

GÉNÉRATION CROUSTY :

HAPPYVORE VEUT FAIRE PASSER LE POULET CROUSTILLANT AU VÉGÉTAL

Poulet ultra croustillant, sauces généreuses, recettes régressives et concepts devenus viraux sur les réseaux sociaux : la Génération Crousty a fait du poulet frit l'un des phénomènes food du moment.
En cinq ans, les ouvertures de restaurants de poulet frit ont bondi de 54 % et les Tenders figurent désormais dans le top 2 des commandes en livraison.
Face à cette nouvelle obsession pour le croustillant, HappyVore entend bien montrer que le végétal peut lui aussi jouer la carte de la gourmandise avec ses Tenders 100 % végétaux, Nutri-Score A, croustillants à l'extérieur et tendres à cœur.

Poulet frit, sauces et croustillant : les nouveaux codes du snacking

Le poulet croustillant est partout. Dans les nouvelles enseignes de restauration rapide, en livraison et sur les réseaux sociaux, où les recettes généreuses et ultra visuelles se multiplient. Avec le succès du Crousty et de ses déclinaisons, une nouvelle génération de consommateurs a fait du croustillant un véritable critère de gourmandise.

La tendance dépasse largement le phénomène viral : **en cinq ans, les ouvertures de restaurants de poulet frit ont progressé de 54 %** et les Tenders se classent désormais dans le top 2 des commandes en livraison.

Une évolution particulièrement intéressante pour **HappyVore**, qui s'est justement donné pour mission de **partir des plats et des usages que les consommateurs aiment déjà pour les réinventer en version végétale**.





Et si la Génération Crousty passait au végétal ?

Plutôt que d'opposer végétal et plaisir, HappyVore a choisi de reprendre exactement les codes qui font aujourd'hui le succès du poulet frit : **une panure extra croustillante, un cœur tendre, un produit à tremper dans une sauce, à partager entre amis ou à intégrer dans un bowl**.

Derrière cette apparente simplicité, plusieurs années de R&D et différentes vagues de tests consommateurs ont été nécessaires pour retrouver cette expérience très précise : le croustillant de la panure qui cède sous la dent, puis un cœur tendre et gourmand.

Et le résultat semble convaincre bien au-delà des consommateurs déjà adeptes du végétal : lors d'un test indépendant réalisé par Toluna en novembre 2025, **93,5 % des consommateurs interrogés déclaraient une intention d'achat après dégustation**.

Du croustillant oui, mais avec un Nutri-Score A

Parce que snacking et équilibre nutritionnel ne sont pas nécessairement incompatibles, HappyVore a également travaillé la composition de ses Tenders.

100 % végétaux, Nutri-Score A, source de protéines et de fibres, ils affichent également 60 % de CO_2 en moins par rapport à leur équivalent carné.

Ils se préparent en quelques minutes à la poêle, au four ou au air fryer et peuvent se manger seuls, accompagnés d'une sauce, dans un bowl, un wrap ou un burger.

L'idée est simple : permettre aux consommateurs de **retrouver les codes ultra gourmands de la Génération Crousty** sans forcément passer par le poulet.

« Les Tenders, c'est LE réflexe snacking d'une génération : soirée entre amis ou moment de convivialité en famille… En les réinventant en 100 % végétal avec un Nutri-Score A, on permet aux consommateurs de garder les mêmes habitudes, mais avec un impact plus positif. C'est exactement là que doit se jouer la transition alimentaire : sur les usages du quotidien »,

Guillaume Dubois, président-fondateur de HappyVore

Le croustillant comme porte d'entrée vers le végétal

Pour HappyVore, l'enjeu dépasse les Tenders. La marque fait le pari que les produits les plus populaires peuvent aussi être ceux qui amènent de nouveaux consommateurs vers le végétal.

Les innovations lancées par HappyVore en 2025 ont ainsi recruté en moyenne 50 % de nouveaux consommateurs, notamment parmi des foyers qui n'avaient encore jamais acheté de produits de la catégorie.

Une stratégie déjà observée avec le **cordon bleu végétal**, lancé en octobre 2025 et entré quelques mois plus tard dans le top 3 des ventes de HappyVore, tandis que le jambon végétal s'est hissé dans le top 5.

Après les steaks, boulettes, aiguillettes, tranchés ou cordons bleus, HappyVore s'attaque donc à l'un des usages les plus emblématiques du moment : le poulet croustillant.

Des Tenders à retrouver en frais comme en surgelé

Les Tenders HappyVore sont disponibles au rayon frais et au rayon surgelé, en **format 180 g de six pièces, au PMC de 3,99 €***, notamment chez Leclerc, Carrefour, Système U, Intermarché et Auchan.

Ils sont également proposés en restauration hors domicile en formats **1 kg et 3 kg**. Déjà dans le top 3 des ventes HappyVore, les Tenders ont également été récompensés par le **Prix Spécial du Jury aux Snacking d'Or 2026**, confirmant leur place parmi les innovations fortes de la marque et la volonté d'HappyVore de faire du végétal une alternative capable de trouver sa place dans les nouveaux usages de la restauration rapide.



VÉGÉ IS THE NEW COOL

À propos de HappyVore

Entreprise de **170 salariés**, **certifiée B Corporation®**, lancée en 2019 par **Guillaume Dubois**, HappyVore permet à chacun de réduire sa consommation de viande grâce à ses alternatives gourmandes et variées. Ses produits avec très peu de gras saturés, respectueux de l'environnement, reprennent les codes de la viande en saveur, en texture et en cuisine. Disponible dans plus de **10 000 points de vente** sur tout le territoire national, dans plus de **5 000 restaurants** et sur la boutique en ligne de la marque, la gamme HappyVore compte désormais plus de **20 produits**.

À fin 2025, HappyVore génère un chiffre d'affaires de 35 M€ et représente 22,7 % de parts de marché en valeur.

* Le distributeur reste libre de fixer ses prix.