

**VELUX®**

DOSSIER DE PRESSE



Chaque été, le Tour de France révèle bien plus qu'une course : c'est une épopée populaire, un souffle collectif qui traverse les montagnes, les villes et les plaines, porté par des millions de regards émerveillés. C'est en 2025 que VELUX rejoint cette aventure mythique en tant que partenaire officiel des épreuves du Tour de France et du Tour de France Femmes avec Zwift avec une ambition claire : célébrer l'effort, les territoires, et le bien-vivre ensemble.

Le Tour de France et le Tour de France Femmes avec Zwift incarnent également des valeurs profondément partagées par VELUX : la quête d'excellence rendue possible par des conditions optimales, l'importance de la récupération et de la résilience face aux défis, ainsi que la force du collectif et d'un mode de vie actif pour transformer durablement notre manière de vivre.

Fort du succès de cette première participation, VELUX renouvelle naturellement son engagement en 2026, avec la volonté d'aller encore plus loin dans l'expérience proposée au public. Cette nouvelle édition s'inscrit dans la continuité d'une dynamique positive, marquée par un lien fort créé avec les spectateurs et des activations plébiscitées sur l'ensemble des étapes.

VELUX renouvelle son partenariat avec le Tour de France et le Tour de France Femmes avec Zwift 2026, pour la deuxième année consécutive, porté par une même ambition : incarner la durabilité et l'engagement, sur les routes comme dans l'habitat.

Durabilité, performance et lien humain : VELUX s'engage pour un nouveau tour avec le Tour de France

Après une première présence remarquée en 2025 et le succès du partenariat avec le Giro d'Italia en 2024, VELUX confirme sa volonté de s'ancrer durablement dans l'univers du cyclisme. Le Tour représente une opportunité unique de renforcer sa proximité avec les communautés locales et de rendre son engagement plus tangible et accessible. Ce partenariat se traduit par une présence forte sur les routes – via la caravane publicitaire et des animations dans plusieurs villes – ainsi que par un engagement sincère en faveur de la durabilité, de l'innovation et du lien humain.

Le Tour de France dépasse la simple course cycliste : c'est le plus grand événement sportif annuel au monde, profondément ancré dans les territoires français et suivi par des millions de personnes, toutes générations confondues. À l'image de cette course qui traverse villes, campagnes et montagnes, VELUX s'adresse à tous ceux qui aspirent à un habitat plus lumineux, plus sain et plus équilibré. La lumière du jour et la ventilation naturelle occupent à ce titre une place centrale dans l'identité de VELUX et dans sa compréhension du bien-être dans l'habitat. Au-delà de la performance sportive, elles constituent des facteurs essentiels du confort quotidien et de la qualité de vie : la lumière naturelle contribue à la régulation des rythmes circadiens et participe directement à l'équilibre général, tandis qu'une bonne circulation de l'air favorise le renouvellement de l'environnement intérieur et le bien-être des occupants.

Le Tour de France constitue également un moment privilégié pour aller à la rencontre des clients, des partenaires professionnels et de tous ceux qui souhaitent améliorer leur habitat. Ces échanges authentiques participent à créer une relation de proximité et à faire vivre la marque au plus près des territoires.

L'innovation chez VELUX vise à avoir un impact concret sur la vie quotidienne : favoriser l'entrée de la lumière naturelle, améliorer la qualité de l'air intérieur et réduire l'empreinte carbone de l'habitat. Le Tour constitue ainsi une plateforme idéale pour sensibiliser le grand public à ces enjeux, de manière concrète et humaine.

Alors que le bien-être prend une place de plus en plus importante, tant dans le sport que dans la vie quotidienne, Lars Peterson, CEO du Groupe VELUX, déclare :

“Pouvoir profiter de l'air frais, de la lumière naturelle et d'un logement bien conçu facilite le fait de se ressourcer et de recharger ses batteries. Le Tour de France met en évidence à quel point il est important de disposer d'un espace confortable et bien pensé pour récupérer et soutenir des modes de vie actifs et souvent chargés, même lorsque l'on ne pratique pas le sport à un niveau professionnel. La manière dont nos maisons sont aménagées, la lumière qui y pénètre et la circulation de l'air que nous expérimentons chaque jour influencent subtilement notre confort et notre équilibre, et, en fin de compte, notre capacité à faire face aux exigences du quotidien.”

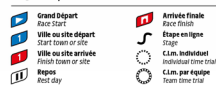


Le parcours du Tour de France et du Tour de France Femmes 2026 : entre diversité des territoires et défis sportifs

PARCOURS • ROUTE



LÉGENDE / THE KEY



PARCOURS ET ÉTAPES • ROUTE AND STAGES

TOUR de France
FEMMES
avec ZWIFT
1-9 AOÛT 2026



LÉGENDE / THE KEY



Pour cette édition 2026, le Tour s'élancera de Barcelone le 4 juillet pour rejoindre Paris le 26 juillet. Cette édition traversera 7 régions et 29 départements à travers 21 étapes mêlant plaine, montagne, contre-la-montre et journées de repos.

Des villes emblématiques comme Nice, Bordeaux ou l'Alpe d'Huez jalonneront le parcours, jusqu'au col du Galibier (2 642 m), point culminant de cette édition.

Le Tour de France Femmes avec Zwift quant à lui se déroulera du 1er au 9 août, avec un parcours de neuf étapes entre la Suisse et la France, du Grand Départ à Lausanne jusqu'à l'arrivée à Nice, en passant notamment par le Mont Ventoux. Avec près de 1 175 km, cette édition mettra à l'honneur l'élite du cyclisme féminin dans des paysages spectaculaires.

Une expérience immersive au cœur du Tour avec VELUX

Sur les routes emblématiques du Tour, des millions de spectateurs ne viennent pas seulement assister à une course. Ils recherchent une véritable expérience, un moment hors du temps, un souvenir à partager en famille ou entre amis. C'est précisément ce que VELUX souhaite leur proposer. La caravane VELUX défilera dans toute sa créativité, avec 4 véhicules festifs aux couleurs de la marque. Pensés pour répondre aux enjeux actuels de confort thermique, ces véhicules mettront en scène les solutions anti-chaueur emblématiques de VELUX - un havre de fraîcheur en plein été. La marque sera également présente au plus près du public à chaque étape, avec des activations immersives.

De son côté, l'espace Tourmalet demeure inchangé : il conserve son statut d'espace VIP, offrant aux invités la possibilité de se restaurer et de se rafraîchir tout en profitant d'une proximité privilégiée avec le départ et l'arrivée

des coureurs. Des goodies viendront prolonger ces moments de joie et d'interaction, autant de clins d'œil pensés pour ancrer durablement la marque dans les mémoires.

Et pour aller plus loin, une activation clé se déploie autour d'un élément distinctif : le red jersey. Véritable signature visuelle, ce maillot incarne à la fois la couleur emblématique de VELUX et les valeurs d'esprit d'équipe, de performance collective et de partage portées par la marque. Pensé comme un symbole fédérateur, il s'inscrit au cœur du dispositif d'animation et d'immersion déployé tout au long de l'événement.

Afin d'être au cœur du grand final parisien, VELUX conçoit un espace d'accueil situé à Montmartre, au cœur de la dernière étape Hommes, dans l'un des quartiers les plus animés et les plus prisés par les spectateurs du Tour.





À propos d'A.S.O.

Amaury Sport Organisation est une société qui possède, conçoit et organise des événements sportifs internationaux de haut niveau. Spécialisée dans l'événementiel « hors stade », elle dispose en interne d'une connaissance des métiers liés à l'organisation, à la médiatisation et à la vente d'événements sportifs. L'A.S.O. organise 250 jours de compétition par an, avec 100 événements dans 36 pays. A.S.O. est présent dans 5 sports majeurs dont le cyclisme avec le Tour de France, les sports mécaniques avec le Dakar, les événements de masse avec le Schneider Electric Marathon de Paris, le golf avec le Lacoste Ladies Open de France et la voile avec la production et la diffusion d'images pour des courses prestigieuses. Amaury Sport Organisation est une filiale du Groupe Amaury, groupe média et sportif propriétaire du journal L'Equipe.

Pour plus d'informations sur A.S.O., voir [ASO.fr](https://aso.fr)

Pour plus d'informations sur le Tour de France, voir [LeTour.fr](https://leTour.fr)

Pour plus d'informations sur le Tour de France Femmes avec Zwift, voir [LeTourfemmes.fr](https://leTourfemmes.fr)

À propos du Groupe VELUX

Depuis plus de 80 ans, les fenêtres de toit VELUX apportent lumière naturelle et air frais dans les habitations du monde entier, créant ainsi de meilleurs environnements de vie. Nous proposons une gamme de produits comprenant des fenêtres de toit et des verrières modulaires, des stores intérieurs de décoration, des stores extérieurs pare-soleil et des volets roulants, ainsi que des solutions pour la maison intelligente. Ces produits contribuent à créer des espaces lumineux, sains et économes en énergie, pour les personnes qui vivent et travaillent sous les toits. Nous travaillons à l'échelle mondiale avec des activités de vente et de production dans 37 pays et 12 000 collaborateurs dans le monde. Le Groupe VELUX appartient à la société anonyme VKR Holding A/S, détenue par la Vil - lum Foundation et des membres de la famille Kann Rasmussen. En 2024, le Groupe VELUX a réalisé un chiffre d'affaires total de 2,96 milliards d'euros et le chiffre d'affaires total de VKR Holding s'élevait à 3,87 milliards d'euros. La même année, la Villum Foundation et la VELUX FOUNDATION ont soutenu de nombreux projets caritatifs, pour un montant de 169 millions d'euros.

Pour plus d'informations sur le Groupe VELUX, visitez le site velux.fr.

Contacts presse

S2H Communication :
Paris/Miami/NYC/Milan

Sarah Hamon

sarah@s2hcommunication.com

Pauline Vial

pauline@s2hcommunication.com

Tamahé Drouin

tamahe@s2hcommunication.com
