

DISCOVERY

SAINT-TROPEZ

Magazine officiel de Saint-Tropez Tourisme



Exposition

BB & Romy

DESTINS CROISÉS POUR LES ICÔNES DU 7^E ART

N°14 • Annuel 2022/2023 • French & English version



SAINT-TROPEZ

divinenciel

Experts en stratégie de communication - Hôtellerie, restauration & art de vivre



Georges V



Pampy



Simone Zanoni



ONDA Street Food



La French SVP



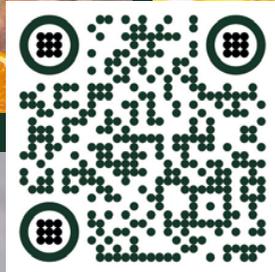
Reyna



Georges V



DelaCrem



BRANDING



SHOOTINGS



RÉSEAUX
SOCIAUX



SITES WEB



PRESSE &
INFLUENCE



EVENT

PARIS • MARSEILLE • SAINT-TROPEZ

divinenciel.com - 04 91 52 09 57

Les Tropéziens ont du talent

BENJAMIN MEIFFRET,
SON AGENCE DE COMMUNICATION
DIGITALE VALORISE LES ACTEURS DE
LA GASTRONOMIE.

Issu d'une famille tropézienne connue de tous, Benjamin Meiffret, expert en communication et marketing est le créateur de l'agence « Divinemenciel » spécialisée dans l'accompagnement des Chefs et des marques culinaires.



Une scolarité heureuse à Saint-Tropez sur les bancs de l'école Les Lauriers, du collège du Moulin Blanc et du lycée du Golfe lui ouvre les portes des classes préparatoires de HEC Paris et de l'École supérieure de commerce de Montpellier. Après de brillants débuts professionnels comme courtier dans l'aéronautique, Benjamin décide de se lancer dans le domaine de la gastronomie qui le passionne depuis toujours. En 2009, boosté par l'essor du secteur, le jeune chef d'entreprise crée la société Divinemenciel, pionnière dans la communication gastronomique : « *En plein cœur des débuts de l'engouement pour la food, j'ai saisi l'opportunité d'accompagner les professionnels de la restauration sur le chemin de la communication digitale.* »

À la naissance de ses enfants Eulalie-Rose et Gaston, après vingt ans de carrière dans la capitale, Benjamin décide tout naturellement de se rapprocher de son sud natal et déménage il y a trois ans avec sa famille à Marseille où il installe la deuxième antenne nationale de son agence.

Sa dynamique équipe de dix personnes répond aux besoins des acteurs de la gastronomie, « *notre but est de permettre aux professionnels d'optimiser leur image tout en définissant une stratégie efficace dans leur développement économique. Aujourd'hui les marques, les groupes hôteliers et les restaurants sont tout à fait conscients de l'impact du secteur du digital.* »

« *Notre famille est tropézienne depuis 13 générations.* »

"*Our family has been Tropezian for 13 generations.*"



L'équipe de Divinemenciel dans leur bureaux marseillais

HIS DIGITAL COMMUNICATION
AGENCY PROMOTES THE
GASTRONOMY INDUSTRY.

Born into a well-known Tropezian family, Benjamin Meiffret, is the creator of the "Divinemenciel" agency, which specialises in supporting chefs and culinary brands.

He attended the preparatory classes of HEC Paris and the Montpellier business school. Benjamin decided to launch himself into the field of gastronomy, and in 2009, the young entrepreneur created the company

Divinemenciel, a pioneer in gastronomic communication. After a twenty-year career in the capital, Benjamin decided to move closer to his native south and three years ago moved to Marseille where he set up the second national branch of his agency. His dynamic team

responds to the needs of players in the gastronomy sector, our clients are palaces, starred chefs, street food leaders, international gastronomic players who wish to establish themselves in France, exceptional wine estates... like Camille Coste's Mas de Pampelonne, which entrusted Benjamin with the communication of Pampy, a delicious artisanal orange wine. •

- › *Nos clients sont des palaces, des chefs étoilés, des leaders de la street food, des acteurs gastronomiques internationaux qui souhaitent s'implanter en France, des domaines viticoles d'exception... » à l'image du Mas de Pampelonne de Camille Coste qui a confié à Benjamin la communication du Pampy, un délicieux vin d'orange artisanal. « Je viens de lancer un nouveau projet appelé RAFFFALE, centré sur la production de contenu photo & vidéo et destiné aux professionnels de l'hôtellerie et de la restauration et tout naturellement je souhaite développer des partenariats de qualité au cœur du Sud de la France et de la presqu'île, à l'image de celui organisé avec le festival des chefs du printemps dernier » conclut l'acteur économique tropézien qui aime se ressourcer dans la maison familiale de la place des Lices, notamment pendant la Bravade où il joue fidèlement du fifre dans les rangs de la clique « depuis près de 30 ans ». Saint-Tropez et Benjamin, c'est vraiment l'Amour Food ! • CR*



L'équipe de Divinemenciel au salon Food Hotel Tech 2022



CEDRIC MEIFFRET

ENTRE L'ASIE ET LA FRANCE, UNE CARRIÈRE CONSACRÉE
AUX TÉNORS DU LUXE ET DE LA PARFUMERIE.

BETWEEN ASIA AND FRANCE, A CAREER DEVOTED TO THE LEADING
NAMES IN LUXURY AND PERFUMERY.

Descendant d'une illustre famille tropézienne qui offrit à l'histoire maritime plusieurs valeureux marins et un capitaine de vaisseau qui participa à la conquête de Saint-Domingue, qui aurait pu dire que ce joyeux garnement passé par L'École des Lices puis les Pères maristes serait à l'origine d'une des marques de parfum les plus prometteuses du moment.

L'alliance d'un esprit vif et créatif appuyé par un solide CV – Prépa HEC Sup de Co, Master en international à la Sorbonne – booste la carrière de ce brillant Tropézien. Parti à Singapour en 1997 pour sa première mission dans le cadre du service militaire volontaire en entreprise, il y sera remarqué par LVMH qui lui offre son premier contrat pour la maison Kenzo avant de l'expatrier à Hong Kong pour accompagner le déploiement de la marque en Chine.

De retour en France en 2001, il bénéficie d'une évolution interne vers la marque Dior avec un nouveau défi, le développement du parfum Dior Homme. Un projet hautement stratégique en qualité de chef de groupe aux côtés de l'icône mode Heidi Slimane. « Cette expérience m'a permis de maîtriser toutes les étapes de la création d'un grand parfum, et d'évoluer auprès de décideurs de très haut niveau. »

On peut dire que c'est un succès puisque quinze après son lancement ce jus parade toujours dans le top 5 mondial. « En 2005, lorsque je reçois une proposition de IFF, leader mondial de la création de parfums, je fonce sans hésiter avec l'envie de poursuivre mon parcours aux côtés des meilleurs parfumeurs du monde. »

Descendant of an illustrious Tropezian family, he knew that he would be at the origin of one of the most promising perfume brands of the moment.

The combination of a lively and creative spirit and a Master's degree in international studies at the Sorbonne - boosted the career of this brilliant Tropezian. He left for Singapore in 1997, where he was noticed by LVMH, who offered him his first contract for Kenzo before expatriating him to Hong Kong to accompany the brand's deployment in China.

Back in France in 2001, he was offered a promotion to Dior with a new challenge: the development of the Dior Homme fragrance. "This experience enabled me to master all the stages of the creation of a great perfume."

It was a success, as fifteen years later it is still in the top 5 worldwide. "In 2005, I received an offer from IFF, the world leader in perfume creation, I went for it without hesitation, to continue my career alongside the best perfumers in the world."

Five years later he joined Givaudan, as head of new fragrance development for the L'Oréal group.

Married in St Tropez in 2015 to Amanda and the proud father of two children, Auguste and Alice, he left the comfort of his executive position to get a taste of entrepreneurship. "I'm a fan of extreme sports and competition and I wanted to experience the thrill of creating a company."

How was this new adventure born?

We are three founding partners of MATIERE PREMIERE and friends: Caius von Knorring, an expert in Perfume

5 ans plus tard, il rejoint un autre géant du secteur Givaudan en tant que responsable du développement des nouveaux parfums du groupe L'Oréal.

Marié à Saint-Tropez en 2015 avec Amanda et heureux papa de deux enfants Auguste et Alice, il n'a pas hésité à quitter le confort de son poste de cadre dirigeant pour goûter à l'entrepreneuriat. « *Il me manquait l'adrénaline, moi qui suis amateur de sport extrême, et de compétition je voulais connaître ce grand frisson de la création d'entreprise. Je voulais construire quelque chose de personnel et j'avais confiance dans mon parcours.* »

Comment est née cette nouvelle aventure ?

MATIERE PREMIERE est née de l'envie de partager le métier de Parfumeur. Nous sommes trois associés fondateurs et amis : Caius von Knorring – HEC, expert en parfums et en marketing International rencontré chez Kenzo ; et Aurélien Guichard, maître parfumeur depuis plus de 20 ans, auteur de grands succès pour de nombreuses maisons de couture et créateurs comme Issey Miyake, Narciso Rodriguez, Gucci, Burberry... Lorsqu'Aurélien nous a montré le démarrage de sa production de roses Centifolia à Grasse en 2015, ce fut comme un déclic. Nous voulions révéler la beauté oubliée des naturels, en les remettant au cœur de nos formules, avec une approche minimale et une exécution de très haute qualité.

Quel est l'ADN de la maison ?

Chacun de nos parfums révèle un ingrédient naturel exceptionnel utilisé en overdose. Nous sélectionnons les meilleures matières premières à travers le monde, en privilégiant les filières éthiques et biologiques, et nous produisons nos propres roses et tubéreuses en agriculture biologique dans la région de Grasse. Nos créations sont puissantes et contemporaines, chacune met en avant un ingrédient différent. Lancée chez Harrods à Londres en octobre 2019, MATIERE PREMIERE connaît depuis un développement spectaculaire avec plus de 130 points de vente répartis dans 35 pays. En 2022 la marque se lance à la conquête des États-Unis, du Canada et du Mexique, c'est aujourd'hui l'une des plus dynamiques du secteur.

Que représente Saint-Tropez pour vous aujourd'hui, un port d'attache ou une escale ?

C'est à Saint-Tropez que j'ai grandi où mes parents exercent encore leur activité, et où se retrouve toute la famille depuis 1807. Date à laquelle Augustin Meiffret, notre ancêtre, a acquis notre maison de la place des Lices. Saint-Tropez c'est les souvenirs d'enfance tous les étés à la Ponche, c'est l'odeur de la poudre des tromblons et les chants de bravade qui reviennent en tête au mois de mai, c'est cette vue inimitable du village depuis la mer, c'est aussi le rayonnement international et une attractivité unique au monde qu'il faut continuer de valoriser. • CR



© Alexis Jacquin

Cédric Meiffret, co-fondateur des parfums Matière Première

and International Marketing and Aurélien Guichard, Master Perfumer for over 20 years, author of great successes for many fashion houses and designers. such as Issey Miyake, Narciso Rodriguez, Gucci, Burberry...

What is the DNA of the company?

Each of our fragrances reveal an exceptional natural ingredient. We select the best raw materials, with an emphasis on ethical and organic channels and we produce our own organically grown roses and tuberose in the Grasse region. Our creations are powerful and contemporary. Launched at Harrods in London in October 2019, MATIERE PREMIERE has grown dramatically with over 130 outlets across 35 countries. In 2022, the brand will conquer the United States, Canada and Mexico.

What does Saint-Tropez represent for you today, a home port or a stopover?

I grew up in Saint-Tropez, where my parents worked all their lives, and where the whole family has been since 1807 when Augustin Meiffret, our ancestor, bought our house on the Place des Lices. Saint-Tropez much more than a home port or a stopover, it is my cardinal point. •