Waffle Factory devient WAFFLE :
Une nouvelle identité pour valoriser le savoir-faire gaufrier belge et affirmer ses ambitions en France et en Europe

Avec plus de 88 points de vente en France, l'enseigne belge spécialisée dans les gaufres salées et sucrées, ouvre un nouveau chapitre de son histoire en dévoilant une identité de marque repensée fidèle à son savoir-faire et tournée vers l'avenir.

Après plus de 25 ans à réinventer la gaufre belge sous toutes ses formes, Waffle Factory franchit une nouvelle étape de son développement et devient WAFFLE. Plus qu'un changement de nom, cette transformation marque la volonté de l'enseigne de réaffirmer son identité, de valoriser son savoir-faire historique et de mieux faire connaître la diversité de son offre aussi bien sucrée que salée. Avec une nouvelle plateforme de marque, un univers graphique modernisé et une expérience client appelée à évoluer, WAFFLE entend renforcer sa position sur le marché français et concrétiser son ambition : devenir la référence européenne de la gaufre belge moderne, sucrée et salée.

Waffle Factory devient WAFFLE : un nouveau nom pour affirmer son identité

Depuis plus de 25 ans, Waffle Factory s'est donné pour mission de faire découvrir la gaufre belge autrement, en proposant des recettes sucrées et salées préparées sur place, à la minute : un positionnement singulier qui repose sur la maîtrise de la pâte, la qualité des ingrédients et la créativité des recettes.

Pourtant, si la gaufre reste majoritairement associée à une gourmandise sucrée, elle constitue également chez l'enseigne, une véritable alternative pour le déjeuner. C'est notamment pour mieux faire connaître cette double expertise et affirmer son savoir-faire que Waffle Factory a engagé une réflexion de fond sur son identité.

Premier changement et non des moindres : Waffle Factory devient WAFFLE. En abandonnant le terme “Factory”, dont la connotation industrielle ne reflétait pas son positionnement, l'enseigne choisit de revenir à l'essentiel : la gaufre, le geste et le plaisir de déguster un produit préparé sur place.

Cette simplification s'inscrit également dans la continuité de l'histoire de la marque, déjà spontanément appelée “Waffle” par une grande partie de ses clients. Le nom conserve ainsi sa typographie historique tandis que la nouvelle baseline “Gaufres sucrées & salées” vient immédiatement clarifier la diversité de l'offre et les différents moments de consommation auxquels elle répond.

“Avec cette nouvelle identité, nous souhaitons affirmer plus clairement ce qui fait notre singularité depuis plus de 25 ans : un véritable savoir-faire autour de la gaufre belge que nous déclinons aussi bien en sucré qu'en salé. En devenant WAFFLE, nous faisons le choix d'une marque plus simple, plus lisible et plus fidèle à ce que nous sommes tout en nous donnant les moyens de porter nos ambitions pour les prochaines années.” **– Guillaume Desobry, CEO du groupe Belgaufre - WAFFLE**

“Croquez l’aventure” : une nouvelle identité entre tradition belge et audace créative

Au-delà de son nom, WAFFLE repense son univers autour d’une nouvelle promesse : faire de chaque gaufre le point de départ d’une aventure gourmande. Incarnée par la signature “Croquez l’aventure”, cette ambition repose sur quatre piliers fondamentaux : le goût avec des ingrédients sélectionnés avec soin et des produits préparés sur place ; le geste qui valorise le savoir-faire belge et le travail de la pâte ; l’audace à travers l’innovation et des associations de saveurs originales ; et l’humain au cœur d’une expérience fondée sur la proximité et la convivialité. Une manière pour l’enseigne de conjuguer son héritage belge avec une approche moderne de la gourmandise : du déjeuner à la pause sucrée.

Pour traduire ce nouveau positionnement, WAFFLE dévoile également une identité visuelle plus colorée, chaleureuse et reconnaissable. La griffe historique de l’enseigne est également modernisée : évoquant à la fois le quadrillage du gaufrier et le sourire d’un client, elle devient un véritable symbole graphique décliné sur les différents supports de communication.

Cette nouvelle direction artistique qui met à l’honneur les produits, les textures et les gestes de préparation, se déploiera progressivement sur les packagings, les supports de communication et l’univers digital de WAFFLE.

L’objectif : renforcer la cohérence et la reconnaissance de la marque tout en valorisant la diversité de son offre et son savoir-faire artisanal.

Une transformation progressive pour enrichir l'expérience client

Dévoilée officiellement ce 4 novembre 2026, cette nouvelle identité marque le début d'une transformation qui se déploiera progressivement dans l'ensemble du réseau.

La première phase concernera les principaux supports de communication de l'enseigne : site internet, réseaux sociaux et supports en point de vente. Les clients pourront ainsi découvrir le nouvel univers WAFFLE à travers une présentation renouvelée des produits et une meilleure lisibilité de l'offre.

Dans un second temps, l'enseigne prévoit de faire évoluer le concept de ses points de vente afin de traduire plus concrètement sa nouvelle plateforme de marque dans l'expérience proposée aux consommateurs. L'objectif est notamment de mieux valoriser les différentes familles de produits, de renforcer la visibilité du savoir-faire gaufrier et de proposer un environnement plus immersif en cohérence avec la promesse “Croquez l'aventure”.

Ce déploiement sera progressif afin de tenir compte des différents formats de points de vente et des contraintes opérationnelles du réseau. Les équipes et les franchisés seront accompagnés dans cette transition grâce à des outils et des repères communs destinés à garantir la cohérence de la nouvelle identité à l'échelle de l'enseigne.

Une nouvelle étape pour soutenir les ambitions de développement en France et en Europe

Avec plus de 88 points de vente en France, WAFFLE entend s'appuyer sur cette nouvelle identité pour accompagner la poursuite de son développement et renforcer son positionnement sur le marché de la restauration rapide.

L'enjeu est double : consolider la notoriété de l'enseigne auprès des consommateurs et mieux valoriser la singularité de son concept, à la croisée de la restauration rapide et de la gourmandise belge.

Pour les prochaines années, WAFFLE souhaite ainsi poursuivre son développement autour de plusieurs priorités : faire vivre sa nouvelle identité dans l'ensemble du réseau, continuer à enrichir son offre grâce à l'innovation produit et renforcer la cohérence de l'expérience client, quel que soit le point de vente fréquenté.

Le réseau de franchisés occupera une place centrale dans cette stratégie. En s'appuyant sur une proposition de marque plus claire et plus identifiable, l'enseigne entend accompagner sa dynamique de développement tout en préservant les fondamentaux qui ont fait son succès : la préparation sur place, le savoir-faire belge et une offre sucrée et salée adaptée aux nouvelles occasions de consommation.

"Notre ambition est de faire de WAFFLE, la référence de la gaufre belge moderne en France comme en Europe. Cette évolution nous permet de renforcer la cohérence de notre marque, de mieux valoriser la diversité de notre offre et de construire une expérience client toujours plus identifiable. C'est une nouvelle étape dans notre développement que nous souhaitons mener avec l'ensemble de notre réseau" **– Clément Dhier, Directeur Général opérationnel de WAFFLE**

Avec cette nouvelle identité, WAFFLE entend ainsi faire de son héritage belge un levier de différenciation et de développement, tout en invitant les consommateurs à redécouvrir la gaufre sous toutes ses formes.

À propos de WAFFLE :

WAFFLE (ex-Waffle Factory) est une enseigne familiale belge fondée il y a plus de 25 ans. Depuis ses débuts, elle s'est donnée pour mission de réinventer la gaufre et de l'ériger en produit complet, à la fois savoureux, accessible et adapté à tous les moments de la journée. WAFFLE se démarque par son savoir-faire unique autour de la pâte à gaufre, sucrée comme salée. Ses produits sont composés de matières premières de qualité, pour la plupart belges, toujours sélectionnées de manière exigeante. Chez WAFFLE, chaque gaufre est faite sur place dans le strict respect du savoir-faire belge, cuite à la minute, et toujours servie chaude et moelleuse, dans le respect de la tradition... Avec un esprit résolument tourné vers la modernité. Afin de titiller les sens, WAFFLE renouvelle sa carte régulièrement, propose aussi des recettes clin d'œil aux différents événements calendaires, pour toujours plus de gourmandise et de créativité.