



26 de Febrero de 2018 - NOTA DE PRENSA

## **CROSSCALL PRESENTA SUS NUEVOS PRODUCTOS Y DESVELA SUS PROYECTOS INTERNACIONALES**

**Barcelona, 26 de Febrero del 2018** – Crosscall, líder en tecnología móvil outdoor, estará por segundo año consecutivo en el MWC para presentar sus últimos productos, entre los que se encuentra el Action X3, un teléfono inteligente diseñado para adaptarse a todos los entornos y estilos de vida. Será uno de los productos destacados en la feria junto con su amplia oferta de accesorios.

### **ACTION-X3, UN MÓVIL OUTDOOR URBANO Y ÁGIL**

*Es el primer teléfono inteligente de la nueva línea Action. El Action-X3 está dirigido a todos aquellos que buscan un teléfono inteligente de calidad, fácil de usar y resistente, que les acompañe en todas las aventuras de su vida cotidiana. Diseñado para ser el centro de la acción, el nuevo teléfono inteligente Crosscall satisface todas las necesidades de uso al aire libre, sin ningún tipo de problema en términos de fiabilidad, seguridad y rendimiento. Debido a que cada vez los entrenamientos se están volviendo más técnicos, Crosscall ha desarrollado un móvil integral, ubicado en medio de un ecosistema completamente al aire libre, posicionando la experiencia del usuario en el centro de las innovaciones tecnológicas.*



### **UN PRODUCTO DISEÑADO PARA CUBRIR TODAS LAS NECESIDADES DEL USUARIO**

*Crosscall ha creado varias líneas de teléfonos móviles y smartphones para satisfacer las necesidades de los profesionales y de los atletas pero también las de los aventureros del día a día, en todas sus actividades al aire libre y viajes familiares. Impermeables, resistentes y con una batería de duración excepcional, la línea de los móviles Crosscall se encuentra en el cruce de la tecnología avanzada y del mundo outdoor, cumpliendo con los criterios de eficacia en todas las circunstancias, así como con la experiencia de los usuarios y la adaptabilidad a todos los entornos.*

*Cada uno de los nuevos productos de Crosscall se beneficia de una amplia oferta de accesorios especialmente diseñados para impulsar aún más la experiencia del smartphone: sonido, protección, movilidad y energía. La línea de los accesorios se adapta a todas las actividades outdoor al aire libre. Los auriculares X-PLAY, por ejemplo, han sido especialmente diseñados para ofrecer total libertad de movimiento y la batería portátil X-Power, equipada con la tecnología X-Link, duplica la duración de la batería del Action-X3 cuando está conectada magnéticamente a la cubierta posterior del teléfono.*

## EN UN AÑO, LOS INGRESOS SE HAN DUPLICADO Y HA AUMENTADO LA PRESENCIA INTERNACIONAL

El MWC también será la ocasión para que Crosscall vuelva a la historia de éxito de la marca Aixoise. Fundada en 2009, diseñadora del primer móvil flotante y ganadora del premio Deloitte Fast50 de empresas de rápido crecimiento, la joven empresa se ha convertido en el principal actor de la tecnología móvil outdoor y ha experimentado un desarrollo espectacular en los últimos 4 años. Con un crecimiento superior al 2.000% y una presencia en más de 20.000 puntos de venta,

Crosscall, que cuenta con más de 102 empleados, está ya presente en 11 países europeos y se expandirá, a corto plazo, a los países nórdicos, Islandia, Reino Unido y Polonia. De hecho, Crosscall, anuncia fuertes ambiciones de internacionalización, con una expansión a Sudáfrica, Australia, Nueva Zelanda y Europa Central. Las Américas y Asia también forman parte del programa de desarrollo internacional de la compañía Aixoise.



**CONTACTOS DE PRENSA**  
Playmaker Agency

Marc Balsells - +34 680 45 12 06  
[mbalsells@playmakeragency.com](mailto:mbalsells@playmakeragency.com)

Ángel Rodao - +34 636 06 08 68  
[arodao@playmakeragency.com](mailto:arodao@playmakeragency.com)

**CROSSCALL**

Carlos Calleja - +34 622 35 97 91  
[carlos.calleja@crosscall.com](mailto:carlos.calleja@crosscall.com)

## SOBRE CROSSCALL

CROSSCALL, creadora del mercado de tecnología móvil outdoor, ofrece teléfonos móviles resistentes al agua y teléfonos inteligentes, con baterías de larga duración. La marca está dirigida por un equipo de apasionado que diseña productos que se adaptan perfectamente a entornos difíciles e impredecibles (agua, lluvia, viento, humedad, polvo, golpes, etc.) en los que se encuentran los atletas y profesionales del sector, pero también una amplia gama de accesorios de rendimiento.

Con más de 1,5 millones de unidades vendidas, unos ingresos anuales de € 53 millones y proporcionando ya terminales a más de 20.000 puntos de venta, la empresa francesa, con sede en Aix-en-Provence, persigue sus ambiciones de crecimiento con una expansión internacional.