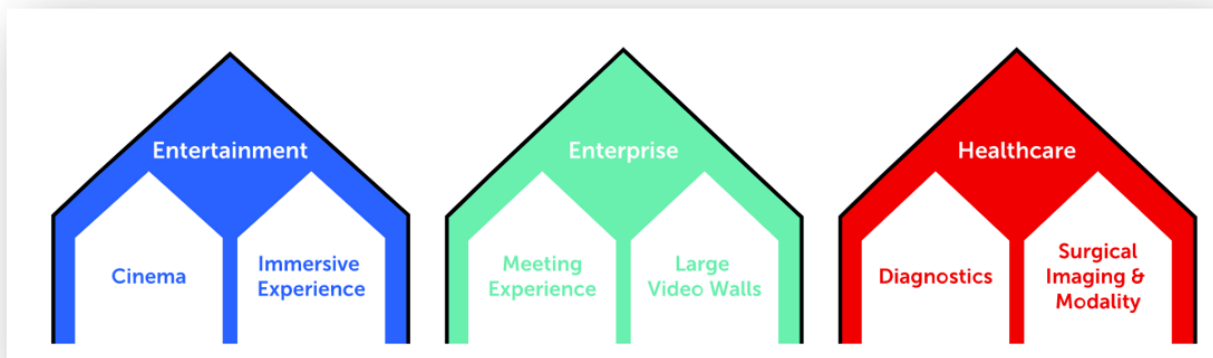
2021: Ook Nexxis krijgt een upgrade. Via NexxisLive kunnen nu ook mensen die zich niet in de operatiekamer bevinden, bijvoorbeeld studenten van thuis uit, een operatie volgen.

Activiteiten van Barco

Barco telt meer dan 3 000 werknemers in 90 landen en ontwerpt technologie om wereldwijd heldere beelden tevoorschijn te toveren, waarbij het zich richt op drie kernmarkten: **Enterprise** (van vergader- en controlekamers tot bedrijfsruimtes), **Healthcare** (van de radiologieafdeling tot de operatiekamer) en **Entertainment** (van bioscopen tot live evenementen en attracties).

Omdat het bedrijf technologische oplossingen biedt, moet het **stevig inzetten op innovatie en ontwikkeling** om relevant te blijven. Het schermt haar hightechproducten af met meer dan 550 patenten.

Sinds september 2022 staan de **co-CEO's An Steegen** en **Charles Beauduin** aan het roer. Zij vereenvoudigden Barco's interne structuur met als doel: minder vergaderen om de klant meer centraal te kunnen stellen. Dat resulteerde in drie divisies (Barco geeft ze weer in de drie primaire lichtkleuren) met elk twee pilaren:



Entertainment is goed voor 44% van Barco's omzet. Enterprise zorgt voor 29% van de inkomsten en Healthcare voor 27%. In 2023 kwam 40% van de totale omzet uit de 'Amerika's', 40% uit EMEA (Europa, het Midden-Oosten en Afrika) en 20% uit Azië en de Pacific.

Nog veel groei in China

In maart 2019 opende Barco een grote onderzoeks- en productiesite in Suzhou, een eerste fabriek in China. De focus ligt er op gezondheidszorg. **Suzhou** is immers een **hotspot voor medische technologie**. Momenteel is de derde Chinese fabriek in aanbouw: in **Wuxi** moeten eind dit jaar de eerste **projectoren** van de band rollen. De Chinese fabrieken zullen de plaatselijke markten bedienen, maar zorgen ook voor export naar de Europese en Amerikaanse markten waar Barco zijn producten zo goedkoper kan aanbieden.

Met de komst van de nieuwe fabriek wil Barco **steeds over twee sites beschikken** waar een onderdeel of een product gemaakt wordt. Zodat, wanneer er een fabriek, om welke reden dan ook, stil ligt, een andere fabriek verder kan met de productie. Dat is nodig om de drie grote divisies voortdurend te bevoorraden.

1) Entertainment

De grootste divisie van Barco bestaat uit twee pijlers. **Cinema** en **Immersive Experience**. Twee divisies die tijdens de coronaperiode stevig afzagen maar intussen sterk herstelden.

Cinema

Barco maakt **grote projectoren voor filmzalen**, waarmee ze zo helder mogelijke beelden op het witte doek projecteren. Binnen de Entertainmentdivisie is Cinema goed voor **54% van de omzet** (48% in 2022). Wereldwijd zijn er zo'n 200.000 cinemazalen, waarvan 80.000 in China. Barco heeft meer dan 50% van de totale markt in handen. Bijvoorbeeld in België is de bioscoopgroep **Kinepolis** een vaste klant van Barco.



Elk van die filmzalen bezit natuurlijk al een projector. Bovendien is de markt volwassen: in China en in de westerse wereld komen er nauwelijks nieuwe filmzalen meer bij. Integendeel, **her en der verdwijnen er zalen**. Maar Barco ziet ook nieuwe filmzalen opduiken in het Midden-Oosten en in Afrika. De verwachting is dat het **aantal filmzalen stabiel blijft** op 200.000 stuks.

Hoe kan Barco dan toch nog groeien in deze sector? Uiteraard is het de bedoeling dat in elke nieuwe filmzaal een Barco-projector het beeld verzorgt. Daarnaast komt er een grote vervangingsgolf op gang. **Van de 200.000 zalen is slechts 25% voorzien van een laserprojector**. Vele oude projectoren werken nog met lampen die tot 50% meer energie verbruiken dan de nieuwe generatie laserprojectors. De vervangingsgolf is tijdens de coronaperiode volledig stilgevallen, maar trekt zich nu weer op gang. Barco wil ervan profiteren om haar marktaandeel nog te vergroten, wat mogelijk is nu concurrent Sony sinds 2020 gestopt is met de productie van projectoren voor filmzalen.

"Cinema is here to stay"

De **COVID-periode hakte zwaar in op de cinemasector**. De grootste bioscoopgroep ter wereld, het Amerikaanse AMC, stond op de rand van het faillissement en veel filmstudio's leken de switch te maken naar het **produceren van films en series voor streamingkanalen**. "Daar komen ze nu van terug", zegt Willem Fransoo, die de investeerdersrelaties bij Barco in goede banen leidt. "Zo werd bij Walt Disney CEO **Bob Chapek** vervangen door ex-CEO **Bob Iger**. Chapek had volop de kaart getrokken van hun streamingdienst Disney+, en dat draaide verkeerd uit. Studio's kunnen via streaming nooit zoveel geld ophalen als tijdens een succesvol openingsweekend van een film. Een film in een filmzaal, die beelden, dat geluid: dat is magie, een immens spectaculaire belevenis. Die bovendien nog betaalbaar is voor de meeste mensen. Cinema is here to stay."

Immersive Experience

Dit onderdeel van Entertainment, goed voor **46% van de omzet** van heel de divisie, maakt **projectoren voor andere doeleinden**: lichtprojecties op gebouwen, tijdens concerten, in themaparken of projectoren die gebruikt kunnen worden in (digitale) musea, planetariums, simulatietoestellen, voor vaste installaties,... Enkele voorbeelden:

- In 2009 maakte de Ierse rockband **U2** tijdens zijn '360° tour', waarbij de groep zich in het midden van het publiek bevond, gebruik van Barco's LED-schermen die in 360° boven het podium hangen, zodat iedereen in het publiek de rocksterren op groot scherm kan volgen. Een primeur voor de eventsector.
- Vandaag hangt het **Museum of the Future** in Dubai vol met Barco-projectoren en ook **L'atelier des Lumières** in Parijs is klant in Kortrijk.

Barco bezit **15 à 35% van de markt** en Immersive Experience wordt alsmaar belangrijker voor het technologiebedrijf.



Guy Sips over Barco's Entertainment-divisie

In de eerste jaarthelft van 2022 was de divisie Entertainment nog **niet winstgevend**. Door een gebrek aan onderdelen, kon Barco vele bestellingen niet leveren terwijl de kosten wel bleven doorlopen, geeft Guy Sips mee. Dat veranderde sinds de zomer van 2022. De toeleveringsproblemen losten op en **in de tweede helft van 2022** haalde de divisie een **EBITDA-marge van 12,6%**. Dat resulteerde in een marge van 6,9% voor heel 2022.

Met de uitdagingen in de toeleveringsketen opgelost in 2023 en op basis van een gunstigere productmix, met meer (embedded) software en services inkomsten, kende de divisie een dubbelcijferige omzetgroei met een EBITDA-marge voor de divisie die een sprong maakte van 6,9% in 2022 naar 12,5% in 2023.

Ter info: EBITDA is de winst voordat de bedrijfsboekhouder er alle aftrekposten (interest, belastingen, afschrijvingen en afboekingen) van aftrekt. EBITDA is ideaal om gelijkaardige bedrijven met elkaar te vergelijken.

2) Enterprise

De Enterprise-divisie richt zich enerzijds op het optimaliseren van (hybride) vergaderingen en anderzijds op beeldschermen in controlekamers.

Meeting Experience



60% van de omzet van Enterprise komt voort uit Meeting Experience. Het goudhaantje van deze divisie heet **ClickShare** (zie lager voor meer) dat met 40% van de markt de grootste speler is. De eerste ClickShare was ontwikkeld voor vergaderingen waarbij alle deelnemers in de vergaderzaal zaten.

Door de komst van het COVID-19-virus werd samen vergaderen onmogelijk en **viel de verkoop van ClickShare** stil. Barco schakelde snel en zorgde ervoor dat ook mensen van op afstand konden mee vergaderen. Op de werkvloer is het hybridevergaderen **het nieuwe normaal**.

Een ander product dat op deze trend inspeelt, is **WeConnect**, een virtueel klaslokaal waarbij de docent lesgeeft terwijl (een deel van de) deelnemers op afstand les volgen. De host staat voor een aantal schermen waarop hij/zij tot zes deelnemers per scherm kan zien. Er kunnen **verschillende schermen gecombineerd worden** en tussen de schermen hangen camera's. Zo kijkt de docent echt naar de deelnemers. Er zijn een aantal tools om het lesgeven zo interactief mogelijk te maken.

Large Video Walls

Deze tak is goed voor **40% van Enterprise**. Het gaat om **controlekamers**, waarbij via verschillende kanalen beelden en data wordt verzameld en die dan op grote beeldschermen geprojecteerd worden. Zo heeft Barco beeldschermen staan in controlekamers van netbeheerder **Elia**, in **luchthavens**, bij de **NMBS**, **politie**, **brandweer**,...

Barco bezit zo'n 20% van de markt en heeft er een unieke positie, want het biedt zowel projectoren, lcd-schermen als LED-schermen aan, die overigens allemaal kunnen samenwerken. Er is geen limiet op de grootte van de schermen. Ook hier zet Barco in op voortdurende innovatie. De schermen worden voortdurend geüpgraded, bijvoorbeeld om oogvermoeidheid tegen te gaan of om schermen die uit zijn gevallen sneller te kunnen vervangen.

Barco is momenteel niet echt tevreden over de winstgevendheid van Large Video Walls. Er wordt strategisch bekeken wat er met de tak moet gebeuren.

Guy Sips over Barco's Enterprise-divisie

In 2021 was er nog een EBITDA-marge van 6,3%. Dat werd in 2022 fluks opgetrokken naar 19,1%. Vorig jaar zakte de marge licht tot 18,7%. In 'Large Video Walls' was er een negatieve EBITDA in de eerste helft van 2023. Door een betere prestatie in de tweede helft, kon dit onderdeel 2023 break-even afsluiten.

3) Healthcare

In deze divisie komt **46% van de omzet uit Diagnostic Imaging** (interpreteren van diagnostische gegevens en dat zo kwaliteitsvol mogelijk weergeven op beeldschermen). **Surgical Modality** (beeldschermen en het connecteren van toestellen in operatiekamers) is **goed voor 54% van de omzet**.

Diagnostic Imaging

Onderging je laatst een echografie, NMRI-scan of een radiografie (X-ray),... dan is de kans zeer groot dat de behandelde arts de beelden ervan zag via een beeldscherm van Barco. Want de Kortrijkzanen zijn **marktleider** in zulke beeldschermen en **rijven 40% van de orders binnen**.

Barco's troeven zijn de grootte van de schermen, de kwaliteit, het licht,... Het werkt met verschillende partners samen zoals **Afga Gevaert** en **Philips**, die de input leveren, bv. de radiografie zelf, maar het is Barco die de data interpreteert en zorgt voor de output: het beeld op het scherm.

De markt verbreedt ook omdat alles digitaliseert. Door de stijging van digitale diagnoses **vergroot de vraag naar digitale beeldvorming**. En alsmaar meer medische disciplines gaan die toer op. Zo speelt Barco via de joint venture

Demetria handig in op een vraag vanuit de dermatologische wereld. Barco werkte mee aan de ontwikkeling van een **handige scanner die de huid analyseert** via verschillende belichtingen en meteen ook via een beeldscherm de output levert. Het toestel gebruikt artificiële intelligentie om zijn efficiëntie te verhogen.



Barco verwierf ook als enige de goedkeuring van het Amerikaanse agentschap verantwoordelijk voor de kwaliteit van voedsel en medicijnen, Food and Drug Administration (FDA), om **digitale beeldvorming in de pathologie** (de leer over het ontstaan van ziekten) aan te mogen bieden. Barco maakt zich sterk dat het klaar is om daar de markt te veroveren.

Surgical Modality

Deze Healthcare-tak biedt digitale oplossingen in operatiezalen. Er zijn wereldwijd zo'n 200.000 operatiekamers. Hiervan wordt **20% bediend door Barco** maar het groeit snel via speciale beeldschermen voor operatiekamers en door ervoor te zorgen dat alles toestellen digitaal met elkaar verbonden worden.

Via Barco's **Nexxis** kunnen ziekenhuizen 'de operatiekamers van morgen' bouwen. Nexxis is een soort **console die alle beelden in de operatiekamer met elkaar verbindt** met een minimum aan bekabeling. Studenten kunnen makkelijk operaties van thuis uit volgen en de beelden zijn van uiterst scherpe kwaliteit.

Tijdens een operatie gebruiken chirurgen steeds vaker een robot die ze bedienen terwijl ze naar een beeldscherm kijken. Dan zijn **uitmuntende beeldkwaliteit en camera's met de hoogste resolutie onontbeerlijk**. Momenteel zijn er een kleine 8.000 van de 200.000 operatiekamers voorzien met operatierobots. Ook in die branche is er voor Barco dus nog ruimte om te groeien.

Guy Sips over Barco's Healthcare-divisie

In 2021 kwam Healthcare amper aan een EBITDA-marge van 8,6%. In 2022 bedroeg de marge 11,2%, vorig jaar zakte ze naar 9,7%.

Uitgelicht: ClickShare en Lightsteering, twee (toekomstige) groeimotoren

ClickShare

ClickShare zorgt ervoor dat de presentatrice of presentator in een vergaderzaal met één klik haar of zijn computer draadloos verbindt met het presentatiescherm en bij uitbreiding ook met de camera en met de geluidsinfrastructuur. Alle deelnemers (op afstand) kunnen de host zien en horen, kunnen de presentatie zien en kunnen zelf ook presenteren. ClickShare bestaat uit twee toestellen:

- De **'bridge'**, die alle beeldschermen, camera's, micro's en luidsprekers met elkaar verbindt.
- De **'dongle'** die via een usb-poort met de pc van de host wordt verbonden. Met een klik op de dongle wordt de computer draadloos verbonden met de bridge en alle geconnecteerde toestellen.

Er zijn momenteel twee modellen van ClickShare op de markt. De **ClickShare Present** wordt gebruikt voor interne vergaderingen en kost ongeveer 1.000 euro. Daarnaast bestaat de **ClickShare Conference**, die hybride meetings mogelijk maakt en soundbars, camera's, micro's, luidsprekers met één klik draadloos met elkaar verbindt. De kostprijs daarvan ligt **tussen de 2.500 en 3.500 euro**.



Bolero ging in 2023 bij Barco langs en kreeg van **Stijn Henderickx**, leidinggevende van de Meeting & Learning Experience-tak bij Barco te horen, dat er **in de toekomst nog heel wat ClickShares verkocht kunnen worden**.

HENDERICKCKX: "De verkoop van het toestel groeide in 2022 met 50% In EMEA bezet ClickShare al een grote positie. Zo werkt 70% van de beursgenoteerde bedrijven in de Franse CAC 40 index met ClickShare. Het potentieel zit in de Verenigde Staten en Azië. Die regio's zijn voor een groot stuk nog onontgonnen terrein. We verkochten tot dusver meer dan 1 miljoen ClickShares. Er zijn 100 miljoen vergaderzalen. Die zijn niet allemaal van een beeldscherm of projector voorzien en Barco kan ook niet bij elk bedrijf met een vergaderzaal langsgaan. Onze focus ligt op grote bedrijven met meerdere vergaderzalen en daar is het groeipad nog groot".

BOLERO: Hoe bescherm je ClickShare tegen copycats?

HENDERICKCKX: "We hebben onze ClickShare uiteraard beschermd via patenten. We maken ook actief jacht op patentbrekers. Maar wellicht nog belangrijker zijn de firmware-updates van de verschillende toestellen die we met elkaar connecteren. Barco moet zien dat elke update wordt aanvaard door onze ClickShare. Daar steken we heel veel energie in. We werken daarom ook nauw samen met de producenten van luidsprekers, micro's en camera's zoals Jabra en Logitech. Copycats bijten hun tanden stuk op die continue stroom van updates."

BOLERO: Hoe zit het met de verkoop van ClickShare in China?

HENDERICKCKX: "Daar zijn we nog heel klein. De Chinezen hebben een andere vergadercultuur. De CEO of de belangrijkste persoon aanwezig moet er voortdurend in beeld zijn, zelfs al zegt die de hele vergadering niets. Terwijl in de westerse wereld het beeld telkens verschuift naar de persoon die aan het woord is. De Chinezen zijn ook niet allemaal op zoek naar 'simplicity'. Hoe meer features en tools iets heeft, hoe beter. Via kabels toestellen verbinden, vinden ze er ook niet erg. We volgen de situatie er op de voet en zodra de vergadercultuur er wijzigt, zijn we klaar om te springen."

BOLERO: Hoe groot is de concurrentie van bijvoorbeeld Microsoft of Zoom?

HENDERICKCKX: "Microsoft en Zoom hebben elk hun 'Room' op de markt gebracht. Zoom is overigens zeer populair in de Verenigde Staten. Microsoft verkocht ongeveer 200.000 Microsoft Teams Rooms (MTR). Die bestaat telkens uit één pc die Teams runt en als aparte 'user' deel uitmaakt van de vergadering. Wil je een vergadering opzetten, dan moet je die user dus steeds mee uitnodigen. Maar het betekent wel dat je je eigen pc niet meer bij hoeft te hebben."

BOLERO: Dan hoeven jullie in bedrijven die met MTR's werken niet meer langs te gaan?

HENDERICKCKX: "Dat dachten we aanvankelijk ook. Maar in zo'n MTR is het blijkbaar niet zo evident wanneer een andere collega of een externe gast de presentatie wil overnemen. Op dat moment kan je ClickShare combineren met een MTR. ClickShare is een perfecte aanvulling en Microsoft ziet Barco nu als een partner."

BOLERO: Hoe zit het met de beveiliging van ClickShare tegen hackers?

HENDERICKX: "De dongle van ClickShare is geen gewone USB. Het gaat om een 'secure protocol' waardoor je geen malafide codes naar de bridge kan sturen. Ook het toestel openbreken om met de hardware te beginnen prutsen, zal niet tot een inbraak leiden. We nodigen regelmatig ethische hackers uit om onze ClickShare onder vuur de nemen. Ze proberen dan gedurende twee weken in te breken, meestal zonder succes. Hebben ze toch een gaatje gevonden, dan fixen we dat meteen. Ons product moeten worden gecontroleerd en goedgekeurd door elke plaatselijke ICT-afdeling van onze klanten. Dan moet je met een topproduct komen. De ClickShare is veiliger dan de concurrentie."

Lightsteering

Lightsteering is een **nieuwe generatie van cinema-projectors**. De eerste projectoren werkten met lampen. Daarna zijn de laserprojector met veel helderder licht ontwikkeld. De nieuwste generatie zijn Barco's **HDR-projectoren** met Lightsteering-technologie (HDR staat voor High Dynamic Range).

Wanneer beelden worden geprojecteerd, worden de donkere zones niet of minder belicht. Dat projectorlicht is er wel, maar wordt niet gebruikt waardoor er **energieverlies** is. Via Lightsteering recupereren Barco's projectoren dat licht om de belichte delen van het scherm extra te belichten. De contrasten tussen licht en donker worden groter. De kleuren komen beter uit.

De camera's waarmee beelden worden opgenomen schieten beelden van hogere kwaliteit dan de projectoren ze momenteel kunnen uitsturen. Daarom gaan coloristen in de postproductie van een film beslissen over welke kleuren er wanneer gebruikt moeten worden voor de projectie. Lightsteering vangt dat werk op **via artificiële intelligentie** in de projectoren.

Barco is de enige ter wereld die zo'n projector heeft ontwikkeld. Het geeft momenteel **demo's over heel de wereld**. Volgens topman Charles Beauduin is "Hollywood gek op Lightsteering". De massaproductie van de projectoren begint eind dit jaar. De projectoren zijn vanaf volgend jaar verkrijgbaar. In eerste instantie zullen ze enkel gebruikt worden in de 'premium'-bioscopen. Pas later zullen de mainstreamzalen volgen.

An Steegen: "Barco blijft inzetten op innovatie"

Naar aanleiding van Barco's jaarcijfers van 2023 had Bolero een gesprek met Co-CEO An Steegen. Ze sprak met ons onder meer over de prestaties van de drie divisies, over de gezondheid van haar Co-CEO Charles Beauduin en over een mogelijk nieuw businessmodel voor de cinemaprojectoren.

Bolero: 'Laat ons aftrappen met de Healthcare-divisie. Op jaarbasis daalden de omzet en de orders in de pijplijn telkens met meer dan 10%. Wat is er aan de hand?'

An Steegen: 'Het beeld verschilt regionaal wel wat. In EMEA (Europa, Midden-Oosten en Afrika) deed Barco het goed. Ook de resultaten in Azië, China niet meegerekend, waren goed. In China zakte de verkoop. De sector is er in de ban van grootschalige en diepgaande overheidsonderzoeken naar corruptie en omkoping. Dat heeft zijn weerslag op de appetijt om nieuwe apparatuur te bestellen. En in de Verenigde Staten waren de prestaties ondermaats vanwege de grote voorraden die klanten hadden liggen.'

Bolero: 'Kan u dat even uitleggen?'

An Steegen: 'Tijdens en net na de COVID-19-crisis kende Barco een enorme boost aan bestellingen. Onze klanten bouwden hun stock op om te anticiperen op mogelijke toeleveringsproblemen en tekorten aan componenten. Nu keren we terug naar het 'oude' normaal. Maar we botsen wel nog op die voorraden. We willen teruggaan naar de groei van vóór corona: 7 à 8% op jaarbasis en dat terwijl de markt zelf met 5% groeit. Ik verwacht dat de groei in Healthcare vanaf de 2de helft van het jaar zal aantrekken en die trend moet in 2025 versnellen.'

Bolero: 'Barco moet het hebben van innovatie. Liggen er binnenkort nieuwe producten in jullie Healthcare-vitrine?'

An Steegen: 'Momenteel hebben we een toproduct voor de mammografie maar dat bestaat ondertussen al 12 jaar. We vervangen het door een nieuw toproduct: de Coronis Onelook. We gaan ook borstweefsel met behulp van artificiële intelligentie bestuderen. Het is de bedoeling om, waar we kunnen, meer en meer AI-diensten te integreren.'

'In de operatiezalen willen we met onze Nexxis-oplossing ook in het middensegment de markt betreden. De digitalisering loopt daar niet zo snel, maar er is ook vraag in kleinere gezondheidscentra naar ons beeldmateriaal.' 'Tenslotte lanceren we op het eind van dit jaar de 3D-display. Zo hebben we displays, netwerkoplossingen én een 'operation system'. Met dat operation system is Barco het centrale platform, waarop ook nog eens andere software geïntegreerd kan worden.'

Van Video Walls naar software voor controlekamers

Bolero: 'In de Enterprise-divisie, die bestaat uit enerzijds de Meeting Experience met ClickShare, gingen jullie de andere subdivisie, Large Video Walls, tegen het licht houden. Wat is het resultaat van die oefening?'

An Steegen: 'We hebben beslist om te focussen op software voor controlekamers. Barco CTRL, ons softwareplatform voor controlekamers werd vorig jaar uitgerold. Daarop krijgen we goede feedback. Die software zorgt ook voor recurrente inkomsten, want software heeft updates nodig. Hoewel we ze nog een hele poos zullen aanbieden, zal Barco niet langer investeren in de ontwikkeling van de hardware van videomuren.'

Bolero: 'Begin dit jaar lanceerden jullie de 'ClickShare Bar'. Een langwerpige luidspreker met geïntegreerde camera om vanop afstand vlot te kunnen vergaderen. Beconcurreren jullie daar Logitech, jullie partner voor meetingrooms, niet?'

An Steegen: 'Logitech vindt ons ClickShare zeer interessant. Ze zijn potentieel geïnteresseerd om ClickShare ook te integreren in hun eigen audio-videobar voor grote vergaderruimtes. Met onze bar mikken we op kleinere vergaderzalen. Onze bar is dus ook kleiner dan die van Logitech. Het is overigens goedkoper om onze bar te kopen, dan te mikken op een bestaande bar en ClickShare apart aan te kopen. Met ClickShare wisten we vorig jaar in een vlakke en uitdagende markt toch ons marktaandeel te vergroten.'

'We zijn er ook in geslaagd om een switch te bouwen zodat je in een vergaderruimte met Microsoft Teams, toch Zoom-vergaderingen kan laten plaatsvinden. Dat was voorheen veel complexer. Daarmee zijn we succesvol, maar we willen graag zo nauw mogelijk samenwerken met Microsoft. In dat kader sloten we eind februari alvast een overeenkomst met Microsoft. Via onze ClickShare-producten zullen IT managers data-inzichten verkrijgen via Microsofts 'Shared Spaces'.'

Hollywood klaar voor lichtsteeringprojectoren

Bolero: 'Over naar de Entertainment-divisie. Hoe loopt het met de uitrol van laserprojectoren?'

An Steegen: 'Wereldwijd zijn ongeveer 25% van de bioscoopschermen er ondertussen mee uitgerust. Naast de superieure beeldkwaliteit is het voordeel voor de bioscopen ook dat de TCO lager ligt.'

Bolero: 'Klinkt erg interessant... Wat is 'TCO'?'

An Steegen: 'Total Cost of Ownership. Bioscopen kijken niet alleen naar de aankoopprijs wanneer ze een projector aanschaffen. Ze schatten ook in hoe lang die zal meegaan en wat de kosten zijn om de projector te gebruiken. Bij de laserprojectoren die we nu uitrollen, ligt het energieverbruik een pak lager dan bij

de klassieke lamp-gebaseerde projectoren van de vorige generatie, wat de hogere prijs voor de projector compenseert.'

Hoever staat het met de ontwikkeling van de HDR Lightsteering-projectoren?

An Steegen: 'Goed! Lightsteering wordt dit jaar uitgerold. Vorig jaar gingen we bij de filmstudio's langs om de projectoren te demonstreren. Het is belangrijk om hen te overtuigen om de 'naproductie' van de films aan te passen aan onze vereisten om ze in HDR kwaliteit te kunnen vertonen. Dat is gelukt. De standaard in Hollywood ligt nu op wat Lightsteering nodig heeft. Een mijlpaal voor ons product.'

'De klantenfeedback die we krijgen over de projectoren is ook goed. We proberen via Lightsteering een nieuw businessmodel uit te rollen: we willen een stukje recurrerende opbrengst genereren. Dat moet voor ons een vaste stroom aan inkomsten opleveren, maar betekent wel dat de prijs van de tickets omhoog zal gaan. Ons business model berekent dat, als er per vertoning tien klanten meer naar de bioscoop gaan, de bioscopen hun nieuwe projector terugverdienen.'

Bolero: 'Zitten er nog andere producten in de pijplijn?'

An Steegen: 'Zeer zeker. In de 2de helft van 2024 willen we een nieuwe mediaserver uitrollen. Onze nieuwe mediaserver wordt 'state of the art'. Ik geef een voorbeeld: een film wordt nu ergens intern in de bioscoop opgeslagen. In de toekomst kan dat via onze mediaserver, in de projector zelf en geconnecteerd met de cloud gebeuren. De mediaserver zal uiteraard ook HDR aanbieden, net als 'Immersive Sound'. Barco heeft momenteel 1/3 van die servermarkt in handen. Daar zit dus nog groei.'

Bolero: 'De bioscopen hebben een harde tijd achter de rug. Beschikken ze wel over voldoende middelen om te investeren?'

An Steegen: 'Ons orderboek is oké. Er is een groot besef bij de bioscoopuitbaters: de huidige generatie van lampprojectoren komt op vervalddag. Die moet dus vervangen worden. We doen hier en daar wat leasing van projectoren zodat de filmzaal de kosten kan spreiden. Maar als het kan, verkiezen bioscoopuitbaters om de projectoren als een eenmalige investeringsuitgave te boeken. 25 procent van onze inkomsten in cinema zijn terugkerend. 21 procent daarvan komt van dienstverlening. Dat is al jaren zo, maar ondertussen komen daar ook de leasinginkomsten bij, goed voor ondertussen ongeveer 4 procent van de cinemaomzet.'

Bolero: 'En wat met de andere tak van de Entertainment-divisie?'

An Steegen: 'In Immersive Experience ligt de verkoop in China zeer laag. Toch zijn we op globaal niveau gegroeid. Ook hier gaan we nieuwe producten uitrollen. Zo hebben we een projector voor het middensegment ontwikkeld: de i600. We noemen het ons Zwitsers zakmes en de markt zit er echt op te wachten. Eind 2024 komt er nog een projector uit voor het topsegment, de QDX.'

Bolero: 'Via projectoren kunnen de filmzalen hun energieverbruik terugdringen. Kan Barco met de eigen werking nog beter doen voor het milieu?'

An Steegen: "De uitstoot van onze eigen productie is relatief beperkt. We zijn eerder een samensteller van componenten die door anderen worden gemaakt. Wel gaan we bij het ontwikkelen van een project vanaf dag één nadenken over de impact op het milieu. Eens het productieproces is opgestart, kan je niet meer één af ander plastic onderdeel vervangen door wat anders. Waar wel nog winst te boeken valt, is in de zogenaamde 'Scope 3': hoeveel de producten die we op de markt brengen, verbruiken. 90 procent van wat we op de markt brengen, krijgt een 'A'-label of een 'A+'-label.

Betere interne afstemming tussen vraag en aanbod

Bolero: 'Over naar de vooruitzichten. Bij de jaarcijfers van 2023 maken jullie gewag van marges tussen 14 en 18%. Hoe gaan jullie die halen?'

An Steegen: 'In 2024 willen we meer dan 14% EBITDA-marge halen, dat zal vooral komen door een betere productmix, met meer software en ingebouwde software, en ook door de efficiëntie van onze nieuwe fabrieken. Op de langere termijn willen we inderdaad evolueren tussen de 14% en 18%. Maar dat betekent dat er een hogere omzet moet zijn. De omzetgroei moet er zowel komen door verdere evolutie van de productmix, we willen ons aanbod uitbreiden, als van de volumegroei. Voor dat laatste hopen we dat de markten hernemen. Als alles goed loopt, is de verkoop van onze nieuwe producten eind dit jaar al goed voor 12 à 15% van de totale verkoop.'

'Daarnaast willen we het werkkapitaal, dat we dagelijks nodig hebben om bijvoorbeeld bestellingen te plaatsen, naar beneden halen. Momenteel zitten we aan 16 %. Het streefdoel voor dit jaar is 12%. Er is momenteel een mismatch tussen vraag en aanbod, wat leidt tot hogere voorraden, niet alleen bij ons, maar in de hele keten. Er is dus een grote focus om alles beter op elkaar af te stemmen.'

Bolero : 'In de zomer van 2023 werd hoofdaandeelhouder en co-CEO Charles Beauduin ziek. De onduidelijke berichtgeving daaromtrent woog op de beurskoers.'

An Steegen: 'Onze communicatie zat daar niet goed. Uit respect voor de familie hebben we niet openlijk gecommuniceerd, maar Charles is natuurlijk onze grootste aandeelhouder. Daarop heeft Barco niet goed geanticipeerd. Charles is nu zeer open over zijn ziekte. Hij heeft een trombose gehad, maar hij herstelt er goed van. Zijn mindset zit ook goed. Hij heeft een aantal doelstellingen voor zichzelf bepaald.'

Bolero: 'Is hij dan ondertussen opnieuw aan de slag?'

An Steegen: 'Jawel, hij werkt momenteel halftijds. Charles is zeer actief betrokken bij twee à drie overnamedossiers en houdt zich bezig met de productie en China. Hij heeft wel wat ervaring op dat vlak. Voor de rest is hij mijn 'sparring partner'.

Grote overname in 2024?

Bolero: 'Er staat wel cash op de rekening en er is al een aantal jaren sprake van een of meerdere overnames. Komt er schot in de zaak?'

An Steegen: 'Er liggen twee echt concrete projecten op tafel, die als ze zich concretiseren, voor het eind van dit jaar tot een conclusie moeten komen. Het zal geen kleine overname worden. We hebben 240 miljoen euro op de rekening staan en hebben geen schulden. We zouden onze schuldgraad kunnen opdrijven tot een tweetal keer onze bedrijfskasstroom. Dan komen uit op een totaal beschikbaar bedrag van 450 miljoen euro. (Barco zelf is bij de huidige beurskoersen ongeveer 1,4 miljard euro waard).'

Bolero: 'Naar wat zijn jullie op zoek?'

An Steegen: 'Je kan verticaal kiezen en een concurrent binnenhalen om zo je eigen marktaandeel te vergroten. Een andere mogelijkheid is eerder strategisch: je neemt een bedrijf over dat ongeveer in dezelfde markt zit, maar waarmee je je aanbod kan vergroten. We zouden zoiets voor ClickShare kunnen doen. Of je koopt een bedrijf uit een sector waar we momenteel een nichespeler in zijn, maar waarin we stevig willen groeien. Alleszins is het doel om onze marge en de bedrijfskasstroom te verhogen. En dat liefst vanaf dag één. Het zou ook fijn zijn, mochten we kunnen uitbreiden in de Verenigde Staten.'

Bolero: 'En staat er een bedrijfsonderdeel te koop?'

An Steegen: 'We hebben niet in alle divisies dezelfde marges. Daar moeten we aan werken. We denken er momenteel niet aan om dingen af te stoten. Maar dat betekent niet dat een onderdelenverkoop in de toekomst is uitgesloten.'

Barco's beursgang

Op **23 juni 1986** kwam Barco naar de beurs tegen **2650 Belgische Frank** (1 euro was 40,34 Belgische Frank). Het beleggersenthousiasme was enorm. De vraag naar de aandelen was 69 keer groter dan het aanbod. Het geld dat Barco ophaalde met de beursgang investeerde het bedrijf onder meer in de ontwikkeling van haar eerste grote projectoren en lcd- en LED-schermen.

Er ging wel wat vooraf aan de beursgang:

Op 1 juli 1981 werd Barco opgesplitst in 2 delen: **Barco Electronics** (consumer TV en afgeleide producten) en **Barco Industries** (vooral producten voor bedrijven). Barco Electronics werd gezien als een 'sterfhuisconstructie', terwijl de toekomst meer lag bij Barco Industries. Barco Industries was voor 65% in handen van **ACEC** (een voormalig Belgische elektromechanicabedrijf) en voor 35% in de handen van investeringsmaatschappij **GIMV**.

13% van de aandelen van Barco Industries werden naar de beurs gebracht op 23 juni 1986. Een eerste koerspiek werd bereikt in maart 1987 (3750 BEF), nadien volgde **Zwarte Maandag**, de eerste beurscrash na de Tweede Wereldoorlog, op maandag 19 oktober 1987.

Ondertussen deed **Barco Electronics** het beter dan verwacht (o.a. door RGB-projectoren in vliegtuigen). Het ging op 15 juni 1987 **apart naar de beurs**. Tegen een openingsprijs van 1955 Belgische Frank werd 25% van de aandelen naar de beurs gebracht. De rest van de aandelen bleef in handen van GIMV en van enkele particulieren.

Op **10 mei 1989** volgde terug de **fusie tussen beide bedrijven**. Barco Electronics werd ingebracht in Barco Industries. Het huidige Barco-aandeel is dus een voortzetting van Barco Industries.

In maart **1991** was Barco één van de aandelen van de originele samenstelling van de **BEL 20** die toen werd opgericht. Op dat moment was het Barco-aandeel 1358 Belgische Frank waard.

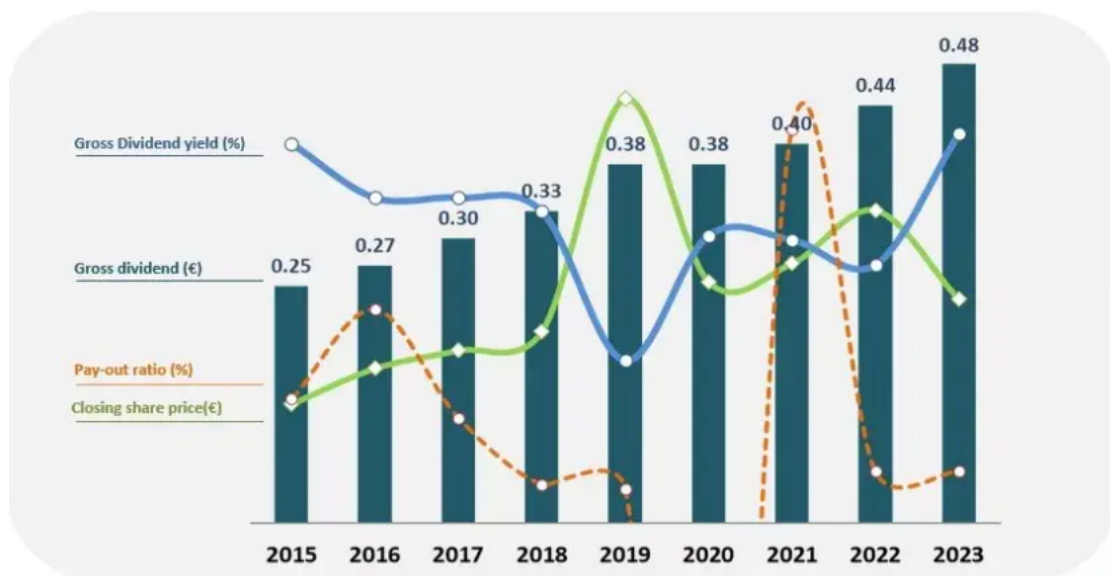
Barco's dividendbeleid

De Raad van Bestuur van Barco stelt een **brutodividend** voor van **0,44 euro per aandeel**, een stijging van 10% ten opzichte van 0,40 euro een jaar geleden.

Het dividend wordt vastgesteld door de Raad van Bestuur en vervolgens voorgesteld op de jaarlijkse Algemene Vergadering van aandeelhouders aan het einde van elk boekjaar.

Barco gelooft dat consistentie en betrouwbaarheid naar de beleggers toe essentieel zijn en beschouwt een consistente dividenduikering als een belangrijke bijdrage. Via dat consistente dividend **wil Barco het vertrouwen tonen in de toekomstige groei en mogelijkheden van het bedrijf**.

De Raad wil ook de sterke balans van het bedrijf en Barco's vermogen om te investeren in de toekomst beschermen.



In bovenstaande tabel zie je evolutie van het **brutodividendrendement** in procent (Gross dividend yield), het **brutodividend** in euro (Gross dividend), de evolutie van Barco's **aandelenkoers** (Closing share price) en **hoeveel Barco van haar inkomsten aan dividend uitbetaalt** in procent (Payout ratio).

Nog een klein woordje over de evolutie van de beurskoers: de grote terugval in 2020 is uiteraard toe te schrijven aan de **COVID-19-pandemie**. Zelfs tijdens die moeilijke periode is Barco een, minstens stabiel, dividend blijven uitkeren.

Visie van KBC Securities-analist Guy Sips

Barco meldde een omzet van 1,05 miljard euro in 2023, wat ongeveer gelijk was aan de omzet in 2022. De dalingen in verkoop bij de divisies Enterprise en Healthcare werden gecompenseerd door een **sterke groei in de Entertainment-divisie**. Barco werd in 2023 geconfronteerd met een uitdagend macro-economisch klimaat: een trager herstel in China en een hogere inflatie, oordeelt KBC Securities-analist Guy Sips. Voor 2024 moet de omzet weer boven 1 miljard euro uitkomen.

Uit de eerstekwartaalcijfers van 2024 blijkt dat zowel de orders (220,1 miljoen euro) als de omzet (€ 195,9 miljoen euro) onder de verwachtingen bleven. **Ook in het tweede kwartaal zal er geen groei zijn**, volgens Barco, dat wel vasthoudt aan de vooruitzichten voor 2024.

Sterktes van Barco

Guy Sips prijst de **productinnovatie**, zo kondigde Barco onlangs de ClickShare Bar aan en een samenwerking met NVIDIA en SoftAcuity om AI en data-analysetoepassingen toe te voegen aan de operatiekamer.

Het bedrijf heeft ook een **sterke expertise rond visualisatie** en de oplossingen die het biedt, spelen vaak een cruciale rol in de bedrijfsomgeving van de klanten. Bovendien is Barco vaak **marktleider** in markten met gezonde fundamenten.

Mogelijke bedreigingen

In Healthcare daalden de orders en de omzet met dubbele cijfers in 2023 ten opzichte van 2022. Guy is benieuwd naar de verdere evolutie in deze divisie.

In het kader van de uitvoering van zijn strategie verdubbelde Barco's Capex (Capital Expenditures of geld dat wordt gebruikt voor nieuwe investeringen of voor nieuwe projecten), ten opzichte van vorig jaar, inclusief investeringen in de nieuwe fabrieken en in het Cinema-as-a-Service-model. De **voorraad bij klanten** begint af te nemen, maar blijft een aandachtspunt voor 2024.

Vrije kasstroom en dividend

Barco genereerde 38 miljoen euro vrije kasstroom in 2023, een stijging ten opzichte van 13,1 miljoen in 2022, dankzij een hogere netto operationele kasstroom van 100,8 miljoen euro. Het bedrijf investeerde nochtans **62,8 miljoen euro in CapEx**, het dubbele van het bedrag van 2022. Die uitgaven omvatten ook investeringen in nieuwe fabrieken en in het 'Cinema-as-a-Service'-model.

Het **orderboek** was sterk met 494,8 miljoen euro, een stijging met 11% op jaarbasis, met een hoge bijdrage van Entertainment. Het bedrijf stelde een **dividend** voor van 0,48 euro per aandeel, een stijging van 0,04 euro op jaarbasis, wat het vertrouwen in de toekomst weerspiegelt.

Koersdoel en aanbeveling

Guy Sips nam bij de eerstekwartaalresultaten akte van Barco's voorspelling dat de **jaarmzet die in lijn zou zijn met die van 2023**, met een hervatting van de groei op jaarbasis in de tweede helft van het jaar. Guy wijst erop dat Barco eerder nog uitging van een geleidelijke groei vanaf het tweede kwartaal.

Voor 2025 verwacht Barco een groei van de omzet op jaarbasis. Geruststellend vindt Guy dat de **EBITDA-marge voor boekjaar 2024 boven de 14%** zou moeten uitkomen. Zelf mikt hij op 14% marge.

Ondertussen blijft Barco investeren in zijn innovatiepijplijn van baanbrekende visualisatietechnologieën ter voorbereiding van verdere **nieuwe productlanceringen in 2025**. Het orderboek op 31 maart 2024 bedroeg €524,8 miljoen, een stijging van 6% ten opzichte van het einde van boekjaar 2023, maar een daling van 1% op jaarbasis. Na de cijfers paste Guy zijn **koersdoel** aan van 19 naar **18 euro**. De **'Opbouwen'-aanbeveling** blijft gehandhaafd.

Disclaimer

Deze publicatie van KBC Bank N.V. (Bolero) wordt uitsluitend ter informatie verstrekt en is niet bedoeld als een specifiek en persoonlijk beleggingsadvies, een aanbieding of een uitnodiging tot een aanbieding, om de hierin vermelde financiële producten te kopen of te verkopen, noch onafhankelijk onderzoek op beleggingsgebied. De dienstverlening die Bolero verschaft, is niet op beleggingsadvies gebaseerd.

Bolero is het orderuitvoeringsplatform van KBC Bank N.V. waarmee transacties in 'niet-complexe' financiële producten (in de zin van MiFID II) doorgaan op basis van 'loutere uitvoering' ("execution only"). Bolero voert geen 'passendheidstoetsing' uit bij transacties in niet-complexe financiële producten. De belegger die van deze dienstverlening gebruik maakt, beschikt dus niet over de bescherming van de toepasselijke gedragsregels. Transacties in 'complexe' financiële producten (in de zin van MiFID II) kunnen pas uitgevoerd worden na een succesvolle passendheidstoetsing. Transacties via Bolero gebeuren altijd op initiatief van de belegger.

Bij het uitvoeren en/of doorgeven van transacties van beleggers houdt Bolero geen rekening met de daarmee verband houdende fiscale, juridische of boekhoudkundige aspecten van deze transacties, verstrekt zij geen advies met betrekking tot dergelijke aspecten en kan zij daarvoor derhalve niet aansprakelijk worden gesteld. Beleggen in financiële producten houdt risico's in. Beleggers moeten in staat zijn om het economische risico van een belegging te dragen en het belegde kapitaal geheel of gedeeltelijk te verliezen. Copyright © KBC Bank NV/Bolero.

Alle rechten voorbehouden. Deze informatie mag op geen enkele manier gepubliceerd, herschreven of heruitgegeven worden in eender welke vorm. Deze publicatie kan bijdragen bevatten van KBC Securities NV (<https://research.kbcsecurities.com/portal/portal.html#!/disclosures>), KBC Asset Management NV (<https://www.kbc.be/particulieren/nl/juridische-info/documentatie-beleggen.html#aandelen>) en KBC Economics (<https://www.kbc.com/nl/economics.html>). Voor de externe bronnen raadpleegt Bolero verschillende nieuwssites. De bijdragen worden geselecteerd op basis van recente, concrete gebeurtenissen en publicaties. De redactie wordt verzorgd door Tom Simonts, Steven Vandenbroeke (KBC Economics) en door Johan Elsocht, Jens Meersman, Ellen Van Tongelen en Philippe Delfosse (marketing team Bolero, KBC Bank NV). KBC Bank staat onder toezicht van de FSMA.