Verlies websuper Crisp in 2021 bijna verdubbeld

30-12-2022 10:00



Onlinesupermarkt Crisp zag zijn verlies in 2021 bijna verdubbelen tot 15,2 miljoen euro. Dat blijkt uit de jaarrekening die de voormalige RetailRookie woensdag deponeerde.

"Crisp ontwikkelde zich in 2021 precies volgens plan", meldt mede-oprichter en ceo Tom Peeters aan RetailTrends. "Het verlies is in absolute zin groter dan in 2020, maar dat is betrekkelijk in relatie tot de groei, de investeringen, het formaat van de business en het feit dat 2021 ons derde jaar in business was. Aanloopverliezen zijn onderdeel van een groot bedrijf bouwen dat veel impact maakt."

Peeters wijst erop dat Crisp vorig jaar flink is gegroeid, maar omzetcijfers geeft hij niet. "Wel hebben we eerder gedeeld over 2021 dat we in omzet, aantal bestellingen en aantal app-downloads 2,5 keer gegroeid zijn. Tevens zijn alle marges verbeterd. En de klantloyaliteit is onverminderd hoog, met maar liefst 85 procent van de omzet door terugkerende klanten." Meer dan de helft van de omzet komt volgens Peeters van buiten de Randstad.

Crisp meldde in oktober dat het dit jaar 75 miljoen euro groeigeld heeft opgehaald. Uit de jaarrekening blijkt dat 39 miljoen daarvan afkomstig is van bestaande investeerders. De rest kwam van nieuwe geldschieters als Adriaan Mol (oprichter Mollie), Sander van der Laan (ex-Action, nu Douglas) en Joes Daemen (Somerset Capital Partners).

"We hebben in 2021 een erg goed jaar gehad en we zien de toekomst met vertrouwen tegemoet", zegt Peeters. "In lijn met recente consumentenanalyses van bijvoorbeeld **McKinsey**, zien we dat vers en bewust eten blijvend relevant is." De app-only supermarkt begon in Nederland en breidde in juni dit jaar uit naar België. Ook investeerde Crisp in een groot distributiecentrum in Bornem en nam het de Eetfabriek over, een foodbedrijf dat gespecialiseerd is in het bereiden van verse maaltijden.