ilDentale

Tutto il mondo dentale, ogni giorno

Aziende

Innovazione e digitale, IDI Evolution è il primo marchio italiano nella percezione dei dentisti

Nel Brand Tracking 2026 di Key-Stone l'azienda si colloca tra i principali marchi internazionali. Il riconoscimento è particolarmente forte tra i giovani

Redazione ilDentale · 29 ottobre 2026 · 4 min di lettura

IDI Evolution è l'azienda italiana che i dentisti associano più frequentemente all'innovazione e all'orientamento al futuro. A darne notizia è la stessa azienda lombarda informando come il dato emerga dal Brand Tracking 2026 realizzato da Key-Stone per l'azienda, attraverso un'indagine che ha coinvolto 286 dentisti italiani tra il 22 luglio e il 5 agosto 2026.

Nelle risposte spontanee alla domanda sulle aziende considerate innovative, **IDI Evolution** ha ottenuto il 9% delle citazioni, collocandosi accanto a tre grandi operatori internazionali del settore odontoiatrico: Dentsply Sirona, indicata dall'11% degli intervistati, Straumann e 3Shape, entrambe al 10%.

L'innovazione come elemento distintivo

Il dato assume particolare significato considerando anche le risposte dei professionisti che già conoscono IDI Evolution. Tra questi, il 40% associa spontaneamente il marchio ai concetti di innovazione e digitalizzazione, una percentuale che sale al 49% tra gli appartenenti alle generazioni Millennial e Gen Z.

L'innovazione rappresenta quindi uno degli elementi che caratterizzano maggiormente la percezione dell'azienda, soprattutto tra i professionisti più giovani.

La ricerca ha analizzato anche il posizionamento dei marchi rispetto ad alcune attività dello studio odontoiatrico. IDI Evolution risulta quinta per associazione al *workflow* implanto-protesico e settima sia nell'ambito della chirurgia guidata sia come partner unico integrato. In tutti e tre i casi rientra tra le prime dieci aziende citate, su un totale che varia da 69 a 81 marchi.

Dalla tecnologia al lavoro quotidiano

Il posizionamento rilevato dall'indagine si inserisce nel percorso seguito negli ultimi anni da IDI Evolution, che ha concentrato la propria attività sull'integrazione tra implanto-protesi, tecnologie digitali, software e formazione.

L'obiettivo dichiarato dall'azienda è collegare le diverse fasi del lavoro clinico, dalla diagnosi alla pianificazione, fino alla realizzazione protesica e alla comunicazione con il paziente.

"*La tecnologia cambia uno studio quando entra davvero nel lavoro di ogni giorno* ", spiega **Andrea Piantoni**, amministratore delegato di IDI Evolution. "*La nostra visione parla di una realtà in cui i dati raccolti durante la visita aiutano concretamente il professionista a pianificare le cure e a spiegarle al paziente. Per questo lavoriamo per collegare strumenti, software e protocolli clinici, affiancando il dentista con formazione e supporto. Essere riconosciuti per l'innovazione ci dà una responsabilità precisa: renderla sempre più semplice da utilizzare*".

La digitalizzazione degli studi italiani

Oltre al posizionamento dei marchi, il Brand Tracking restituisce alcune indicazioni sulla diffusione delle tecnologie digitali negli studi odontoiatrici italiani.

L'81% dei dentisti intervistati utilizza lo scanner intraorale, mentre il 26% lo impiega anche per la diagnosi e la comunicazione con il paziente. L'adozione dello scanner varia sensibilmente in relazione alle dimensioni dello studio, passando dal 49% delle strutture con un solo riunito al 93% di quelle con quattro o più riuniti.

La ricerca evidenzia inoltre che il 70% degli intervistati esegue la chirurgia guidata e il 75% utilizza un software gestionale.

Sono dati che descrivono un settore nel quale gli strumenti digitali sono già ampiamente presenti nell'attività quotidiana, pur con differenze legate alle dimensioni delle strutture.

Il posizionamento tra i grandi marchi internazionali

Per **Roberto Rosso**, founder e chairman di Key-Stone Network, il risultato ottenuto da IDI Evolution è significativo soprattutto per la capacità di un'azienda italiana di essere riconosciuta spontaneamente accanto ai principali operatori internazionali.

"*Nel dentale lo spazio dell'innovazione è presidiato da grandi gruppi internazionali* ", osserva Rosso. " *Che un'azienda italiana entri spontaneamente in quel gruppo di testa è un risultato di posizionamento rilevante, costruito con coerenza negli ultimi anni*".

Il riconoscimento emerso dall'indagine riguarda dunque non soltanto l'associazione del marchio all'innovazione, ma anche la sua presenza nella percezione dei professionisti in ambiti come il flusso di lavoro implanto-protesico, la chirurgia guidata e l'integrazione delle diverse tecnologie.

Nota informativa

Indagine CAWI realizzata da Key-Stone per IDI Evolution, soggetto committente e acquirente della ricerca, su un campione a estensione nazionale di dentisti italiani (286 interviste). La rilevazione è stata condotta dal 22 luglio al 5 agosto 2026. I dati sono stati ponderati per area geografica. Il margine di errore massimo sul campione finale è pari a ±5,8 punti percentuali, con un livello di confidenza del 95%. La ricerca misura notorietà, familiarità, considerazione, utilizzo dichiarato e associazioni di immagine; non stima quote di mercato. Le citazioni relative all'innovazione e agli ambiti di posizionamento sono spontanee e sono state raccolte prima della presentazione di qualsiasi elenco di aziende. Il documento completo relativo al sondaggio sarà disponibile sul sito www.agcom.it.

© 2026 ilDentale - YouKey S.r.l.
P.IVA IT13495670013 · Via Severino Doppi 18 ter, 10095 Grugliasco (TO)