Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Laurent Garcia le 30 juin 2026

Ruckfield c’est beau la vie, pour les grands et les Chabal



Ruckfield, la marque de prêt-à-porter lancée en 2008 au Pontet en partenariat avec Sébastien Chabal s’associe à Haribo pour proposer une nouvelle collection très acidulée pour cet été.

Cet été, Tony Mathis, directeur général de la marque Ruckfield de vêtement conçu autour de Sébastien Chabal, et l’ancien rugbyman international tricolore s’offrent une parenthèse sucrée en s’associant avec Haribo, la célèbre marque de confiserie allemande particulièrement bien implantée dans le sud de la France.

Un univers décalé et acidulé

La collection fusionne l’ADN des deux marques en intégrant les codes visuels d’Haribo dans un univers sportif décalé. Des pièces, allant des tee-shirts aux polos et chemises, proposent des graphismes où les

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Laurent Garcia le 30 juin 2026

emblématiques bonbons remplacent les motifs traditionnels du rugby. On retrouve ainsi des silhouettes de joueurs stylisées, des numéros de maillots revisités ou des motifs all-over. « Le shooting, réalisé au Musée Haribo à Uzès, qui fête ses 30 ans cette année, ajoute une touche encore plus symbolique à la rencontre entre ces deux marques », explique Tony Mathis, lauréat en octobre dernier du prix du courage de la CPME 84 remis à l'occasion de la 6e édition des Trophées des entrepreneurs positifs en Vaucluse.



Tony Mathis, directeur général de la marque Ruckfield, et Sébastien Chabal. Crédit : DR/Ruckfield/Haribo

Une gamme pensée pour le plus grand nombre

La collaboration se décline en une gamme variée, elle comprend un sweat à capuche, une chemise à

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Laurent Garcia le 30 juin 2026

manches courtes, deux modèles de polos et quatre t-shirts. Des accessoires ont également été développés : short de bain, bob, casquette, chaussettes, porte-clés et ballons de rugby aux couleurs de la collection. La marque s’inscrit dans une démarche de mode inclusive, cette dernière propose un large choix de tailles, du S au 6XL selon les modèles. Cette démarche vise à rendre la collection accessible au plus grand nombre, en phase avec l’esprit convivial et populaire des deux marques.



Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Laurent Garcia le 30 juin 2026

Crédit : DR/Ruckfield/Haribo



Crédit : DR/Ruckfield/Haribo

Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Laurent Garcia le 30 juin 2026



Crédit : DR/Ruckfield/Haribo

Vers une mode plus éco-responsable

Par ailleurs, de nombreuses pièces sont confectionnées en coton biologique certifié GOTS, tandis que

Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Laurent Garcia le 30 juin 2026

certains articles intègrent des matières recyclées.
La collaboration entre Ruckfield et Haribo se prolonge avec de nombreux accessoires estivaux : short de bain, bob, casquette, chaussettes, porte-clés et ballons de rugby aux couleurs de la collection.

Chabal transforme son image en capital
Ce qui rend cette collaboration intéressante, c'est ce qu'elle révèle sur la façon dont Sébastien Chabal construit sa marque depuis plusieurs années.
Beaucoup d'anciens sportifs se contentent de prêter leur nom à un produit. Qu'il s'agisse d'une ligne de vêtements, de parfums, ou bien même de simples publicités; Tout cela revient à monnayer une notoriété tant qu'elle dure : ça rapporte certes mais elle s'épuise avec le temps et la mémoire du public. Chabal, lui, a fait les choses autrement : il a transformé son image que ce soit par sa carrière, son physique imposant contrastant avec la bienveillance dont il fait preuve ou encore son lien au rugby, en un véritable levier pour la marque. Concrètement, Ruckfield ne vend pas un 't-shirt signé Chabal', il vend une identité de marque 'bon vivant', qui pourrait par ailleurs continuer d'exister même sans lui.

> Le géant Sébastien Chabal fête les 10 ans de sa ligne de vêtements et de sa boutique Ruckfield aux Angles

Le choix des grandes tailles (jusqu'au 6XL) illustre bien cette logique. C'est un segment du marché du vêtement que bien des marques évitent, souvent jugé trop compliqué à produire ou peu valorisant en termes d'image. Que Chabal, lui-même un grand gabarit, ait identifié ce besoin tôt n'est pas un hasard. En effet, il transforme une caractéristique personnelle en idée pour sa marque, sur un terrain que peu de concurrents occupent.
La multiplication des collaborations (comme avec du saucisson et du fromage) va dans le même sens. Ce ne sont pas des coups marketing isolés, mais une stratégie cohérente : chaque partenariat vient renforcer la même image de marque, populaire et sans prétention.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Laurent Garcia le 30 juin 2026



Crédit : DR/Ruckfield/Haribo

Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Laurent Garcia le 30 juin 2026



Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Ecrit par Laurent Garcia le 30 juin 2026

Crédit : DR/Ruckfield/Haribo



Crédit : DR/Ruckfield/Haribo

Une présence remarquée dans le Grand Avignon

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Laurent Garcia le 30 juin 2026

Outre Ruckfield, dont le siège est la première boutique sont aux Angles après avoir vu le jour dans les locaux de la société vauclusienne Norprotex, Sébastien Chabal est particulièrement présent sur le territoire économique du Grand Avignon. En effet, il a élaboré sa propre cuvée en partenariat avec le Cellier des chartreux de Pujaut. Une collaboration qui a débuté il y a près de 10 ans maintenant grâce notamment à Tony Mathis, qui était alors joueur du RCARG (Rugby club les Angles Gard rhodanien). Pour cela, Sébastien Chabal avait notamment acquis près de 3 hectares de vignes sur les hauteurs de Pujaut afin de devenir à cette occasion le 81e coopérateur du cellier des Chartreux.

Plus près de nous, il semblerait qu'il fasse partie des potentiels repreneurs du restaurant du Quai des saveurs, sur le parvis de la gare centre d'Avignon. 'Caveman', son surnom quand il jouait dans le championnat d'Angleterre, serait associé à Joannes Richard, champion du monde de burger multi récompensé, ainsi que Tony Mathis pour ouvrir un Jo's burger.

Zélie Bienaimé (stagiaire info com Avignon université) & Laurent Garcia

Fin du Quai des saveurs, les burgers de Chabal prêts à prendre le train en marche ?