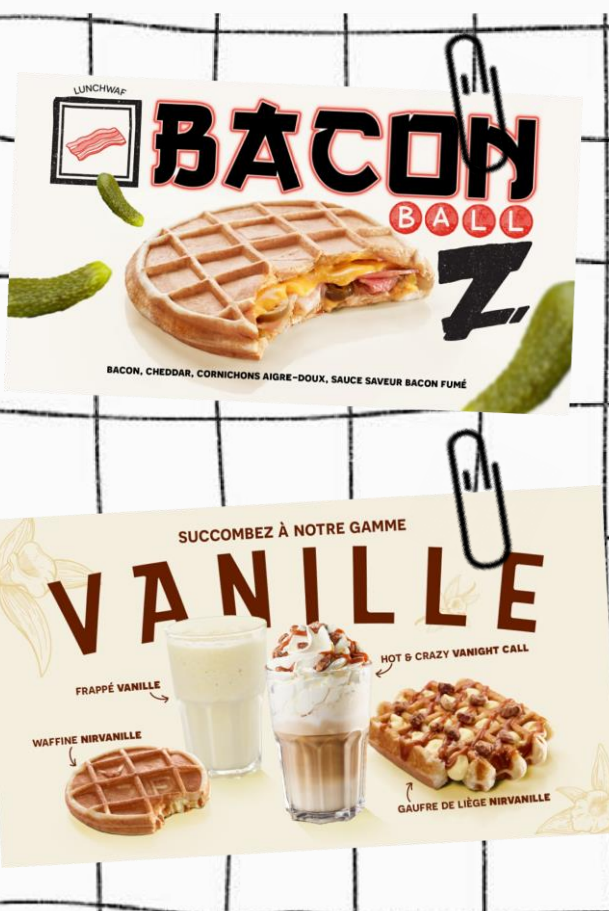


Waffle Factory a lancé sa carte hiver le 4 décembre

Waffle Factory, enseigne de restauration 100% gaufre, lance sa nouvelle carte avec des recettes originales et gourmandes à l'approche de l'hiver.



Afin de titiller les sens, Waffle Factory renouvelle sa carte 4 fois par an et propose également des recettes faisant un clin d'œil aux différents événements calendaires. L'enseigne suit ainsi les saisons et propose des recettes créatives à ses clients.

Pour cet hiver, la carte se pare d'ingrédients gourmands et qui répondent aux envies de saveurs douces et chaleureuses pour faire face au froid. De quoi ravir les papilles des plus gourmands !

Côté salé, on découvre la nouvelle gaufre baptisée « Bacon Ball Z ». À base donc de bacon, cette gaufre se compose également de cheddar, cornichons aigres-doux et sauce saveur bacon fumé. La gaufre « Magret's Anatomy » fait son grand retour avec sa recette savoureuse : magret de canard fumé, raclette, confit de figues, mélange de graines.

Quant au sucré / boissons, Waffle Factory mise sur la douceur de la vanille associée à la rondeur du caramel, du chocolat ou du lait :

- La Nirvanille proposée en version Liège (gaufre classique) et Waffine (gaufre fourrée) : crème brûlée à la vanille, caramel beurre salé et noix de pécan caramélisées
- La boisson chaude Hot & Crazy Vaniight Call : poudre de vanille et lait
- Le frappé vanille : caramel beurre salé, lait et poudre de vanille

Ces recettes, comme les recettes permanentes, peuvent être dégustées sur place, à emporter ou encore livrées à domicile.

À propos de Waffle Factory

Waffle Factory, née en 2003 en Belgique, se donne pour mission d'apporter gourmandise et esprit de partage à ses clients grâce à son offre inédite de gaufres. Ce réseau de restaurants rapides propose des

recettes de gaufres salées et sucrées, afin de satisfaire toutes les envies et toutes les papilles à chaque instant de la journée. Les gaufres sont préparées chaque matin dans un pétrin pour une pâte toujours fraîche.

Waffle Factory étoffe chaque année son maillage français d'une dizaine

de points de vente grâce à son développement en franchise. Aujourd'hui, l'enseigne compte plus de 80 restaurants avec les mêmes promesses d'expérience client : proposer une offre audacieuse et gourmande, qui se partage et qui apporte du « plaisir pour l'esprit » grâce à un cadre invitant à la déconnexion.