



**MyKronoz, la marque suisse de wearables bat des records mondiaux avec sa smartwatch hybride ZeTime, en marge d'un Baselworld 2018 challengé.**

*Ses campagnes de financement participatif ont réuni un total de 8 millions de dollars en moins d'un an.*

**GENÈVE, Suisse, le 22 mars 2018** - En marge d'un Baselworld 2018 à taille réduite, [MyKronoz](#), la première marque horlogère de la smart génération annonce aujourd'hui les résultats records des campagnes de financement participatif de sa smartwatch hybride [ZeTime](#), avec plus de 8 millions de dollars levés en moins d'un an. Le succès international de son produit phare, unique et révolutionnaire, est suivi par la sortie d'une nouvelle campagne vidéo digitale "[I'm a watch; I'm a smartwatch](#)".

Après une campagne historique de 35 jours sur [Kickstarter](#) lancée en mars 2017, ZeTime a connu, depuis, une véritable *success story* sur une multitude de plateformes internationales et locales: [Indiegogo](#), [Makuake](#) au Japon, [Zec Zec](#) à Taïwan, [Wadiz](#) en Corée et le site e-commerce chinois [JD.com](#). Suite à cet engouement en ligne, MyKronoz a livré avec succès dans plus de 100 pays près de 40 000 contributeurs, qui portent fièrement leur smartwatch hybride tous les jours. En outre, ZeTime est maintenant disponible sur [Amazon](#) ainsi qu'auprès des enseignes les plus prestigieuses dans le monde entier.

*"Avec ZeTime, nous avons créé un nouveau standard : le seul et unique wearable hybride qui réconcilie parfaitement les amateurs de montres traditionnelles et les utilisateurs d'objets connectés", déclare Boris Brault, PDG de MyKronoz.*

*Il ajoute: «Notre expérience dans le domaine de l'électronique grand public combiné à notre ADN suisse nous donne un avantage significatif sur les industriels de la montre traditionnelle et du wearable pour développer des produits design et consumer-centric. Dans un contexte d'incertitudes pesant sur le marché de la montre, et bien que la plupart des fabricants de wearables ne participent pas à Baselworld cette année, je crois fermement que nous développons la bonne stratégie. Réunir design, fonctionnalités et prix abordables va nous permettre d'assurer la croissance de notre entreprise et d'acquérir une position de leader.»*

Le jeune challenger suisse réaffirme ainsi sa volonté de bousculer une industrie établie en mettant les consommateurs au centre de sa stratégie d'innovation et de développement de produits, tout en apprenant des faiblesses des marques horlogères.



Pour renforcer l'engagement des consommateurs et la notoriété de la marque à l'international, [MyKronoz](#) lance sa série vidéo humoristique "[I'm a watch; I'm a smartwatch](#)". La campagne digitale débute cette semaine sur les réseaux sociaux, avec 6 épisodes en tout, mettant en scène deux personnages décalés rivaux qui personnifient respectivement la montre et la smartwatch.

### **À propos de ZeTime:**

Première montre connectée hybride avec des aiguilles mécaniques sur un écran couleur tactile, [ZeTime](#) allie le design d'une montre traditionnelle avec les fonctionnalités les plus avancées d'une smartwatch. Sa technologie propriétaire « *Smart Movement* » permet aux aiguilles de fonctionner jusqu'à 30 jours avec une seule charge, garantissant ainsi la fonction principale de la montre : donner l'heure. Commercialisée à partir de 199€, ZeTime est désormais disponible en deux tailles de boîtiers (39 mm et 44 mm) et écrans (1.05-inch et 1.22-inch); elle se décline en trois collections comprenant une variété de finitions et de bracelets, permettant ainsi de séduire un large public.

Avec ses 8 millions de dollars levés, ZeTime s'impose comme la montre connectée hybride la plus financée au monde, le produit le plus soutenu de toute l'année 2017 et surtout la plus grande campagne de financement participatif jamais réalisée par une entreprise européenne.

### **A propos de MyKronoz**

Fondée en Janvier 2013, [MyKronoz](#) est une société suisse basée à Genève qui conçoit et développe des wearables pour élargir et faciliter l'expérience connectée de la smart génération. Réunissant l'essence même de la tradition horlogère avec la technologie innovante, MyKronoz propose une gamme complète de wearables abordables et stylés, à partir de 39€ seulement, répartis sur 4 catégories de produit: trackers d'activités, montres connectées, montres connectées hybrides et montres téléphones, toutes compatibles avec iOS et Android.

Présente dans plus de 40 pays, référencée par de grands distributeurs et partenaires mondiaux (Orange, Auchan, Carrefour, Amazon, Best Buy...), MyKronoz a vendu plus de 3 millions de produits et s'est imposée comme un challenger des horlogers techniques et traditionnels.

MyKronoz fait partie du [groupe BOW](#), acteur international de l'Internet des Objets (IoT), opérant dans le monde entier dans les marchés des wearables, des véhicules connectés et du smart home. En juillet 2015, BOW a levé 10 millions d'euros auprès de [NextStage AM](#) dans le cadre de sa série A, et clôturé en novembre 2017 le financement de sa série B à hauteur de 23,5 millions de dollars avec [PM Equity Partner](#), le "corporate venture fund" de Philip Morris International.



Pour plus d'informations, rendez-vous sur: [www.mykronoz.com](http://www.mykronoz.com) ou suivez MyKronoz sur Twitter [@mykronoz](https://twitter.com/mykronoz)

**Contact presse :**

Annabel Corlay

[press@mykronoz.com](mailto:press@mykronoz.com)