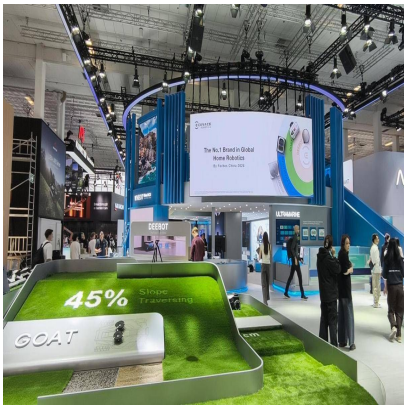

Innovazione nella robotica domestica, le novitÃ firmate Ecovacs Robotics a IFA 2026

Descrizione

default watermark

(Adnkronos) â?? In occasione della fiera tecnologica IFA 2026 a Berlino, le nuove soluzioni per la robotica di servizio evidenziano una progressiva evoluzione verso lâ??automazione integrata degli spazi domestici e aziendali. Un recente report pubblicato da Forbes China e presentato in occasione del keynote ha confermato il posizionamento di Ecovacs Robotics tra i principali attori del settore a livello globale, evidenziandone la diffusione in circa 38 milioni di famiglie distribuite in quasi 180 mercati. Lâ??azienda ha progressivamente esteso la propria capacitÃ produttiva e di ricerca e sviluppo dai tradizionali dispositivi per la pulizia dei pavimenti a sistemi dedicati alle superfici vetrate, alle piscine e alla cura dei tappeti erbosi.

Graham Earnshaw, Chief Strategy Officer Forbes China Group illustra il report di Forbes China sul mercato globale della robotica per la casa

Riguardo alle prospettive di sviluppo del comparto, David Qian, CEO di Ecovacs Robotics, ha dichiarato: â??Il futuro della robotica domestica non Ã¨ semplicemente offrire nuove soluzioni, ma rendere la vita quotidiana piÃ¹ semplice, lasciando alle persone piÃ¹ tempo per ciÃ² che conta davvero. Facendo leva su circa lâ??80% delle nostre tecnologie di base e adattando il restante 20% alle esigenze specifiche di ogni ambiente, possiamo portare la robotica dai pavimenti e dalle finestre fino alla cura del prato e alla pulizia delle piscine. Il nostro obiettivo Ã¨ continuare a rendere la robotica sempre piÃ¹ intelligente, autonoma e accessibile, portando soluzioni capaci di creare valore concreto nella vita quotidiana di un numero crescente di persone.â?•

Questa visione ha trovato concreta attuazione nelle numerose novitÃ presentate sullo stand berlinese, a partire dalla nuova generazione di robot aspirapolvere della serie DEEBOT (X12S, T90 MAX e T90S), accreditati di potenze dâ??aspirazione comprese tra i 10.000 e i 40.000 Pa, sistemi di lavaggio a rulli pressurizzati con copertura estesa per i bordi e stazioni di svuotamento automatico senza sacchetto pensate per abbattere i costi di manutenzione nel lungo periodo, affiancati dal modello ultracompatto DEEBOT MINI 2.

Installazione promozionale della serie WINBOT a Potsdamer Platz â?? Berlino

default watermark

L
â??ecosistema si estende poi alle superfici verticali con la serie WINBOT W2S PRO, dotata di sistemi di nebulizzazione e stazioni multifunzione con batteria integrata per un funzionamento senza cavi per la pulizia delle finestre, fino al debutto nelle soluzioni outdoor rappresentato dai robot per piscina della linea ULTRAMARINE, equipaggiati con sensori LiDAR subacquei per la mappatura tridimensionale delle vasche, e dai robot tagliaerba della serie GOAT, sviluppati per la gestione autonoma di manti erbosi di ogni metratura fino a 10.000 metri quadri.

A margine delle innovazioni svelate in fiera, Andrea Civitelli, Head of Sales Western Europe di ECOVACS Robotics, ha tracciato il bilancio delle performance nel nostro Paese, evidenziando il trend di forte espansione in ogni segmento: â??La nostra leadership globale la possiamo chiaramente vedere in tutte le categorie nel mercato italiano. Stiamo crescendo notevolmente nel settore dei robotic vacuum cleaners, dove stiamo raddoppiando sia il numero di pezzi che il fatturato.â?•

Civitelli ha poi sottolineato come il successo del brand passi dalla capacitÃ di andare oltre i classici robot per pavimenti, introducendo soluzioni uniche per lâ??ambiente indoor e outdoor: â??Molto importanti per noi sono le nuove categorie oltre ai robot aspirapolvere: la categoria dei window cleaners con i nostri Winbot, sostanzialmente creata da Ecovacs e che sta crescendo a tripla cifra nel mercato italiano, i robot rasaerba e gli ultimi arrivati, la linea Ultramarine per le piscine. Tutti questi prodotti danno un contributo fondamentale al rafforzamento della nostra leadership globale nei robot domestici.â?•

Per sostenere questo importante ritmo di crescita, Ecovacs punta su una presenza capillare e su un modello flessibile che abbraccia sia il canale fisico sia lâ??e-commerce. Lâ??obiettivo dellâ??azienda Ã¨ infatti quello di presidiare ogni potenziale punto di contatto con il consumatore, spaziando dallâ??online al retail tradizionale, attraverso una strategia che combina la gestione diretta a una solida rete di distributori partner. Una formula commerciale dinamica, modulata in base alle specifiche caratteristiche di ciascun prodotto per ottimizzare la penetrazione di mercato e massimizzare i risultati.

Andrea Civitelli, Head of Sales Western Europe Ecovacs Robotics

default watermark

Uno dei pilastri della vision dellâ??azienda Ã¨ la capacitÃ di rendere accessibile la tecnologia dâ??avanguardia a fasce di pubblico sempre piÃ¹ ampie, trasferendo rapidamente le soluzioni piÃ¹ evolute sui prodotti destinati al grande pubblico. â??Il fatto di riuscire a democratizzare il prodotto Ecovacs Ã¨ un grande plus per il consumatore italiano, a cui permettiamo di avere accesso a tecnologie molto avanzate per la puliziaâ?•, continua Andrea Civitelli. â??Mettiamo le ultime novitÃ R&D sui prodotti top di gamma e poi, man mano che queste tecnologie vengono ammortizzate nel tempo, le installiamo anche sui prodotti di fascia media o medio-bassa.â?•

Lâ??introduzione di nuovi prodotti richiede una pianificazione attenta e una sinergia costante con la rete di vendita, specialmente in vista dei picchi stagionali di acquisto. In questâ??ottica, la strategia commerciale punta a stimolare lâ??interesse dei consumatori fin dalle prime fasi di lancio attraverso incentivi dedicati. Un approccio che si concretizza in un calendario promozionale articolato lungo tutto lâ??arco dellâ??anno, sviluppato in stretta collaborazione tra brand e grande distribuzione, pur confermando nel periodo del Black Friday il vero baricentro delle vendite, con un mese di novembre ormai consolidato come momento chiave per lâ??intero mercato.

Il riscontro da parte della rete di vendita verso la strategia di differenziazione dellâ??offerta, riporta il colosso della tecnologia robotica cinese, si sta rivelando estremamente positivo, soprattutto perchÃ© consente di superare le logiche di una pura competizione ribassista sui prezzi. I rivenditori mostrano infatti un forte interesse verso lâ??espansione in nuove categorie merceologiche ad alto potenziale di crescita, accogliendo favorevolmente la capacitÃ di Ecovacs di apripista in segmenti emergenti nei quali vanta giÃ una consolidata leadership a livello globale.

Lâ??ampliamento della gamma verso lâ??outdoor ha spinto lâ??azienda ad adeguare tempestivamente le proprie strutture di supporto per garantire la massima soddisfazione del cliente finale. â??Lâ??introduzione di categorie differenti dallâ??indoor allâ??outdoor comporta chiaramente una gestione piÃ¹ complicata del post-vendita. Conclude Andrea Civitelli, Head of Sales Western Europe Ecovacs Robotics. â??Come azienda abbiamo pensato, prima ancora di lanciare i prodotti, di rinforzare il nostro team di assistenza post-vendita per rispondere allâ??aumento delle richieste e

gestirne le specificitÃ : vendere un robot per piscina o un tosaerba comporta esigenze diverse rispetto a un robot per pavimenti. Câ??Ã¨ stato quindi un investimento preventivo per rafforzare tutto il servizio di assistenza e post-vendita.â?•

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione
Settembre 7, 2026
Autore
redazione

default watermark