

# Parkside choisit Audrey Fleurot comme nouvelle ambassadrice en France



Communiqué de presse, 03/09/2026

**Engagée dans la démocratisation des travaux domestiques, Parkside, la marque d'outillage exclusive de Lidl franchit une nouvelle étape en annonçant sa collaboration avec la célèbre comédienne française Audrey Fleurot. Reconnue pour son authenticité, son énergie communicative et sa proximité avec le public, elle incarne à la perfection l'ambition commune de ce partenariat : célébrer une vision moderne du bricolage et du jardinage, décomplexée et accessible à tous. Cette collaboration sera portée par une campagne de marque à 360° et une stratégie marketing multicanale à compter du 7 septembre 2026.**

## Une ambition commune : redonner le pouvoir de créer et faire soi-même



La marque Parkside s'est imposée comme la référence du bricolage quotidien en alliant technicité, robustesse et un rapport qualité-prix inégalé. Ce partenariat avec Audrey Fleurot s'inscrit dans la continuité de cette mission : démontrer que le bricolage n'est pas une activité réservée à des spécialistes, mais un véritable espace de liberté, de création personnelle et d'autonomie. Qu'il s'agisse de réparer, d'aménager, de décorer ou de réinventer son espace de vie, chaque projet réussi est une source de fierté accessible à chacun et chacune.

« Nous sommes très fiers de notre marque Parkside, qui fête cette année ses 30 ans. Depuis sa création, nous proposons des outils de haute qualité au meilleur prix et avons conquis le cœur de millions de foyers en France, **précise John Paul Scally, président de Lidl France.** En collaborant avec Audrey Fleurot, nous voulons inspirer encore plus de personnes à concrétiser leurs projets et célébrer les petits comme les grands projets. »

## Un maillage national pour accompagner tous les projets

La force de ce partenariat repose sur la rencontre de deux acteurs populaires ancrés dans le quotidien des Français. Avec un réseau de 1 630 supermarchés et une boutique en ligne dédiée sur [lidl.fr](https://lidl.fr), Lidl garantit que les solutions d'outillage et d'aménagement de Parkside sont toujours à portée de main, permettant à chacun de concrétiser ses idées avec du matériel performant et abordable.

La campagne de communication nationale unissant Parkside et Audrey Fleurot sera déployée à partir du lundi 7 septembre en affichage, en vidéo en ligne et sur les réseaux sociaux. Associée à l'accroche "Vous allez vous



sentir pousser des ailes”, Audrey Fleurot inaugure une nouvelle ère d'inspiration pour tous les créateurs du quotidien et porte les ambitions de Parkside prouvant que le ”faire soi-même” est à la portée de tous.

Une vision qui fait particulièrement écho à Audrey Fleurot, pour qui transformer son cadre de vie de ses propres mains est aussi une manière de se réapproprier son quotidien, de gagner en indépendance et en confiance en soi. À travers cette collaboration, la comédienne accompagnera Parkside dans sa volonté d'encourager chacun à oser se lancer, apprendre et concrétiser ses projets, avec à la clé la satisfaction et la fierté de les avoir réalisés soi-même.

#### **À propos de PARKSIDE :**

La marque PARKSIDE - disponible dans tous les supermarchés Lidl et sur la boutique en ligne Lidl.fr - propose des produits de bricolage permettant à chacun de réaliser par soi-même et en un rien de temps ses travaux dans le jardin, la maison ou l'atelier. PARKSIDE PERFORMANCE s'adresse en outre aux bricoleurs avertis et particulièrement exigeants. Grâce à un rapport qualité-prix imbattable, un large assortiment et un niveau de qualité élevé, PARKSIDE a déjà convaincu des fans de bricolage du monde entier. Plus d'informations sur: [www.parkside-diy.com](http://www.parkside-diy.com).

#### **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 1 630 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.