



Communiqué de presse

23 avril 2024

HELLA dévoile son histoire et son savoir-faire à travers une campagne de communication dynamique et innovante

HELLA a lancé en fin d'année dernière une campagne de communication sur les réseaux sociaux, avec une approche unique dans sa stratégie de communication : à la fois polyvalente et inclusive, cette campagne répond en effet aux besoins et aux intérêts des clients professionnels comme des consommateurs finaux.

Vingt vidéos de collaborateurs présentant le marché de l'après-vente automobile, ses métiers, ses spécificités, mais également l'histoire, la large gamme de produits et le savoir-faire de l'entreprise, sont ainsi diffusées au fur et à mesure sur les réseaux sociaux de l'entreprise.

125 ans d'histoire

On découvre parmi ces vidéos l'évolution de HELLA depuis sa création, avec quelques moments clés de son histoire.

Fondée en 1899 par Sally Windmüller à Lippstadt, en Allemagne, l'équipementier produisait alors des klaxons, bougies et lampes à pétrole. Tournée vers le monde, l'innovation et la performance, l'entreprise familiale n'a eu de cesse que de se développer.

L'association en 2008 avec Kurt Gutmann et la création de HELLA GUTMANN, a ainsi – par exemple – permis à l'entreprise d'étoffer son offre et de proposer aux ateliers des outils de diagnostic multimarque et outils de calibration.

Aujourd'hui, HELLA est devenue un équipementier automobile de niveau international, leader sur les dispositifs d'éclairage et les composants électroniques pour les véhicules légers, les poids lourds, les véhicules agricoles et les véhicules utilitaires, pour l'après-vente automobile mais également pour les constructeurs.

Des produits de qualité première monte

Car HELLA nous rappelle que de nombreux équipementiers travaillent sur la conception d'un véhicule. Éclairage, freinage, pièces techniques, sièges ou encore tableaux de bord : 8 pièces sur 10 sont fournies aux constructeurs par près de 40 équipementiers !

HELLA fait ainsi bénéficier l'après-vente automobile de son savoir-faire de fournisseur première monte et de ses compétences technologiques. L'équipementier propose aux ateliers des appareils de diagnostic professionnels, des services techniques, une large gamme de produits en éclairage, en électronique et en gestion thermique mais aussi des systèmes de freinage de qualité OE.

Pour Latifa Sebbah, Responsable Marketing Produit & Communication chez Hella, et à l'initiative de cette campagne : « Nous avons décidé d'aborder cette campagne sous un angle nouveau. *Pour la première fois, nous avons tourné des vidéos qui racontent l'histoire d'HELLA, ses produits, son savoir-faire et plus largement l'aftermarket par la voix de ses collaborateurs. C'est une campagne*

innovante, à l'image de notre groupe. Multicanale, elle nous permet de toucher à la fois nos clients professionnels et finaux en leur présentant HELLA et en leur expliquant simplement les nouvelles technologies que nous développons et mettons à leur disposition, ainsi que – pour les non-initiés – les particularités du secteur de la pièce automobile. »

Une double cible

Les vidéos de la campagne offrent donc un aperçu approfondi des produits, services et solutions conçus spécifiquement par HELLA pour répondre aux exigences des professionnels de l'automobile. En parallèle, certaines vidéos sont soigneusement conçues pour captiver et engager les automobilistes. Elles mettent en lumière l'utilité et la qualité des produits HELLA et visent à renforcer la connaissance de la marque, à susciter l'intérêt des clients finaux pour les pièces qui composent leurs véhicules. En demandant à leur réparateur d'équiper leurs voitures de produits HELLA, ils sont assurés d'avoir des produits innovants et haut de gamme, qui garantissent leur sécurité sur la route.

À propos de HELLA

HELLA est un équipementier automobile international, coté en bourse et opérant sous la marque ombrelle FORVIA. Au sein du groupe de fait, HELLA est synonyme de technologie d'éclairage et d'électronique automobile ultra performantes. En parallèle, avec sa Business Unit Lifecycle Solutions, l'entreprise couvre un large portefeuille de services et de produits dédié à la filière des pièces de rechange et aux ateliers ainsi qu'aux constructeurs de véhicules spécialisés. HELLA, qui emploie 36 000 collaboratrices et collaborateurs sur plus de 125 sites dans le monde, a réalisé un chiffre d'affaires de 6,3 milliards d'euros pour l'exercice 2021/2022

Ces vidéos sont diffusées sur les comptes YouTube, Instagram et Facebook d'HELLA France :



Jeu concours

Enfin, pour appuyer cette campagne vidéo, HELLA lance du 1^{er} avril au 31 mai un jeu-concours ouvert à tous, sans condition d'achat.

L'équipementier communiquera sur ce jeu via des posts et des bannières sur ses réseaux sociaux ainsi que par le biais de publicité programmatique.

Toute personne majeure résidant en France métropolitaine pourra ainsi se rendre sur le site www.hella-de-la-chance.fr pour tenter de remporter l'un des 63 lots mis en jeu. Outre les objets publicitaires exclusifs, trois gros lots sont à gagner : un vélo électrique tout chemin Btwin, une console PlayStation 5 modèle Slim édition standard, ou encore une enceinte bluetooth Bose Revolve II. Pour participer, rien de plus simple : il suffit juste de s'enregistrer sur le site et de répondre à quatre questions en lien avec les vidéos diffusées par HELLA !