

Caravane du Tour de France 2026

**CENTURY 21, Danette, La Vache qui rit, Panzani, Tourtel Twist et le ZooParc de Beauval
s'associent pour présenter...**

leurs bobs du Tour de France 2026.

Bien plus qu'un simple couvre-chef pour se protéger du soleil estival, le bob est l'accessoire de mode iconique du Tour de France. Alors que la 113^{ème} édition de la Grande Boucle s'apprête à se lancer, plusieurs marques phares de la Caravane dévoilent leur création 2026. Un avant-goût de la ferveur qui s'annonce déjà sur les routes.

L'accessoire « must-have » du Tour de France

Si le Tour de France est une compétition intense qui se joue sur les routes, la magie opère tout autant sur le bas-côté lors du passage de l'intemporelle caravane. Les supporters rivalisent d'ingéniosité pour se procurer les plus beaux goodies du Tour. Parmi eux, une icône incontestée : le bob. Pratique, fun et indémodable, il s'invite pendant tout l'été à la ville ou à la plage. Avis aux amateurs et aux collectionneurs, la collection « bobs-à-porter » 2026 se mérite sur les bords des routes du Tour.



CENTURY 21 : CENTURY 21, habitué de la Grande Boucle et Prix de la Combativité, fête sa 9^{ème} participation en marquant le coup. Le leader de l'immobilier mise sur un bob au design inspiré d'une cartographie urbaine minimaliste, dans des tons beige, noir, blanc et gris, signatures de la marque. Un accessoire qui reflète la présence de CENTURY 21 au cœur des villes et qui s'invite désormais sur toutes les têtes !

DANETTE : Première année sur le Tour de France, mais plus de 100 ans que les supporters se lèvent pour Danette ! Cet été, la marque fait entrer un nouvel objet culte dans le peloton : son bob pop et

iconique. Un design coloré, impossible à laisser filer au passage de la caravane ! Danette va une fois de plus mettre tout le monde d'accord et faire lever tous les Français, bien décidés à l'attraper au vol.

LA VACHE QUI RIT : Ambassadrice de la bonne humeur et après deux années sur le Tour de France, La Vache qui Rit revient cette année avec une grande nouveauté : Un bob rouge aux couleurs de la marque, décoré d'une multitude de têtes de La Vache qui Rit. Un bob incontournable pour faire sourire toutes les générations sur le parcours !

PANZANI : Fournisseur officiel du Tour de France pour la deuxième année consécutive, Panzani rejoint cette année le cercle des distributeurs de bobs de la Caravane ! Fidèle à ses engagements, la marque met à l'honneur à travers ce nouveau bob très graphique le blé français utilisé pour la fabrication de ses pâtes. Un bob qui deviendra bientôt incontournable sur les routes du Tour, célébrant la place centrale des pâtes dans l'alimentation des sportifs. Un bob oui, mais un Panzani !

TOURTEL TWIST : Synonyme de fraîcheur et de convivialité, Tourtel Twist, la boisson iconique à base de bière sans alcool 0,0% et de jus de fruit, revient sur les routes avec une recette inédite offrant le même plaisir, sans sucres, pour désaltérer les spectateurs. Cette année encore, le grand public pourra retrouver un bob aux couleurs de la boisson, à la couronne vert et blanc et au bord jaune éclatant, un bob tricolore qui rappelle l'été et qui promet de garder au frais.

ZOO PARC DE BEAUVAL : Enfin, référence directe et emblématique à l'animal fétiche du ZooParc de Beauval, le bob panda fait aussi son retour pour la deuxième participation du parc à la caravane du Tour de France. Ce modèle en noir et blanc, agrémenté de petites oreilles noires ne manquera pas de ravir toute la famille, de quoi promouvoir la biodiversité avec style.

À propos de Brasseries Kronenbourg : Filiale française du Groupe Carlsberg depuis 2008 et brasseur en Alsace depuis 1664, Brasseries Kronenbourg est le premier brasseur français. Nous produisons environ 600 millions de litres de bière par an dans la plus grande brasserie de France à Obernai (Bas-Rhin) et détenons 25 % du marché à travers un portefeuille de marques diversifiées : 1664 (la bière française la plus vendue dans le monde), Grimbergen (la bière de dégustation la plus demandée), Tourtel Twist (une boisson à base de bière 0,0 % d'alcool et de jus de fruit), Kronenbourg (le grand nom de la bière alsacienne), Carlsberg (la grande marque internationale), Skøll Tuborg (la bière tendance), Somersby (la fusion entre la bière et les saveurs fruitées), La Bête (la bière du nord qui révèle les forces du malt). Forte de 360 ans d'expérience, Brasseries Kronenbourg, c'est plus de 1000 passionnés de la bière en France.

À propos de CENTURY 21 : 1^{er} réseau d'agences immobilières dans le monde, CENTURY 21 fédère en France 960 agences et 7 070 collaborateurs, présents sur l'ensemble du territoire. Le réseau couvre l'ensemble des métiers de l'immobilier : transaction (ancien, neuf, luxe, commerces et entreprises), gestion locative, syndic de copropriété et conseil en investissement. Cette puissance nationale repose sur un maillage territorial unique, permettant à chaque agence de s'appuyer sur des outils, des méthodes et une expertise reconnus, tout en développant une connaissance fine de son marché local. Acteur engagé au cœur des territoires, CENTURY 21 contribue activement à la vie locale et accompagne durablement les projets immobiliers des Français, avec proximité, exigence et professionnalisme.

À propos de Danone France : Danone, leader français de l'agroalimentaire, accompagne depuis des générations les Français tout au long de leur vie avec pour mission d'apporter la santé par l'alimentation au plus grand nombre. Du petit-déjeuner au diner, Danone est là au quotidien, avec ses 26 marques certifiées B CorpTM telles que Activia, Alpro, blédina, Danette, evian, Laboratoire Gallia, Nutricia ou encore Volvic, pour proposer des produits laitiers et d'origine végétale, des eaux minérales naturelles et de la nutrition spécialisée. Avec un ancrage territorial autour de nos 25 sites, nos 6 500 collaborateurs et près de 2 000 agriculteurs et éleveurs partenaires, nous travaillons chaque jour pour proposer une alimentation locale et durable tout en innovant au quotidien pour répondre aux attentes des Français.

À propos du Groupe Bel : Le Groupe Bel est un acteur majeur du segment de portions fromagères, fruitières et végétales dont la mission est d'offrir une alimentation plus saine et plus durable pour tous. Son portefeuille de marques différenciées et reconnues à l'international comprend La Vache qui rit[®], Kiri[®], Babybel[®], Boursin[®], Pom'Potes[®] et GoGo squeeZ[®], ainsi qu'une vingtaine de marques locales. Ensemble, ces marques ont permis au Groupe de réaliser un chiffre d'affaires de 3,83 milliards d'euros en 2025. Environ 11 000 collaborateurs répartis dans 60 filiales à travers le monde contribuent à la mission du Groupe. Les produits Bel sont fabriqués sur 30 sites de production et distribués dans plus de 120 pays.

À propos de Panzani : Panzani est le fabricant français de pâtes alimentaires leader du marché¹. C'est l'histoire vraie d'une marque bienveillante créée en 1950 par un Français d'origine italienne passionné, Giovanni Panzani devenu Jean, qui a contribué à faire découvrir tout le plaisir des pâtes aux français. Aujourd'hui, la marque continue de perpétuer son savoir-faire de semoulier-pâtier pour fournir à ses consommateurs des pâtes de grande qualité et accessibles à tous. Parce que "Des pâtes oui, mais des Panzani."

À propos du ZooParc de Beauval : Avec plus de 35 000 animaux, 800 espèces, 46 hectares et près de 2 millions de visiteurs en 2025, le ZooParc de Beauval est l'une des destinations touristiques préférées des Français. Classé n°1 des zoos en France et 4e mondial, la mission du ZooParc de Beauval s'articule autour de quatre piliers : la conservation des espèces, la recherche scientifique, l'éducation à l'environnement et le bien-être animal.

Contacts presse : Scopus Communication

Alison Lataste / 06 69 17 14 96 / alison.lataste@scopuscommunication.fr

Sylvain Camus / 06 12 16 38 60 / sylvain.camus@scopuscommunication.fr