



*fresya*

**Fresh, Frozen, Easy**

# Investeer in Freasy

Freasy groeit heel erg hard. De omzet is tussen 2022 en 2024 verdrievoudigd. In 2025 verwachten we te verdubbelen naar €2,4 miljoen omzet, bijna 8 keer de omzet uit 2022! Om de groei te financieren geven we een obligatielening uit.

[Klik hier om direct te investeren!](#)



Type investering:  
**Obligatielening**  
met conversierecht



Funding-ronde:  
**€200.000**



Investeren vanaf:  
**€500**



Rente:  
**7,5% per jaar**



Conversiekorting:  
**20%**

**Totaalrendement tot 50%**

# Trends in de markt

**“Millennials en Gen-Z kiezen massaal voor gemak, zolang het gezond en duurzaam is.”**

– Rabobank, Consumententrends 2024

**“40% van de Nederlanders eet wekelijks een kant-en-klaarmaaltijd. De behoefte aan kwaliteit is hoger dan ooit.”**

– Voedingscentrum & ABN AMRO Insights

**“71% van Gen Z zegt dat gemak belangrijker is dan ooit bij de keuze van voeding.”**

– McKinsey Future of Wellness Report, 2024

**“Bevroren producten worden steeds meer geassocieerd met kwaliteit in plaats van bulk of goedkoop.”**

– Frost & Sullivan, 2023



# Wij zijn Freasy

Freasy is opgericht in 2019 vanuit één duidelijke missie: eindelijk écht goede kant-en-klaarmaaltijden maken. Wat de markt bood was ongezond, niet lekker of saai. Freasy doorbrak dat patroon met verse gerechten, bereid door eigen chefs, met een bijzondere kooktechniek, direct ingevroren om kwaliteit en smaak te behouden.

We leven in een wereld waar tijd en vitaliteit de nieuwe luxe is. Waar ongezond eten op elke hoek van de straat beschikbaar is en tegelijkertijd gezondheidsproblemen zoals overgewicht en diabetes toenemen, is juist daarom de behoefte aan gezonde, snelle én gepersonaliseerde voeding groter dan ooit.

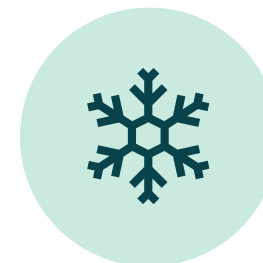
Vandaag de dag is Freasy bewezen speler in een razendsnel groeiende markt. Freasy combineert **gezond, vers, smaakvol** en **gemak** in een uniek model – klaar voor landelijke én internationale opschaling.

**De markt vraagt om een nieuwe standaard, Freasy is er klaar voor.**



## Wij koken

onze gerechten  
altijd met een  
verrassende twist



## Wij shockvriezen

om smaak en  
voedingsstoffen te  
behouden



## Wij bezorgen

via onze eigen  
koerier met  
vriestransport



## Jij warmt op en geniet

van een verrassend  
lekkere maaltijd!

# Onze producten

Freasy maakt de lekkerste verse, huisgemaakte maaltijden (meer dan 90 verschillende gerechten), die direct na bereiding middels shock freeze worden ingevroren zodat smaak, structuur en voedingswaarden optimaal behouden worden. Onze chefs werken met voedzame ingrediënten en zonder onnodige toevoegingen. We beperken verspilling in onze keuken door het gebruik van imperfecte groenten en een geavanceerd bestelsysteem. We beperken onnodige vervoerskilometers en verpakken onze maaltijden in biologisch afbreekbare materialen.

Elke maaltijd is gebalanceerd, vol van smaak én afgestemd op verschillende behoeften. Voor jongeren, sporters tot ouderen en mensen met dieetwensen. Dankzij ons unieke vriesvers concept zijn de gerechten lang houdbaar, zonder concessies te doen aan kwaliteit of gezondheid. **Gezond eten was nog nooit zo makkelijk én lekker.**



# Onze producten

Steeds meer vegan en vega opties



Maaltijden



Soepen



Smoothiepacks



Zoete trek



Ontbijt



Bijgerechten



Minimale verspilling. Zero-waste keuken-beleid.



Geen kunstmatige toevoegingen of conserveermiddelen



Onze gemiddelde maaltijd bevat meer dan 200 g groenten

# Vriesvers is de toekomst

De markt voor kant en klare maaltijden is booming. In deze drukke tijden nemen mensen steeds minder tijd om uitgebreid zelf te koken. Vandaar de opkomst van koelverse maaltijden in alle soorten en maten. Maar... daar ligt niet de toekomst. Die ligt bij vriesvers.

Onze gerechten worden direct na bereiding vliegensvlug ingevroren op  $-40\text{ }^{\circ}\text{C}$ . Met deze shockfreeze-technologie behouden we smaak, textuur en voedingswaarde optimaal, zodat er altijd een kwaliteitsmaaltijd wordt geserveerd.

## Voordelen shockvriezen

**Lekker:** geen verlies van smaak

**Duurzaam:** minimale waste en lang houdbaar

**Gezond:** geen conserveermiddelen of begassing nodig voor houdbaarheid

**Gemak:** altijd op voorraad, snel klaar

**Schaalbaar:** efficiënte logistiek

Vriesvers wordt bovendien door grote retailers als Albert Heijn enorm gestimuleerd, o.a. om de derving op koelverse maaltijden in de retail tegen te gaan.



# Freasy in vogelvlucht

Met Freasy heb je altijd een verse en goede maaltijd in huis. Alle gerechten zijn speciaal voor de vriezer gemaakt, en precies samengesteld zodat ze op z'n lekkerst zijn wanneer je je vork erin zet. In onze eigen keukens door onze eigen chefs vers gekookt zonder gekke toevoegingen, en natuurlijk lekker en lang houdbaar zo uit je eigen vriezer.

## Onze missie

Freasy maakt een gezonde leefstijl makkelijk met verrassend lekkere, vriesverse maaltijden. Goed van smaak, goed voor je gevoel én goed voor de planeet –met meer plantaardig, minder verspilling, minimale transportkilometers en zoveel mogelijk biologisch afbreekbare verpakkingen.

## Onze visie

Wij gaan de perceptie van diepvriesmaaltijden veranderen door het aanbieden van verse, gezonde en duurzame maaltijden die snel en gemakkelijk te bereiden zijn. We zijn de nieuwe standaard in diepvries en willen de nummer één autoriteit in vriesverse maaltijden zijn.

## Marlot's geheim

De unieke kooktechniek van onze oprichtster Marlot, waarbij het laatste stukje garing pas plaatsvindt bij het opwarmen, behoudt niet alleen smaak, structuur en voedingswaarde, de gerechten smaken altijd als-of ze net vers zijn gekookt. Dit is dé manier om het imago van kant-en-klaar en vriesvers eten voorgoed te veranderen.



# Trends in de markt

Er zijn in de markt een aantal trends en ontwikkelingen zichtbaar waarbij de gerechten van Freasy goed aansluiten:

- De behoefte aan gezonde voeding groeit door de toename van mensen met overgewicht (50% van de Nederlandse bevolking), diabetes (1,2 miljoen mensen) en obesitas (2 miljoen mensen).
- Bewustwording: Consumenten zijn zich steeds bewuster van de relatie tussen voeding en gezondheid. Ze willen gezondere keuzes maken, maar wel op een makkelijke manier.
- Preventieve voeding: Voeding wordt steeds meer ingezet om ziekten zoals obesitas en diabetes te voorkomen.
- Macronutriënten: Er is meer aandacht voor voedingswaarden zoals eiwitten, vetten en koolhydraten.
- Steeds meer mensen hebben specifieke dieetwensen of allergieën. Er is meer aandacht voor vezelrijk eten en het microbiom. Flexitair eten –met meer plantaardige alternatieven– groeit, mede door milieuoverwegingen.



# Onze doelgroep

Freasy richt zich op mensen die gemak én gezondheid zoeken. Belangrijke doelgroepen zijn:

- Eenpersoonshuishoudens (waarvan er in Nederland 3,3 miljoen zijn), die tijdsbesparing en gemak zoeken.
- Gezondheidsbewuste consumenten, zoals personen met specifieke dieetwensen, sporters, en mensen met gezondheidsproblemen.
- Ouderen die langer zelfstandig thuis wonen: zij zoeken toegankelijke, voedzame en gemakkelijke maaltijden.



# Het kloppende hart van onze onderneming

We combineren culinaire creativiteit met slimme software voor receptontwikkeling, gezondheidsscores en transparantie over voedingswaarden. De software van ons receptmanagementsysteem rekent automatisch alle voedingswaarden, macronutriënten en nutriscore uit.

Met de keuzetools op onze website kan de klant een gepersonaliseerde maaltijdselectie maken op basis van voorkeuren, dieetwensen en levensstijl. Met behulp van slimme filters kunnen klantspecifieke selecties worden gemaakt of juist bepaalde eigenschappen worden uitgesloten. Ook biedt dit een platform voor diëtisten, personal trainers en artsen om passende opties te bieden aan hun cliënten.

The screenshot displays the Freasy website interface. At the top, the logo 'Freasy' is visible. Below the header, there are navigation buttons for 'Maaltijden', 'Aflankmaaltijden', 'Soepen', 'Smoothiepacks', and 'Zoete trek'. The main content area features a grid of recipe cards. Each card includes a photo of the dish, a title, a price, and various filters. The filters include 'Grote trek', 'Bron van eiwit', 'Vegetarisch', 'Pescatarisch', 'Plantaardig', 'Zoutarm', 'Maaltijden', 'Aziatisch', 'Gerraffineerd suiker vrij', 'Mediterrane', 'Niet pittig', and 'Maaltijden'. The recipes shown are 'Saté ajam met nasi goreng' (€ 9,00), 'Thai cashew met kokosrijst' (€ 9,00), and 'Siciliaanse kip met kruidenrijst' (€ 8,75). On the left side of the interface, there are several filter sliders for 'Kcal per portie' (375.2 - 947.6), 'Voedingswaarden per portie', 'Vetten' (15.7 - 59.1), 'Koolhydraten' (4.8 - 86.9), 'Eiwitten' (12.8 - 40.5), and 'Zout' (0.7 - 4.9).

# Distributie

Freasy heeft gekozen voor een multi-channel aanpak:

**Online:** voor de klanten die maximale keuze willen en eenvoudig thuis laten bezorgen. Met een vriesketen in Nederland en België.

**Retail:** (online) supermarkten voor directe beschikbaarheid. Bijvoorbeeld bij meer dan 700 vestigingen van Albert Heijn en online bij Crisp en FLINK.

**B2B-verkoop:** Levering aan bedrijven en streekwinkels, online platformen, instellingen, sportorganisaties of instellingen via webshop met gepersonaliseerde accounts en kortingen.

**Speciale labels/strategische partnerships:** bedrijven die passen bij de kernwaarden van Freasy zoals NewFysic (dieetmaaltijden) en Good Chef (100% plantaardig) en Wielerteam Picnic/Postnl.



crisp

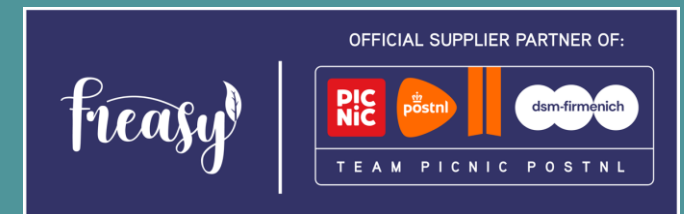
Flink



NEWFYSIC



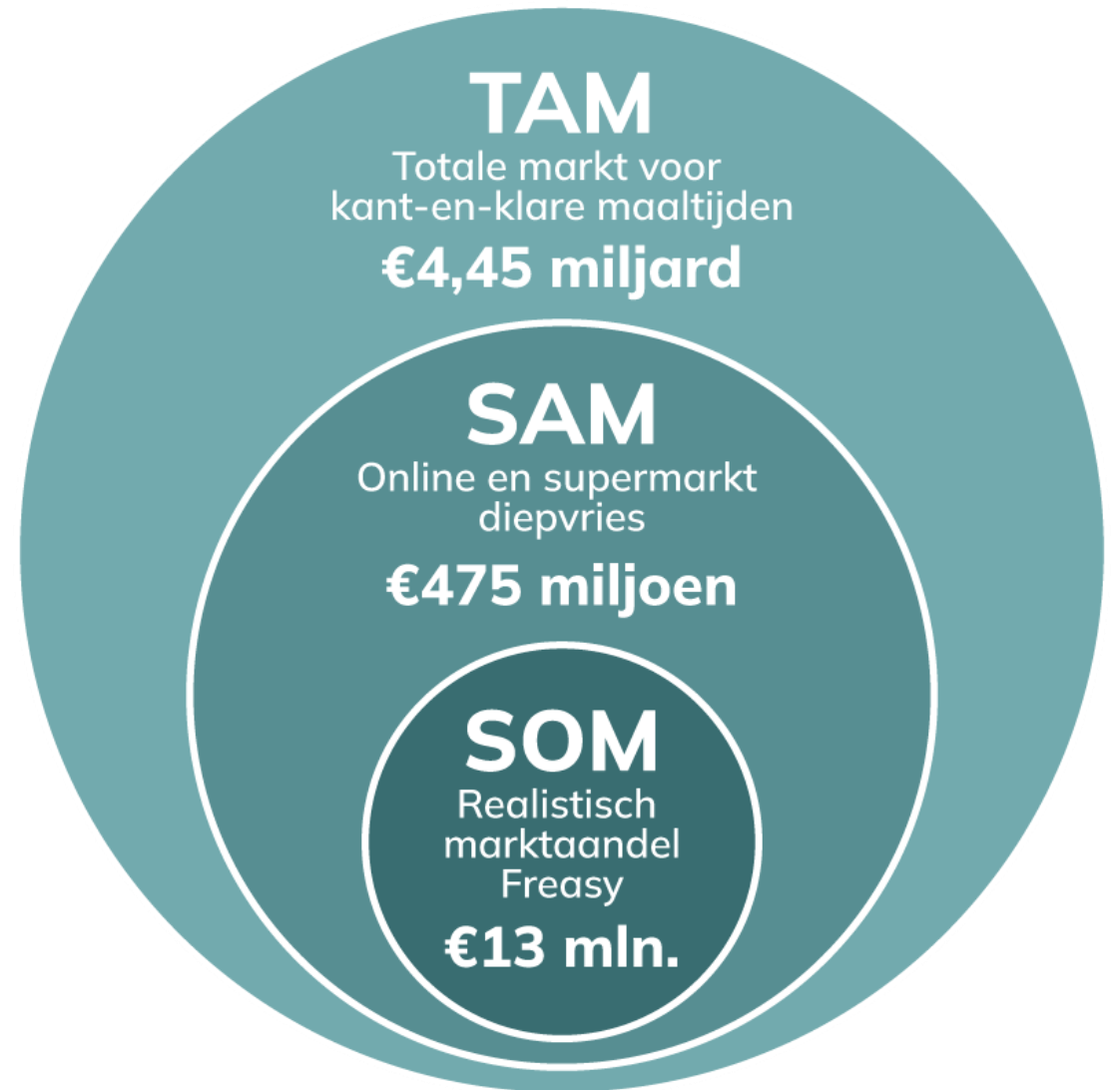
GOODCHEF



# De omvang van de markt

De totale markt voor kant-en-klare maaltijden, inclusief retail én maaltijdbezorging, heeft in Nederland, een geschatte waarde van €4,45 miljard. Hiervan kan Freasy een markt ter waarde van €475 miljoen bedienen via online en supermarkt diepvries.

We richten ons op een realistisch marktaandeel ter grootte van 2,5 à 3% hiervan, met een waarde van ongeveer €13 miljoen.

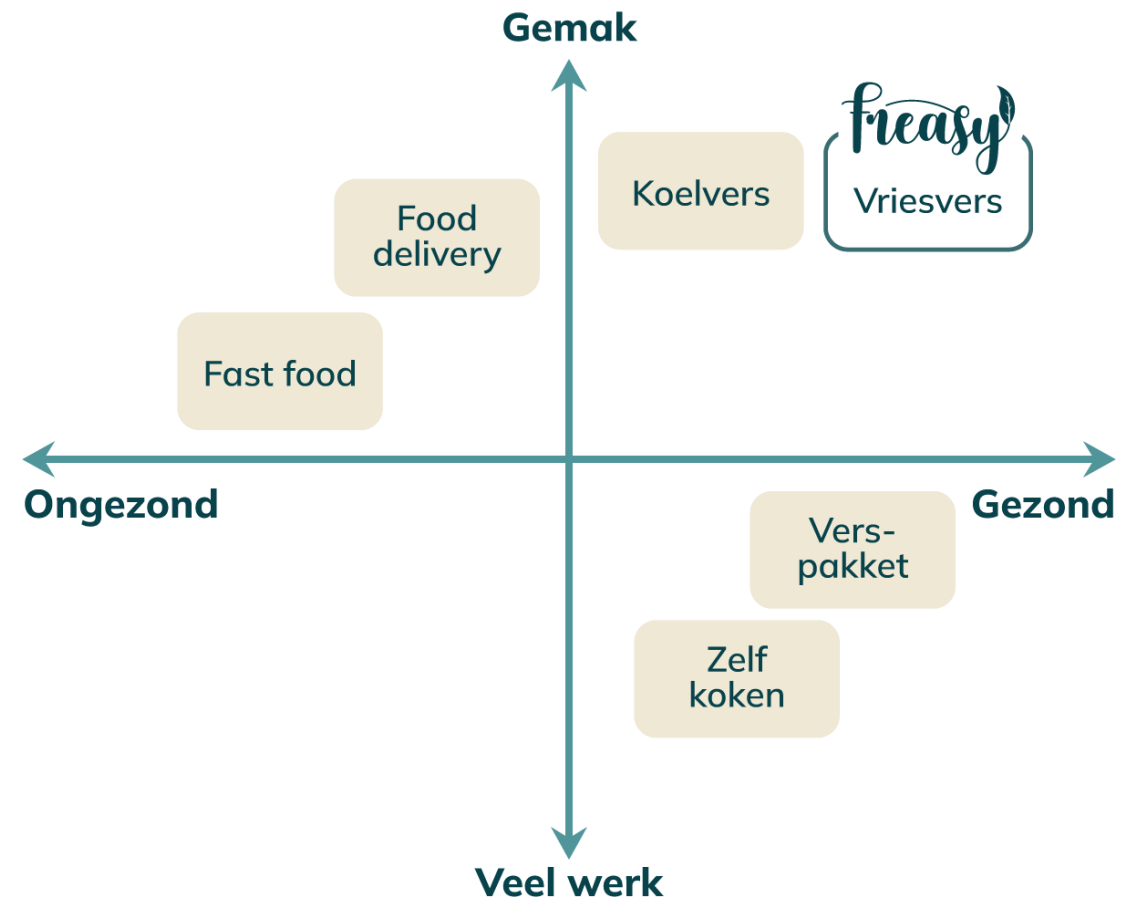


# De markt voor Freasy

Freasy opereert in een competitieve markt met zowel retail- als online-aanbieders. In de retail concurreren merken als Iglo, XXL Fitmeals en diverse huismerken met vergelijkbare vriesverse of vaak koelverse producten. Online zijn partijen als Every, Smart Meals en HelloFresh actief met bezorgconcepten gericht op gemak en gezondheid.

Waar veel concurrenten focussen op standaardisatie of zelf koken, onderscheidt Freasy zich met écht gezonde, vriesverse kant-en-klaarmaaltijden op maat voor verschillende levensstijlen en doelgroepen. Freasy werkt met verse duurzame ingrediënten, zonder conserveermiddelen en zonder additieven, en verantwoord met zero waste in de keuken. Freasy smaakt altijd alsof er net gekookt is.

De unieke kooktechniek, technische ondersteuning voor receptontwikkeling, keuze-tools voor personalisatie op onze website, sterke merkpropositie en multichanneldistributiestrategie (webshop, retail, B2B), en onze keuken met certificering, zorgen voor schaalbare groei en onderscheidend vermogen.



# We hebben in korte tijd al veel bereikt

Omzet in  
2024 verdrievoudigd  
naar €1,2 miljoen

16.000 maaltijden  
per week

Meer dan 5.000  
tevreden klanten

Meer dan 90 unieke  
gerechten

Verkrijgbaar bij  
Albert Heijn en Crisp

Klantrecensies 4,4  
sterren

Voorloper in  
kooktechniek

Leverbaar in  
Nederland en België



# Maar we willen meer impact maken

We groeien dus heel goed, maar we willen meer. De nieuwe standaard in diepvries, dé oplossing voor gemak en gezond. Meer mensen bereiken, zowel eenpersoons huishoudens als gezinnen in binnen en buitenland. Een nog groter assortiment van gebalanceerde maaltijden. Meer eetmomenten bedienen. Meer voedselverspilling tegengaan.

**We hebben dus nog veel doelen:** Schalen, groeien, leiderschap claimen. **Daarom gaan we investeren.**

Met jouw investering bouwen we verder aan een gezondere voedselketen, brengen we Freasy bij nog veel meer mensen op tafel –én profiteer jij van een aantrekkelijk rendement van 7,5% per jaar. Doe je mee?



[Klik hier om direct te investeren!](#)

# We gaan investeren in:

*Deze ronde wordt mede gebruikt voor de overname van een branchegenoot!*

- 1. Ons merk landelijk uitrollen**  
We willen Freasy op de kaart zetten in heel Nederland. Met een gerichte merkcampagne vergroten we onze naamsbekendheid en stimuleren we structurele groei via onze webshop.
- 2. Onze digitale infrastructuur versterken**  
We investeren in de verdere ontwikkeling van onze website, met meer keuzemogelijkheden voor bijvoorbeeld mensen met specifieke dieetwensen. Zo maken we personalisatie nog toegankelijker en makkelijker.
- 3. Onze distributiecapaciteit uitbreiden**  
Om aan de groeiende vraag te voldoen, investeren we in logistiek, opslag en bezorging. Zo kunnen we efficiënt en betrouwbaar leveren – ook op grotere schaal.
- 4. Strategisch groeien via buy & build**  
Met bedrijven samengaan die passen bij onze missie. Denk aan partijen met aanvullende technologie, klantgroepen of services. Zo bouwen we aan een toekomstbestendig ecosysteem.

# Jij kunt met je investering helpen

Hard groeien kost geld. Daarvoor gaan we nu in deze financieringsronde groeikapitaal ophalen. En dat doen we graag met **jou!**

Jij kunt nu investeren in obligaties die Freasy uitgeeft. Dat is heel eenvoudig. Je leent dan geld aan Freasy waarvoor je ieder jaar een vaste rente krijgt.

**Looptijd:** 4 jaar

**Rente:** 7,5% per jaar (maandelijkse uitbetaling achteraf)

**Bonus:** 5% korting op alle bestellingen op Freasy.nl

**Minimale inleg:** €500

**Maximale inleg:** €200.000

**Conversierechten:** Jij hebt als investeerder het recht om op de einddatum te kiezen voor omzetting in aandelen. Je krijgt dan een korting van 20% op de waardering op dat moment.

Lees hier alle [voorwaarden](#) van de obligatielening



[Klik hier om direct te investeren!](#)

# Freasy in 2030

We hebben grote plannen. In 2035 willen we het volgende bereikt hebben:



Actief in Europa



De nummer één keuze voor een gezonde levensstijl



Actief met meerdere productielocaties



Meer dan €100 miljoen omzet per jaar



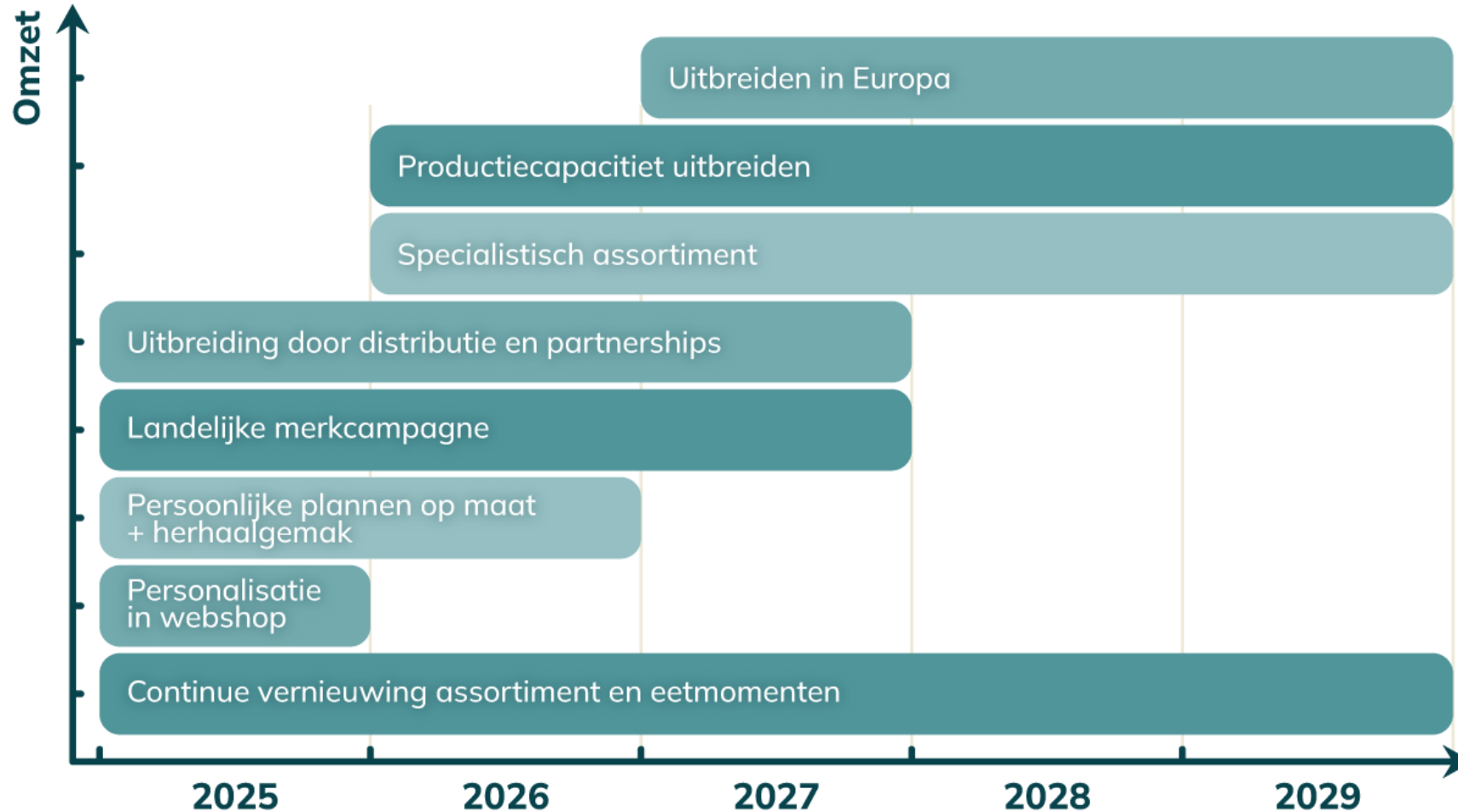
De standaard in diepvries



1,8 miljoen ton voedselverspilling tegengegaan



# Ons groeiplan

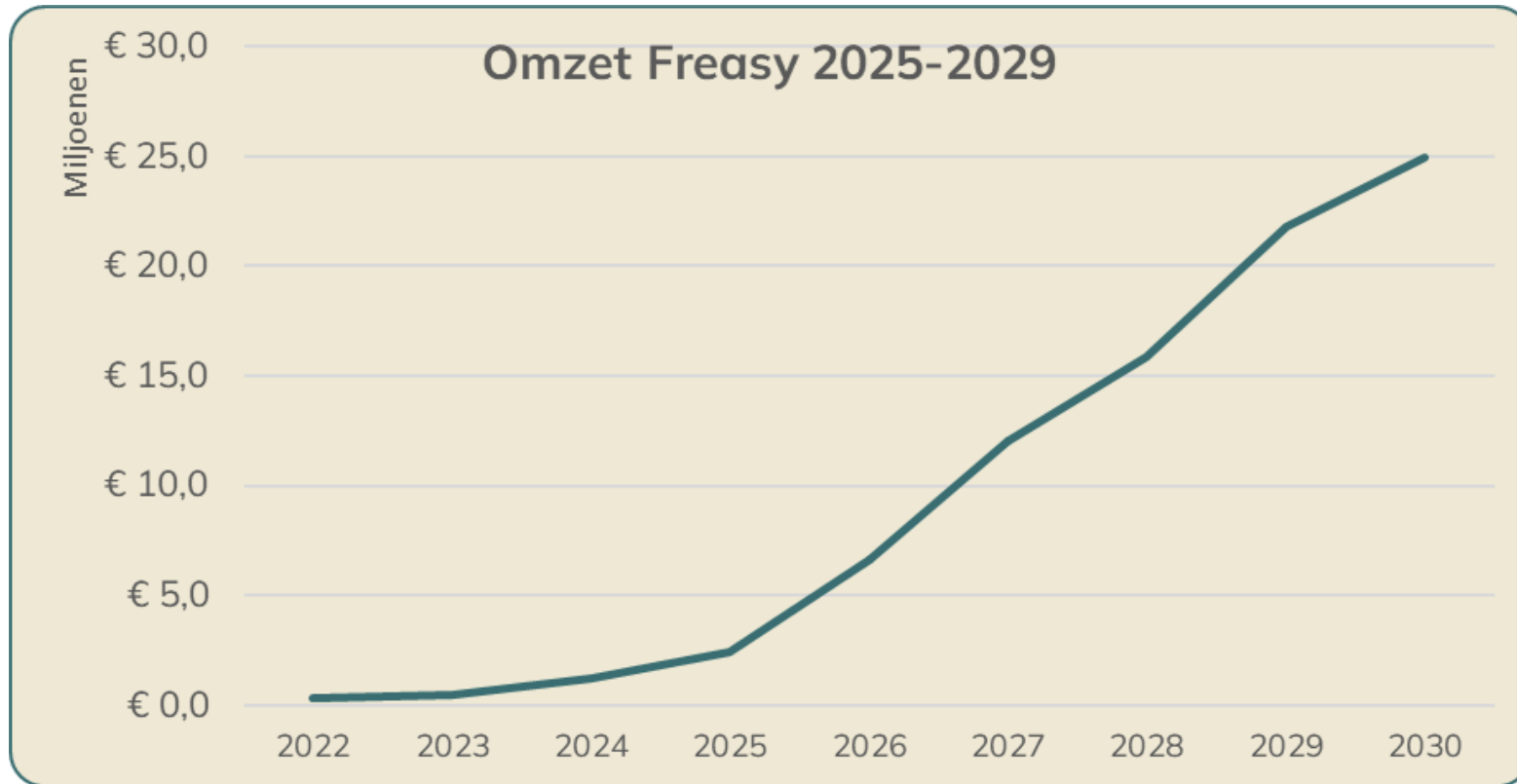


**Marktpenetratie:** groeien met nieuw assortiment en nieuwe productcategorieën bij bestaande klanten en door uitbreiding distributie retail. Acquisitie nieuwe klanten webshop door vernieuwde webshop en lancering merkcampagne.

**Productontwikkeling:** vernieuwend assortiment voor continue inspiratie, personalisatie en specialisatie

**Marktontwikkeling:** nieuwe kanalen betreden door specialisatie via partnerships en co-creatie

# Onze omzetgroei



De omzet is in 2024 bijna verdrievoudigd naar €1,2 miljoen. In 2025 verwachten we te verdubbelen naar €2,4 mln. De groei online (eigen webshop en online retailers) met een nieuwe website en nieuwe listings zet sterk door. Bovendien telt 2025 een heel jaar op het schap bij Albert Heijn.

We verwachten de omzet in 2026 meer dan te verdubbelen ten opzichte van 2025 dooreen forse uitbreiding van zowel webshop als retaildistributie. Het doel is te groeien naar een omzet van €25 miljoen in 2029.

# Onze financiële vooruitblik

Hieronder is de Winst & Verliesrekening opgenomen voor Freasy B.V. De cijfers over 2023 en 2024 zijn conform de goedgekeurde jaarrekeningen. De marge in 2024 is sterk beïnvloed door de grote inlaadorder bij Albert Heijn aan het einde van het jaar waarvoor de kosten meteen zijn genomen.

Vanaf 2025 is het een forecast, waarbij voor 2025 rekening is gehouden met de gerealiseerde cijfers.

In 2026 bereikt Freasy naar verwachting het break-even punt en wordt een positieve EBITDA gerealiseerd. Daarna groeit de EBITDA gezond door naar zo'n 10% van de omzet in 2030.

## Winst & Verliesrekening Freasy (× €1.000)

	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
	Actuals	Provisional	Forecast	Forecast	Forecast	Forecast	Forecast	Forecast
Turnover (net)	€ 447	€ 1.221	€ 2.424	€ 6.624	€ 12.022	€ 15.888	€ 21.791	€ 24.919
COGS	€ 283	€ 1.218	€ 1.835	€ 4.516	€ 8.198	€ 10.652	€ 14.551	€ 16.318
Contribution margin	€ 164	€ 3	€ 590	€ 2.107	€ 3.824	€ 5.237	€ 7.240	€ 8.601
Opex	€ 640	€ 628	€ 932	€ 2.024	€ 3.418	€ 4.418	€ 5.558	€ 6.062
EBITDA	-€ 476	-€ 626	-€ 342	€ 83	€ 406	€ 819	€ 1.682	€ 2.539

# Het team van Freasy

Freasy wordt geleid door een hecht team van gepassioneerde professionals met vele jaren ervaring en een gedegen kennis van de voedings- en retailmarkt.



## Marlot de Jonge

Marlot is de oprichtster van Freasy en is verantwoordelijk voor de unieke recepten. Ze is het creatieve brein van Freasy. Ze heeft een master consumentenpsychologie en een brede achtergrond in de horeca als bedrijfsleider en chefkok.



## Eveline Nederlof

Eveline heeft jarenlange (retail) ervaring in binnen- en buitenland in de voedingsmiddelenbranche. In haar laatste rol was zij MD van Unilever Food Solutions voordat zij Freasy als aandeelhouder en CEO kwam versterken.



## Eric Veeneman

Eric is mede-oprichter. Als investeerder was hij eerder betrokken bij diverse tech-bedrijven en oprichter van het venture capital fonds 'Dutch Founders Fund'. Hij houdt zich bij Freasy bezig met verkoop o.a. aan de grote klanten zoals Crisp en Albert Heijn.



## Alcindo Pires

Alcindo is productiemanager bij Freasy. Hij heeft veel operationele ervaring die hij heeft opgedaan in de keukens van o.a. HEMA en La Place. Alcindo is verantwoordelijk voor de productie, kwaliteitsgarantie en efficiëntie.

# 5 Goede redenen om in Freasy te investeren

*Totaal financieel rendement tot maar liefst 50%*

- 1.** Een aantrekkelijk rendement van 7,5% op jaarbasis en 5% korting op alle bestellingen. Plus conersierecht met 20% korting.
- 2.** Freasy opereert in een aantrekkelijke markt met extreme groei.
- 3.** Minimalisering van voedselverspilling en plasticvrije, biologisch afbreekbare verpakkingen.
- 4.** Sterk management met ervaring in FMCG, food service, commercie, consumentenpsychologie en productontwikkeling.
- 5.** Een uiterst schaalbaar business model.

**Klik hier om direct te investeren!**

