

L'INDAGINE TECNOBORSA 2021
LE FAMIGLIE ITALIANE E IL MERCATO
IMMOBILIARE NELLE SEI GRANDI CITTA'
INTERMEDIAZIONE E VALUTAZIONE

Centro Studi sull'Economia Immobiliare di **Tecnoborsa** - CSEI

1. Introduzione

Negli ultimi anni si sta assistendo, sempre di più, alla crescita dei portali immobiliari che erano nati con il solo obiettivo di pubblicare annunci immobiliari. Oggi si stanno arricchendo sempre più di servizi a valore aggiunto offrendo analisi di mercato e valutazioni immobiliari, sfruttando i dati a loro disposizione, fino ad arrivare ad aiutare l'acquirente nella scelta del mutuo, avvicinandosi in questo modo sempre di più al fulcro della transazione. Tuttavia, l'agente immobiliare continua ad essere la figura centrale dell'intermediazione e non può essere sostituita da una piattaforma online, in quanto quest'ultime non sono in grado di sostituire la conoscenza, la competenza, la professionalità di questa figura lavorativa.

L'agente ha il compito di svolgere, una serie di attività come, ad esempio, sopralluoghi, verifiche e controlli dal punto di vista giuridico e amministrativo prima di prendere l'incarico per un immobile e immetterlo sul mercato. Inoltre, deve operare in modo imparziale tra acquirente e venditore e assistendo le parti nelle trattative e in tutte le fasi della compravendita che vanno dal contratto preliminare di acquisto fino al rogito finale mantenendosi "*super partes*" per assicurare la giusta neutralità nella conduzione delle trattative.

Tuttavia, in un contesto in cui i clienti sono sempre più esigenti, l'agente deve essere consapevole di dover essere sempre più preparato e informato puntando sulla formazione continua ed utilizzare strumenti tecnologici evoluti, al fine di offrire un approccio consulenziale, puntando verso un modello in cui il cliente possa trovare tutte le competenze di cui ha bisogno durante la compravendita immobiliare.

Anche per quanto riguarda la valutazione di un immobile, sia che venga fatta da un agente immobiliare che da un tecnico, è necessario avere un'adeguata conoscenza sulle dinamiche del mercato in cui si opera e avere le adeguate conoscenze teoriche e tecniche per produrre delle stime il cui margine di errore sia ridotto al minimo.

Tecnoborsa negli anni ha sempre cercato di favorire la crescita professionale delle figure che operano nel mercato immobiliare organizzando corsi di formazione e di aggiornamento professionale, il più possibile completi ed innovativi, che portino a migliorare le conoscenze, le abilità e le competenze degli operatori del mercato immobiliare al fine di avere dei professionisti sempre più qualificati e competitivi.

2. L'intermediazione

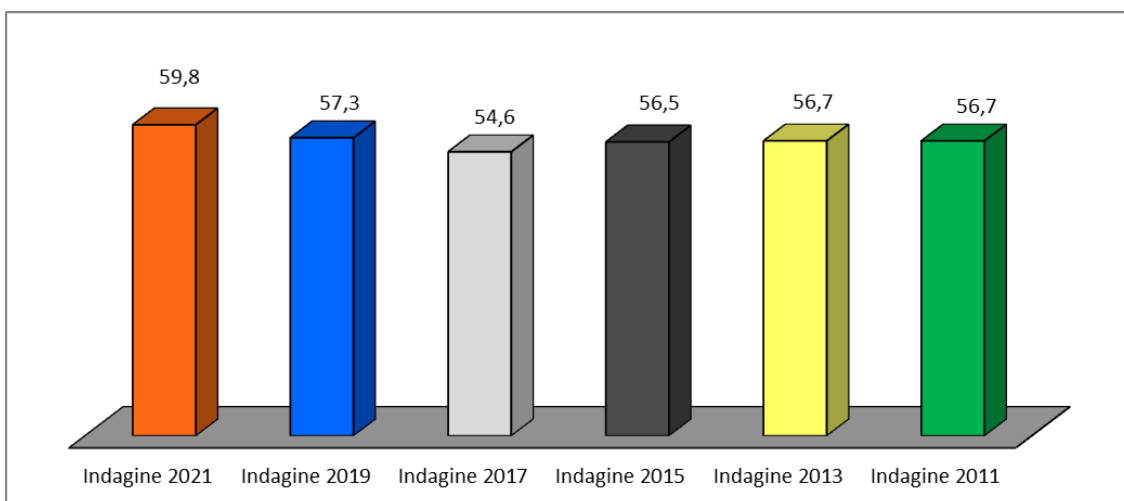
2.1. I canali prescelti nelle transazioni immobiliari effettuate

Il 59,8% delle famiglie che hanno acquistato un immobile, nel biennio 2019-2020, sono ricorse a un'agenzia immobiliare per effettuare la transazione.

Rispetto alle Indagini precedenti effettuate da **Tecnoborsa** si è riscontrato che continuano ad aumentare il numero di nuclei familiari che ricorrono all'aiuto di questa figura di intermediazione per portare a buon fine l'acquisto dell'immobile desiderato (graf. 1). Questo sta ad indicare che nonostante il crescere delle possibilità offerte dal web l'agenzia rimane un punto di riferimento molto importante nel mercato.

GRAFICO 1

UTILIZZO DELL'AGENZIA IMMOBILIARE
(acquisti effettuati, val.%)

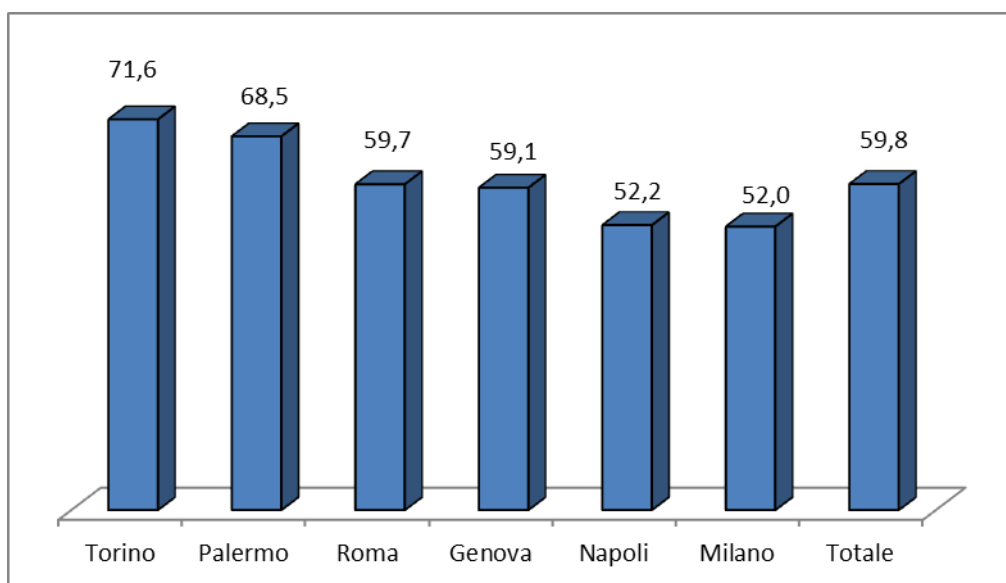


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

In alcune delle città prese in esame la percentuale è ancora più alta di quella riscontrata per il campione di riferimento, infatti a Torino si raggiunge il 71,6% e a Palermo il 68,5%. Roma e Genova sono allineati al valore medio, mentre, a Napoli e Palermo il dato è più basso, toccando a parità di punteggio il 52% (graf. 2).

GRAFICO 2

UTILIZZO DELL'AGENZIA IMMOBILIARE NELLE SINGOLE CITTA'
(acquisti effettuati, val.%)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Andando ad analizzare attraverso quali canali informativi l'acquirente è venuto a conoscenza dell'abitazione comprata, è emerso che al primo posto ci sono gli annunci pubblicati su Internet, in particolare: per il 27,3% dei casi hanno funzionato gli annunci su siti di offerte immobiliari e per il 26,8% quelli pubblicati sui *social network*. Al terzo posto, con il 25,6%, c'è il passa parola con conoscenti e custodi di stabili, etc.; a seguire, con percentuali decisamente più basse, per l'11,7% è stata fondamentale la consultazione di riviste specializzate; per il 5,7% la lettura di cartelli vendesi e, infine, per il 2,9% delle famiglie l'individuazione del bene è avvenuta recandosi fisicamente nelle agenzie immobiliari.

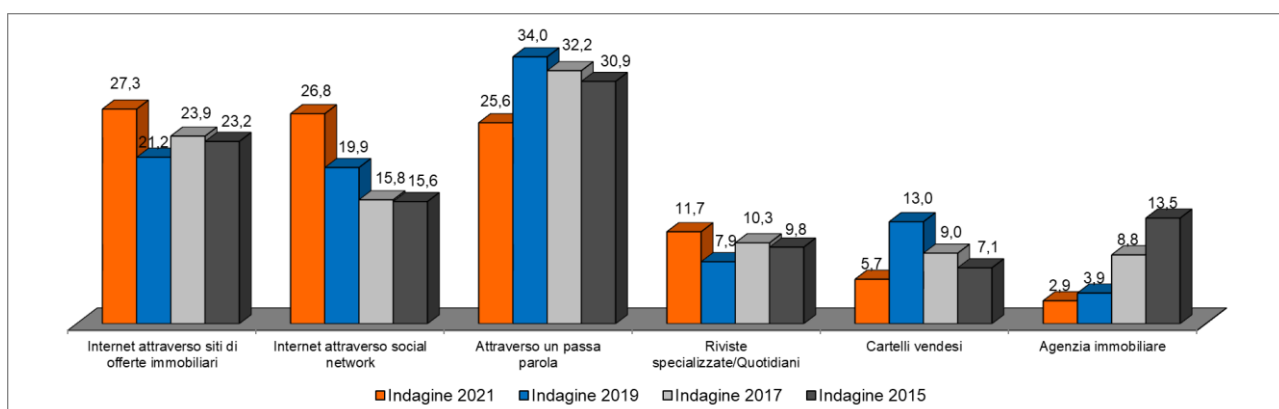
Dal confronto con l'Indagine precedente si è riscontrato che cresce notevolmente l'utilizzo di Internet che è arrivato a coprire circa il 54% della quota di mercato, si riscontra anche una lieve crescita dell'utilizzo delle riviste specializzate mentre, dopo

anni in cui è stato il canale preferito nelle grandi città, diminuisce il ricorso al passa parola (*graf. 3*).

GRAFICO 3

CANALI INFORMATIVI ATTRAVERSO I QUALI SI E' VENUTI A CONOSCENZA DEL BENE ACQUISTATO

(val. %)



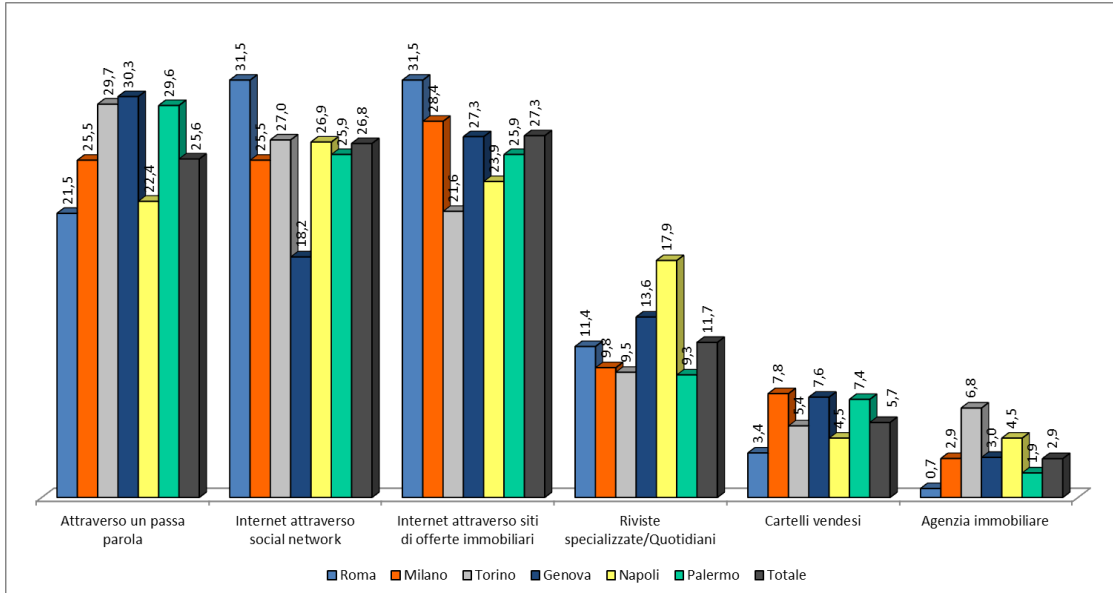
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Andando ad analizzare il fenomeno nelle singole città si è riscontrato che è alto l'utilizzo del passa parola a Genova (30,3%), Torino (29,7%) e Palermo (29,6%); gli annunci messi su Internet attraverso *social network* hanno avuto successo a Roma (31,5%); mentre quelli sui siti di offerte immobiliari a Roma (31,5%) e Milano (27,0%); gli annunci pubblicati su riviste specializzate a Napoli (17,9%) e Genova (13,6%); i cartelli vendesi a Milano (7,8%), Genova (7,6%) e Palermo (7,4%); infine, le agenzie immobiliari sono state utilizzate come canale informativo per lo più a Torino (6,8%) e Napoli (4,5%) (*graf. 4*).

GRAFICO 4

CANALI INFORMATIVI ATTRAVERSO I QUALI SI E' VENUTI A CONOSCENZA DEL BENE ACQUISTATO NELLE SINGOLE CITTA'

(val. %)

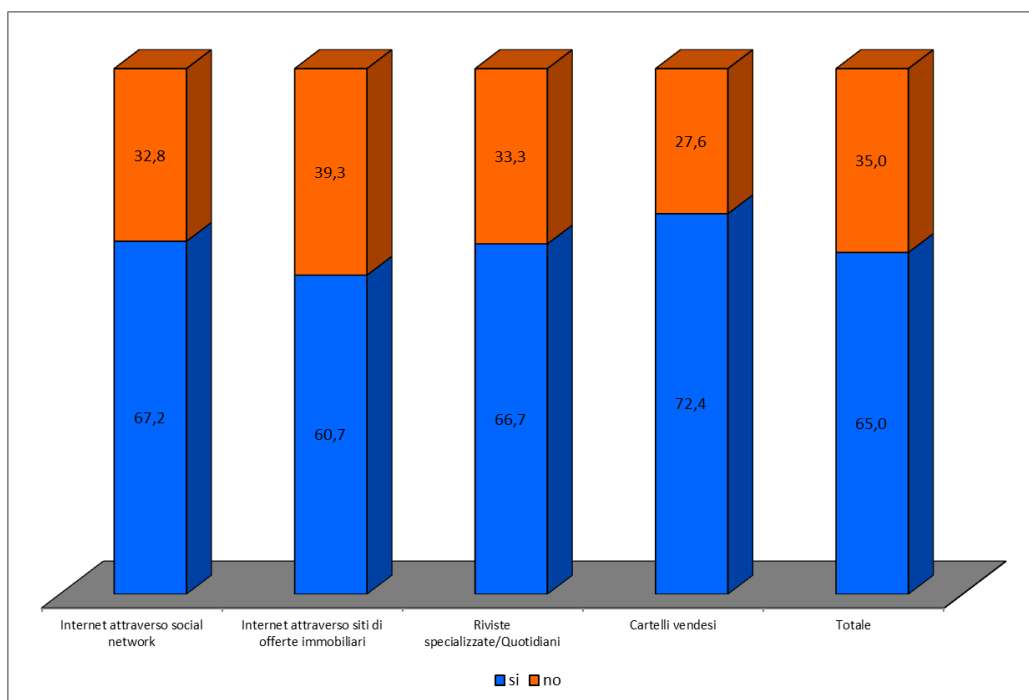


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Tuttavia, il 65% di chi ha individuato il bene successivamente comprato leggendo gli annunci presenti su Internet, sulle riviste specializzate/quotidiani e/o su cartelli vendesi, ha affermato che gli annunci erano stati pubblicati da un'agenzia immobiliare; quindi, il canale informativo più attivo in realtà è l'agenzia, in particolare, sono stati inseriti dall'agenzia immobiliare il 67,2% degli annunci pubblicati su Internet attraverso *social network*, il 60,2% di quelli che si trovano sui siti di offerte immobiliari; 66,7% di quelli che si leggono sulle riviste specializzate e il 72,4% di quelli presenti sui cartelli vendesi (graf. 5).

GRAFICO 5

ANNUNCI PUBBLICATI DALLE AGENZIE IMMOBILIARI SUI CANALI INFORMATIVI
(acquisti effettuati, val.%)



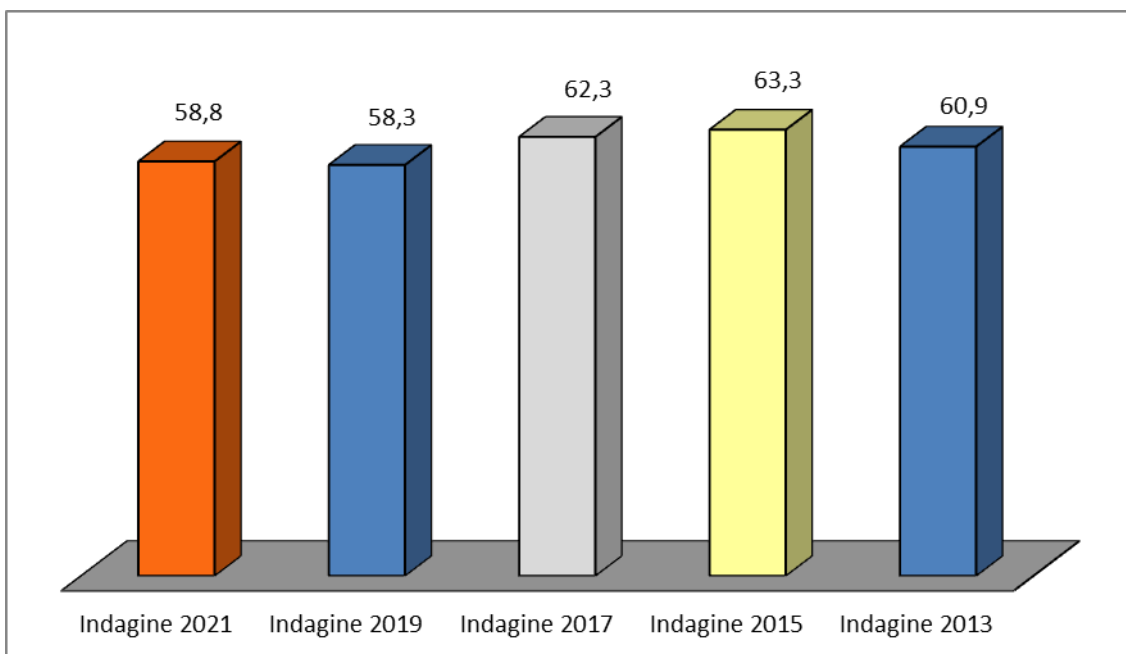
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Infine, dall'Indagine è emerso che il 58,8% degli immobili acquistati erano stati affidati dal venditore a un'agenzia immobiliare. Tale percentuale è sopra al livello medio Roma (66,4%) e Torino (60,8%) (*graf. 6*).

GRAFICO 6

IMMOBILI ACQUISTATI AFFIDATI DAL VENDITORE ALL'AGENZIA IMMOBILIARE

(val. %)

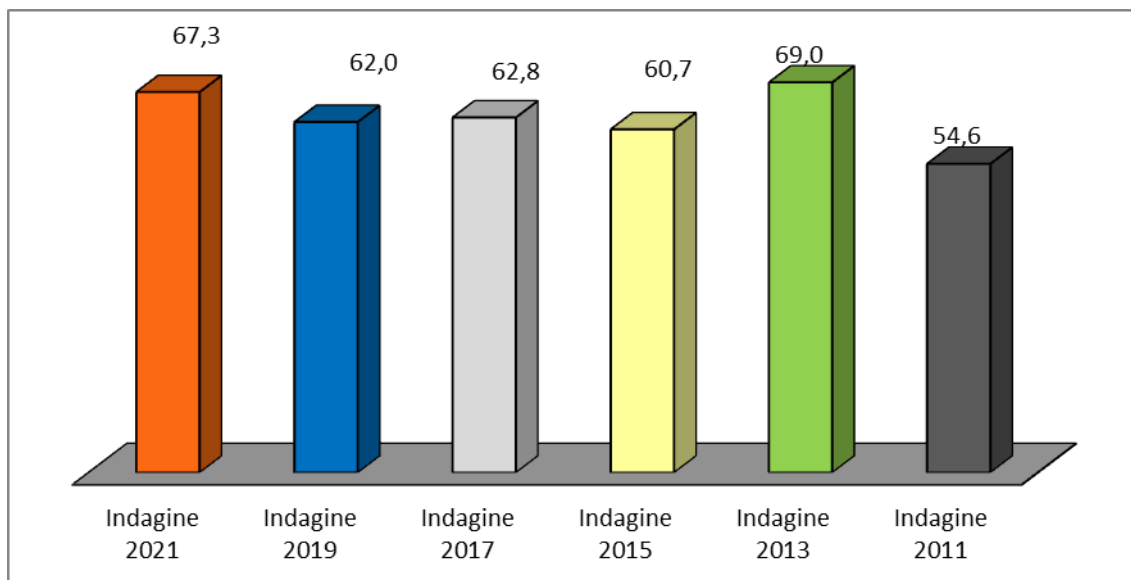


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Spostando l'analisi dal lato dell'offerta si nota che il 67,3% di coloro che hanno ceduto un'abitazione hanno usufruito di un'agenzia immobiliare e tale valore, in linea con quanto riscontrato per la domanda, è cresciuto rispetto a quanto riscontrato per il biennio precedente (*graf. 7*).

GRAFICO 7

UTILIZZO DELL'AGENZIA IMMOBILIARE (vendite effettuate, val.%)

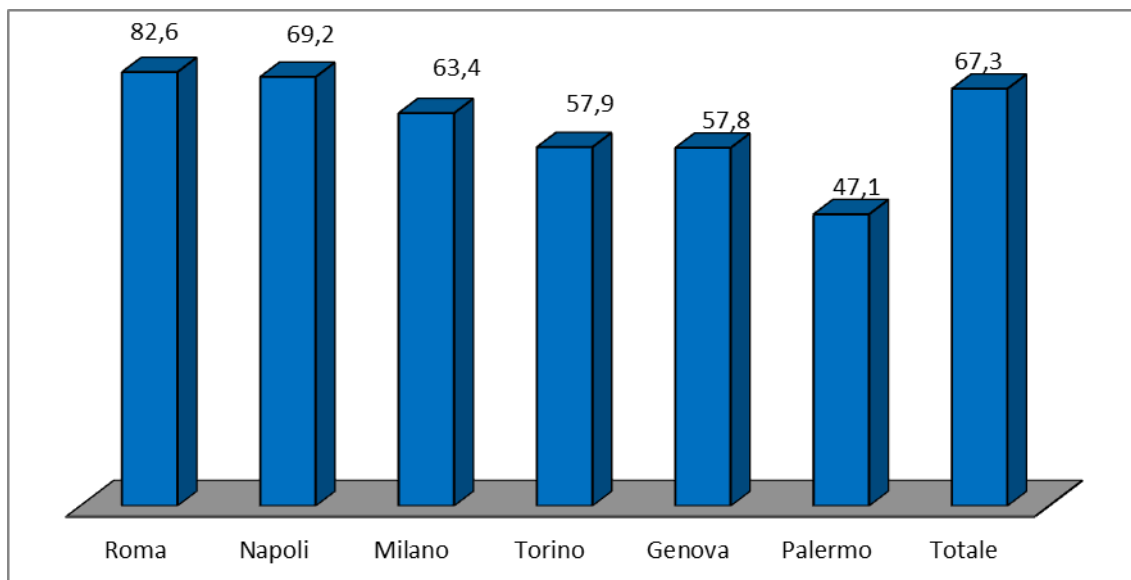


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

A livello di singola città è molto alto l'utilizzo dell'agenzia per cedere un immobile a Roma (82,6%), seguita da Napoli (69,2%); mentre presentano, rispetto alla media del campione, uno scarso ricorso a questa figura di intermediario immobiliare le famiglie residenti a Milano (63,4%), Torino (57,9%), Genova (57,8%) e Palermo (47,1%) (graf. 8).

GRAFICO 8

UTILIZZO DELL'AGENZIA IMMOBILIARE NELLE SINGOLE CITTA'
(vendite effettuate, val.%)

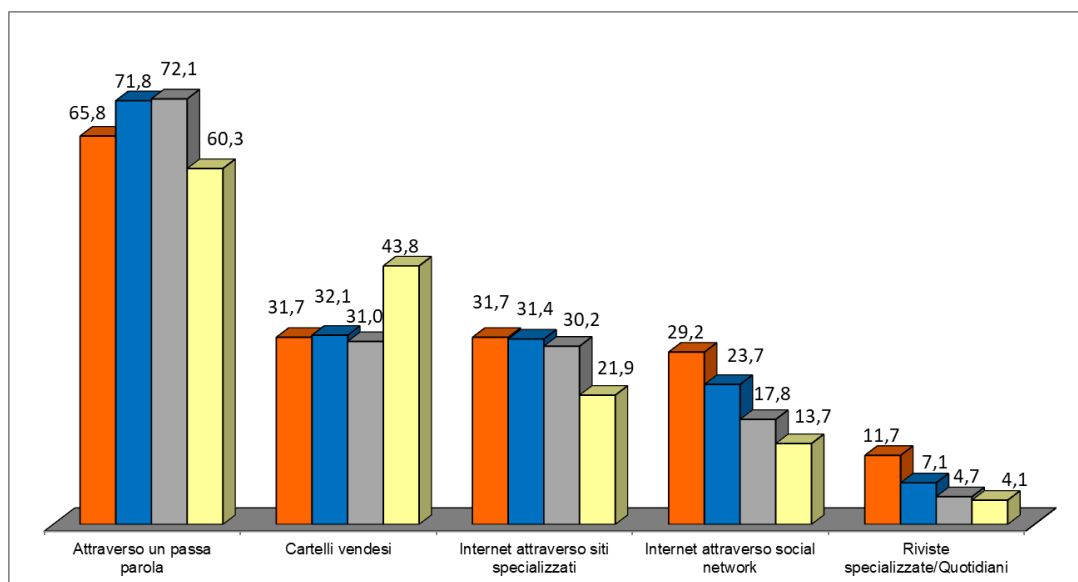


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Da un *focus* sui canali utilizzati per promuovere il bene venduto da parte delle famiglie che non sono ricorse all'aiuto dell'agenzia immobiliare per effettuare la vendita è emerso che il 65,8% ha utilizzato il passa parola, il 31,7%, a parità di punteggio, i cartelli vendesi e i siti specializzati su Internet, il 29,2% i social network e il restante 11,7% le riviste specializzate (graf. 9).

GRAFICO 9

CANALI INFORMATIVI ATTRAVERSO CUI SI E' PUBBLICIZZATO IL BENE VENDUTO (val. %)



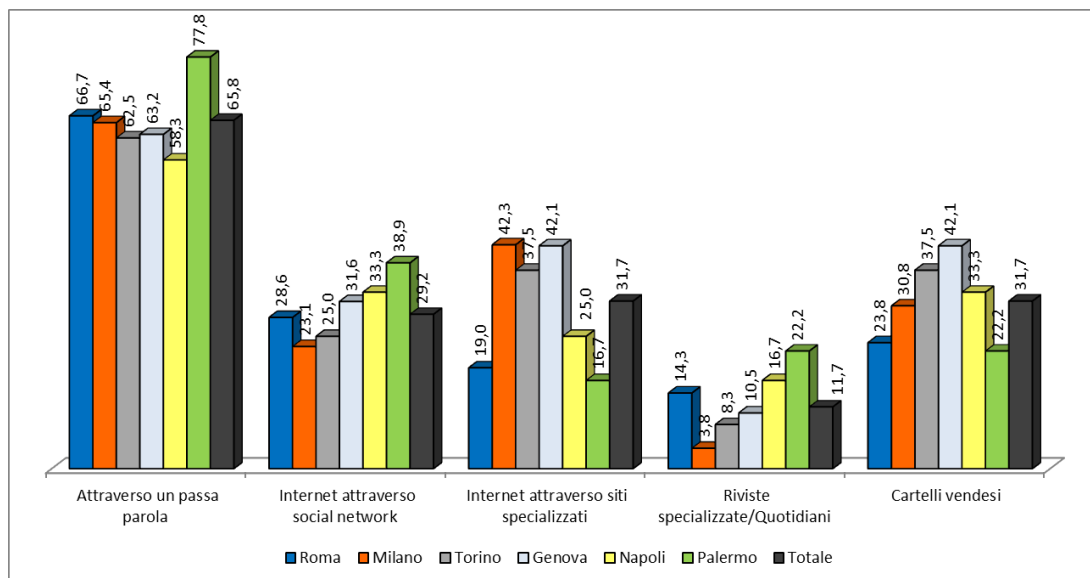
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

A livello di singole città si è rilevato che il passa parola è stato il canale preferito a Palermo (77,8%) e Roma (66,7%); Internet attraverso i social network a Palermo (38,9%), Napoli (33,3%) e Genova (31,6%); i siti specializzati a Milano (42,3%), Genova (42,1%) e Torino (37,5%); le riviste specializzate a Palermo (22,2%), Napoli (16,7%) e Roma (14,3%); infine, i cartelli vendesi a Genova (42,1%), Torino (37,5%) e Napoli (33,3%) (*graf. 10*).

GRAFICO 10

CANALI INFORMATIVI ATTRAVERSO CUI SI E' PUBBLICIZZATO IL BENE VENDUTO NELLE SINGOLE CITTA'

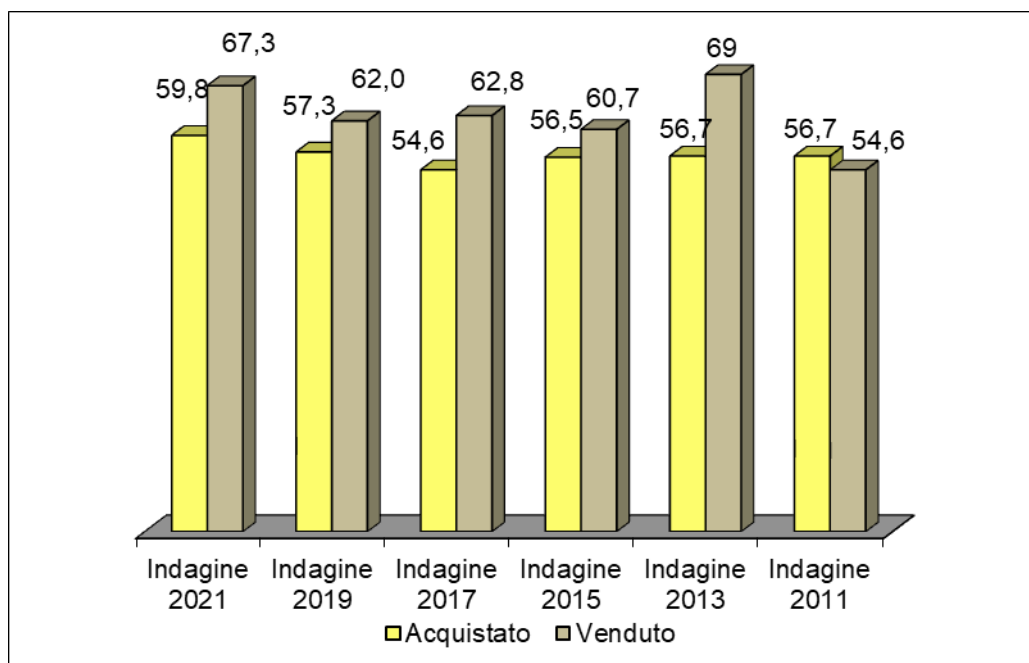
(val. %)



Mettendo a confronto la domanda con l'offerta emerge che, in linea con quanto rilevato nella precedenti Indagini, il ricorso all'aiuto dell'agenzia immobiliare è maggiore tra chi vende rispetto a chi acquista, con un *gap* di 7,5 punti (*graf. 11*).

GRAFICO 11

UTILIZZO DELL'AGENZIA IMMOBILIARE (compravendite effettuate, val. %)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Tra coloro che hanno fatto la doppia transazione, ossia venduto e acquistato, nel biennio preso in esame, è emerso che il 41,4% ha utilizzato l'agenzia in entrambi i casi, il 25,7% vi è ricorso solo per vendere, il 18,1% solo per acquistare e il restante 14,8% non ne ha fatto uso in entrambi i casi.

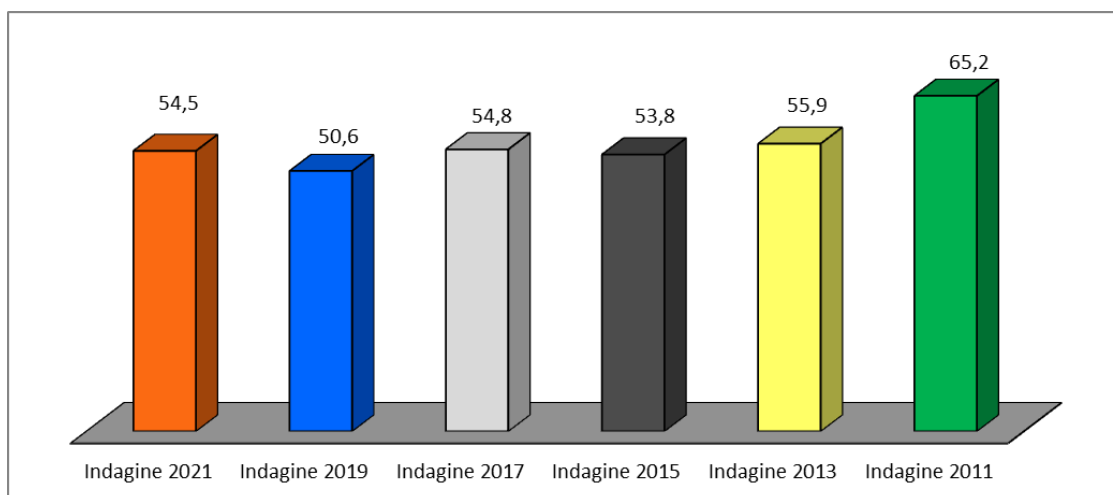
3. La valutazione

3.1. L'utilizzo di uno specialista per la valutazione dell'immobile nelle transazioni effettuate

Dall'Indagine 2021 è emerso che il 54,5% di coloro che hanno acquistato si sono serviti di uno specialista per la valutazione e/o hanno valutato il bene da soli; tale valore è salito di 3,9 punti percentuali rispetto alla rilevazione del 2019 (*graf. 12*).

GRAFICO 12

IL RICORSO ALLA VALUTAZIONE (acquisti effettuati, val. %)



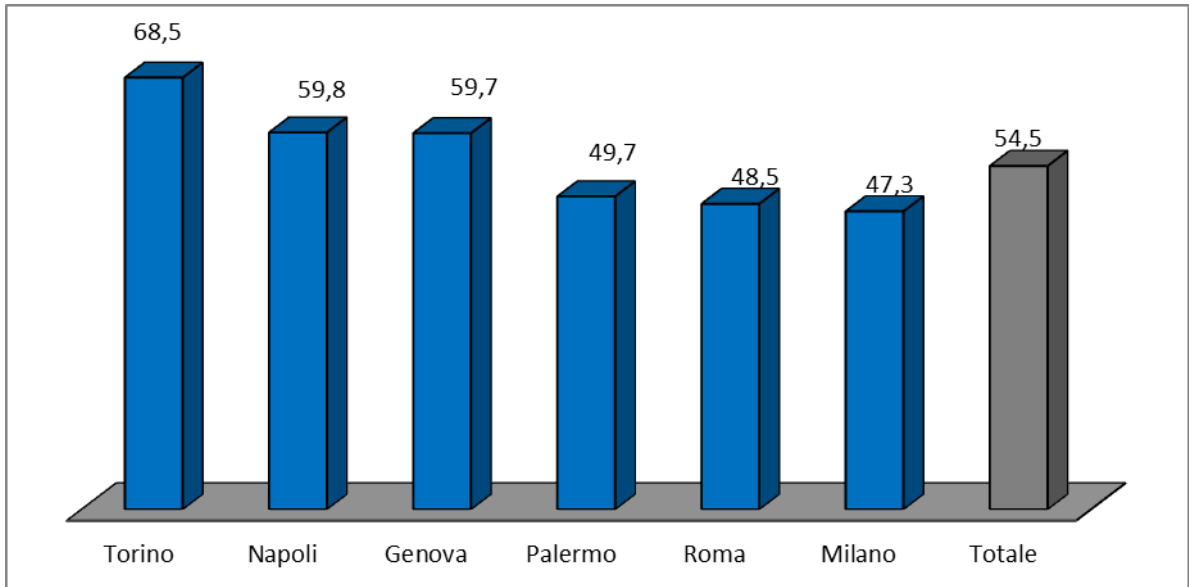
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Andando ad approfondire più da vicino le singole città è emerso che è molto alto il ricorso alla valutazione prima di acquistare un immobile a Torino (68,5%), seguita, con una significativa differenza, da Napoli (59,8%), Genova (59,7%); mentre presentano uno scarso ricorso a questa figura professionale le famiglie residenti a Palermo (49,7%), Roma (48,5%) e Milano (47,3%) (*graf. 13*).

GRAFICO 13

IL RICORSO ALLA VALUTAZIONE NELLE SINGOLE CITTA'

(acquisti effettuati, val. %)

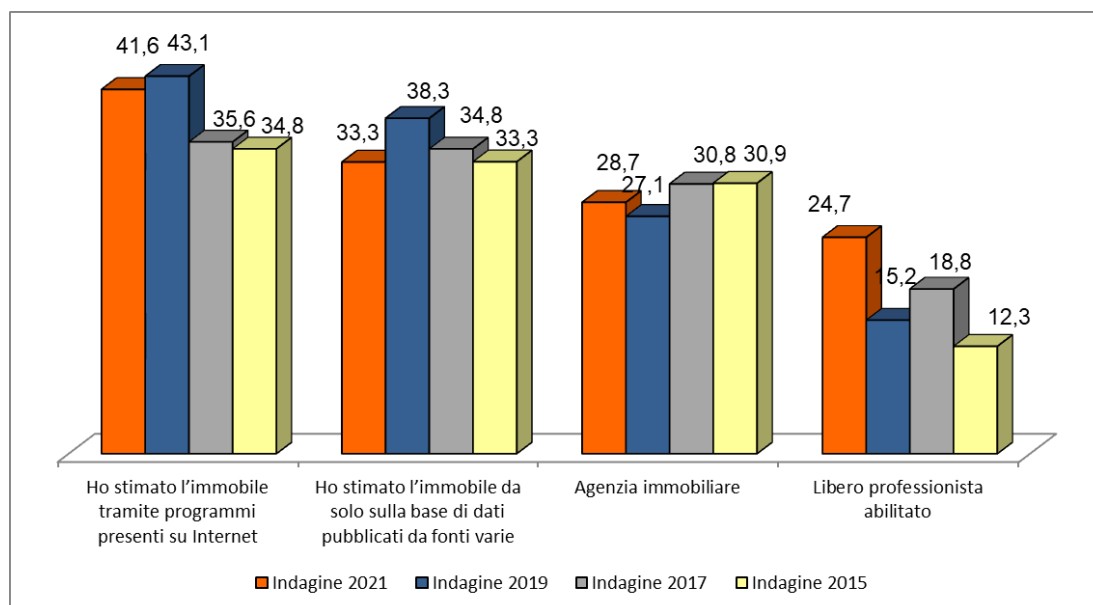


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Dall'analisi dei singoli canali utilizzati da coloro che hanno stimato da soli e/o hanno fatto stimare il bene prima di acquistarlo è emerso che il 41,6% hanno dichiarato di aver utilizzato programmi presenti su Internet; il 33,3% di essere ricorsi all'aiuto di listini, ricerche di mercato, ecc.; il 28,7% si sono rivolti a un'agenzia immobiliare e il 24,7% a un libero professionista abilitato. Da un confronto con le rilevazioni precedenti è emerso che è diminuito il fai date; mentre è salito il ricorso ai due canali tradizionali. Inoltre, dalle percentuali si evince che molti acquirenti hanno utilizzato due o più canali per stimare il valore del bene da acquistare (*graf. 14*).

GRAFICO 14

TIPOLOGIA DI CANALE PER LA VALUTAZIONE (acquisti effettuati, val. %)

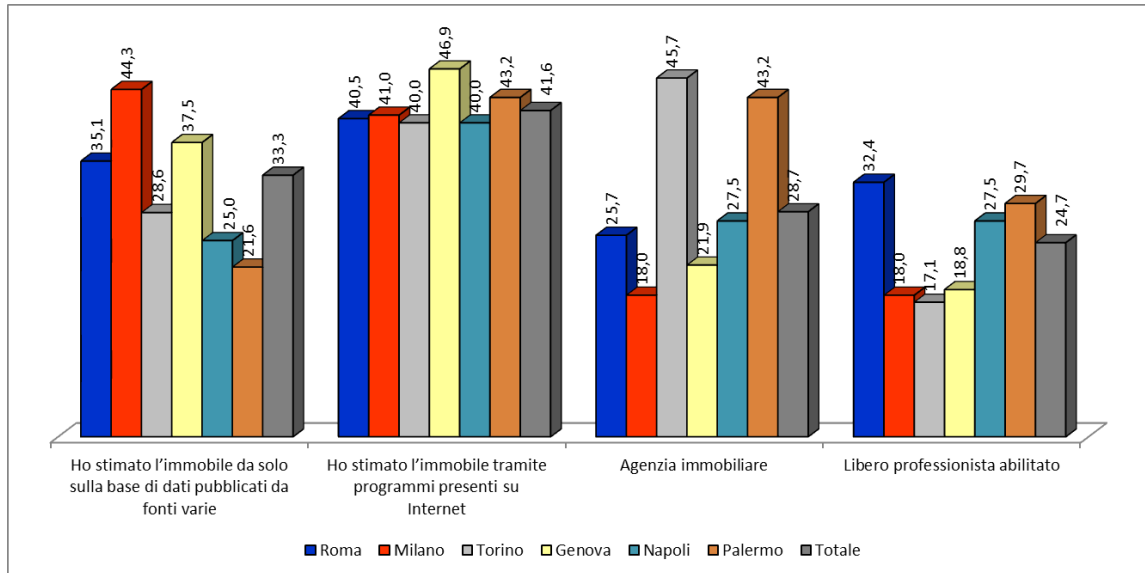


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

La quota di famiglie che hanno dichiarato di aver stimato l'immobile da sole prima di acquistarlo sulla base di dati pubblicati è decisamente sopra media a Milano (44,3%), Genova (37,5%) e Roma (35,1%); la percentuale di coloro hanno valutato il proprio immobile utilizzando programmi presenti su Internet è alta a Genova (46,9%) e Palermo (43,2%); il ricorso all'agenzia immobiliare è alto a Torino (45,7%) e Palermo (43,2%); infine, si sono rivolti a un libero professionista abilitato le famiglie che risiedono a Roma (32,4%), Palermo (29,7%) e Napoli (27,5%) (graf. 15).

GRAFICO 15

TIPOLOGIA DI CANALE PER LA VALUTAZIONE NELLE SINGOLE CITTA' (acquisti effettuati, val. %)



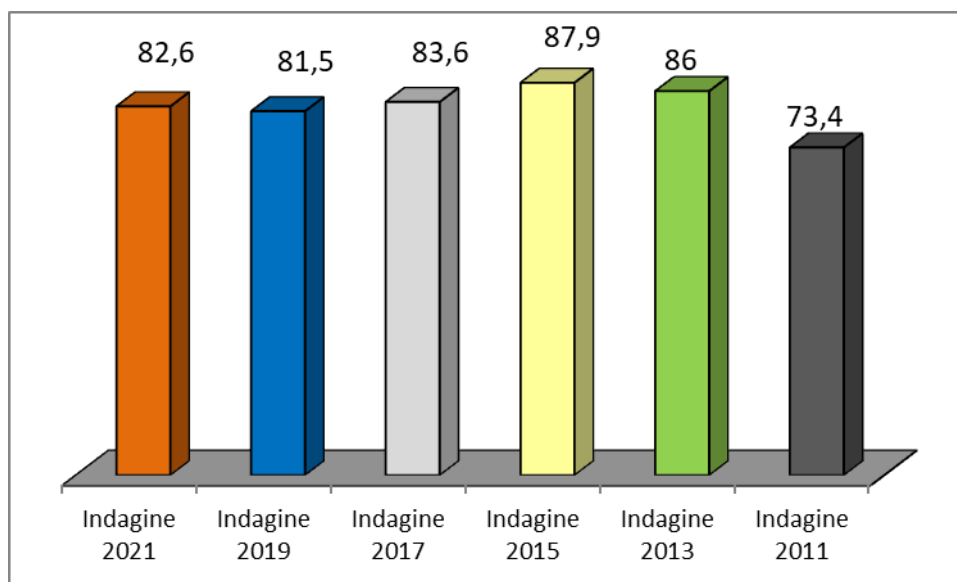
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Dall'analisi dell'offerta è emerso che ben l'82,6% di chi è riuscito a vendere un immobile, nel biennio preso in esame, lo ha fatto valutare prima di immetterlo sul mercato. Rispetto alle rilevazioni precedenti il fenomeno – in linea a quanto rilevato per la domanda – è risultato essere in crescita e, infatti, c'è stato un incremento di 1,1 punti percentuali rispetto a quanto rilevato nel 2019. Questo sta a indicare che le famiglie prima di vendere e/o acquistare vogliono sempre più essere sicure del valore del bene oggetto di transazione (*graf. 16*).

GRAFICO 16

IL RICORSO ALLA VALUTAZIONE

(vendite effettuate, val. %)



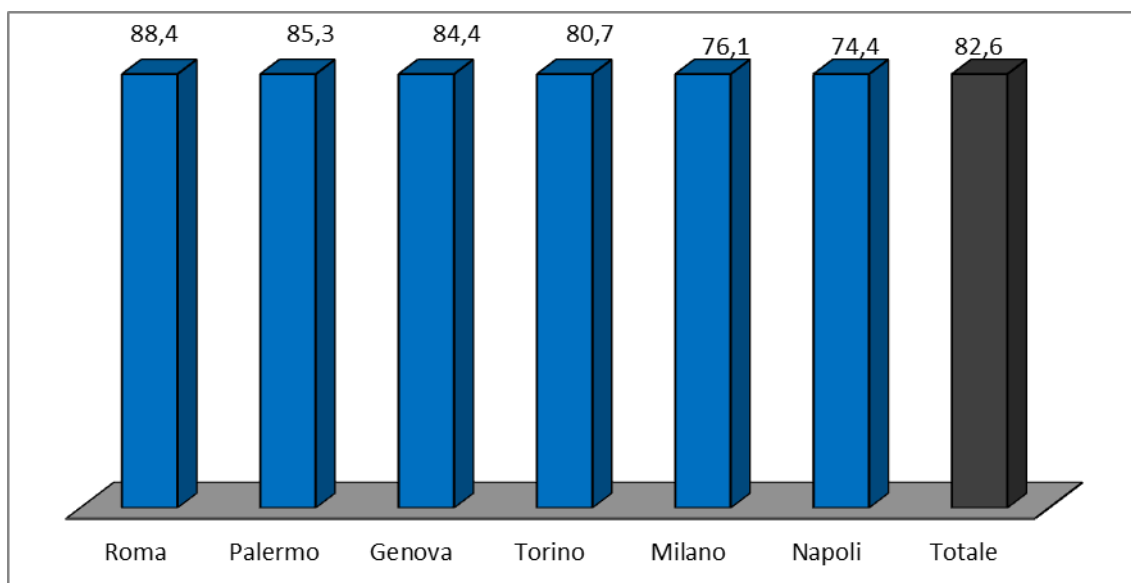
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

A livello di singola città è molto alto il ricorso alla valutazione prima di vendere un immobile a Roma (88,4%), seguita da Palermo (85,3%), Genova (84,4%); mentre presentano uno scarso ricorso a questa figura professionale le famiglie residenti a Torino (80,7%), Milano (76,1%) e Napoli (74,4%) (*graf. 17*).

GRAFICO 17

IL RICORSO ALLA VALUTAZIONE NELLE SINGOLE CITTA'

(vendite effettuate, val. %)

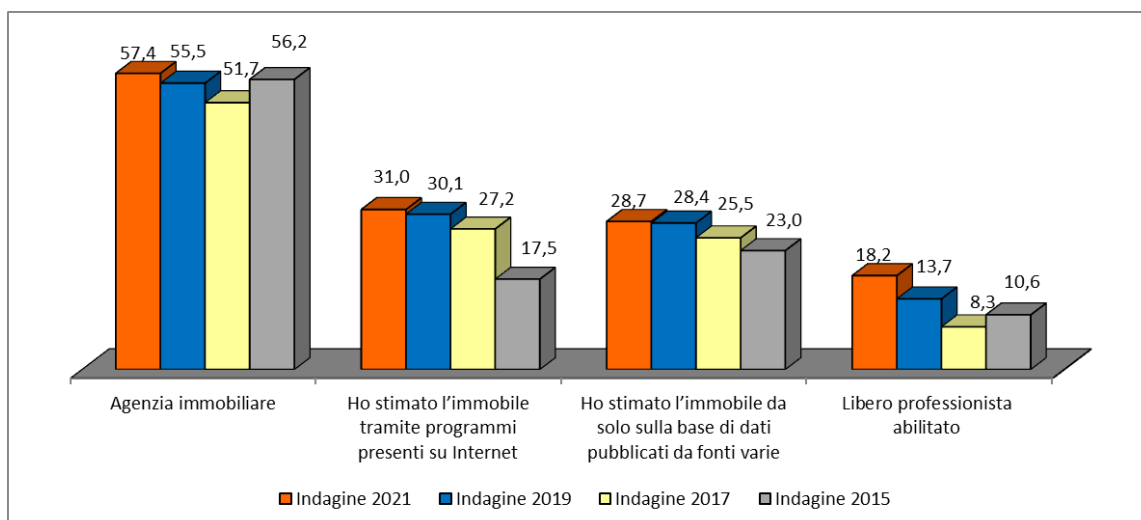


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Andando a studiare la tipologia di canale utilizzato da parte di chi ha fatto valutare e/o ha valutato il bene prima di venderlo si è riscontrato che il 57,4% è ricorso all'aiuto di un'agenzia immobiliare; il 31% si è avvalso del supporto di programmi presenti su Internet; il 28,7% ha fatto da solo sulla base di dati pubblicati da fonti varie; infine, il 18,2% si è rivolto a un libero professionista abilitato. Rispetto a quanto rilevato nell'Indagine precedente è cresciuto il ricorso all'agenzia immobiliare e al libero professionista abilitato, un pochino meno il fai da te, questo sta a dimostrare che le famiglie sono sempre più consapevoli che la stima di un immobile è un'attività complessa e che quindi va lasciata a chi ha gli strumenti per poterlo fare in modo adeguato (graf. 18).

GRAFICO 18

TIPOLOGIA DI CANALE UTILIZZATO PER LA VALUTAZIONE (vendite effettuate, val. %)



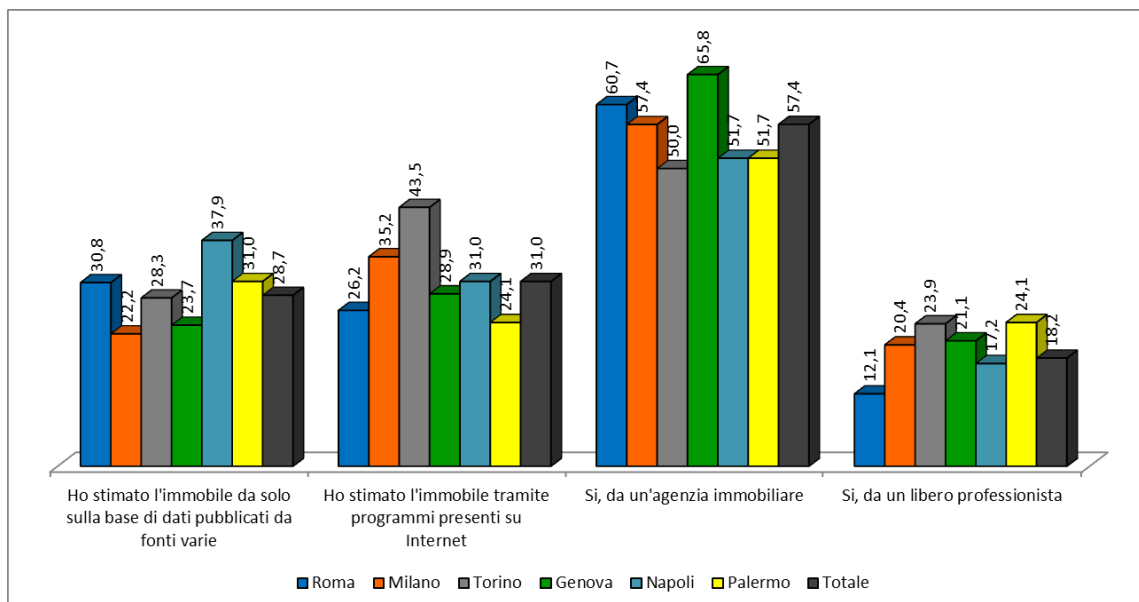
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

La quota di intervistati che hanno affermato di aver stimato l'immobile da soli prima di venderlo sulla base di dati pubblicati da fonti varie è sopra media a Napoli (37,9%), Palermo (31%) e Roma (30,8%); la percentuale di coloro hanno valutato il proprio immobile utilizzando programmi presenti su Internet è alta a Torino (43,5%) e Milano (35,2%); il ricorso all'agenzia immobiliare è sopra la media del campione a Genova (65,8%) e Roma (60,7%); infine, si sono rivolti a un libero professionista abilitato le famiglie che risiedono a Palermo (24,1%), Torino (23,9%), Genova (21,1%) e Milano (20,4%) (graf. 19).

GRAFICO 19

TIPOLOGIA DI CANALE UTILIZZATO PER LA VALUTAZIONE NELLE SINGOLE CITTA'

(vendite effettuate, val. %)

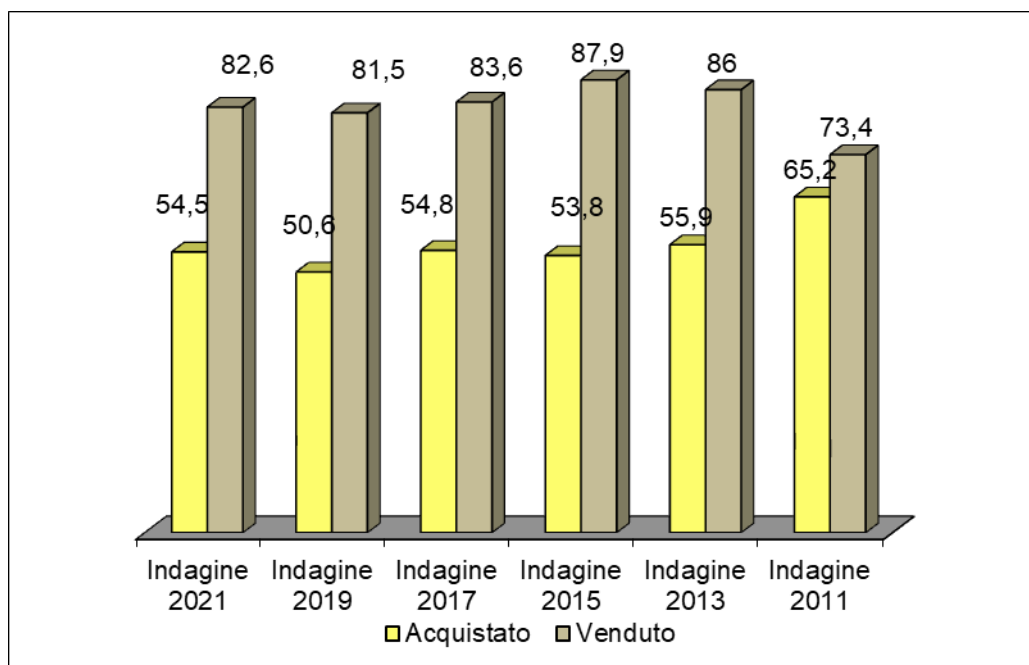


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Mettendo a confronto l'utilizzo dello specialista per la valutazione immobiliare nella domanda e nell'offerta emerge che – come nelle precedenti rilevazioni – ricorrono di più alla valutazione coloro che vendono rispetto a chi acquista; un fenomeno che dipende molto probabilmente dal fatto che una famiglia prima di vendere deve essere sicura del valore del bene che si accinge a immettere sul mercato; chi acquista, viceversa, conosce in partenza il *budget* che ha a disposizione e si è fatto un'idea dell'andamento del mercato visitando diversi immobili (graf. 20).

GRAFICO 20

UTILIZZO DI UNO SPECIALISTA PER LA VALUTAZIONE (compravendite effettuate, val. %)

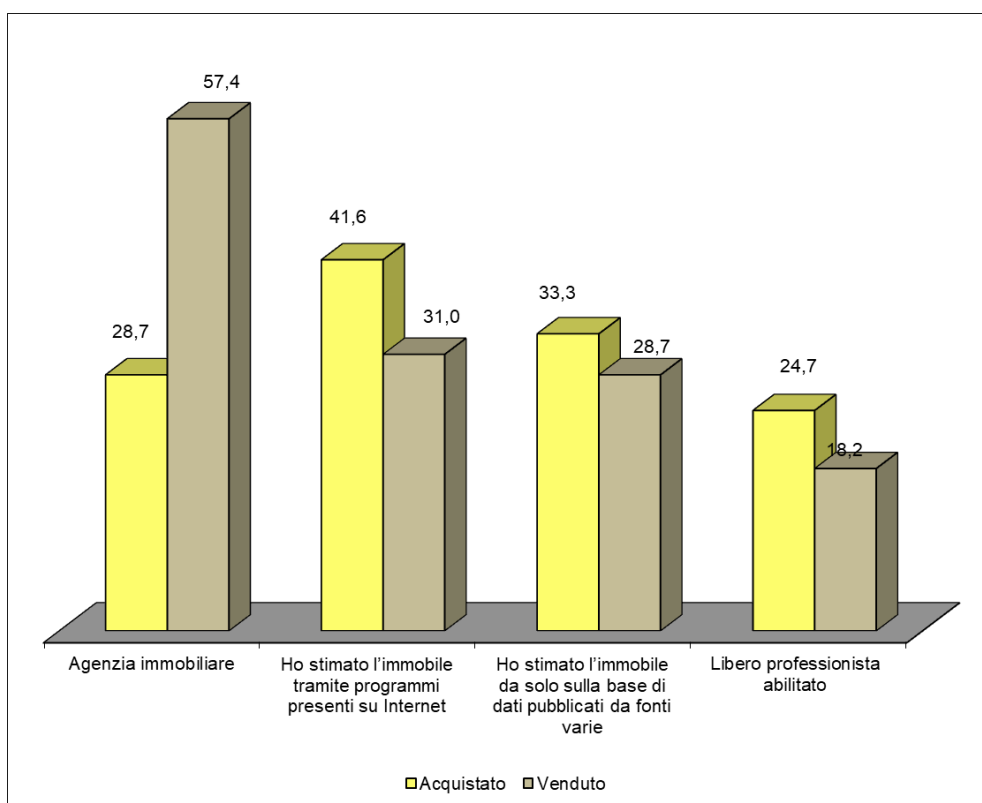


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Infine, per quanto concerne il tipo di figura professionale utilizzata per stimare i beni oggetto delle compravendite, in linea con quanto rilevato nell'Indagine 2019, emerge che chi vende preferisce affidare la valutazione dell'immobile all'agenzia immobiliare, mentre chi acquista predilige gli altri tre canali (graf. 21).

GRAFICO 21

TIPOLOGIA DI SPECIALISTA PER LA VALUTAZIONE (compravendite effettuate, val. %)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

4. Conclusioni

Dall'Indagine **Tecnoborsa** 2021 è emerso che circa il 60% acquirenti residenti nelle sei maggiori città italiane ha dichiarato di aver fatto ricorso all'aiuto di un'agenzia immobiliare, la percentuale è salita di 2,5 punti percentuali rispetto alla precedente rilevazioni toccando il suo massimo storico.

Il canale informativo più efficace, per la prima volta dall'inizio delle rilevazioni, non è più il passa parola; al primo posto ci sono i siti di offerte immobiliari e i *social network* che coprono il 54,1% della quota di mercato; solo il 2,9% degli intervistati ha affermato di aver individuato il bene in seguito acquistato recandosi direttamente presso un'agenzia immobiliare; ma da un'analisi più approfondita si è rilevato che più del 65% del totale degli annunci diffusi sui diversi canali in realtà sono stati pubblicati da agenzie immobiliari. Il più delle volte il ricorso all'agenzia immobiliare da parte di chi acquista è

una scelta obbligata in quanto nel 58,8% dei casi l'immobile acquistato era stato affidato a questa figura di intermediazione dal venditore.

Analizzando l'offerta è emerso che più dei due terzi di coloro che hanno venduto un bene sono ricorsi all'aiuto di un'agenzia immobiliare. Rispetto al 2019 si è avuto un incremento di ben 5,3 punti percentuali. Guardando più da vicino i canali utilizzati per pubblicizzare il bene venduto da parte di chi non ha utilizzato l'agenzia immobiliare è emerso che, come in passato, quello più utilizzato è il passaparola, anche se la quota di chi ne ha fatto ricorso è scesa di ben 6 punti percentuali.

Da un confronto tra domanda e offerta si è rilevato che il ricorso all'agenzia immobiliare è cresciuto in entrambi i casi e che, come sempre, più chi vende che chi acquista.

Per quanto riguarda la valutazione più della metà delle persone che hanno dichiarato di avere acquistato un bene nel biennio 2019-2020 hanno affermato di aver valutato e/o fatto valutare il bene, valore è decisamente in crescita rispetto all'indagine precedente (+4,1 p.p.). Tuttavia è diminuita la quota di chi non è ricorso all'aiuto di un professionista del settore e ha deciso di fare da solo con il supporto di programmi presenti su Internet o consultando fonti varie.

Dall'analisi dell'offerta è emerso che circa l'83% di chi ha venduto un bene ha scelto di farlo valutare prima di immetterlo sul mercato, rispetto a quanto rilevato nel biennio precedente c'è stato un lieve incremento di 1,1 punti. Di questi ben il 57,4% lo ha fatto fare all'agenzia immobiliare a cui ha dato il mandato di vendita. Come in passato è decisamente bassa la quota di famiglie che ha scelto il libero professionista abilitato; tuttavia va evidenziato che il ricorso a questa ultima figura è decisamente cresciuto raggiungendo il suo massimo storico da quando **Tecnoborsa** ha iniziato a monitorare il fenomeno.

Infine, dal confronto tra domanda e offerta è emerso, come in tutte le indagini precedenti, che il ricorso alla valutazione è molto più alto tra chi vende; inoltre, chi vende ricorre principalmente all'agenzia immobiliare mentre chi acquista preferisce valutare il bene da solo ricorrendo all'aiuto di un libero professionista.

Nota metodologica

L'Indagine è stata basata su un campione statisticamente rappresentativo dell'universo di interesse, stratificato secondo i seguenti criteri: Comuni con oltre 500.000 abitanti: n. 6 classi (Roma, Milano, Torino, Genova, Napoli, Palermo); tipologia di famiglia: n. 3 classi (famiglie uni personali, coppie con figli, coppie senza figli).

Al fine di rappresentare in modo più efficiente il segmento della popolazione che ha svolto almeno una transazione immobiliare nel corso del periodo preso in esame, incrociato per Grande Comune e Tipologia di famiglia, il campione è stato caratterizzato da un sovra-campionamento a due stadi (n. 400 casi in totale), sul Numero di Transazioni Normalizzate (NTN), rispetto alla quota di proprietà compravenduta (si tratta dell'indicatore della dinamica di mercato, che rappresenta il numero di transazioni, normalizzate rispetto alla quota di proprietà compravenduta, avvenute in un determinato periodo di tempo), sulla base dei dati contenuti nel "Rapporto Immobiliare 2020 Residenziale – Agenzia del Territorio".

Al primo stadio il sub-campione è stato di tipo disproporzionale a celle non costanti, stratificato per le sei città oggetto dell'indagine, raggruppate per "fascia" di città.

Al secondo stadio il sub-campione è stato di tipo disproporzionale a celle costanti all'interno di ogni fascia.

La numerosità campionaria complessiva è stata di 2.452 interviste (2.052 interviste + 400 interviste a coloro che per certo hanno acquistato/venduto almeno un'abitazione).

I dati dell'indagine sono stati riportati all'universo della popolazione italiana residente nei sei Grandi Comuni (N/n) con calibrazione dei risultati campionari in funzione di una "grandezza nota", nella fattispecie il Numero delle Transazioni Normalizzate (NTN).

Le interviste sono state effettuate con il Metodo CATI (Computer Assisted Telephone Interview), per mezzo di un questionario strutturato, e sono state effettuate nel periodo: 1 febbraio – 19 febbraio 2021.