BRASSERIE

CAULIER

30 jaar passie van een brouwersfamilie, gebotteld in bieren met karakter.

PERSDOSSIER

NIEUWE PRODUCTIETOOL STAAT SYMBOOL VOOR DE PERMANENTE MODERNISERING VAN DE BROUWERIJ

INHOUDSTAFEL

4 **I. BELANGRIJKE CIJFERS**

6 **II. DE BROUWERIJ BLAAST 30 KAARSJES UIT**

6 Geschiedenis (1996-2026)
8 Waarden
10 Linda en Roger Caulier, een leven in het teken van de brouwerij
14 Vincent Caulier: kwaliteit, innovatie en verantwoord werken. Zijn visie voor de brouwerij
15 Een jubileumweekend dat iedereen samenbrengt

16 **III. GEWORTELD IN HET VERLEDEN, GERICHT OP DE TOEKOMST**

16 Traditie, knowhow, hoge eisen: onze drie kernwaarden
19 Een brouwerij permanent in beweging: investeringen en modernisering
20 De horeca als motor van onze groei
22 Duurzame ontwikkeling als nieuwe strategische koers

31 **IV. DRIE GAMMA'S, DRIE VISIES OP AUHENTICITEIT**

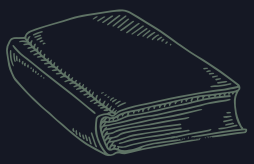
32 BON SECOURS. Geschiedenis in een nieuw jasje
34 PAIX DIEU. Ons icoon in volle opmars
38 STUUT. Vakmanschap in ontwikkeling

40 **DE BROUWERIJ IN PÉRUWELZ, EEN PLEK BOORDEVOL ONTDEKKING EN BELEVING**

40 Bezoeken
41 Workshops bierbrouwen
42 Boetiek
43 Slapen in de guesthouse
43 Eten in L'Atlas

I. ENKELE CIJFERS

30 jaar
eschiedenis



Een team van
95
gemotiveerde
medewerkers

3 Biermerken:
Bon Secours
Paix dieu
Stuut

+31%
groei
sinds 2023

De PAIX DIEU community

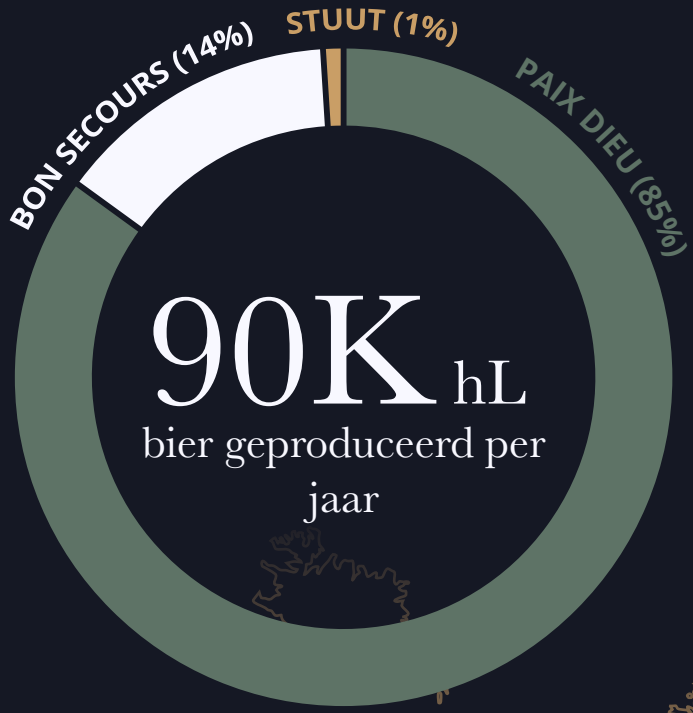
6000
fans van de
PAIX DIEU bieren
leden van het 'BIEN LUNÉE' TEAM

2729
Ambassadeurscafés

68%
Frankrijk

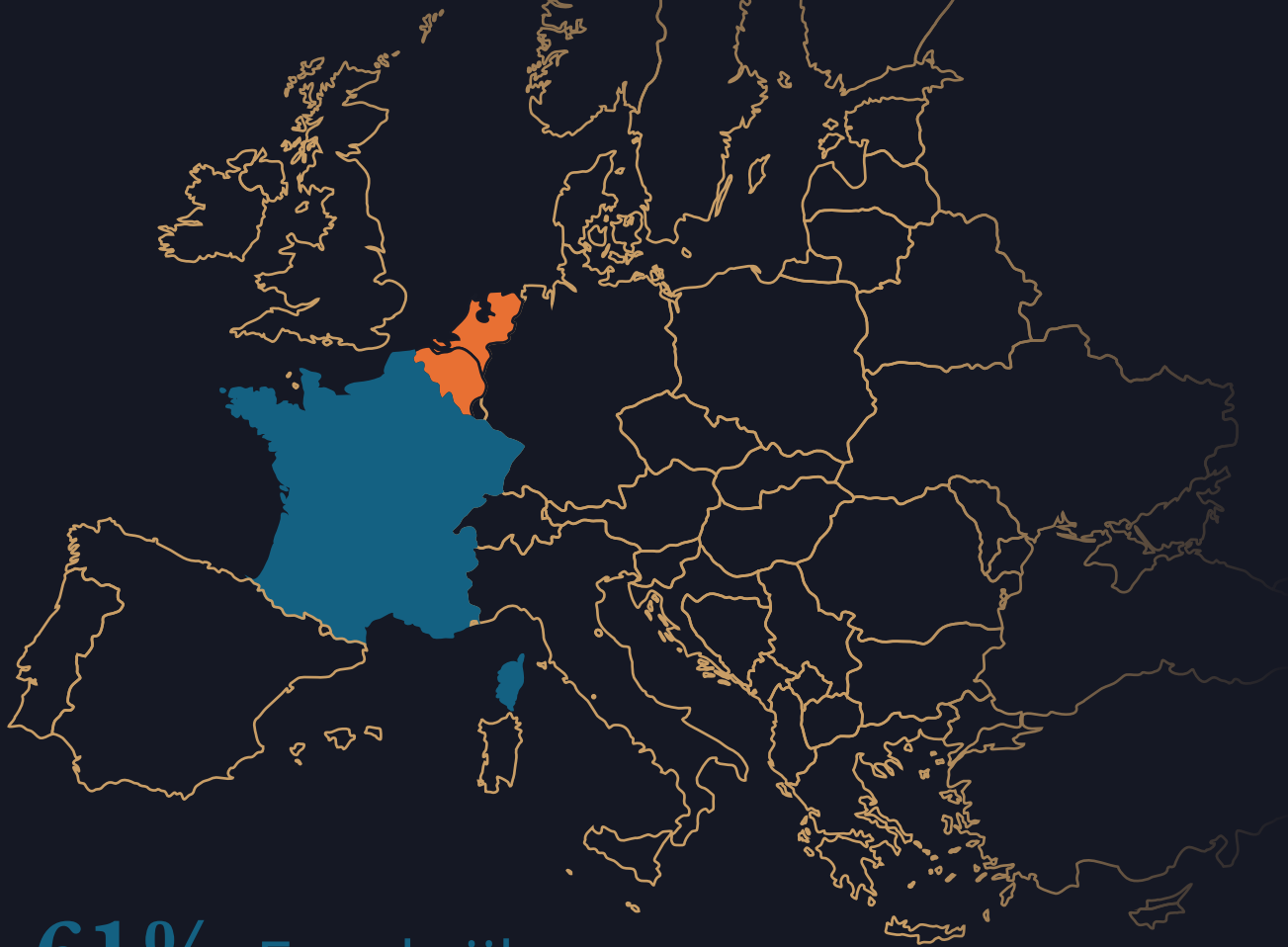
31%
Benelux

Volume & distributienetwerk



30%
in de supermarktsector

70%
HORECA



61% Frankrijk

35% Belgique

3% Nederland

1% Export

II. DE BROUWERIJ BLAAST 30 KAARSJES UIT

GESCHIEDENIS (1996-2026)

Brasserie Caulier ligt in het Belgische Péruwelz en brouwt al 30 jaar haar eigen bieren met één ding voor ogen: mensen samenbrengen.

Zoals veel historische familiale brouwerijen was de brouwerij eerst actief als drankenverdeler. In 1996 besliste ze om daarnaast ook bier te gaan brouwen. Begin jaren 2000 koos de brouwerij ervoor zich volledig toe te leggen op het brouwersambacht.
Na een eerste tien moeilijke jaren aan het begin van de 21ste eeuw boekt de brouwerij vandaag een sterke groei, dankzij de inzet van een gepassioneerd team en het succes van de bieren BON SECOURS, PAIX DIEU en STUUT (+31% groei sinds 2023).

1933

LANCERING VAN DE VERDELING

Charles Caulier besloot zijn mijnwerkersuniform aan de haak te hangen en zich te vestigen als bierhandelaar in Bonsecours, in het zuiden van België.
In deze tijd dronken mensen alleen tafelbier en werd het bier met een stootkar in het dorp verdeeld.

1960

DE TWEEDE GENERATIE

Charles werd ouder en besloot de fakkel over te dragen aan zijn zonen Roger en Christian die intussen in het huwelijksbootje waren gestapt met de zussen Jeannine en Monique. Beide koppels werkten samen met één doel voor ogen: hun handel winstgevend maken.
Ze richtten zich daarbij ook op het openen van cafés en bleven tegelijk verder bier verdelen aan particulieren.

1980

DE GEBOUWEN WERDEN TE KLEIN

In 1980 namen Roger en Linda Caulier het familiebedrijf over en behielden hetzelfde elan. De entrepots werden echter te klein. Daarom kochten ze de gebouwen van een voormalige leerlooierij in Péruwelz. De bieren worden hier tot vandaag de dag gebrouwen.

1996 — De BON SECOURS bieren zien het levenslicht

OPENING VAN DE BROUWERIJ

Begin jaren 90 besloten Roger en Linda hun eigen bier op de markt te brengen: een blond bier van hoge gisting, op bestelling via een maakloon gemaakt. De BON SECOURS was geboren! Ondanks het veelbelovende begin droomden ze ervan hun eigen brouwerij op te richten. Deze droom werd werkelijkheid toen ze het materiaal van brouwerij Deneve in Schepdaal overkochten en in 1996 het eerste bier boven de doopvont hielden!

2012 — Lancering van de PAIX DIEU

DE VIERDE GENERATIE

Vanaf 2012 gingen Laurent, Bertrand en Vincent samen met hun ouders het avontuur aan. Zij hebben dezelfde ambitie: de smaken van weleer bekend maken bij het grote publiek door natuurlijk en levend bier te brouwen met karakter. Dat jaar luidde het begin in van belangrijke investeringen in de brouwerij.

2017 De STUUT bieren zien het levenslicht

2018 EEN NIEUWE BROUWZAAL

Om te kunnen inspelen op de stijgende vraag naar de producten lanceerde de brouwerij in 2018 een groot investeringsprogramma verspreid over meerdere jaren waarmee de productiecapaciteit moest worden verdriedubbeld. De historische brouwzaal werd uitgebreid, er kwamen nieuwe gistingstanks en lagertanks en het vullen van de flessen werd gemoderniseerd.

2022 EEN JAAR WERKEN

In het kader van het investeringsplan om de productiecapaciteit te verdrievoudigen, bleef de brouwerij groeien en bouwde ze een nieuw gebouw en een tweede brouwzaal. De vergistingsruimte en de klimaatkamer werden op hun beurt uitgebreid.

2024 LANCERING VAN DE PAIX DIEU NOVA

Na een jaar onderzoek werd de PAIX DIEU NOVA op de markt gebracht. De nieuwkomer staat nu aan de zijde van zijn grote zus, de iconische PAIX DIEU TRIPEL.
Om de lancering een duwtje in de rug te geven, organiseerde de brouwerij in Rijsel een tweede editie van haar tijdelijke pop-up: Maison Paix Dieu. Het initiatief trok 25.000 bezoekers.

Lancering van een ambitieus duurzaamheidsrapport, opgesteld door een onafhankelijk consultancybureau. Het rapport werd eind 2025 gepubliceerd en openbaar gemaakt en vormt vandaag een belangrijke strategische leidraad voor het bedrijf.

2025 EEN NIEUW PERMANENT BIER VOOR STUUT

STUUT verwelkomde Juicy Dolly. Met deze lancering kreeg het merk een duidelijker gamma, dat voortaan bestaat uit twee permanente bieren: Aloha (IPA) en Juicy Dolly (NEIPA).

WERKEN

De brouwerij startte nieuwe ambitieuze uitbreidingswerken om haar volledige onafhankelijkheid op het vlak van de productie te verzekeren, haar ecologische voetafdruk te verkleinen en haar vestiging nog functioneler en aantrekkelijker te maken (waterzuiveringsinstallatie, een opslagruimte van 280 m², een klimaatkamer van 600 m² en een productieruimte van 380 m² voor vaten, de aankoop van nieuwe gistingstanks...).

2026 JUBILEUMJAAR

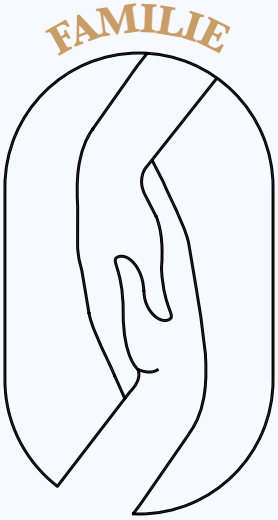
De brouwerij viert haar 30-jarig bestaan en rondt de moderniseringswerken af die in 2022 werden opgestart.

Het historische gamma BON SECOURS werd in een nieuw jasje gestopt: de lancering van het blonde bier, een heroriëntering naar drie referenties (Blond, Tripel en kerstbier) en een vernieuwde visuele identiteit. Oprichting van het netwerk van ambassadeursrestaurants “Maisons Du Bon”.

Paix Dieu Nova maakt zijn intrede in de grote en middelgrote distributie.

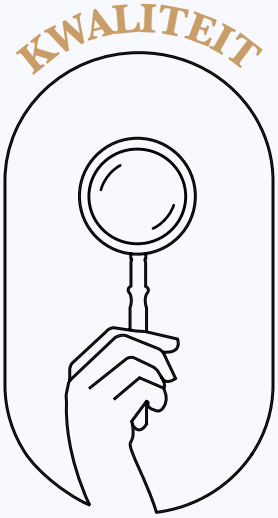
Publicatie van het ambitieuze duurzaamheidsrapport van de brouwerij, opgestart door een onafhankelijk bureau, vandaag een belangrijke strategische leidraad voor het bedrijf.

WAARDEN DIE AL 4 GENERATIES WORDEN DOORGEGEVEN.



De mens op de eerste plaats

Elk gebaar telt



Niets wordt aan het toeval overgelaten

Alles is mogelijk

ONZE MISSIE?
MENSEN SAMENBRENGEN

Naast bier brouwen, smeedt de brouwerij banden tussen medewerkers, klanten, partners, consumenten en gemeenschappen, vanuit de overtuiging dat de meest ambitieuze projecten en de duurzaamste impact voortspruiten uit de kracht van het collectief.

LINDA EN ROGER CAULIER
EEN LEVEN IN HET TEKEN VAN DE BROUWERIJ

Voor het bedrijf een gevestigde familiebrouwerij werd, kende het avontuur van de Cauliers een heel ander begin. Welk begin?

Roger: Inderdaad! Het verhaal van de brouwerij begon in 1933 met mijn grootvader Charles Caulier, die toen die onder de grond als mijnwerker aan de slag was. Op een dag kreeg hij de kans om te werken voor een drankverdeler, en zo lanceerde hij het "Dépôt Caulier". Hij begon allerlei dranken te verkopen: bier natuurlijk, maar ook water, wijn en limonade, wat in die tijd de gewoonte was.

CHARLES CAULIER, OPRICHTER EN… MIJNWERKER!

Geen brouwerij dus in het begin?

Roger Caulier, oprichter van Brasserie Caulier: Nee. Het bier, wat men toen "huishoudbier" noemde, werd hier in de buurt geproduceerd. Mijn grootvader leverde het aan particulieren en cafés, eerst met een stootkar, hond of paard, en later met een gemotoriseerde camion. Aan werk geen gebrek, het dorp Bon-Secours waar hij zich vestigde, werd erg druk bezocht dankzij zijn ligging op een doorgangsweg tussen Frankrijk en België en een restaurant dat door een lokale figuur uit die tijd werd uitgebaat: Fernand Bachelard, of "Atlas", een 'reus' van 2,35 m en 240 kg!

Is het Dépôt Caulier dan al een familiebedrijf?

Roger: Zeker. De vier kinderen van Roger en Germaine werkten er. En ook Gisèle, die de boekhouding deed, en heel wat onderhoudstaken voor haar rekening nam. Het waren harde en lange werkdagen. In de jaren 60 liet Roger de zaak over aan zijn twee zonen, Christian en Charles. Zij ontwikkelden het bedrijf verder en verdeelden bier van de brouwerijen Desmet, Orval, Chimay, Cousin… En nog altijd wat wijn erbij.

Veranderde de komst van de supermarktenhet bedrijfsmodel?

Roger: Ja. Vanaf de jaren 70-80 werd het erg moeilijk: de levering aan huis, het fundament van het bedrijf, stortte in. Het was een tijd met veel veranderingen en waarbij opnieuw een fakkel werd overgedragen: Op 1 januari 1980 nam ik de familiezaak over. Ik was toen 23.

Maar je kende het reilen en zeilen al!

Roger: Zeker. Van kindsbeen af kreeg ik dit met de paplepel mee en droomde ik ervan brouwer te worden. Toen ik twaalf was, zei ik tegen een vriend: "Op een dag prijkt mijn naam op de gevel van een brouwerij!" Toen ik vijftien was, ging ik werken in het depot als magazijnier en op zeventien jaar deed ik leveringen met de vrachtwagen… zonder rijbewijs! Op achttien jaar, in 1976, deed ik mijn legerdienst. Toen ik terugkwam, wilde ik gaan meewerken aan de druivenpluk in Bordeaux, maar door een erg warme zomer begon die een maand vroeger. Dus geen druivenpluk voor mij!

Linda: Maar hij had niets verloren, want dat is de zomer waarin we elkaar leerden kennen! Eén van de eerste dingen die hij tegen mij zei, was: "We zullen drie kinderen hebben, en ons leven zal niet gewoon zijn." Die voorspelling is uitgekomen! We trouwden binnen het jaar en kort daarna raakte ik zwanger van Laurent. En twee jaar later stonden we aan het hoofd van het familiedepot.

GEBOORTE VAN DE BON SECOURS

Hoe verliepen die eerste jaren?

Roger: Heel goed, zeker omdat ik mijn levenslange droom kon waarmaken: ons eigen bier! Uiteraard hadden we toen nog geen brouwerij, dus klopte ik aan bij een brouwerij in de buurt, brouwerij Voisin in Flobecq. Ik vroeg er een amberkleurig bier... maar wat een flop!

Linda: Gelukkig ontmoetten we een gerenommeerd brouwingenieur, Max Autier. Hij herwerkte het recept, en dat werd een succes! We gaven het de naam van het dorp waar ons depot gevestigd was: Bon-Secours!

Jullie hadden het daar bij kunnen houden...

Linda: Oh, dan ken je Roger niet!

Roger: Dat is waar. Ik heb het bedrijf altijd al willen ontwikkelen. In 1982 kochten we, ondanks een gedeeltelijke weigering van de bank, een groter depot. Maar 6 maand later, was het al te klein! Mijn vader belde me en zei me dat er een groot gebouw te koop stond in de rue de Sondeville in Péruwelz.

Het gebouw van de huidige brouwerij?

Linda : Ja. Het probleem is dat er op een paar meter van ons een gelijkaardige zaak was die dranken verkocht aan particulieren en bovendien zelfbediening in de winkel aanbood en benzine verkocht. We vroegen ons af hoe we naast hem konden bestaan.

> “We kochten een groter depot. Maar 6 maand later, was het al te klein!”

Zijn jullie dan ook benzine beginnen te verkopen?

Linda: Ja! En ook fruit en groenten, chocolade, en dranken natuurlijk! Op dat moment begonnen we een beetje het noorden te verliezen. We werkten als gekken. Overdag deden we de winkel, ’s avonds tot middernacht de boekhouding, en op zondag organiseerden we een thé dansant in de taverne die we in het depot hadden geopend.. We werkten zeven dagen op zeven, vijftien uur per dag! Met drie kinderen om voor te zorgen... wanneer ze ons niet hielpen!

EEN BROUWERIJ… GRATIS!

En dan pas verwierven jullie de brouwerij…

Roger: Ja. In die tijd, eind jaren 80, werd onze Bon Secours nog ergens anders geproduceerd, en dat begon ons te wegen. Op een dag ontmoetten we een reddende engel: Marcel Lebeau, hoofdingenieur van brouwerij Bellevue, die net was overgenomen door Interbrew, vandaag AB InBev. Deze man stelde mij zijn diensten voor… gratis!
Gelukkig, want we konden hem niet betalen! En nog beter: hij vertelde mij over een leegstaande brouwerij binnen de Interbrew-groep die beschikbaar was. We gingen ze bekijken en op het moment dat ik naar de prijs vroeg, zei de vertegenwoordiger van Interbrew: "Neem ze maar, meneer, ze is gratis". Ongelofelijk!

Maar ze moest nog opgezet worden…

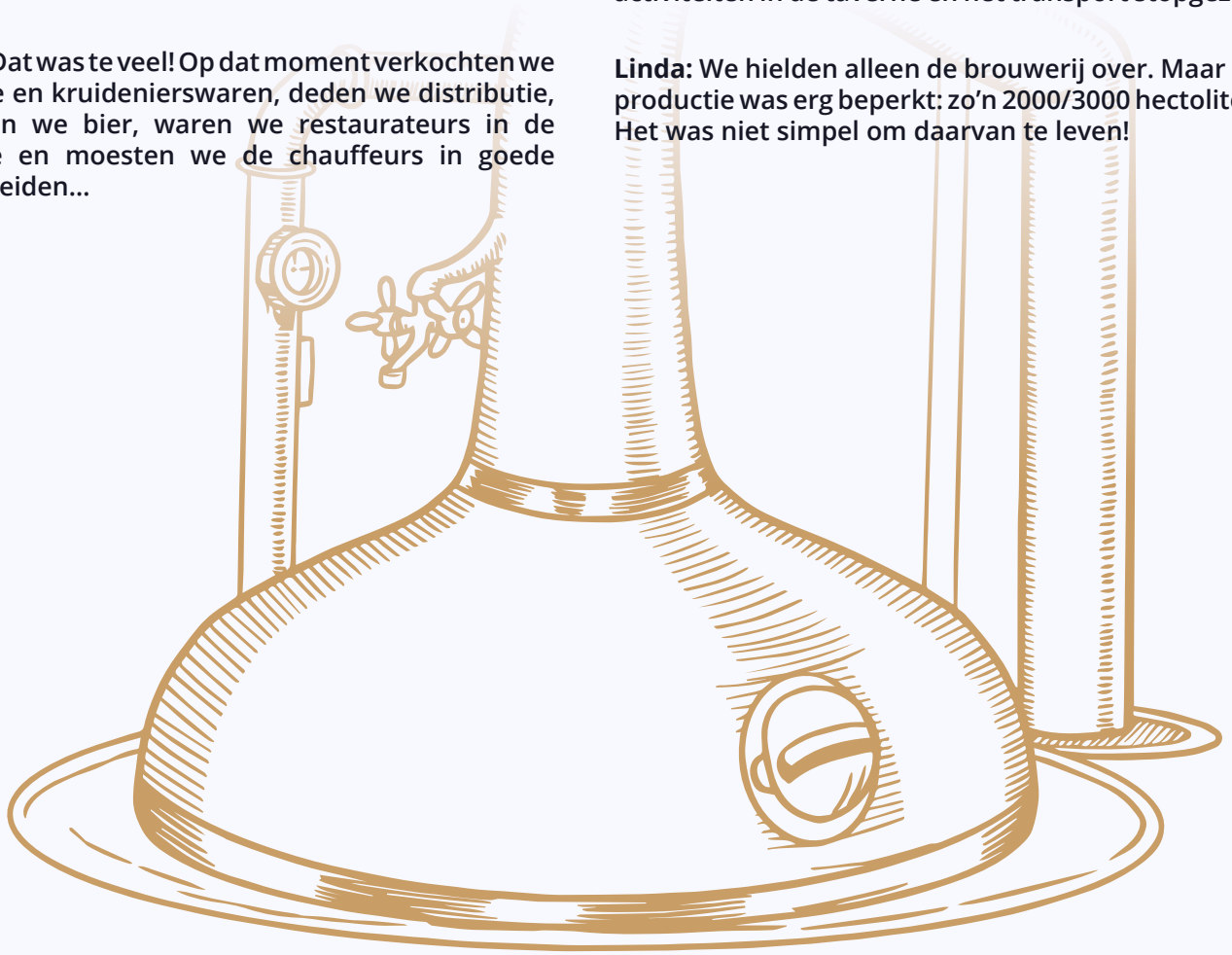
Roger: Inderdaad! We hebben metselaars moeten aanwerven om ons gebouw aan te passen zodat we de brouwerij erin konden onderbrengen. De werken hebben twee jaar geduurd!
Toen de brouwerij in 1996 eenmaal was opgezet en actief was, hebben we ook een heel klein transportbedrijf overgenomen om onze leveringen te optimaliseren.

Linda: Dat was te veel! Op dat moment verkochten we benzine en kruidenierswaren, deden we distributie, maakten we bier, waren we restaurateurs in de taverne en moesten we de chauffeurs in goede banen leiden…

Hebben jullie toen beslist om bepaalde activiteiten te laten?

Roger: Ja. Maar eerst tegen onze wil. Begin jaren 2000 besloten de grote brouwerijen alle distributeurs op te kopen. Eerst wilden we niet. En daarna hadden we geen keuze. We verkochten in 2008. Maar het was te laat, we zaten in een zwakke positie, dus we verkochten slecht. We hebben toen ook de activiteiten in de taverne en het transport stopgezet.

Linda: We hielden alleen de brouwerij over. Maar de productie was erg beperkt: zo'n 2000/3000 hectoliter. Het was niet simpel om daarvan te leven!



FAILLISSEMENT VAN DE BROUWERIJ IN 2008

Wordt de brouwerij dan nieuw leven ingeblazen?

Roger: Integendeel! In 2007 plaatsten we bij onze leverancier een bestelling voor 150.000 beugelsluitingen. Maar deze bleken slecht te werken: we verloren veel geld en al het bier zat al op flessen. In 2008 viel het doek: we gingen failliet!

Linda: Gelukkig konden we de brouwerij na de liquidatie door de curator terugkrijgen. Maar de toekomst zag er somber uit.

Hoe lukte het jullie om weer recht te krabbelen?

Roger: Het lot gaf ons een duwtje in de rug... Op een dag, toen ik diep in de put zat, raakte ik de weg kwijt met de auto en ik kwam ik voor de ingang te staan van een groot gebouw, met een kleine hopveld. Ik ging binnen, een man kwam op me af en zei:
"Welkom in de abdij van Paix Dieu". Hij vertelde me dat vroeger in deze abdij de nonnen bier brouwden bij volle maan. We hadden een lang gesprek en smeedden plannen om samen een bier te creëren. Ik wilde al langer een tripel aan ons gamma toevoegen.

Linda: Op dat moment is Vincent, onze zoon, volledig met ons in het avontuur gestapt. Samen werkten we aan dit nieuwe bier dat zich liet inspireren door de geschiedenis van de abdij. In 2012 nam hij de leiding over de brouwerij en werd de Paix Dieu geboren, een nieuw hoofdstuk in ons verhaal.

Roger: De Paix Dieu zag het levenslicht! En toen herinnerden we ons de woorden van Hugo Bosteels toen we zijn Kwak verdeelden:
«Om een bier tot een succes te maken, heeft het een naam, een verhaal en een glas nodig.» Dus pasten we dit recept toe op de Paix Dieu. De naam en het verhaal, dat hadden we. Maar het glas... dat was een heel ander verhaal!

Vertel verder...

Roger: Op een nacht stond ik op om een glas te tekenen met een afgeschuinde vorm. Ik was zeker dat ik het juiste idee had. Maar om de familie te overtuigen, moesten we een prototype laten maken. We zochten een glasmaker die dit op maat kon maken, met de mond geblazen. Na een lange zoektocht vonden we hem. Toen we het prototype in handen hadden, was iedereen overtuigd. Maar voor een grootschalige productie moest de glasmaker een nieuwe volledig specifieke machine ontwerpen. Wij geloven dan ook dat ons glas een integraal onderdeel is van het succes van de Paix Dieu.

Vandaag prijkt uw naam dus op de gevels zoals u als kleine jongen wilde, en doet het bedrijf het goed. De toekomst ziet er rooskleurig uit?

Roger: Ja, we zijn heel fier op wat onze jongens met de brouwerij hebben kunnen doen.

Linda: In de hoop dat ze iets minder kunnen werken dan wij, en dat het succes nog jaren duurt!

VINCENT CAULIER

GEDREVEN DOOR KWALITEIT EN VERANTWOORDELIJKHEID

EEN NIEUWE GENERATIE AAN HET HOOFD VAN DE BROUWERIJ

In 2012 nam Vincent Caulier op 25-jarige leeftijd het beheer over van de familiebrouwerij die zijn ouders hadden opgericht. Na zijn studie management en een eerste professionele ervaring buiten het bedrijf, stapte hij met hart en ziel in het familieavontuur mede dankzij een hernieuwde interesse in speciale bieren.
Zijn komst luidde een nieuwe fase van de ontwikkeling in voor Brasserie Caulier. Hij behield de identiteit en de basiswaarden van het bedrijf, en zette een strategie op touw voor structurering en groei rond verschillende pijlers: ontwikkeling van het horecasegment, een versnelde **uitrol in Frankrijk, investeringen in de productietools en de lancering van nieuwe merken.**

Een van de grote projecten was de lancering van de Paix Dieu, die in een paar jaar tijd uitgroeide tot het iconische merk van de brouwerij.
Door deze dynamiek kon bedrijf sterk groeien, **met een productie die steeg van 3000 hectoliter in 2012 tot ongeveer 90.000 hectoliter in 2025.**

MODERNISERINGSSTRATEGIE MET HET OOG OP KWALITEIT

Vincent Caulier voert al meer dan tien jaar een **duurzaam investeringsbeleid om de ontwikkeling van de brouwerij te ondersteunen en een hoge productiekwaliteit te garanderen.**
Deze aanpak vertaalt zich in de geleidelijke modernisering van de infrastructuur, de automatisering van bepaalde productielijnen, de installatie van nieuwe gistingsmachines en de versterking van de logistieke capaciteit.
Het doel van deze investeringen is tweeledig: de groei van de brouwerij ondersteunen met behoud van de constante kwaliteit van de bieren die we maken. Deze strategie kadert in een langetermijnvisie:

> **“Onze visie voor Brasserie Caulier is die van een inspirerend, solide en duurzaam familiebedrijf voor de komende 25 jaar.”**

Om deze ontwikkeling in goede banen te leiden, steunt de brouwerij op vier strategische pijlers:

STERKE MERKEN UITBOUWEN MET EEN HOGE TOEGEVOEGDE WAARDE	EEN ONAFHANKELIJKE PRODUCTIE EN DISTRIBUTIE GARANDEREN
ORGANISCHE GROEI VERZEKEREN MET HET OOG OP FINANCIËLE AUTONOMIE	EEN STERKE BEDRIJFSCULTUUR EN EEN ERKENDE POSITIEVE IMPACT CREËREN

EEN VISIE MET HET OOG OP DUURZAAMHEID

Onder leiding van Vincent Caulier **ontwikkelde de brouwerij zich rond vier waarden: kwaliteit, ondernemerschap, familievibe en verantwoordelijkheid.**
Dit begrip van verantwoordelijkheid vertaalt zich in **investeringen in duurzaamheid** en een lagere milieu-impact van de productie. **Vandaag is waterbeheer een prioritaire pijler.** We verbeteren onze productieprocessen voortdurend en lieten een zuiveringsinstallatie bouwen om een deel van het industriële water te zuiveren en te hergebruiken.
Met deze strategie onderstreept Vincent Caulier een visie van de brouwerij gestoeld op continuïteit, overdracht en een verankering van de familiale waarden.

> **“Ik ben gewoon de hoeder van het verhaal van deze brouwerij. Het belangrijkste is dat we in de loop van de tijd kunnen blijven bestaan en, hoop ik althans, dat we ons werk in de best mogelijke omstandigheden aan de toekomstige generaties kunnen overdragen.”**

EEN JUBILEUMWEEKEND DAT IEDEREEN SAMENBRENGT

Van 2 tot 5 oktober 2026: vier dagen om 30 jaar avonturen in onze brouwerij te vieren

Voor haar dertigste verjaardag opent de brouwerij uitzonderlijk de deuren van de vestiging in Péruwelz, voor vier dagen boordevol ontmoetingen, ontdekkingen en gezelligheid. Dit evenement werd bedacht als een uniek hoogtepunt en verenigt partners, klanten, ambassadeurs, buurtbewoners en het grote publiek rond een ongekend programma dat de geschiedenis, vakkennis en de beroepen binnen de brouwerij in de verf zet.

Op donderdag 1 oktober trapt een avond voor de pers en leveranciers van de brouwerij het feest af. Op vrijdag 2 oktober komen de Maisons du Bon en **de verschillende community's** 's avonds samen die de ontwikkeling van de merken van de brouwerij mee **ondersteunen**. Op zaterdag 3 en zondag 4 oktober kan het grote publiek een kijkje nemen achter de schermen van de vestiging langs een immersive parcours vol animatie, workshops, ontmoetingen met de teams en ruimtes die de geschiedenis van ons bedrijf uitademen. Een solidariteitsloop die in het kader van Pink October wordt georganiseerd, zorgt zondag ook voor extra pit.

Bezoekers kunnen vrij rondlopen in de verschillende ruimtes van de brouwerij, van de guesthouse tot de productie-installaties, voor ze naar het pop-updorp gaan met catering, muzikaal entertainment en **de verschillende merken van het huis.**

De festiviteiten eindigen op maandag 5 oktober met de traditionele Nacht van de ambassadeurs, die bijna **1000 gasten onder de trouwste fans** van de brouwerij zal samenbrengen.

Dit evenement is meer dan een jubileum. Het belichaamt de missie van Brasserie Caulier: banden aanknopen en community's samenbrengen die al drie decennia betrokken zijn bij de ontwikkeling van de brouwerij.

III. GEWORTELD IN HET VERLEDEN, GERICHT OP DE TOEKOMST.

DE TRADITIE VAN HET BIERBROUWEN VORMT DE KERN VAN HET PRODUCTIEPROCES

In een tijd waarin de technologische vooruitgang steeds snellere en gestandaardiseerde oplossingen biedt, sloeg Brasserie Caulier een ander pad in: trouw aan het traditionele vakmanschap. Hoewel de brouwerij investeert in moderne uitrusting om bepaalde logistieke aspecten en de kwaliteitscontrole te optimaliseren, boet ze nooit in op de essentie: het productieproces van de bieren.

Caulier wil de smaken uit het verleden nieuw leven inblazen en heeft een **traditionele manier van brouwen behouden die elke vorm van filtering, pasteurisatie of toevoeging van koolzuurgas uitsluit.** Het bier gist van nature verder in de fles, waardoor het een aromatische rijke smaak en complexiteit ontwikkelt die alleen **ambachtelijke processen** kunnen bieden. Deze keuze is verre van een beperking, maar vormt **het kloppende hart van de brouwerij.**

De verpakking illustreert dit engagement ook. Elk bier is gebotteld in **glazen flessen met beugelsluiting**, een **formaat dat meer vraagt, maar trouwer is aan** de traditie. De **massieve houten kratten** voor de opslag en distributie dragen ook bij aan deze wens om **een authentieke ervaring te behouden**, tot in het kleinste detail.

> **“We zijn niet door een transformatie gegaan om ons aan te passen aan de consumptietrends. De manier waarop bier wordt gebrouwen in 2026 is net dezelfde als in 2012. Daar zijn we trots op!”**
>
> **Vincent Caulier**

Door te mikken op een ongewijzigde productie, zelfs ten koste van langere en complexere processen, verdedigt Brasserie Caulier **een visie op het vak waarbij de integriteit van de smaak en het respect voor het product centraal staan.** Een coherente aanpak die een brug slaat tussen zinvolle innovatie en een levend erfgoed.

WALITEIT ALS PERMANENTE EIS

Bij Brasserie Caulier vormt de **kwaliteit van onze bieren de basis van alles wat we doen.** Deze visie vormt de leidraad voor elke stap in het productieproces, van ontwerp tot botteling, en krijgt concreet vorm in een strikte manier van werken die wordt ondersteund door een **speciale kwaliteitsdienst.**

Centraal binnen deze aanpak staat een **picobrouwerij** met een capaciteit van **100 liter**, waarin de brouwomstandigheden op kleine schaal kunnen worden nagebootst om de bieren te testen, bij te sturen en te vernieuwen. Als een volwaardig onderzoeksinstrument wordt de brouwerij zowel ingezet om de **bestaande recepten permanent te verbeteren, als om nieuwe bieren te maken.**

De Paix Dieu Nova is een concreet voorbeeld: de ontwikkeling vergde anderhalf jaar werk, met meer dan 20 tests in de picobrouwerij en vervolgens met brouwsels in 40 HL en 120 HL, alvorens tot een perfect recept te komen. Meer recent **onderging de nieuwe Bon Secours Blond vier maanden lang een proces van onderzoek en ontwikkeling** voordat het bier in juni 2026 werd gelanceerd. Deze hoge eisen getuigen van de aandacht die wordt besteed aan elk detail, met het oog op levende, natuurlijke bieren en **respect voor de identiteit van het huis.**

Elk nieuw recept wordt ook **gezamenlijk goedgekeurd door een intern comité** dat de belangrijkste besluitvormers van de brouwerij verenigt: Vincent Caulier, algemeen directeur, Guillaume Coulon, directeur kwaliteit, Vincent Gochet, directeur marketing en Quentin Lambert, commercieel directeur. **Een collegiale aanpak die borg staat voor consistentie, relevantie en ambitie in de ontwikkeling van de gamma's.**

QUENTIN LOZANO, PRECISIE MET HET OOG OP EEN LEVEND BIER

Quentin Lozano komt oorspronkelijk uit Dijon en ging vijf jaar geleden aan de slag bij Brasserie Caulier. Hij genoot een opleiding in de wijn- en bierwetenschappen en was al heel vroeg geïnteresseerd in een onderwerp waar hij vandaag nog steeds mee bezig is: de troebelheid van het bier, niet als een gebrek, maar als een teken van zijn natuurlijke samenstelling. Bij de brouwerij maakte hij verschillende evoluties door. Hij werkte eerst als stagiair voordat hij brouwer werd en ingenieur op de afdeling Onderzoek & Ontwikkeling. Momenteel waakt hij over de integriteit van de Bon Secours, Paix Dieu en Stuut, dankzij zijn nauwgezette en gepassioneerde aanpak.

> **"Bij de brouwerij draait kwaliteit niet alleen om cijfers, maar ook om coherentie met onze ambachtelijke identiteit"**

STRENGE SELECTIE VAN DE BESTE GRONDSTOFFEN

Bij Brasserie Caulier begint kwaliteit met de selectie van de grondstoffen. Elk ingrediënt wordt zorgvuldig uitgekozen, met maximale prioriteit voor de lokale productie en korte ketens.

Zuiver water, een fundamenteel ingrediënt, is van **lokale** oorsprong en wordt onderworpen aan **strenge controles.**

De **mout** – tarwe, gerst en haver – is **uitsluitend afkomstig van lokale producenten of telers uit de buurt,** met bijzondere aandacht voor de traceerbaarheid en kwaliteit van de granen. **In 2025 was bijna 70% van de gerst die de brouwerij gebruikt afkomstig van regeneratieve landbouw** die de bodem en biodiversiteit herstelt. De brouwerij werkt samen met verschillende gerenommeerde mouterijen: Boortmalt en Dingemans (België), Malteurop (Frankrijk) en La Malterie du Chateau, die slechts op een paar kilometer van de productievestiging liggen. Deze laatste, de oudste mouterij in België, biedt heel wat basis- en speciale moutsoorten voor alle soorten bier, van de lichtste tot de meest complexe, inclusief biologische producten.

Voor de hop gebruikt de brouwerij verschillende variëteiten naargelang va de stijl – Citra, Motueca, Amarillo, Nectaron, Nugget. **We geven echter de voorkeur aan lokaal geteelde hop**, zoals die uit **Poperinge**. Hier worden onder andere de rassen Saaz en Kent gekweekt, die we gebruiken in de recepten van de Paix Dieu Tripel en Paix Dieu Nova.

Wanneer we specerijen in bepaalde recepten gebruiken, komen ze van een leverancier in het Belgische Quiévrain.

Ten slotte is de verse gist afkomstig van een eigen giststam van de Bon Secours. Voor elk brouwsel wordt de gist opnieuw opgekweekt uit de gist die op de bodem van de vorige brouwkuip is achtergebleven. Hij valt op door zijn hoge activiteit, waardoor maar **weinig restsuikers overblijven** en de **fruitige en kruidige aroma's van de mout** optimaal tot hun recht komen.

EEN BROUWERIJ DIE PERMANENT EVOLUEERT: INVESTERINGEN EN MODERNISERING.

> **We brouwen dezelfde bieren als in het begin, maar doen het gewoon met veel efficiënter materiaal.**
>
> **Vincent Caulier**

Deze zin van Vincent Caulier vat de visie van de brouwerij op de modernisering van de machines samen: een geavanceerde industriële techniek die niettemin in het teken staat van de traditie.
De afgelopen jaren investeerde de brouwerij in tal van uitrusting om haar groei te ondersteunen, de productiekwaliteit op te trekken en de milieu-impact te verbeteren. **Het bedrag van deze investeringen in 2025 en 2026 klokte af op bijna 20 miljoen euro.**

Een van de grote projecten is een waterzuiveringsinstallatie.
De eerste waterzuiveringsuitrusting kwam in juni 2026 aan. In oktober 2026 zou ze in werking moeten treden. Deze installatie zal afvalwater uit de productie zuiveren. De brouwerij plant ook een zuivering door **omgekeerde osmose** om een deel van het afvalwater te hergebruiken, met het oog op een optimalisatie van de hulpbronnen en duurzaamheid.

De modernisering van de vestiging houdt ook nieuwe productie- en logistieke ruimtes in:

• **Een opslagruimte van 280 m²**, tussen het productiegebied en de klimaatkamer, zal dienen als transitzone voor goederen die de brouwerij verlaten. Het gebouw is **nu afgewerkt en de definitieve oplevering staat gepland** voor september 2026.

• **Een nieuwe klimaatkamer van 600 m²** wordt momenteel ook uitgerust. Ze is al gebouwd en **kan vanaf juli 2026 worden gebruikt om** de ontwikkeling van de productiecapaciteit te **ondersteunen.**

• De brouwerij richt ook een nieuwe ruimte in **van 380 m² voor het afvullen van vaten**. Vanaf september 2026 zal deze infrastructuur plaats bieden aan een **volledig geautomatiseerde afvullijn voor vaten**, met een installatie voor de uitwendige reiniging van de vaten en een geautomatiseerd systeem om de vaten op en van de palletten te halen. Deze nieuwe lijn zal een **capaciteit van 160 vaten per uur** kunnen draaien.

Op het vlak van het brouwproces investeert de brouwerij in nieuwe vergistingsinstallaties, met de plaatsing van **twaalf nieuwe gistingstanks met een bruikbare inhoud van 480 hL**, aangevuld met een **Clean-in-Place-installatie (CIP) en een halfautomatische vergistingsruimte**. Het geheel zal vanaf september 2026 operationeel zijn.

Tot slot wordt de modernisering van het industriële productieapparaat ook doorgetrokken in de logistiek. In de vestiging van Polaris, in de industriezone, wordt momenteel gewerkt aan **een nieuwe buitenruimte** om leeggoed te lossen en afgewerkte producten te laden. De werken zijn van start gegaan en dit nieuwe logistieke platform zal naar verwachting in maart 2027 operationeel zijn.

DE HORECA ALS MOTOR VAN ONZE GROEI

Sinds haar oprichting bouwde Brasserie Caulier een bevoorrechte relatie op met de horeca, die nu goed is voor 70% van de verkoop. Deze strategische positionering is gestoeld op een familietraditie, een uitgesproken economische beslissing en een filosofie die geworteld is in gezelligheid en gedeelde momenten.

HISTORISCH GEWORTELD IN HET HART VAN DE HORECA

Voordat het bedrijf Caulier een brouwerij op zich was, **verdeelde het bier**. Onder impuls van Linda en Roger Caulier, de ouders van de huidige zaakvoerder Vincent Caulier, richtte het bedrijf zich vooral op **professionals** uit de **horecasector.** Zo kon het een **solide netwerk** en waardevolle expertise opbouwen.

Deze **historische basis** drukte haar stempel op de identiteit van de brouwerij, die de traditie vandaag voortzet door **het liefst van al in zee te gaan met de meest veeleisende horecazaken.**

EEN OVERTUIGDE EN STRATEGISCHE ECONOMISCHE KEUZE

Toen Vincent Caulier in **2012** het roer van het bedrijf overnam, maakte hij de moedige keuze om **de activiteit volledig te heroriënteren op de horeca.** Deze oriëntatie steunt op een duidelijke ambitie: **uitzonderlijke bieren aanbieden in horecazaken die het unieke karakter van de bieren ten volle kunnen uitspelen.**

Dit model is gebaseerd op de strenge selectie van partners en garandeert een optimale ervaring voor de consument. Het zet het imago van de brouwerij in de verf als **een topspeler** in de sector.

EEN FILOSOFIE VAN DELEN EN AUTHENTICITEIT

Deze keuze is méér dan een kanaal om onze bieren te verdelen, ze weerspiegelt een **echte overtuiging.** Brasserie Caulier heeft zichzelf de **missie "mensen samenbrengen"** gegeven. Deze momenten van delen en genieten hebben hun natuurlijke habitat in bars en restaurants, gezellige plekken bij uitstek.

Het is dan ook logisch dat de brouwerij deze manier van werken verkiest, **volledig in lijn met haar visie op de *art de vivre.***

DE AMBASSADEURS VAN DE PAIX DIEU: EEN WEDERZIJDS ENGAGEMENT

De concrete uitwerking van deze bevoorrechte band vertaalt zich in het netwerk van **Paix Dieu ambassadeurscafés, dat vandaag meerdere duizenden horecazaken in Frankrijk en België** telt. Meer dan louter verkooppunten zijn deze **cafés de echte hoeders van de knowhow en de waarden van de brouwerij**. Deze samenwerking is gebaseerd op een **wederzijds engagement:**

"Door Paix Dieu in uw zaak aan te bieden, staat u als eerste borg voor onze knowhow tegenover onze consumenten, zowel bestaande als potentiële.

Daarom besteden wij bijzondere aandacht aan de selectie, maar ook aan de relatie die wij samen zullen opbouwen.

Bij de productie van ons bier, maar ook in de keuze van onze partners, komt de kwaliteit altijd op de eerste plaats.

We selecteren enkel de beste cafés, we kiezen onze medewerkers met zorg uit en weigeren zaken die niet passen bij onze waarden en onze eigen brouwfilosofie."

Brasserie Caulier neemt op haar beurt ook **sterke engagementen op tegenover haar partnercafés.** Als blijk van deze **vertrouwensrelatie behoudt zij exclusieve producten voor hen. Zo krijgen ze een bevoorrechte positie.** Om dit beleid in de kijker te zetten, werd de nieuwste creatie binnen het Paix Dieu-gamma, de Paix Dieu Nova, in avant-première voorgesteld aan de ambassadeurscafés tijdens een speciaal evenement. Daarnaast werden de vaten voor de Nova uitsluitend via dit netwerk verdeeld, vóór elke ruimere verdeling.

2729
Ambassadeurscafés
(In 2026)

"Dit is zeker een toegevoegde waarde voor onze zaak! De mensen komen speciaal bij ons om de Paix Dieu te drinken. We kunnen hen uitleggen dat we ambassadeurs zijn, en dat we daarom Paix Dieu van het vat hebben. Dat we dit kunnen serveren in de glazen van het merk, die enkel voor ons zijn."

Eric Leonet, L'Elysée Beaufort (Huy, BE)

ONTDEK DE LIJST MET DE AMBASSADEURSCAFÉS VAN PAIX DIEU

BEKIJK DE ERVARING(EN) VAN ONZE AMBASSADEURSCAFÉS IN EEN FILMPJE

DUURZAME ONTWIKKELING ALS NIEUWE STRATEGISCHE KOERS

Zich bewust van haar impact en verantwoordelijkheid als lokale speler met een sterke verankering in haar regio, zet Brasserie Caulier al heel wat jaren een reeks **concrete acties** op touw om haar **ecologische voetafdruk te verkleinen. Een van de belangrijkste problemen in de brouwerijsector** is het waterverbruik, dat niet alleen essentieel is voor het brouwen, maar ook om de verschillende machines en onderdelen schoon te maken. **De brouwerij heeft het waterverbruik al aanzienlijk teruggedrongen** van 7 liter naar 5 liter om één **liter bier** te produceren. **Ze streeft ernaar om tegen eind 2025 af te klokken op 3,5 tot 4 liter** dankzij de optimalisatie van haar processen en de installatie van een waterzuiveringsinstallatie ter plaatse. Hierdoor kan het afvalwater worden gezuiverd en opnieuw gebruikt worden voor reinigingsprocessen, waardoor de productielus op een duurzame manier wordt gesloten, en kan het ook worden ingezet voor de productie van biogas.

Naast dit doordachte waterbeheer zet Brasserie Caulier in op het **hergebruik van flessen en statiegeld**, een praktijk die diep verankerd is in de Belgische gewoonten. Daarnaast geven we de voorkeur aan **lokale grondstoffen**. Dit staat borg voor een lokale bevoorrading die de regionale economie ondersteunt én de **CO_2-voetafdruk** van het transport **beperkt.**

EEN SECTOR DIE VEEL WATER VERBRUIKT

Bier brouwen is van oudsher een erg waterintensief proces. Gemiddeld is tussen 5 en 10 liter water nodig om één liter bier te produceren. Dit volume heeft niet alleen betrekking op het water dat in het recept wordt gebruikt, maar ook op het water dat nodig is om de installaties, flessen en uitrusting in elke fase van het proces te reinigen. Het terugdringen van dit verbruik is **vandaag een belangrijke uitdaging voor brouwerijen die aandacht hebben voor hun milieu-impact.**

Deze aandacht voor het milieu, zowel in ecologische als **in territoriale** zin, **weerspiegelt een van de fundamentele waarden van de brouwerij: verantwoordelijkheid.** Een verantwoordelijkheid op lange termijn die zowel draait om het behoud van natuurlijke hulpbronnen als om respect voor de vrouwen en mannen die de brouwerij elke dag doen draaien
Brasserie Caulier is sterk betrokken bij het lokale leven en een partner van heel wat culturele en gastronomische evenementen: Tour des Chefs in Ath, Nocturnales de Beloeil en de 20 km van Brussel in 2025 bijvoorbeeld.

QUELQUES CHIFFRES CLÉS POUR L'ANNÉE 2024

4de KOOLSTOFBALANS IN 2025	723 ZONNEPANELEN TER PLAATSE
98 % CONTRACTEN VAN ONBEPAALDE DUUR	22 % VROUWEN ONDER HET PERSONEEL
0 ONGEVALLEN	83 % EUROPESE HOP
100 % HERGEBRUIKTE BIERDRAF	29 HR-ACTIVITEITEN

DOEL

100%

gerstemout

Uit regeneratieve teelt in 2028

DOEL

85%

leeggoed

dat in 2030 wordt gerecupereerd

DOEL

-40%

water

per liter bier geproduceerd in 2030

DOEL

-30%

broeikasgassen

per hectoliter verkocht bier in 2030

DOEL

5%

van het volume

met bieren < 3% alcohol in 2030

DOEL

> 4

Niveau van teambetrokkenheid behouden>4

De zes belangrijkste doelen van de brouwerij wat betreft duurzame ontwikkeling zijn:

Goede gezondheid en welzijn

Iedereen de kans bieden om in goede gezondheid te leven en het welzijn van iedereen te promoten, ongeacht leeftijd.

De medewerkers van Brasserie Caulier staan centraal in de productie van onze bieren. Zonder hen kunnen we geen kwaliteitsproduct brouwen dat voldoet aan de tradities en familiewaarden. Bier drinken kan ook een negatief effect hebben op de gezondheid van de consumenten die dit niet met mate doen. Dit doel is dus dubbel belangrijk gezien de brede impact.

Proper water en waterzuivering

Iedereen toegang garanderen tot drinkwater en waterzuivering die duurzaam wordt beheerd.

Water is een onmisbare grondstof om bier te brouwen. Het is daarom een must om ons waterverbruik te optimaliseren en onze lozingen te beperken, om deze vitale natuurlijke hulpbron te beschermen.
Water is een waardevolle grondstof vanuit ecologisch oogpunt. Het **is niet onbeperkt beschikbaar en verdient daarom onze zorg en aandacht.**

Schone en betaalbare energie

Toegang garanderen voor iedereen tot betrouwbare, duurzame en moderne energie tegen een betaalbare prijs.

Bierbrouwen kost veel energie. Zo verbruikten we **in 2024 meer dan 1.120 MWh en 2.890 MWh gas om** onze economische activiteit te laten draaien.
We zijn ons hiervan bewust en hebben geïnvesteerd in de installatie van zonnepanelen in onze vestiging.

Fatsoenlijk werk en economische groei

Duurzame, inclusieve en duurzame economische groei promoten, en volledige en productieve werkgelegenheid en fatsoenlijk werk voor iedereen aanmoedigen.

Naast onze kernactiviteit is Brasserie Caulier een belangrijke pijler van de economische ontwikkeling van Péruwelz en de omliggende regio. Wij organiseren regelmatig evenementen die de toeristische aantrekkingskracht van de streek versterken. Via ons lokale engagement ondersteunt Brasserie Caulier verschillende initiatieven binnen de gemeenschap. Daarnaast onderscheiden wij ons door de kwaliteit van de **werkomgeving die wij onze medewerkers bieden** en hechten wij veel belang aan een stabiele en duurzame tewerkstelling.

Verantwoorde consumptie en productie

Zorgen voor duurzame consumptie- en productiepatronen.

Elk jaar brengen wij duizenden verpakkingen op de markt om onze producten in de handel te brengen. De inzameling van deze verpakkingen via het systeem van statiegeld en hun hergebruik vormen een fundamenteel onderdeel van ons bedrijfsmodel. Daarnaast zetten wij actief in op afvalpreventie.
Zo hergebruiken wij 100% van de bierdraf die vrijkomt bij het brouwproces. We schakelen ook geleidelijk over op regeneratieve landbouw, om landbouwpraktijken te ondersteunen die de bodem en de biodiversiteit beschermen. Zo verzekeren wij ons ook van **kwalitatieve grondstoffen.**

Maatregelen om de klimaatverandering tegen te gaan

Dringend maatregelen nemen om de strijd aan te binden tegen de klimaatverandering en de gevolgen.

De groei van Brasserie Caulier heeft onvermijdelijk ook een evenredige toename van haar Co_2-voetafdruk met zich meegebracht. We zijn ons bewust van deze milieu-uitdaging en ons engagement voor duurzame ontwikkeling neemt een centrale plaats in onze fundamentele waarden in. Deze ecologisch verantwoorde aanpak blijkt een must om trouw te blijven aan onze bedrijfsfilosofie. Daarom brengen wij onze uitstoot van broeikasgassen regelmatig in kaart en werken wij concrete maatregelen uit om de uitstoot te verminderen.

Klimaatverandering

Beschrijving van het probleem

De klimaatverandering is een van de grootste uitdagingen van onze tijd. De gevolgen zijn al zichtbaar in alle ecosystemen en menselijke activiteiten. De gevolgen van de klimaatverandering **hebben een impact op** de waardeketen van Brasserie Caulier. **Door onze groei en expansie dragen we ook onvermijdelijk bij aan de uitstoot van** broeikasgassen. In 2024 hebben we 11815,6 ton CO2 -equivalent **uitgestoten**. Naast de impact van de klimaatverandering op de activiteiten, hangt deze uitdaging nauw samen met onze **inzet voor duurzame ontwikkeling.** Het is een must om dit volledig in ons **denken** te integreren, om consistent te blijven met onze identiteit.

11815,6
tCO_2e

4de
KOOLSTOFBALANS AFGEROND

-30 % broeikasgassen
per hectoliter bier verkocht tegen 2030

Energie

Beschrijving van het probleem

Voor onze productieprocessen is veel energie nodig. **Om één hectoliter bier te brouwen, is 59,2 kWh (gas en elektriciteit) nodig. Efficiënt energiebeheer is cruciaal** om onze milieu-impact te beperken en onze productiekosten te verlagen. De overgang naar duurzamere energiebronnen is daarom een noodzaak.

723
ZONNEPANELEN TER PLAATSE

170.046 kWh
HERNIEUWBARE ELEKTRICITEIT GEPRODUCEERD

2 891 745 kWh
GAZ verbruikt

-25 % aardgas verbruikt
per hectoliter bier geproduceerd tegen 2030

Waterbeheer

Beschrijving van het probleem

Water is **een belangrijke natuurlijke hulpbron** voor Brasserie Caulier, zowel voor het productieproces als het **eindproduct. In 2024** was **voor de productie van 1 liter** bier **5,86 liter** water nodig. Hoewel we grondwater uit onze eigen put gebruiken, **is water geen oneindige hulpbron. Het moet dan ook optimaal worden benut om** overexploitatie te voorkomen.

100 %
GRONDWATER UIT EIGEN PUT

5,86 liters
water nodig voor de productie van 1 liter bier

38 915 M3
Water verbruikt

-40 % water verbruikt
per liter bier geproduceerd tegen 2030

Verantwoorde landbouw

Beschrijving van het probleem

De levenscyclus van het bier ontstaat in de velden. Wij hangen van de boeren af voor mout, hop en andere essentiële grondstoffen. Voor Brasserie Caulier is **een verantwoorde landbouw** essentieel. Ze garandeert **grondstoffen van de beste kwaliteit, versterkt de veerkracht van de boerderijen in het kader van de klimaatverandering en draagt bij aan het behoud van een dynamische lokale agrarische structuur.** Dit engagement vormt niet alleen een garantie voor uitmuntendheid, maar ook voor een continue voorziening en een bescherming tegen instabiele productiekosten.

83 %
europese hop

100 % regeneratieve gerstemout
tegen 2030

Circulaire economie

Beschrijving van het probleem

Brasserie Caulier mobiliseert heel wat verschillende grondstoffen voor de productie, verpakking of het verkoop- en promotiemateriaal. In 2024 genereerden we 177 ton afval, waaronder 126 ton glas, 1,4 ton plastic en **26 ton karton. De schaarste** van bepaalde hulpbronnen en het niet-**hergebruik van materialen aan het einde van hun** levensduur vergroten de ecologische voetafdruk. Deze **stromen** bieden evenveel mogelijkheden om **onze gewoonten in vraag te stellen en circulaire productielussen op poten te zetten die waarde toevoegen aan de activiteit van de brouwerij.**

73 %
LEEGGOED OM TERUG TE BRENGEN

100%
hergebruikte bierdraf

126t
glasafval

Welzijn van de medewerkers

Beschrijving van het probleem

Wij hebben 95 medewerkers in dienst. Hun welzijn is een strategische uitdaging, want zonder hen kunnen we geen bier brouwen. Hun inzet en aanwezigheid zijn essentieel om de bedrijfscontinuïteit, de kwaliteit van de productie en de vlotte werking van de brouwerij te garanderen. Je goed, gerespecteerd en erkend voelen op het werk en weten dat er naar je wordt geluisterd, zijn essentiële voorwaarden om **een solidair en duurzaam collectief te creëren dat trots is op wat het doet.** De betrokkenheid van iedereen draagt rechtstreeks bij aan de stabiliteit van de bedrijfsvoering en het succes van de projecten. Het welzijn van onze medewerkers promoten betekent niet alleen de algemene prestaties van het bedrijf optrekken, maar garandeert ook zijn vermogen om te innoveren, zich verder te ontwikkelen en te beantwoorden aan de verwachtingen van klanten en partners.

Hun welzijn is een strategische uitdaging, want zonder hen kunnen we geen bier brouwen

95 % **PRESENTEÏSME**	22 % **vrouwen onder het personeel**
0 **ARBEIDSONGEVALLEN**	228 uur **opleiding per vite**

TOEKOMSTIGE ACTIES

Vanaf 2026 willen we **onze sensibilisering rond de risico's van alcohol versterken**. We koesteren de ambitie om onze medewerkers te begeleiden rond dit gevoelige thema dat nauw verbonden is met onze sector.

In 2026 krijgen we ook een preventieadviseur in onze teams. Deze functie zal onze aanpak rond veiligheid en welzijn op het werk verder structureren en professionaliseren.

Wat **de integratie van interim-medewerkers** betreft, zullen we een **specifiek programma opzetten**, zodat ook zij een aangepaste opleiding krijgen en een goed begrip van veiligheidsregels en werkmethoden.

Om de ontwikkeling van vaardigheden en continu leren te **promoten**, zullen we een uitgebreid opleidingsaanbod intern ter beschikking stellen van elke medewerker. Hiermee kunnen we nauwgezet de programma's bepalen die inspelen op elke functie en op de **specifieke** noden **van elke** medewerker.

Eind 2025 werden twee seminaries rond feedback georganiseerd om onze **cultuur van constructieve dialoog verder te versterken. Parallel** daaraan zullen onze acht leidinggevenden een **opleiding** volgen over **preventie van discriminatie** in rekruteringsprocessen, om eerlijke, transparante en inclusieve praktijken te garanderen.

Wij willen bovendien de praktijk van regelmatige one-to-one gesprekken tussen medewerkers en leidinggevenden versterken. Deze individuele gesprekken staan borg voor luisteren, erkenning en een gepersonaliseerde opvolging.

In 2026 zullen we een studie doen naar de invoering van een flexibel verloningsplan dat meer gepersonaliseerde keuzes binnen de huidige loonstructuur mogelijk maakt. In dezelfde periode zullen we een **indeling** van de functies uitvoeren, samen met een externe benchmark, om functies, verantwoordelijkheden en verloningspakketten beter af te stemmen op de marktstandaarden.

Ten slotte zijn we van plan om het proces te digitaliseren waarmee we de prestaties van onze medewerkers oplijsten. Deze evolutie zal zorgen voor meer **vlotheid, efficiëntie** en transparantie in het administratief beheer van ons bedrijf.

Gezondheid van de consument

Beschrijving van het probleem

Overmatig alcoholgebruik is een belangrijk probleem voor de volksgezondheid met heel wat gevolgen: verslavingsrisico's, chronische ziekten, psychische stoornissen, maar ook verkeersongevallen. Brasserie Caulier brengt alcoholische producten op de markt. Hoewel bier een product is dat kadert in plezier en traditie, **kan overmatige consumptie negatieve gevolgen hebben** voor de gezondheid. Daarom **hebben wij een rol te spelen in het aanmoedigen van verantwoorde consumptie.**

15 000 €

GEÏNVESTEERD OM VERANTWOORD DRINKEN TE PROMOTEN VANAF 2026

+10 **initiatieven om de risico's te voorkomen** van overmatig alcoholgebruik voor 2030

TOEKOMSTIGE ACTIES

Tegen 2030 zijn we vastbesloten om producten zonder of met weinig alcohol te maken. Met dit initiatief willen we ons gamma uitbreiden om in te spelen op de veranderende verwachtingen van **consumenten** en om verantwoorde alternatieven aan te **bieden.** Deze producten moeten wel voldoen aan verschillende criteria, zoals de kwaliteit en de smaakidentiteit die de reputatie van onze bieren bepaalt.

Wij zullen de sensibilisering rond de risico's van alcoholgebruik verder opdrijven, bij onze consumenten en medewerkers. Deze communicatie zal verlopen via onze sociale media, onze website en aangepaste educatieve materialen.

Het is de bedoeling mensen eraan te herinneren dat onze producten moeten kaderen in een matige en verantwoorde consumptie.

Aan de ingang van onze brouwerij zal een "Fline"-toestel worden geïnstalleerd waarmee bezoekers en klanten hun alcoholgehalte kunnen meten. Door dit praktische en toegankelijke systeem kunnen we meer aan preventie doen en verantwoord gedrag aanmoedigen.

Ons marketingteam zal worden ingezet om een globaal communicatieplan uit te werken rond drinken **met mate.** Dit plan zal duidelijke, coherente en zichtbare boodschappen uitdragen op al onze communicatiekanalen.

Tijdens de evenementen die Brasserie Caulier Expérience (BCE) organiseert, zetten we specifieke sensibiliseringsacties op om consumenten rechtstreeks bij te staan in een laagdrempelig en educatief kader.

We overwegen ook om de etiketten van onze producten aan te passen om de preventieve boodschap nog meer in de verf te zetten. Dit kan aan de hand van eenvoudige pictogrammen, zoals een doorstreept autologo, **om de risico's van** alcohol en rijden **duidelijk te maken.**

Onze sociale netwerken zullen de preventieboodschappen over de gevolgen van te veel drinken nog meer in de kijker zetten. In totaal zullen elke vijf jaar **specifieke** communicatie-initiatieven worden gelanceerd om de zichtbaarheid en de impact van deze boodschappen te vergroten.

Bij elk evenement dat we organiseren, **zal systematisch een alcoholvrij alternatief** aan de deelnemers worden **aangeboden.** Dankzij deze maatregel kan iedereen ten volle **genieten van** de ervaring, los van wat ze kiezen te consumeren.

Tot slot zullen **we een pagina** maken **op onze** website met informatie over **gezondheid**, over de voedingswaarden van onze producten, zoals calorieën per bier, en een directe link naar een pagina over hoe het risico op overmatig alcoholgebruik te voorkomen. Deze transparantie zal bijdragen tot een **vertrouwensrelatie met onze** consumenten.

Lokale ontwikkeling en ontwikkeling van de community

Beschrijving van het probleem

Als brouwerij zijn we een speler in de sociale en economische ontwikkeling. Deze wil om een duurzame relatie met onze omgeving te creëren, vertaalt zich in een **actieve betrokkenheid bij het lokale leven en de toeristische sector.** Zo ontstaat een wederzijds versterkende dynamiek: door bij te dragen aan de economische en sociale ontwikkeling van de regio versterken wij onze lokale verankering, genieten wij de oprechte steun van de lokale gemeenschappen en bouwen wij aan een sterk imago dat de verdere groei van het bedrijf ondersteunt.

41.901
BEZOEKERS AAN DE BROUWERIJ

396
LOKALE ECONOMISCHE PARTNERS

8
OPENBARE EVENEMENTEN GEORGANISEERD DOOR BRASSERIE CAULIER EXPÉRIENCE

Samenwerking met de Nocturnales de Beloeil zomer 2025

TOEKOMSTIGE ACTIES

Met het oog op 2026 zijn wij van plan om te investeren in de **aanleg van sportinfrastructuur in de regio.** Met dit initiatief willen we lichaamsbeweging stimuleren en sport voor alle inwoners van de regio toegankelijk maken.

We zijn ook van plan een **nieuwe logistieke infrastructuur op te zetten aan de rand van Péruwelz.** Het doel van dit project is het **vrachtwagenverkeer in het stedelijk centrum aanzienlijk te verminderen** en de mobiliteit van **de bewoners te** verbeteren. Hiermee **willen** we het welzijn van de inwoners expliciet integreren in onze toekomstige ontwikkelingsstrategie.

We dragen ook bij aan de ontwikkeling van sport voor mensen met een handicap (handisport) via twee partnerschappen die in 2025 werden aangegaan. Dit initiatief toont aan dat wij ons sterk inzetten voor sociale integratie en het promoten van diversiteit in de sport.

In hetzelfde jaar gingen wij

ook een partnerschap aan met de Nocturnes van Beloeil, een

belangrijk cultureel evenement dat jaarlijks bijna **30.000 bezoekers** trekt.

Daarnaast zetten wij al onze sponsoractiviteiten en onze **steun aan lokale initiatieven** verder, zodat wij onze rol als actieve partner van het economische en maatschappelijke weefsel kunnen blijven vervullen.

Tot slot willen wij tegen 2027 het fietstoerisme rond onze vestiging een duwtje in de rug geven door een specifieke **fietsenparking** aan te leggen. Dit project zal onze **brouwerij toegankelijker maken via het RAVeL-netwerk** en zachte mobiliteit aanmoedigen, zowel voor onze bezoekers als voor de inwoners van de regio.

Bedrijfscultuu

Beschrijving van het probleem

Wij zijn een familiebedrijf met een **sterke cultuur, diep geworteld in onze geschiedenis en zichtbaar in onze producten. Die bedrijfscultuur is een belangrijke pijler van onze identiteit en onderscheidt ons van anderen. Ze steunt op menselijke waarden en een sterke teamgeest, die zwaarder doorwegen dan louter technische of structurele aspecten.** Samenwerken met medewerkers die deze visie delen, is een must om de samenhang binnen ons bedrijf te bewaren, om een motiverende werkomgeving te behouden en ervoor te zorgen dat deze bedrijfscultuur in elk van onze bieren wordt doorgegeven.

29 activiteiten
VOOR DE MEDEWERKERS

4,1/5
BETROKKENHEID VAN DE MEDEWERKERS

TOEKOMSTIGE ACTIES

Gezien onze snelle groei willen wij **werk maken van een verdere formalisering van ons governancebeleid.** Daarmee willen wij de verdere ontwikkeling van de brouwerij ondersteunen, onze besluitvormingsprocessen structureren en onze organisatiestructuur transparanter en duidelijker maken.
Deze evolutie kadert binnen onze ambitie om een zo **transparant mogelijke interne communicatie** te behouden, zodat elke medewerker de gemaakte keuzes begrijpt en er actief aan kan bijdragen.
In deze context zullen wij onze waarden en bedrijfscultuur ook in de toekomst blijven uitdragen via alle initiatieven die we al op poten hebben opgezet, zoals onze interne rituelen, onze teambuilding- en verbindingsmomenten, onze MVO-initiatieven en onze innovatieprojecten.

WIL U MEER WETEN OVER ONS ENGAGEMENT OP HET VLAK VAN MVO?

Ontdek ons duurzaamheidsrapport 2024

www.brasseriecaulier.beer/durabili

BON
SECOURS
BRASSERIE
RECETTE DE FAMILLE
BON
SECOURS

IV. DRIE GAMMA' S BIER, EEN AUTHENTIEKE VISIE OP BROUWEN

Als onafhankelijk Belgisch familiebedrijf met een passie voor bier staat Brasserie Caulier al sinds haar ontstaan voor een ambachtelijke aanpak, met respect voor de traditie en een focus op kwaliteit. Vandaag ontwikkelt de brouwerij, samen met een geëngageerd team van 95 medewerkers, drie biergamma's die elk een andere facet van haar identiteit weerspiegelen: BON SECOURS, PAIX DIEU en STUUT. Drie bierwerelden met één gemeenschappelijke rode draad: levende bieren met karakter, gebrouwen met 100% natuurlijke ingrediënten.

BON SECOURS

bon-secours.beer
@bonsecours.beer
@ bonsecoursbeer

BON SECOURS - EEN HERUITGEVONDEN KLASSIEKER

De vernieuwde Bon Secours-gamma belichaamt een filosofie die steunt op hedendaagse waarden: gezond verstand, kwaliteit en eenvoud. Trouw aan haar nieuwe baseline – "Gebrouwen met hart en ziel, gisting in een goede sfeer, geserveerd in alle eenvoud" – staat Bon Secours voor oprechte bieren, gebrouwen met zorgvuldig geselecteerde ingrediënten.

De brouwerij kiest bovendien bewust voor een langzaam productieproces, met meer dan **acht weken brouwen en rijping, zonder pasteurisatie**, om de volledige aromatische rijkdom en authenticiteit van haar bieren te behouden.

Het gamma bestaat nu uit 3 producten: Bon Secours Blond, Bon Secours Tripel en Bon Secours kerstbier

Deze vernieuwing gaat bovendien hand in hand met een nieuwe grafische identiteit **voor het merk: eenvoudig, vintage en efficiënt.**

PAIX DIEU

paixdieubeer.be
@paixdieu
@bierepaixdieu

PAIX DIEU - EEN ICONISCHE OPMARS

Paix Dieu werd in 2012 gelanceerd met haar inmiddels legendarische Tripel en groeide al snel uit tot het **icoon van de brouwerij.** Dit gamma haalde zijn **inspiratie uit het eeuwenoude vakmanschap van de cisterciënzerzusters van de Abdij van Paix Dieu.**

In 2024 werd het gamma uitgebreid met een nieuw product: Paix Dieu Nova. Vanaf juni 2026 is deze ook verkrijgbaar in de Franse supermarkten, gevolgd door de Belgische markt vanaf juli 2026.

stuut

stuut.beer
@stuut.beer
@stuut.beer

STUUT - AMBACHTELIJK BIER IN ONTWIKKELING

Belichaamt de **ambachtelijke geest** en de **creatieve durf van de brouwerij.** Het gamma ontstond in 2017 uit een onverwachte kans: een foutieve levering van zakken mout. Sindsdien biedt dit **seizoengebonden gamma elk kwartaal een** origineel recept dat telkens **vernieuwd** wordt. **IPA, Wheat Beer, Red Ale, Russian Saison** of Oaked bier. Tegen eind 2026 zullen 29 brouwsels het licht zien, een mooi voorbeeld van het **innovatieve** karakter van de brouwerij die voortdurend **op zoek gaat naar andere stijlen**. Het Stuut-gamma telt nu **twee permanente bieren:** Aloha (IPA) en Juicy Dolly (NEIPA).

BON SECOURS

NIEUW

BON SECOURS BLONDE

Blond bier - 6,5%

DEZE BON SECOURS BLOND IS EEN MODERN AMBACHTELIJKE BLOND BIER. DROOG, EVENWICHTIG EN TOEGANKELIJK, MET UITGESPROKEN NOTEN VAN GRANEN EN EEN SUBTIELE AFDRONK MET CITRUSTOETSEN. EEN VERFRISSEND BIER DAT BIJZONDER VLOT DRINKT.

OP HET ZICHT

Helder en goudblond, met een mooi wit, dicht en vormvast schuim

MET JE NEUS

Granen, citrus, met een licht kruidige toets van de gist van het seizoen.

SMAAK

Een zachte aanzet met graantoetsen, gevolgd door citrusaroma's in de afdronk, met toetsen van pompelmoes en mandarijn.
Lichte en aanhoudende bitterheid.

ALC. 6,5% VOL.

KLEUR (EBC): 10
BITTERHEID (IBU): 4

FORMATEN : VAT (20 L) | FLES 75 CL (FRANKRIJK), FLES 33 CL (FRANKRIJK EN BELGIË)

BON SECOURS TRIPEL

Tripel bier - 9%

BESCHIKBARE FORMATEN:

VAT (20 L)
FLES 75 CL (FRANKRIJK), FLES 33 CL (FRANKRIJK EN BELGIË)

Het gebruik van 3 granen (gerst, tarwe en haver) geeft het bier gevarieerde en complexe smaken. Rond en met mooie kruidige toetsen, met citrusaroma's in de afdronk en een lichte bitterheid.

BON SECOURS DE NOËL

Amberbier - 5,9%

BON SECOURS DE NOËL 2025
AVEC SON ANCIENNE ÉTIQUETTE

BESCHIKBARE FORMATEN:

VAT (20 L)
FLES 75 CL (FRANKRIJK), FLES 33 CL (FRANKRIJK EN BELGIË)

Dit blonde bier, waarin de zachtheid van de mout wordt gecombineerd met een delicate bitterheid en kruidige toetsen, onthult in de mond verfijnde smaken van abrikoos, kweepeer en citrus.

"Met de herwerking wilden we dit gamma transparanter en minder overladen maken. Met drie zeer authentieke en herkenbare producten – een blond bier, een Tripel en een kerstbier – keren we terug naar het DNA van het Bon Secours-gamma. Een soort terugkeer naar de essentie. Om de consument zo goed mogelijk door deze evolutie te loodsen, koppelen we hier een nieuwe grafische identiteit en een nieuw concept aan: de "Maisons du Bon".

Vincent Gochet, marketingdirecteur.

LES MAISONS DU BON – AMBASSADEURS VAN SMAAK EN VAN DE BON SECOURS.

Trouw aan haar strategie om zich te ontwikkelen binnen de horecasector, wil de brouwerij dit "nieuwe" Bon Secours-gamma koppelen aan kwalitatieve horecazaken. Het gaat om restaurants die geselecteerd worden op basis van de kwaliteit van de aankoop van hun producten, hun keuken en hun ambassadeurschap van huisgemaakte bereidingen. Restaurants met een gelijkaardig DNA als de Bon Secours: authenticiteit en eenvoud in het teken van smaak. In 2026 zullen er een tiental zijn in Frankrijk en **België**. Dit **aantal zal in de toekomst zeker nog stijgen.**

PAIX DIEU

PERMANENTE BIEREN

PAIX DIEU

Gebrouwen sinds vele manen.

De Paix Dieu werd ooit bedacht en gebrouwen tijdens nachten met volle maan. Het bier vindt zijn roots in de eeuwenoude praktijk van de cisterciënzerzusters van de gelijknamige abdij. Al in die tijd maakte deze romige tripel indruk en werd hij het **symbool van een ongeëvenaard vakmanschap.**

Vandaag laten de brouwermeesters van Brasserie Caulier zich inspireren **door deze eeuwenoude kennis en laten ze dit uitzonderlijke verder leven.** Van de integriteit van het recept, over de keuze van grondstoffen, tot het brouwproces en het vullen van de flessen: elke stap waakt over de kwaliteit en het vakmanschap uit de beginjaren.

Alc : 10,0%

Hoge gisting

Beschikbare formaten:
33 cl / 75 cl / 1,5 l / Vat van 20 l.

De Paix Dieu is troebel en goudkleurig, met een romig, vol en vormvast schuim.

Deze karaktervolle tripel geeft verfijnde fruitige en kruidige aroma's vrij.

In de smaak komen alle aroma's en het karakter volledig tot uiting, met een lange en elegante bitterheid, ondersteund door een subtiele hoptoets.

PAIX DIEU NOVA

Gebrouwen onder een goed gesternte

In een sterrennacht niet lang geleden, doorkliefde een ster de hemel en bracht onze brouwmeesters op een nieuw idee. Om de continuïteit van hun kennis en technieken te garanderen,
rees het idee om een nieuw project te ontwikkelen en een tweede uitzonderlijk bier te creëren. Zo werd de Nova geboren. De originele Paix Dieu is een tripel, romig van smaak, maar Nova valt op door haar blonde kleur en zacht pittige karakter Het is een licht en uniek bier en draagt de integriteit en expertise van de Paix Dieu hoog in het vaandel. De brouwerij en haar bieren wacht een schitterende toekomst.

Alc : 6,0%

Sterke gisting

Beschikbare formaten:
33 cl / 75 cl / 1,5 l / Vat van 20 l.

Ontdek de geschiedenis van de Nova

Blond, helder en licht troebel met een sprankelende uitstraling.

Kruidige aroma's vermengen zich met fruitige citrusnoten.

Nova onthult een fruitige lichtheid, gevolgd door moutige en kruidige smaken die het bier body en karakter geven. Het gebruik van haver zorgt voor zachte en ronde smaken. De afdronk eindigt met een frisse noot, met lichte citrusaccenten.

TIJDELIJK BESCHIKBAAR

PAIX DIEU DISTILLED

3 jaar: Edities 2023 | Editie 2024
1 jaar: Editie 2020
5 jaar: Editie 2026
Distillaat van 3 jaar, gemaakt op basis van de wort van de Paix Dieu, vervolgens gedistilleerd en gerijpt in eiken vaten waar eerst bourbon in zat. PAIX DIEU DISTILLED is verkrijgbaar in een ultra beperkte editie.

PAIX DIEU CELESTE

Alc. 12% | Stijl: Barrel Aged | Formaat: 75 cl

Uitgebracht in 2024 is de Paix Dieu Céleste een Paix Dieu Tripel die 11 maanden heeft gerijpt op vaten waar eerst cognac in zat en daarna Paix Dieu Distilled.

Paix Dieu Céleste onderscheidt zich door een complex aroma, met fruitige toetsen (meer bepaald abrikoos) en een licht friszure nuance. In de mond zorgt de ronde smaak voor een omhullend gevoel, met houtachtige en vanilletonen dankzij de langdurige rijping op vat. De kleur is dieper blond dan Paix Dieu Tripel, en de afdronk is warm en romig – typisch voor een zeldzaam en verfijnd product.

PAIX DIEU NOVA – VAN EXCLUSIVITEIT BIJ DE AMBASSADEURS NAAR DE SUPERMARKTEN

SEPTEMBER 2023

Brasserie Caulier besloot een zusje te maken voor de Paix Dieu. Start van het creatieve proces rond het recept. Eén jaar van testen voor het perfecte recept is gevonden.

OKTOBER 2024

Lancering van de Paix Dieu Nova, voorstelling aan meer dan 2000 ambassadeurs van het merk. Beschikbaar van het vat, exclusief voor ambassadeurscafés gedurende 8 maanden.

MEI 2025

Lancering van de Paix Dieu Nova in flesformaat 33 cl voor de horecasector

Opening van het Maison Paix Dieu Nova in Rijsel gedurende 1 maand.
Pop-up en immersive concept.

AUGUSTUS 2025

Derde editie van Les Tables houblonnées: gastronomische diners midden in hopvelden, dit jaar in het teken van de Nova.

2026

Paix Dieu Nova beschikbaar in de Franse supermarkten vanaf juni in een nieuw 75 cl formaat en in België in 75 cl en 33 cl vanaf september, met een voorafgaande exclusieve periode bij Colruyt tijdens de zomerperiode (juli–augustus).

HET “TEAM BIEN LUNÉE”: EEN COMMUNITY ROND DE WERELD VAN DE PAIX DIEU

Met de uitgesproken ambitie om de band met haar trouwste consumenten aan te halen, lanceerde Brasserie Caulier het “Team Bien Lunée” voor de fans van de Paix Dieu en haar bieren. Dit werd opgezet als een volwaardig getrouwheidsprogramma met een sterke community-dimensie en als een gepersonaliseerde, ludieke en gezellige ervaring.

Lidmaatschap is eenvoudig en gratis. Deelnemers hoeven zich enkel in te schrijven via een online formulier of rechtstreeks tijdens de evenementen van de brouwerij. Eens lid ontvangt elke deelnemer een paspoort, dat als rode draad door het traject loopt. Bij elke aankoop of deelname aan een Paix Dieu-ervaring krijgen de leden een stempel. Wanneer het paspoort vol is, krijgen de leden een uniek cadeau, exclusief ontworpen voor het Team.

Naast dit traject zijn het vooral de exclusieve voordelen die het programma zo bijzonder maken: bevoorrechte toegang tot bepaalde evenementen, speciale aanbiedingen, ontmoetingen met de teams van de brouwerij...
Het “Team Bien Lunée” wil in de eerste plaats een levende, dynamische en geëngageerde community zijn.

Voor de teams van de brouwerij betekent dit initiatief een oprechte en duurzame band met iedereen die zich achter de waarden van het huis schaart.

Een authentieke manier om het merk Paix Dieu te laten leven buiten het glas, met aandacht voor verbondenheid en het plezier van samen delen.

> **“De leden van de Team maken deel uit van de Caulier-familie. Het is een plezier om hen telkens opnieuw terug te zien op evenementen, hoe zij zich onze wereld eigen maken en we samen met hen een gedeeld verhaal kunnen opbouwen.”**
>
> **Vincent Gochet, communicatiedirecteur**

Lid worden van het Team “Bien Lunée”:

LES TABLES HOUBLONNÉES

Elk jaar schotelt de brouwerij haar klanten een uitzonderlijke ervaring voor: een diner bij kaarslicht in een hopveld vlak bij de brouwerij. Het diner wordt verzorgd door een bistronomische chef, omkaderd door foodpairing met bieren van Brasserie Caulier, onder de ranken hopplanten

die tot 7 meter hoog reiken. Net vóór de oogst, voor een volledige immersive ervaring.

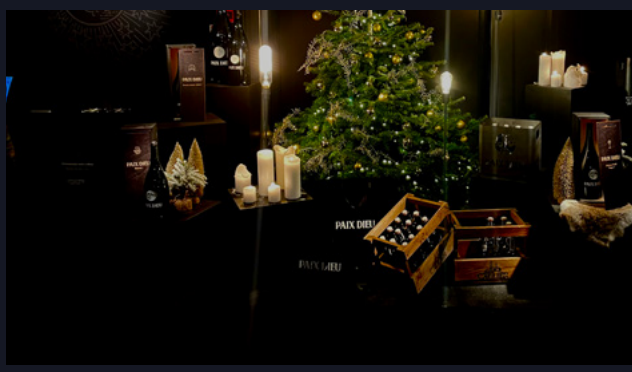
HET MAISON PAIX DIEU:
EEN POP-UP EN IMMERSIVE CONCEPT ROND DE WERELD VAN DE PAIX DIEU

Sinds 2023 omkadert Brasserie Caulier haar Paix Dieu bieren elk jaar met belevingsgerichte en immersive momenten voor de liefhebbers van het merk. Het avontuur startte in december 2023 op de Grote Markt van Rijsel met de Paix Dieu pop-upwinkel. Hier konden mensen zich onderdompelen in de wereld van het merk, omkaderd door enkele exclusieve en speciaal ontwikkelde producten. Door het succes volgden:

• Het Maison Paix Dieu in Rijsel, winter 2024: een herenhuis in de oude binnenstad omgevormd tot immersive winkel, met een tuin die werd omgetoverd tot een minimarkt met Paix Dieu kerstbier en buitenbar.

• Twee Maisons Paix Dieu in Rijsel in de lente en winter 2025, volgens hetzelfde concept, met een “Paix Dieu-brouwsel” voor de zomereditie.

• Een Maison Paix Dieu in de Marais in hartje Parijs, een mix van een immersive en belevingsgerichte winkel (met degustatieworkshops, bier- & chocoladepairings met chocolatier Pierre Marcolini), aangevuld met een pop-upbar met exclusieve producten en/of in beperkte editie. Begin 2026 werd het concept bekroond met de Food & Beverage prijs voor Beste eventactivatie.



Maison Paix Dieu 2024 ^
Maison Paix Dieu 2025 V

DE MAISONS PAIX DIEU, DIE HEBBEN WE TE DANKEN AAN ONZE KLANTEN

“Paix Dieu is een merk dat veel te danken heeft aan zijn klanten, dankzij de community van liefhebbers en fans rond het merk. Voor een brouwerij als de onze is het geweldig om zo’n enthousiasme te zien. Deze pop-upruimtes zijn er dan ook gekomen dankzij onze klanten. Hier konden we hen ontmoeten en hen één à twee keer per jaar laten genieten van een uitzonderlijke Paix Dieu-ervaring. En telkens opnieuw overtreffen ze onze verwachtingen!”

Vincent Caulier, CEO brasserie Caulier.

Maison Paix Dieu in Parijs, winter 2025 V

stuut

In 2017, na een foutieve levering van zakken mout, ontstond bij Brasserie Caulier het idee voor de STUUT (een belgicisme dat «probleem» of «onvoorziene gebeurtenis» betekent). Het gamma evolueert mee met de seizoenen en wordt elk kwartaal uitgebreid met een nieuw recept. Elk brouwsel is een unieke creatie, ontwikkeld om de liefhebbers van craftbier te verrassen met gedurfde en complexe recepten die verschillende bierstijlen verkennen: IPA, Wheat Beer, Russian Saison, Red Ale, Oaked Beer...

Eind 2026 zal het gamma 29 brouwsels tellen. De bieren worden gebrouwen met tal van hopvariëteiten, zoals Idaho, Cryo Pop, Pathos en Motueka. Ze werden geselecteerd vanwege hun bijzondere organoleptische eigenschappen, die zorgen voor een verfijnd aroma en een mooi uitgebalanceerde bitterheid.
Van al deze creaties konden er twee op zoveel enthousiasme rekenen, dat ze een vaste plaats kregen in het gamma: Juicy Dolly en Aloha IPA.

STUUT IS EEN MERK MET GROTE AMBITIES

STUUT belichaamt het ambachtelijke DNA van de brouwerij. Op een biermarkt waarin craftbier een steeds belangrijkere rol speelt, heeft STUUT alle troeven in huis om zijn ontwikkeling verder door te trekken, zeker binnen de horeca. Het doel voor 2026 is om 150 nieuwe partnerzaken in Frankrijk en de Benelux aan te trekken en een hechte community van STUUT-liefhebbers uit te bouwen.

PERMANENTE BIEREN

JUICY DOLLY

Alc.: 5,8% | **Stijl:** NEIPA | **Formaten**: Blikje 33 cl (GMS) | Blikje 44 cl | Vat 20 l
EBC: 10 | **IBU:** 8

JUICY DOLLY is het **tweede permanente bier binnen het gamma en werd gelanceerd in mei 2025.**

Juicy Dolly liet zich inspireren door de New England IPA-stijl en is een troebel bier met intense aroma's van citrus en tropisch fruit. Gebrouwen met gerstemout, tarwe, haver en lactose biedt het een zachte, zijdeachtige textuur. De Verdant IPA-gist zet het fruitige karakter in de verf, terwijl de dubbele dry hopping met Motueka- en Citra-hop borg staat voor een rijk aromaprofiel, mooi in evenwicht gebracht door een milde bitterheid. Een toegankelijk en verfrissend bier voor liefhebbers van aromatische hop en voor de nieuwsgierigen onder ons die graag nieuwe smaken ontdekken. Juicy Dolly ademt de ambitie van Brasserie Caulier uit om de wereld van craftbier toegankelijk te maken voor de smaakpapillen van een breed publiek!

ALOHA IPA

Alc.: 6,2% | **Formaten:** Blikje 33 cl (GMS) | Blikje 44 cl | Vat 20 l
EBC: 16 | **IBU:** 55

ALOHA is het **eerste permanente bier binnen het gamma en werd gelanceerd in december 2022.**

De STUUT ALOHA IPA heeft een licht amberkleurige kleur en biedt uitgesproken tropische smaken dankzij dry hopping met Idaho- en Cryo Pop-hop. De Warrior- en Pathos-hop zorgen voor een stevige bitterheid.

TIJDELIJK BESCHIKBAAR

NIEUW IN 2026

Recepten: https://www.stuut.beer

JUNGLE POP

TROPICALE - 6,5%

In de zuiverste STUUT-traditie, waarin elk brouwsel een nieuw experiment vormt, stelt Brasserie Caulier haar 28ste recept voor: Jungle Pop. Dit tijdelijke bier met zijn zonnige karakter ontstond uit een samenwerking met brouwerij Dalons uit Réunion. Het team reisde speciaal naar België af om het bier samen met het team van Brasserie Caulier te brouwen. Wat deze creatie echt bijzonder maakt, is de specifieke gist die Dalons op punt stelde en die de naam «Fleur Jaune» kreeg. Deze gist geeft het bier een uniek aromatisch profiel: fruitig, rond en subtiel exotisch.

DE ANDERE RECEPTEN

Stuut #1 **PALE ALE** *Januari 2017* 6% Alc.	Stuut #2 **WHEAT 333** *April 2017* 6,4% Alc.	Stuut #3 **IPA** *Augustus 2017* 7,2% Alc.	Stuut #4 **MALT WHISKY** *Januari 2018* 8,1% Alc.	Stuut #5 **RUSSIAN SAISON** *April 2018* 5,7% Alc.	Stuut #6 **SESSION ABBAYE** *Juli2018* 6% Alc.
Stuut #7 **IRISH RED ALE** *Januari 2019* 5% Alc.	Stuut #8 **MIRABISCUS** *Maart 2019* *Februari 2022* 6,8% Alc.	Stuut #9 **SPECULOOS** *Juli 2019* 5% Alc.	Stuut #10 **UPSIDE DOWN IPA** *Januari 2020* *Juli 2023* 7,5% Alc.	Stuut #11 **3 GRANEN** *Juli 2020* 9% Alc.	Stuut #12 **TRIPLE OAKED** *Januari 2021* 9% Alc.
Stuut #13 **PEER GEMBER** *April 2021* 5,5% Alc.	Stuut #14 **MISTER TEA** *Juli 2021* 6,5% Alc.	Stuut #15 **ALOHA IPA** *Maart 2022* *December 2022* 6% Alc.	Stuut #16 **CARTE BLANCHE** *Mei 2022* 4,5% Alc.	Stuut #17 **HONEY MOON** *Juli 2022* 7,5% Alc.	Stuut #18 **SAYONARA SUNSET** *Februari 2023* 5,5% Alc.
Stuut #19 **LUCKY CRUSH** *April 2023* 5,5% Alc.	Stuut #20 **TUTTI FRUTTI** *Juni 2023* 5,0% Alc.	Stuut #21 **HOP TO YOU** *Februari 2024* 6,8% Alc.	Stuut #22 **FLOWER POWER** *April 2024* 5,5% Alc.	Stuut #23 **MAMY DANIELLE** *Mei 2024* 6% Alc.	Stuut #24 **WHITE IS WHITE** *December 2024* 6% Alc.
Stuut #25 **JUICY DOLLY** *Mei 2025* 5,8% Alc.	Stuut #26 **LEMON TREE** *Juni 2025* 5,0% Alc.	Stuut #27 **SIMPLY RED** *Oktober 2025* 5,3% Alc.	Stuut #28 **JUNGLE POP** *Maart 2026* 6,5% Alc.	Stuut #29 **PIN MY RIDE** *Oktober 2026* 8,5% Alc.	

V. DE BROUWERIJ VAN PÉRUWELZ, EEN PLEK BOORDEVOL BELEVING.

Vanuit de ambitie om een sterke en directe band met haar klanten te onderhouden, biedt Brasserie Caulier een waaier aan belevingen aan in de ambachtelijke brouwerij, waaronder geleide bezoeken.

GELEIDE BEZOEKEN

Elke zaterdag verwelkomt een speciaal team bezoekers voor een leerrijke en smaakvolle ontdekkingstocht door de brouwerij en haar bieren. Alle onderdelen van de brouwerij komen aan bod: de oude en de nieuwe brouwzaal, de vergistingsruimte, het vullen van de flessen,
de klimaatkamer. Dé gelegenheid om het productieproces van deze moutdrank te ontdekken en een blik achter de schermen te werpen bij de bieren PAIX DIEU, BON SECOURS en STUUT. Deze onderdompeling is ook een kans om kennis te maken met het bijzondere verhaal van Brasserie Caulier, een onafhankelijke familiebrouwerij met een rijke geschiedenis.

Deze ervaring van twee uur omvat een rondleiding van één uur door de brouwerij, gevolgd door een degustatie van drie bieren.

WANNEER? ZATERDAG

DUUR: 2 UUR.

TALEN: FR | NL

TARIEVEN:
€ 15 - VOLWASSENEN, VANAF 16 JAAR
€ 4 - JONGER DAN 16 JAAR

INBEGREPEN: DEGUSTATIE VAN 3 BIEREN

Online reservaties:

WORKSHOPS BIERBROUWEN

Elke maand nodigt Brasserie Caulier liefhebbers van ambachtelijk bier uit voor een immersive ervaring in haar nieuwe picobrouwerij. Deze workshops werden speciaal ontwikkeld voor groepen en zijn een unieke kans om kennis te maken met de kunst van het bierbrouwen in een gemoedelijke en interactieve sfeer.

Waarom interactief? Omdat de deelnemers samen een bier maken dat het DNA van hun groep weerspiegelt. Een doorgewinterde brouwingenieur begeleidt hen tijdens elke stap van het proces: van de selectie van de grondstoffen tot de verschillende productiefasen. Zo ontdekken zowel beginners als ervaren bierliefhebbers de geheimen van het brouwen.
Naast het brouwen zelf werpt de workshop ook een exclusieve blik achter de schermen van de brouwerij, om de deelnemers te laten kennismaken met het vakmanschap van het huis. Een lunch maakt deze immersive dag compleet,
En wordt afgesloten met een gezellige degustatie van de bieren van de brouwerij.

Praktisch

LES BIERBROUWEN ONDER BEGELEIDING VAN 9 TOT 15.45 UUR

12 ZELF GEBROUWEN FLESSEN VAN 75 CL TER WAARDE VAN € 78, AF TE HALEN 6 WEKEN LATER)

LUNCH TER PLAATSE, INCLUSIEF DRANKEN,
RONDLEIDING DOOR BRASSERIE CAULIER,
BIERDEGUSTATIE

5% KORTING OP DE AANKOPEN IN DE WINKEL OP DE DAG ZELF

Reservaties:

DE WINKEL

De brouwerij heeft een aparte winkel met het volledige gamma: permanente bieren, tijdelijke bieren of bieren in beperkte editie (zolang de voorraad strekt).

Ter plaatse helpt het team zowel nieuwsgierige bezoekers als echte liefhebbers van de merken van de brouwerij om nieuwe producten of bieren te vinden die passen bij wat ze graag drinken.

Daarnaast is er een ruim aanbod aan producten: bierglazen, geschenksets, textiel in de kleuren van de brouwerij.

Openingsuren

Van woensdag tot zaterdag, van 10 uur tot 12.30 uur en van 13.30 tot 18 uur.

OVERNACHTEN IN DE BROUWERIJ: DE GUEST HOUSE

Het gastenverblijf van Brasserie Caulier is een knusse accommodatie in een karaktervolle historische woning, waar geschiedenis en hedendaags comfort hand in hand gaan. In dit huis woonden ooit de oprichters van Brasserie Caulier, waar de bieren Paix Dieu, Bon Secours en Stuut worden gebrouwen. Het gastenverblijf, dat recent bij de familiale brouwerij werd gevoegd, verwelkomt zowel bierliefhebbers als bezoekers die samen met familie of vrienden willen genieten van een ontspannen verblijf.

Met vijf comfortabele kamers, elk genoemd naar een bier van de brouwerij, kan de guesthouse tot tien personen ontvangen, verdeeld over twee verdiepingen. Op het gelijkvloers is er een volledig uitgeruste keuken, een eetkamer met open haard, een authentieke en gezellige zithoek en een gedeeltelijk overdekte binnenplaats. De woning werd met veel zorg ingericht. De charme van het verleden werd behouden en alle hedendaagse comfort is aanwezig. Van het visgraatparket tot de sierlijsten aan het plafond: elk detail werd uitgekiend om een warme en gastvrije sfeer te creëren. Het gastenverblijf biedt een unieke ervaring voor reizigers die op zoek zijn naar een authentiek en verfijnd kader.

Dankzij de ligging op 25 minuten van Bergen en Doornik, 40 minuten van Rijsel en Pairi Daiza, en ongeveer één uur van Brussel, vormt het de ideale uitvalsbasis om de regio te ontdekken. In de directe omgeving is er heel wat te doen, zoals activiteiten in de natuur en wandelingen langs de vele wandelroutes, onder meer in het bos op het domein van Bon-Secours.

“Wij hadden een heerlijk verblijf. Het huis is charmant en smaakvol ingericht. We gebruikten het als uitvalsbasis om andere regio’s van België te ontdekken, zoals Gent en Bergen. Hugo en Theo zijn uitstekende gastheren. Wij komen zeker terug.”

Lucy

Praktische informatie

ETEN BIJ L’ATLAS

Met de ambitie om haar bakermat nieuw leven in te blazen, opende Brasserie Caulier in 2025 restaurant L’Atlas, in samenwerking met chef Logan Renders, eigenaar van La Tour Blanche in Doornik, en zijn sommelier Bastien Barbaix. Het restaurant ligt op slechts tien minuten van de brouwerij.
Het resultaat is een bistronomisch restaurant met karakter dat, net zoals de brouwerij, eenvoud, authenticiteit, gulheid en gezelligheid uitademt.
De zaak beschikt over drie ruimtes: een restaurantzaal voor 80 couverts, een aangrenzend terras en een tweede terras waar een aperitief- en snackaanbod wordt geserveerd.

BRASSERIE
CAULIER

https://www.brasseriecaulier.beer/
134 rue de Sondeville, Péruwelz
@BRASSERIECAULIER

PERSCONTACT

Expertise Bière Conseil

AURÉLIE BAGUET
aurelie@echappee-biere.com
00 33(0)6 22 06 38 38

OCÉANE DUTERTE
PUBLIC RELATIONS
& COMMUNICATIE
oceane.duterte@brasseriecaulier.com
00 32(0)4 71 40 51 77