Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 2 novembre 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 le 2 novembre 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 le 2 novembre 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.



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 2 novembre 2026

Crédit : DR/Ruckfield/Haribo



Crédit : DR/Ruckfield/Haribo

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 2 novembre 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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 2 novembre 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 le 2 novembre 2026



Crédit : DR/Ruckfield/Haribo

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 2 novembre 2026



Ecrit par le 2 novembre 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 le 2 novembre 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 ?

Florajet propose des bouquets gourmands avec Haribo

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 2 novembre 2026



Florajet, spécialiste de la livraison de fleurs basé à Cabrières d'Aigues, dévoile une collaboration inédite avec le géant des confiseries Haribo au travers de bouquets mêlant fleurs et bonbons.

Après une collaboration en édition limitée avec la marque LEGO® durant l'été, Florajet s'allie à la marque iconique de confiserie Haribo et propose des bouquets de fleurs agrémentés de paquets de bonbons. Une touche gourmande et originale pour faire plaisir à la personne de son choix.

Ainsi, le public a le choix entre deux bouquets : un bouquet dans lequel les paquets de fraises tagada se fondent aux roses rouges, ou bien le bouquet 'Folie Gourmande' avec des paquets de bonbons variés assemblés avec du pistachia.

« En collaborant avec Haribo, symbole de joie et de gourmandise depuis plus de 100 ans, Florajet.com franchit une nouvelle étape dans cette démarche, en explorant une façon totalement nouvelle d'offrir », affirme l'entreprise.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 2 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 2 novembre 2026



©Florajet

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 2 novembre 2026

Pour Halloween, Haribo met le paquet au musée du bonbon à Uzès





A l'occasion de la fête d'Halloween Haribo, n°1 du bonbon en France, propose de nombreuses animations sur ce thème dans son musée situé à Uzès.

Près de 112M€, c'est le chiffre des ventes de confiserie de sucre pour Halloween l'an dernier en France (+21% par rapport à 2021). Cette fête des fantômes, vampires, monstres, manoirs hantés, squelettes et sorcières est devenue le temps fort de l'année, une parenthèse enchantée de 'lâcher prise' pour les enfants comme pour les parents et grands-parents.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 2 novembre 2026



Haribo propose plus de 1000 produits différents.© Haribo

200 000 visiteurs par an à la Boutique Haribo
Haribo qui est leader avec 42,4% de parts de marché en France, devant Carambar (14,6%) et Lutti (14,3%) a multiplié ses ventes par 6 en 2022 et compte bien réitérer voire progresser cet automne. Et il n'existe que 2 usines dans le sud de l'hexagone, l'une à Marseille, près des Arnavaux et de l'Autoroute Nord, ouverte en 1967 par le fondateur allemand qui a trouvé l'acronyme avec les 2 premières lettres de son prénom (HAns), de son nom (RIegler) et de sa ville natale (BOnn) et la seconde à Uzès où il a racheté Ricqlès-Zan en 1987. C'est là, dans le Gard, qu'est accolé le seul Musée du bonbon de la marque et sa plus grande boutique qui accueillent plus de 200 000 visiteurs par an, ce qui en fait l'un des 5 pôles d'attraction majeurs du tourisme dans le département.

> « Je suis tombée amoureuse de la marque. »
>
> *Marina Maurin, responsable du Musée du bonbon Haribo à Uzès*

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 2 novembre 2026



La boutique du musée Haribo du bonbon à Alès accueille 200 000 visiteurs par an.© Haribo

Marina Maurin travaille depuis 20 ans chez Haribo. Elle a débuté à Uzès par un job d'été, ça lui a plu, elle a continué, grimpé les échelons, installé des boutiques (à Miramas et Romans notamment) et elle est de retour dans le Gard depuis 2020 où elle est respon du Musée d'Uzès. « Je suis tombée amoureuse de la marque. C'est une passion. On fabrique des produits de qualité. Les Dragibus fêtent leurs 50 ans, la fraise Tagada est la préférée des français. Et ici, c'est un lieu de vie unique et magique pour toutes les générations. »

26 000 tonnes bonbons sortent de l'usine d'Uzès chaque année

Ce sont 26 000 tonnes de bonbons qui sont fabriquées chaque année sur le site d'Uzès. Un Lieu qui compte 250 salariés en tout, la majorité pour la production en confiserie, une quinzaine de CDI à temps plein pour la boutique et le Musée et, en ce moment pour Halloween qui se déroule jusqu'au 31 octobre, une quinzaine d'étudiants en CDD pour faire face à l'afflux de visiteurs.

Le plein d'animations pour la semaine d'Halloween

« Pour cette semaine cruciale, comme ce sont les vacances de la Toussaint, nous avons plein d'animations. Des chasses au Dragibus, des Nocturnes terrifiants (les 30 et 31 octobre jusqu'à 21h) mais pas trop pour ne pas affoler les tout petits, des devinettes, des monstres déguisés, des 'escape-games' pour gagner plein de cadeaux, des entrées offertes » explique Marina Maurin, enthousiaste. « C'est un métier passion et j'ai gardé la joie de l'enfance. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 2 novembre 2026

Comme le chantent le slogan et la pub à la TV, ‘Haribo c’est beau la vie, pour les grands et les petits’ et la magie opère depuis plus d’un siècle, avec les Carensac, Fraizibus, Tagada, Croco, Zan, l’ourson ‘Goldbär’ ou bien encore les chamallows-choco. Tout en douceur depuis 1920, date de la création d’Haribo.

Musée Haribo. Haribo Pont des Charrettes. Chemin du Moulin de Bargeton. Uzès. 04 66 22 74 39. accueil.musee@fr.haribo.com

