

## **GRAND PRIX FOOD & BEVERAGE : LA BRASSERIE CAULIER REMPORTE LE PRIX CHALLENGER POUR SON POP-UP PAIX DIEU A PARIS**

À l'occasion de la première édition du Grand Prix Food & Beverage, organisé par le Groupe Influencia le 18 février, la brasserie belge Caulier a reçu le Prix Challenger – Meilleure activation événementielle pour son pop-up expérientiel Paix Dieu installé à Paris durant l'hiver 2025.

Pensé pour accompagner une marque dans une phase de conquête stratégique, le Prix Challenger distingue une démarche combinant engagement communautaire et déploiement sur un nouveau territoire de marché. Il a été remis sur scène par Arnaud Baudry d'Asson, président d'Øconnection.

### **UNE RECONNAISSANCE AU SEIN D'UN PALMARÈS TRÈS DISPUTÉ**

Cette première édition du Grand Prix Food & Beverage réunissait un jury d'experts agences, annonceurs et spécialistes du goût, chargé de récompenser les campagnes redéfinissant aujourd'hui la communication des marques alimentaires — entre storytelling, expérience et performance.

Dans une sélection comptant notamment Picard Surgelés, Pitaya, Naturalia, Ricoré ou encore Starbucks x Nestlé x Spotify, la Brasserie Caulier se distingue par une activation immersive et retail à forte dimension culturelle. Une reconnaissance d'autant plus marquante que le secteur connaît une transformation profonde : hybridation des formats, montée du brand content et expériences omnicanales deviennent désormais la norme.



« Recevoir le Prix Challenger pour notre pop-up parisien est une grande fierté. Ce projet représentait un véritable cap stratégique pour Paix Dieu : investir un nouveau territoire, créer un lien direct avec notre communauté et assumer une posture ambitieuse sur un marché exigeant. Cette reconnaissance nous encourage à continuer à imaginer des formats différenciants, ancrés dans l'expérience et portés par nos équipes. »

## UN POP-UP IMMERSIF POUR CONQUÉRIR PARIS ET FAIRE CONNAÎTRE PAIX DIEU

Installé du 27 novembre au 31 décembre 2025 dans le Marais, le pop-up Paix Dieu proposait un lieu hybride entre boutique et bar intimiste, plongeant les visiteurs dans l'univers nocturne et céleste de la marque: tunnel étoilé, effets vitraux, ambiance speakeasy et ateliers de dégustation quotidiens animés par un zythologue de la brasserie.

Les visiteurs pouvaient également découvrir la finesse des accords bière & chocolat à travers des créations signées Pierre Marcolini.

Le parcours valorisait la dimension rare et premium de la marque autour d'exclusivités, dont l'édition spéciale Paix Dieu Céleste. Le lieu accueillait également un photobooth ou encore des produits dérivés. Au-delà de la scénographie, le dispositif mettait en avant des bières reconnues pour leur qualité : Paix Dieu Triple et la récente Paix Dieu Nova ont notamment obtenu trois médailles d'or à l'European Beer Challenge et au Concours International de Lyon.

L'opération visait un objectif clair : transformer la découverte de la marque en expérience tangible, créer un point de contact direct avec la communauté des amateurs de Paix Dieu en Ile-de-France et faire découvrir la marque Paix Dieu à une nouvelle clientèle.



## RÉSULTATS

2560 passages en caisse

Plus de 1500 bières vendues (680 Paix Dieu Céleste vendues, 450 Paix Dieu Nova, 400 Paix Dieu Triple)

3,5 millions de reach grâce aux campagnes et à la couverture média digitales réalisées pour l'occasion

20 bars ambassadeurs parisiens mobilisés

Une première à Paris, mais pas un coup d'essai : le concept avait été testé deux années consécutives à Lille comme un véritable laboratoire expérientiel. La capitale représente désormais un marché stratégique pour la brasserie, qui souhaite accélérer l'implantation de Paix Dieu en Île-de-France.

## L'EXPÉRIENCE COMME LEVIER D'ENTREPRENEURIAT ET DE DÉVELOPPEMENT

Chez Caulier, la communication n'est pas dissociée du développement commercial : elle sert directement la conquête de nouveaux établissements partenaires et consommateurs.

La marque Paix Dieu s'appuie notamment sur un réseau solide de bars ambassadeurs soigneusement sélectionnés, élément central de sa croissance. Le pop-up parisien a permis de rencontrer, échanger et recruter de nouveaux partenaires tout en renforçant les relations existantes.

La brasserie souligne également le rôle de l'agence Black Lemon, qui a accompagné toute la scénographie du projet et contribué à la cohérence immersive et premium de l'expérience.



---

### À PROPOS DE LA BRASSERIE CAULIER

Depuis 1996, la Brasserie Caulier, située à Péruwelz (Belgique), brasse des bières vivantes, de caractère et 100 % naturelles. Réputée pour ses gammes Paix Dieu, Bon Secours et Stuut, l'entreprise familiale perpétue un savoir-faire transmis de génération en génération.

En 2026, la brasserie célèbre ses 30 ans : trois décennies marquées par une croissance soutenue — la production est passée de 10 000 à 90 000 hectolitres en dix ans — et par d'importants investissements engagés depuis 2018 puis accélérés en 2022 et 2025.

🌐 <https://www.brasseriecaulier.beer/>

📱 @BRASSERIECAULIER

📍 134 rue de Sondeville, Péruwelz (Belgique)

