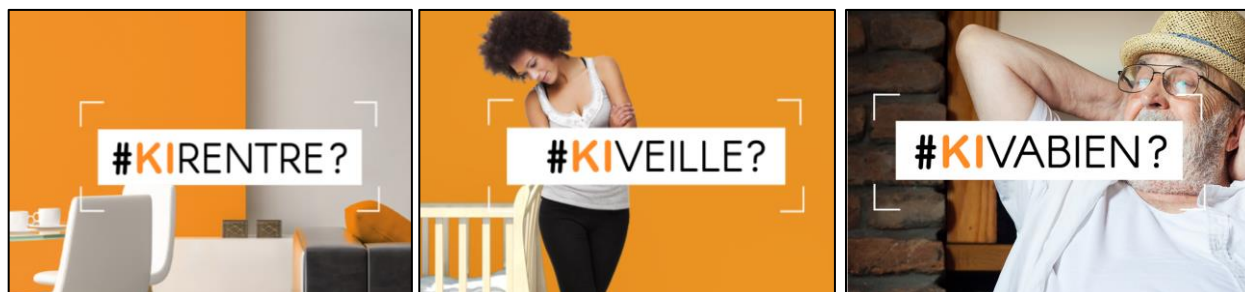


Kiwatch lance le nouveau concept grand public de « vidéo bienveillance » et décline à cette occasion une identité de marque renforcée



Premier acteur de « vidéo bienveillance »

Kiwatch, acteur incontournable sur le marché de la sécurité domestique avec un chiffre d'affaires en pleine croissance (multiplié par 5 en 2016), développe son offre grand public à travers un nouveau concept de « vidéo bienveillance ».

Cette solution Plug & Play permet à distance de voir ce qui se passe chez soi en temps réel, d'entendre et de communiquer avec son domicile, via un Smartphone, une tablette ou un ordinateur connecté à internet, de jour comme de nuit. En cas d'événement au domicile, rentrée des enfants après l'école, intrusion malveillante, incendie, l'utilisateur reçoit automatiquement des alertes vidéos par SMS et par email. Il peut également planifier des enregistrements sur des périodes spécifiques (week-end, soirée...). Avec une offre unique d'abonnement à 9.90€/mois*, Kiwatch entend démocratiser le meilleur de la technologie au service de notre sérénité.

« Notre système de « caméra bienveillance » a pour objectif de faciliter la sécurité quotidienne avec une solution clé en mains qui répond à l'ensemble des questions que l'on se pose : mes enfants sont-ils bien rentrés de l'école ? J'ai recours à un « Pet Sitter » pour mes animaux, est ce que tout se passe bien ? Quelqu'un est-il rentré chez moi en mon absence ? Maman n'est-elle pas tombée ? L'offre complète que nous proposons aujourd'hui contribue à rendre le quotidien de nos clients plus serein. Le secteur de la sécurité domestique est en pleine croissance, (+37% par an) et les français sont de plus en plus exigeants à ce sujet. C'est la raison pour laquelle nous envisageons une levée de fonds courant 2017 pour accompagner notre développement rapide et durable » **Cédric Williamson, fondateur de Kiwatch.**

*système applicable après l'achat d'une camera HD à 29€

Accompagner ses ambitions d'une signature identitaire forte

Dès 2017, Kiwatch se dote d'une nouvelle identité de marque axée sur le « Ki » et pensée par l'agence de communication WE ARE ADDICT :

#KIRENTRE ? / #KIDORT ? / #KIJOUE ? / #KIVIABIEN ?

Ce positionnement dynamique et identitaire véhicule la force du concept de « camera bienveillance » comme la polyvalence de son usage grand public. Le « Ki » invite à penser le système KIWATCH au-delà de la surveillance contre les intrusions mais bien comme un outil bienveillant et ludique pour veiller sur le bien-être de nos êtres chers : enfants, parents âgés, animaux de compagnie.



Kiwatch en chiffres

20 000 foyers équipés dans toute la France en 2017

80% de clients particuliers et 20 % de clients professionnels

Plus de **138.253 alertes** envoyées mensuellement

9,3/10 : Note attribuée aux services Kiwatch par une solution indépendante accréditée AFNOR

À propos de Kiwatch

Kiwatch, leader français de la vidéo bienveillance, propose des services innovants et accessibles (à partir de 9.90€/mois) pour faciliter, au quotidien, la vie des particuliers et des professionnels. La solution Kiwatch répond aux besoins de bienveillance et de surveillance des français : sécurité du domicile, protection des enfants, et des animaux, maintien à domicile des personnes âgées, sécurité des locaux et commerces.

Cette société bretonne a été fondée en janvier 2011, après plus de 3 ans de Recherche & Développement, par Cédric WILLIAMSON (15 ans d'expérience dans les nouvelles technologies), Laurent ROCUET (17 ans de management de projets TIC (Technologie de l'Information et de la Communication), Jocelyn DENIS (PDG de Digitaleo et investisseur privé), Groupe Delta Dore (industriel de l'électronique domestique). <http://www.kiwatch.com>

CONTACT PRESSE Élodie Verbeke - everbekespriet@gmail.com - Tél. : + 33(0)6 81 66 28 01