

SILVERCREST et Andre Agassi allient performance technologique et beauté du geste



Communiqué de presse, 25/03/2026

SILVERCREST, la marque Lidl dédiée à l'univers de la cuisine et de la maison, se déploie à l'international avec une nouvelle identité de marque indépendante. Dans le cadre de ce repositionnement, SILVERCREST annonce un partenariat d'envergure avec Andre Agassi. L'ancien numéro un mondial de tennis, huit fois vainqueur du Grand Chelem et passionné de cuisine, sera l'égérie de la toute première campagne publicitaire. Sous la signature de marque "Makes your life easy" ("Silvercrest, vous facilite la vie"), SILVERCREST propose une large gamme de produits.

Silvercrest incarne l'univers « Cuisine & Maison », l'une des six thématiques définies par Lidl - chacune étant portée par une marque de référence forte. Cette approche permet à l'enseigne de structurer plus efficacement son offre non-alimentaire afin d'apporter aux clients une meilleure lisibilité et davantage d'inspiration lors de leur expérience d'achat.



En collaboration avec la marque SILVERCREST,

Andre Agassi prouve que la performance technologique est la clé pour faciliter le quotidien.

La performance au service du quotidien

Grâce à des solutions simples, intuitives et performantes, SILVERCREST met la technologie au service du foyer pour faciliter les tâches quotidiennes en cuisine comme dans toute la maison. Avec sa large gamme, SILVERCREST est déjà la marque n°1 d'appareils électroménagers en Europe*. Le robot culinaire *Monsieur Cuisine SILVERCREST* s'est notamment imposé ces dernières années comme un véritable best-seller, alliant design élégant et fonctionnalités intelligentes. La marque mise avant tout sur une prise en main intuitive et une qualité irréprochable, au meilleur prix.

Andre Agassi : un partenaire de précision

En tant que partenaire de SILVERCREST, Andre Agassi a bien conscience que, autant sur un court de tennis que chez soi, la précision technique et l'intuition font toute la différence. Pour l'ancien athlète de haut niveau et cuisinier amateur, une alimentation équilibrée occupe une place prépondérante. En tant que père de famille, il compte sur des appareils de cuisine performants et faciles à utiliser pour tester de nouvelles recettes en famille ou entre amis, intégrant ainsi des habitudes saines à son quotidien. Sa passion pour le plaisir de bien manger et son attrait pour des solutions technologiques ingénieuses en font l'ambassadeur idéal pour SILVERCREST.

Une campagne pleine d'humour

La campagne offre un regard plein d'humour sur les coulisses de la vie quotidienne d'Andre Agassi. Les produits SILVERCREST y sont présentés à travers le regard de deux animaux de compagnie. Leurs « voix intérieures » créent un dialogue divertissant entre chien et chat, accompagnant les routines quotidiennes d'Andre Agassi : qu'il soit aux fourneaux, en train de repasser ou de faire le ménage. Tandis que le chien se montre en fan inconditionnel et admirateur absolu, la chatte, plus critique, commente chaque scène avec un humour pince-sans-rire et une pointe de supériorité.

Pour voir la première campagne publicitaire, [cliquez ici](#) et les différentes vidéos sont à retrouver sur la page YouTube de la marque [ici](#).

« Tout au long de ma vie, sur le court comme en dehors, j'ai appris à quel point le succès repose avant tout sur la qualité de l'équipe qui vous entoure. C'est exactement ce que SILVERCREST m'apporte au quotidien : grâce à une technologie ingénieuse et une prise en main intuitive, je peux préparer un petit-déjeuner sain pour ma famille tout en participant aux tâches ménagères.

*Ce partenariat avec SILVERCREST me correspond parfaitement, car la marque se concentre là où la technologie moderne fait une réelle différence. La vie peut être difficile, SILVERCREST aide à la simplifier. Cela laisse plus de temps pour ce qui compte le plus : passer du temps avec les personnes qui me sont chères », **affirme Andre Agassi.***

Rendre la technologie accessible à tous

Avec SILVERCREST, Lidl poursuit l'objectif de rendre accessible à tous une technologie qui facilite le quotidien. Les produits sont faciles à manipuler grâce à des commandes intuitives et se distinguent par leur haute performance. La campagne met l'accent sur les produits phares de la gamme actuelle, notamment une friteuse à air chaud, une batterie de cuisine, une centrale vapeur et un aspirateur balai sans fil.

Jens Thiemer, Chief Customer Officer chez Lidl International, explique :

« Nous transformons progressivement nos marques de distributeur en véritables marques fortes, s'imposant comme la référence en matière de qualité et de confiance dans leurs univers respectifs. Après PARKSIDE et CRIVIT, nous franchissons une nouvelle étape avec SILVERCREST : nous démocratisons l'accès à une technologie de pointe et intuitive, plaçant ainsi le progrès technologique

au cœur du quotidien de chacun. Que ce soit dans une colocation ou pour un premier emménagement, SILVERCREST répond présent là où les gens en ont besoin, afin que tous puissent profiter d'un quotidien tout en simplicité et d'un mode de vie sain. Le fait qu'André Agassi, athlète de haut niveau, passionné de cuisine et fin gourmet, ait choisi de s'associer à SILVERCREST est pour nous une véritable marque de reconnaissance. Cela témoigne de la pertinence de nos exigences : offrir une qualité irréprochable et une technologie intelligente, résolument centrée sur l'humain. »

La campagne omnicanale de SILVERCREST sera lancée le **28 mars** avec dispositif média d'envergure. La marque bénéficie d'une visibilité internationale grâce à un déploiement sur ses propres supports, notamment via le site internet SILVERCREST et les réseaux sociaux.

Plus d'informations et de contenus sur SILVERCREST

- [Site Web](#)
- **Instagram** : [@silvercrest_fr](#)
- **Facebook** : [@silvercrestFR](#)
- **YouTube** : [@Silvercrest_FR](#)

Lidl allie stratégie de marque et besoins des clients

Avec six univers thématiques, Lidl s'impose comme un partenaire de confiance pour couvrir tous les besoins non-alimentaires dans les domaines de la cuisine et de la maison (**SILVERCREST**), du bricolage et du jardinage (**PARKSIDE**), du sport et des loisirs (**CRIVIT**), de la décoration et de l'ameublement (**LIVARNO**), de la mode et des accessoires (**esmara**), ainsi que des bébés et des enfants (**LUPILU**). Pour le client, cette gestion de gamme claire et ciblée garantit une expérience d'achat simple et intuitive, que ce soit en supermarché ou sur la boutique en ligne.

À propos de SILVERCREST

La marque SILVERCREST — disponible chez Lidl et Kaufland — séduit par ses technologies intelligentes qui facilitent le quotidien, offrant le meilleur rapport qualité-prix. Sa gamme s'étend du petit électroménager culinaire aux ustensiles de cuisine, en passant par les solutions de rangement. Fidèle à sa mission de faciliter le quotidien, SILVERCREST propose des solutions ingénieuses libérant ainsi du temps pour ce qui compte vraiment. La marque place résolument les besoins des utilisateurs au cœur de sa démarche. Plus d'informations sur www.my-silvercrest.com/fr

À propos de LIDL

Depuis 36 ans, Lidl est un acteur majeur de la distribution en France, partenaire du quotidien des consommateurs. Avec sa signature « Lidl, ça vaut le coup », l'enseigne affirme son engagement en faveur du pouvoir d'achat, de la responsabilité sociale et environnementale, et de la transparence tarifaire. Aujourd'hui, Lidl compte 1 622 supermarchés et 46 000 collaborateurs en France. Son offre repose sur un assortiment sélectionné, composé à près de 90 % de marques de distributeur, garantissant le meilleur rapport qualité-prix, dans le respect d'une politique de prix uniformes sur tout le territoire.

**Source : Euromonitor International Limited ; basé sur le volume des ventes au détail en unités en 2024, d'après une étude commandée en mars 2025. Les petits appareils de cuisine comprennent les appareils de préparation culinaire et les petits appareils de cuisson ; les petits appareils ménagers incluant les appareils de traitement de l'air, les petits appareils de chauffage, les fers à repasser, les appareils de soins personnels et les aspirateurs. L'Europe comprend l'Europe de l'Ouest et de l'Est, à l'exception de la Russie, de l'Ukraine et de la Turquie.*