Key-Stone S.r.l.

Documento completo relativo al sondaggio[1]

(in ottemperanza all'art. 5 del Regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa approvato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n. 256/10/CSP, pubblicata su GU n. 301 del 27/12/2010)

1.TITOLO DEL SONDAGGIO

Brand Tracking 2026

2. SOGGETTO CHE HA REALIZZATO IL SONDAGGIO

KEY-STONE SRL

3. SOGGETTO COMMITTENTE

IDI Evolution SRL

4. SOGGETTO ACQUIRENTE

IDI Evolution SRL

5. DATA O PERIODO IN CUI È STATO REALIZZATO IL SONDAGGIO

22 luglio - 5 agosto 2026

[1] Tutti i campi sono obbligatori.

Key-Stone S.r.l.

6. MEZZO/MEZZI DI COMUNICAZIONE DI MASSA SUL/SUI QUALE/QUALI È PUBBLICATO O DIFFUSO IL SONDAGGIO[2] (*pubblicato sul quotidiano/periodico cartaceo e/o elettronico, diffuso sull'emittente radiofonica, televisiva o sul sito web)*

www.ildentale.it

7. DATA DI PUBBLICAZIONE O DIFFUSIONE

29/10/2026

8. TEMI/FENOMENI OGGETTO DEL SONDAGGIO *(economia, società, attualità, costume, marketing, salute, etica, ambiente etc.*)

Rapporto dei dentisti italiani con i brand dentali (familiarità, notorietà, utilizzo, considerazione e immagine di marca) e diffusione delle tecnologie digitali negli studi odontoiatrici italiani.

9. POPOLAZIONE DI RIFERIMENTO

Dentisti italiani

10. ESTENSIONE TERRITORIALE DEL SONDAGGIO[3]

Italia

[2] Fatti salvi i casi di esclusione di cui all'articolo 2 comma 3 del Regolamento.

[3] Nel definire l'estensione territoriale del sondaggio è possibile scegliere tra due opzioni, la prima con l'elenco dei comuni oggetto della rilevazione, la seconda con il numero dei comuni suddiviso per area geografica.

10.1.COMUNI DI RILEVAZIONE [4]

Opzione a). Elenco dei Comuni

[4] Inserire, nella casella di testo, l'elenco dei comuni in formato tabella.

Opzione b). Numero di comuni[5]

Comuni	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Totale
fino a 5mila abitanti					
più di 5mila abitanti					
fino a 10mila abitanti					
tra 10mila e 100mila abitanti					
più di 100mila abitanti					
Totale					

11. METODO DI CAMPIONAMENTO *(inclusa l'indicazione se trattasi di campionamento probabilistico o non probabilistico, del panel e l'eventuale ponderazione)*

Campione totale di 286 dentisti italiani (300 interviste raccolte di cui 14 rigettate - Speeding rejects).
Campionamento probabilistico con estrazione casuale. Campione ponderato per area geografica.

12. RAPPRESENTATIVITÀ DEL CAMPIONE INCLUSA L'INDICAZIONE DEL MARGINE DI ERRORE

Considerando un livello di confidenza del 95%, l'errore massimo (intervallo di confidenza) è del +/-5,8.

13. METODO DI RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI

Interviste somministrate con sistema Cawi (Computer Assisted Web Interview).

[5] La suddivisione geografica delle Regioni segue la ripartizione dell' Istat:

- Nord Ovest: Piemonte, Valle d'Aosta, Lombardia, Liguria
- Nord Est: Bolzano-Bozen, Trento, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna
- Centro: Toscana, Umbria, Marche, Lazio
- Sud e Isole: Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia, Sardegna

Key-Stone S.r.l.

14. CONSISTENZA NUMERICA DEL CAMPIONE DI INTERVISTATI, NUMERO DEI NON RISPONDENTI E DELLE SOSTITUZIONI EFFETTUATE;

Non reperibili	cifra ……..	% ……
Rifiuti	cifra ……..	% ……
Sostituzioni	cifra ……	% .....
Totale interviste effettuate	cifra ……286	% ……100,00

15. TESTO INTEGRALE DI TUTTE LE DOMANDE [6]

(*Testo delle domande e percentuale delle persone che hanno risposto a ciascuna domanda)*

A01. Di seguito troverà una serie di aggettivi e caratteristiche. Per ciascuna caratteristica, indichi la prima azienda del settore dentale che le viene spontaneamente in mente. (286 rispondenti - 100%)

1. SCIENTIFICA E COMPETENTE IN AMBITO CLINICO
2. INNOVATIVA E ORIENTATA AL FUTURO
3. DI ALTA REPUTAZIONE
4. RASSICURANTE/AFFIDABILE
5. VICINA AL DENTISTA
6. STORICA, ANTESIGNANA
7. PRATICA E FACILE DA UTILIZZARE
8. SUPPORTA UN APPROCCIO MULTIDISCIPLINARE AL PAZIENTE
9. OFFRE FORMAZIONE CLINICA EVOLUTA

A05. Ora consideri il seguente elenco di aziende. Per ciascuna, indichi il suo livello di familiarità.
AZIENDE: IDI EVOLUTION, JDENTALCARE, SWEDEN&MARTINA, NOBEL BIOCARE, STRAUMANN, DENSTPLY SIRONA, OXY IMPLANT, MEGAGEN (286 rispondenti - 100%)

ITEM DI RISPOSTA:

1. La utilizzo attualmente
2. La utilizzavo in passato ma non la utilizzo più
3. La conosco e potrei prendere in considerazione di utilizzarla in futuro
4. La conosco, ma non la prenderei in considerazione in futuro
5. La conosco ma solo di nome/per sentito dire
6. Non la conosco

B01. Qual è la prima caratteristica che secondo lei distingue IDI EVOLUTION dalle altre aziende? (243 rispondenti - 86% - conoscitori del brand IDI EVOLUTION)

A09. Se volesse introdurre o sviluppare ulteriormente la chirurgia guidata nel suo studio, quali aziende prenderebbe in considerazione? (286 rispondenti - 100%)

A11. Se volesse digitalizzare l'intero workflow implanto-protesico, dalla progettazione alla produzione, quali aziende prenderebbe in considerazione? (286 rispondenti - 100%)

A12. Se cercasse un unico partner capace di integrare prodotti, servizi e tecnologie, a quali aziende penserebbe? (286 rispondenti - 100%)

D01. Lo studio utilizza un software gestionale? (286 rispondenti - 100%)
1. Sì
2. No, ma stiamo valutandone l'acquisto
3. No, e al momento non siamo interessati
4. Non so

S07. Relativamente allo scanner intraorale, quale delle seguenti affermazioni descrive il vostro uso? (286 rispondenti - 100%)

1. Non utilizziamo scanner intraorale
2. Lo utilizziamo solo per una parte delle impronte

Contenuto bloccato, non è possibile apportare modifiche al documento.

[6] Inserire, nella casella di testo, l'elenco di tutte le domande.