



Sintra, 25 de março 2026

TECNOLOGIA PARA A COZINHA E CUIDADO DO LAR: SILVERCREST E ANDRE AGASSI APOSTAM NA ALTA TECNOLOGIA E TOQUE HUMANO

Em colaboração com a marca de artigos do Lidl para cozinha e cuidado do lar, SILVERCREST, Andre Agassi demonstra como a tecnologia avançada pode simplificar o dia a dia.

A marca de artigos para a cozinha e cuidado do lar do Lidl, SILVERCREST, é lançada a nível internacional com uma identidade de marca nova e independente. No âmbito deste reposicionamento, a SILVERCREST anuncia uma parceria com o antigo número um mundial de ténis, vencedor de oito títulos do *Grand Slams* e apaixonado *chef* amador, Andre Agassi. O ex-atleta será também o rosto da primeira campanha publicitária da marca. Sob o mote "Makes your life easy" (Simplifica a tua vida), a SILVERCREST ganha vida através de uma gama de produtos bastante diversificada.

A SILVERCREST é a marca Lidl que representa o universo temático "Cozinha e Cuidado do Lar", que permite à empresa criar uma estrutura clara para este tipo de produtos não alimentares, oferecendo aos clientes maior orientação e inspiração durante as suas compras.

SILVERCREST é sinónimo de um acesso simples e intuitivo a tecnologia de ponta, apoiando as tarefas diárias. Com a sua extensa gama, a SILVERCREST é já a marca número um de eletrodomésticos de cozinha e cuidado do lar na Europa*. O robot de cozinha Monsieur Cuisine tornou-se um verdadeiro sucesso de vendas nos últimos anos. O grande foco da marca continua a ser a facilidade de utilização e a fiabilidade, sempre ao melhor preço.

Como parceiro da SILVERCREST, Andre Agassi sabe que, tanto no campo de ténis como em casa, a precisão técnica aliada à intuição humana faz toda a diferença. Para o ex-atleta profissional e apaixonado chef amador, ter uma alimentação equilibrada é um pilar fundamental. Enquanto pai de família, valoriza eletrodomésticos potentes e fáceis de usar para testar novas receitas com os filhos e os amigos, integrando rotinas saudáveis no seu quotidiano. A sua paixão por escolhas conscientes e pela tecnologia inteligente tornam-no o embaixador ideal para a SILVERCREST.

"Ao longo da minha vida, dentro e fora do campo, aprendi o quanto o sucesso se baseia na construção da melhor equipa de apoio possível. É exatamente isso que a SILVERCREST faz pela minha



vida quotidiana: graças a uma tecnologia inteligente e a um manuseamento sem esforço, posso preparar um pequeno-almoço saudável para a família, ao mesmo tempo que ajudo nas tarefas domésticas. Esta parceria faz todo o sentido para mim, pois a marca aposta em áreas onde a tecnologia moderna faz, de facto, a diferença. A vida pode ser complexa, mas a SILVERCREST ajuda a simplificá-la. Assim, sobra mais tempo para aquilo que realmente importa: passar tempo com as pessoas que são importantes para mim”, afirma Andre Agassi.

Com a marca SILVERCREST, o Lidl torna acessível a todos a tecnologia que facilita a vida quotidiana. Os produtos são fáceis de utilizar graças a controlos intuitivos e destacam-se também pelo seu forte desempenho, como por exemplo, a Máquina de Embalar a Vácuo 130W, uma Placa de Indução 2200 W, uma Lancheira Térmica com Recipiente e uma Fritadeira de Ar Quente com Grill.

Jens Thiemer, Chief Customer Officer do Lidl International, explica: *“Estamos constantemente a desenvolver as nossas marcas próprias para que se tornem marcas de referência fortes, que sejam a primeira escolha em termos de qualidade e confiança nos seus respectivos universos temáticos. Na sequência da PARKSIDE e da CRIVIT, estamos agora a dar o próximo passo com a SILVERCREST: simplificamos o acesso a tecnologia intuitiva e de alta qualidade para a cozinha e cuidado do lar, levando o progresso tecnológico ao coração da sociedade. Quer se trate de uma cozinha num apartamento partilhado ou da primeira casa própria, com os nossos produtos SILVERCREST estamos onde as pessoas precisam de nós. Para que todos tenham a oportunidade de desfrutar de uma vida quotidiana descomplicada e de um estilo de vida consciente. O facto de Andre Agassi, um atleta de topo com grande habilidade técnica e um apaixonado cozinheiro amador e amante da gastronomia, ter decidido estabelecer uma parceria com a SILVERCREST é, para nós, uma expressão de apreço pelos nossos elevados padrões de qualidade superior e tecnologia inteligente e centrada nas pessoas.”*

Luis Alcalde, Chief Customer Officer do Lidl Portugal, afirma: *“A SILVERCREST é, cada vez mais, uma marca independente em Portugal, tornando acessível tecnologia potente e intuitiva para a cozinha e cuidado do lar. Para nós, isto é mais do que apenas um passo estratégico, é uma promessa clara: no Lidl, encontrará tudo o que precisa para simplificar o seu dia a dia – desde a variedade no seu prato à tecnologia certa na cozinha. Através da nossa abordagem omnicanal consistente, chegamos aos nossos clientes onde quer que estejam. Seja diretamente na loja ou como fonte de inspiração digital nos canais da marca SILVERCREST.”*

A campanha omnicanal da SILVERCREST arranca a 28 de março com uma forte ofensiva nos meios de comunicação. A marca vai ganhar grande visibilidade internacional através das suas próprias plataformas, como o *website* e as redes sociais da marca.

Mais informações e conteúdos sobre a SILVERCREST

Site: www.lidl.pt

Instagram: @silvercrest_int

Facebook: @silvercrestINT

O Lidl alia a estratégia de marca às necessidades dos clientes: Com a definição de seis novas áreas temáticas, o Lidl consolida-se como um fornecedor de confiança para as necessidades não



alimentares dos seus clientes nos segmentos de cozinha e cuidado do lar (SILVERCREST), ferramentas e jardim (PARKSIDE), desporto e tempos livres (CRIVIT), casa e decoração (LIVARNO), moda e acessórios (Esmara), e bebé e criança (Lupilu). O resultado é uma experiência de compra mais simples e intuitiva, graças a uma gestão de gama clara e focada nas necessidades reais das pessoas.

*Fonte: Euromonitor International Limited; com base no volume de vendas a retalho em unidades em 2024, a partir de um estudo encomendado e realizado em março de 2025. Os pequenos eletrodomésticos de cozinha incluem aparelhos para a preparação de alimentos e pequenos aparelhos de cozedura; os pequenos eletrodomésticos para o cuidado do lar incluem aparelhos de tratamento de ar, pequenos aparelhos de aquecimento, ferros de engomar, aparelhos de cuidados pessoais e aspiradores. A Europa compreende a Europa Ocidental e Oriental, excluindo a Rússia, a Ucrânia e a Turquia.

Sobre a SILVERCREST:

A marca SILVERCREST — disponível no Lidl e no Kaufland — destaca-se por oferecer tecnologias inteligentes que simplificam o quotidiano, garantindo sempre a melhor relação qualidade-preço. A marca disponibiliza uma vasta gama de pequenos eletrodomésticos, utensílios de cozinha, soluções de arrumação e loiça. Como parceira ideal para facilitar a rotina através de produtos altamente funcionais, a SILVERCREST liberta tempo para aquilo que realmente importa, colocando as necessidades das pessoas sempre em primeiro lugar. Mais informações em www.my-silvercrest.com.

Sobre o Lidl:

Há 30 anos em Portugal, o Lidl tem mais de 8000 colaboradores, distribuídos por mais de 290 lojas, de Norte a Sul do país e, para além da sede, 4 direções regionais e centros logísticos em Santo Tirso (Norte), Torres Novas (Oeste), Loures (Centro) e Palmela (Sul).

Segundo o Estudo de Impacto realizado pela consultora independente Forvis Mazars, ao longo dos últimos 30 anos, o Lidl Portugal contribuiu com 44 mil milhões de euros para a criação de valor para o país, permitindo criar e manter cerca de 90.000 postos de trabalho.

Reconhecido como Top Employer há cinco anos consecutivos, o Lidl reforça uma proposta de carreira assente na segurança contratual imediata, na progressão sustentada e num pacote de benefícios focado no bem-estar total dos seus colaboradores.

O Lidl pertence ao Grupo Schwarz e é um dos maiores retalhistas de produtos alimentares na Europa. O Lidl Internacional conta com cerca de 12.350 lojas, mais de 220 centros de distribuição e entrepostos em 31 países e com cerca de 375.000 colaboradores, apostando na disponibilização de produtos de máxima qualidade ao melhor preço e pautando-se pela simplicidade e proximidade com os seus clientes.