



CROSSCALL CELEBRA SU 10º ANIVERSARIO ANUNCIANDO UN INCREMENTO DE UN 40% DE SU FACTURACIÓN

Aix-en-Provence, 17 de Julio 2019 : Crosscall, empresa francesa especializada en la fabricación y comercialización de móviles resistentes para un entorno outdoor, ha presentado las cuentas anuales para su año fiscal 2018-2019 (cerrado a 31 de marzo). Crosscall ha reportado un incremento del 40% respecto a los ingresos alcanzados en el año fiscal anterior, pasando de 51,2 millones de euros de facturación a 71,6 millones de euros.

Con casi 500,000 terminales vendidos en el año fiscal 2018/2019, Crosscall, que celebra su décimo aniversario este año, continúa creciendo a pesar de un entorno desfavorable para el sector de la telefonía móvil que ha experimentado una disminución significativa en las ventas de smartphones durante varios trimestres consecutivos, (según datos de consultoras de referencia como IDC o GFK). El volumen total de ventas de la compañía, desde que comenzara su andadura empresarial en 2009, es de más de 2 millones de unidades vendidas.

El crecimiento continuo de la marca se debe en parte a su nuevo enfoque

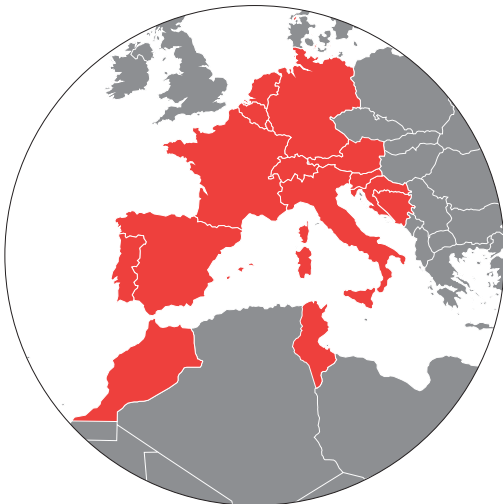
estratégico: intensificar su presencia en el mercado B2B. Crosscall capitaliza su ADN para llegar a todas las líneas de negocio verticales de grandes empresas, interesadas en la resistencia y durabilidad de sus productos. Segmentos como el de la hostelería, la construcción o la distribución logística son públicos naturales de la compañía, ya que requieren, en su día a día, de dispositivos que soporten condiciones climáticas y medioambientales en entornos difíciles.

Además, Crosscall entró en 2016 en el Top Ten de las empresas francesas de mayor crecimiento, según el análisis efectuado por Ernst and Young. En España, la compañía lleva operando desde el 2017.

CROSSCALL CONSOLIDA SU INFLUENCIA INTERNACIONAL CON LA APUERTA DE SU E-SHOP EN 6 PAÍSES EUROPEOS

Como parte importante de su continua evolución y crecimiento, Crosscall lanza este mes su tienda online para España, Portugal, Bélgica y los Países Bajos. Italia y Alemania serán los dos países que, a lo largo del verano, tendrán también su tienda online disponible. Este nuevo canal de distribución permitirá a la empresa llegar a un público más amplio y, por lo tanto, intensificar su presencia en estos mercados.

EUROPA



AFRICA



 País donde la marca está presente



A LA CONQUISTA DEL CONTINENTE AFRICANO

Crosscall está dando un nuevo paso estableciendo su presencia en varios países africanos, inicialmente apuntando a los mercados B2B.

En Sudáfrica, la marca firmó recientemente un contrato con el operador móvil MTN y tiene productos ya incorporados en el catálogo de Vodacom, subsidiaria del grupo Vodafone. En Túnez, Crosscall está presente en el operador Tunisie Telecom, mientras que en Marruecos está referenciado por los operadores INWI y Orange Marruecos.

«El excelente desempeño de nuestras ventas en un año difícil para el mercado de la telefonía confirma nuestro compromiso de ofrecer

productos únicos, que dan respuesta a usos y necesidades que ningún smartphone tradicional puede satisfacer, y dan prioridad a la durabilidad y la fiabilidad”, señala el presidente y fundador de la compañía, Cyril Vidal.

“La apertura de la tienda online a nivel internacional y nuestra presencia en nuevos continentes supone un nuevo motor de crecimiento para Crosscall, y fortalece a la marca como el líder mundial en tecnología móvil para exteriores. Hemos creado un segmento cada vez más prometedor porque se corresponde cada vez más con la demanda y los usos de consumidores y empresas”, concluye Vidal.

DESCUBRE CROSSCALL EN YOUTUBE



AGENCIA BINOCULAR ROOM

Isabel Luque Cell: (+34) 600905483 / isabel@binocularroom.com
Laura Soro: laura@binocularroom.com

CROSSCALL

Pauline Chanut - +33 (0) 784 377 226 - pauline.chanut@crosscall.com
Lucas Giraud - +33 (0) 763 113 463- lucas.giraud@crosscall.com

SOBRE CROSSCALL

CROSSCALL, creador del mercado de la tecnología móvil al aire libre (outdoor), ofrece teléfonos y smartphones impermeables, resistentes y con una larga autonomía. La marca diseña dispositivos que se adaptan perfectamente a los entornos hostiles e impredecibles que encuentran los deportistas y aventureros, así como los profesionales de diversos sectores como la construcción, la logística o la hostelería, entre otros (agua, lluvia, viento, humedad, polvo, choques ...); los terminales ofrecen, además, una

completísima gama de potentes accesorios que mejoran la experiencia de uso. Con más de 2 millones de unidades vendidas, una facturación de 71,6 millones de euros y con más de 20.000 puntos de venta, la compañía francesa, con sede en Aix-en-Provence, continúa su evolución a través de la actualización de sus móviles diseñados para adaptarse a todos los usos. Los teléfonos son cada vez más reconocidos por su calidad y originalidad en Francia y en el extranjero.