



Beeld: Signify

## 2 Welke klanten van Signify worden het hardst geraakt door de lockdowns?

“De delen die consumentenproducten leveren presenteren behoorlijk goed, het gaat om de professionele kant van het bedrijf. In de logistieke sector is de markt behoorlijk sterk, maar in fysieke winkels, met uitzondering van levensmiddelen, is het herstel zwak. In de hotelsector verloopt het ook heel traag, net als in de productiesector.”

## 3 Bedrijven investeren niet door de crisis heen?

“Zolang de omzet laag is, investeren ze niet. Daarvoor is meer zicht nodig op het herstel. Met de vaccins is dat zicht er iets meer, maar ik denk dat er nog een hoop vragen zijn wanneer het echt komt. Is dat in de zomer, is het in het derde kwartaal? Sommige landen zeggen dat het niet eerder afgelopen is dan aan het eind van het jaar. Er is nog steeds een hoop onzekerheid.”

## 4 De inkomsten uit Noord- en Zuid-Amerika daalden harder dan in Europa. Hoe kijkt u nu naar de overname van Cooper Lighting?

“De gedachte daarachter was om onze aanwezigheid in de VS te vergroten omdat we in een deel van de markt voor professionele verlichting groter wilden worden. We waren nummer drie of vier en met de overname van Cooper zijn we een hele sterke nummer twee geworden. Dit is de grootste markt in de wereld en daar spelen we op in. Om eerlijk te zeggen is het nu al een succesverhaal. Natuurlijk is de omzet door Covid afgenomen, maar onderaan de streep levert het al iets meer op dan in het overnameplan stond. Toen we ons realiseerden dat we de omzet niet zouden halen, zijn we versneld gaan besparen op kosten. Dat is heel goed gelukt. We hadden vooraf gerekend op 60 miljoen dollar aan integratievoordelen per jaar. Nu we