

Paris, France
11 juin 2026

Thananjeyan Kandasamy nommé Responsable Marketing de HELLA France

HELLA SAS France annonce la nomination de Thananjeyan Kandasamy au poste de Responsable Marketing, à compter de début mai 2026. Rattaché à Catherine Neels, Directrice générale, il aura pour priorité de mettre le marketing au service du développement commercial et de renforcer la proximité avec les clients. À ce titre, il pilotera la stratégie marketing des trois principaux segments de HELLA sur l'après-vente : l'Éclairage, l'Électronique et les Pièces Techniques (essuyage, lampes, alternateurs et démarreurs, freinage, etc.).

Âgé de 46 ans, Thananjeyan Kandasamy bénéficie de plus de vingt ans d'expérience dans le secteur automobile. Il débute sa carrière chez ALD Automotive (désormais Ayvens) puis JATO Dynamics, avant de rejoindre Valeo, où il évolue pendant seize ans dans le marketing produit et l'exploitation des données. Il y forge une expertise marketing orientée performance commerciale, de l'analyse du potentiel des gammes à leur mise sur le marché. Il s'appuie également sur la valorisation de l'information produit et le développement d'outils marketing et de communication pour accompagner le marché.

Dans ses nouvelles fonctions, Thananjeyan Kandasamy aura pour mission de faire du marketing un levier direct de performance commerciale, au service des distributeurs et des réparateurs, dans un marché en pleine transformation. Il accompagnera la marque notamment dans un contexte de digitalisation du parcours client et d'évolution du parc. Son action visera également à renforcer la proximité avec les partenaires de HELLA, grâce à une approche marketing au plus près des réalités du terrain.

« Rejoindre HELLA à ce poste est une opportunité stimulante. Mon ambition est de mettre le marketing au service de la croissance de nos partenaires et de conforter HELLA comme une référence de l'après-vente automobile. Avec les équipes, nous construisons des stratégies créatrices de valeur pour les distributeurs, les réparateurs et l'ensemble de l'écosystème », déclare Thananjeyan Kandasamy.

Thananjeyan Kandasamy est titulaire d'un Master 2 Marketing et Pratiques Commerciales de l'IAE Paris-Sorbonne Business School et a également suivi, à Georgia State University d'Atlanta, un programme en marketing international dans le cadre de son cursus.

FORVIA, équipementier mondial de technologies automobiles, combine les forces technologiques et industrielles complémentaires de Faurecia et HELLA. Avec plus de 137 500 collaborateurs, dont plus de 12 000 ingénieurs R&D, dans plus de 40 pays, FORVIA offre une approche unique et complète face aux défis automobiles d'aujourd'hui et de demain. Composé de 6 groupes d'activités et fort d'un portefeuille de plus de 12 400 brevets, FORVIA ambitionne de devenir le partenaire de référence en matière d'innovation et d'intégration pour les constructeurs automobiles du monde entier. En 2025, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 26,2 milliards d'euros avant IFRS 5. FORVIA SE est cotée sur Euronext Paris sous le code mnémorique FRVIA et fait partie de l'indice SBF 120. FORVIA se positionne comme un acteur du changement, engagé à anticiper et concrétiser la transformation de la mobilité. www.forvia.com

FORVIA HELLA est un équipementier automobile international coté en bourse. En tant qu'entreprise du groupe FORVIA, FORVIA HELLA est synonyme de technologie d'éclairage et d'électronique automobile de haute performance. Avec le Lifecycle Solutions Business Group, elle couvre également un large portefeuille de services et de produits pour les pièces détachées et les ateliers, ainsi que pour les constructeurs de véhicules spéciaux. Avec actuellement environ 34 000 employés répartis sur plus de 125 sites, l'entreprise est active dans le monde entier et a généré un chiffre d'affaires ajusté de 8 milliards d'euros au cours de l'exercice 2025. www.hella.com

