Donata Tania Vergura
Dipartimento di Economia
Università degli Studi di Parma, via J.F. Kennedy 6
+39 0521 032461
donatatania.vergura@unipr.it

Beatrice Luceri
Dipartimento di Economia
Università degli Studi di Parma, via J.F. Kennedy 6
+39 0521 032204
beatrice.luceri@unipr.it

Gambling: le determinanti del comportamento in una prospettiva di marketing sociale

The paper investigates gamblers' behavior with particular reference to the intensity of participation and economic involvement. A survey with a sample of gamblers was conducted. Regression analysis showed that the socio-demographic characteristics (gender, income and level of education) significantly affect the gambling involvement. Also the use of the online channel, the self-limitation of the budget and the habit to get rid of coins received as change are important predictors of the intensity of participation and level of spending. The study integrates previous findings on consumer purchasing process, offering insights on the social marketing implications.

Keywords: gioco d'azzardo; grado di coinvolgimento; spesa; regressione lineare

1. Introduzione

Nell'ultimo decennio, l'industria italiana del gioco d'azzardo ha sperimentato un processo di rapida crescita, che ha collocato il Paese ai vertici della classifica mondiale in termini di raccolta procapite. Gli italiani hanno oggi facile accesso ad un'ampia varietà di giochi, con la conseguenza che il gioco d'azzardo è entrato a pieno titolo tra le attività di impiego del tempo libero. Tuttavia, i risultati più che positivi sul piano economico non lo sono altrettanto su quello sociale a seguito dell'aumento delle condotte di gioco problematiche e/o patologiche. Vi è, pertanto, la necessità di approfondire la rilevanza di tale fenomeno per comprendere il contributo del settore in termini di valore e disvalore sociale. In questa prospettiva, lo studio del comportamento dei giocatori riveste un'importanza primaria per informare le attività di demarketing, piuttosto che di marketing, del gioco d'azzardo.
Nonostante l'elevata diffusione del gioco d'azzardo tra la popolazione italiana, gli studi volti ad indagarne il comportamento appaiono ancora carenti. In particolare, il palesarsi dei problemi di gioco patologico ha concentrato l'interesse della letteratura sul tema (e.g. Barbaranelli, 2010; Bastiani et al., 2013; Colasante et al., 2012; Coacci et al., 2003). Minore attenzione è stata, invece, dedicata ai comportamenti "regolari" e "a basso rischio". Decisamente più ricca di contributi è la letteratura internazionale. Tuttavia, estendere i risultati ottenuti in altri Paesi al contesto italiano sarebbe inappropriato dal momento che le caratteristiche strutturali dell'offerta (le tipologie e i luoghi di fruizione sono diversi), così come quelle socio-culturali della popolazione, svolgono un ruolo determinante nello sviluppo e nel mantenimento del comportamento di gioco (Abt et al., 1985; Raylu e Oei; 2004). Inoltre, buona parte delle ricerche si è focalizzata su una o poche tipologie di gioco e specifici luoghi di fruizione, per esempio i casinò, oltre che su campioni di giocatori patologici.
Il presente lavoro intende superare i limiti evidenziati attraverso la realizzazione di un'indagine empirica su un campione di giocatori delle diverse tipologie di giochi regolamentati dall'ordinamento italiano. L'obiettivo è identificare i principali fattori implicati nella promozione e nel mantenimento del comportamento. A tal fine, è stato impiegato un modello di regressione lineare multipla con le seguenti variabili esplicative: caratteristiche socio-demografiche, utilizzo del canale on line per il gioco, autolimitazione della spesa e gioco del resto. Le variabili considerate come dipendenti sono l'investimento economico e l'intensità di partecipazione al gioco.
Lo studio ha permesso di raccogliere elementi informativi sul processo di acquisto del consumatore ulteriori rispetto a quanto indicato dalla letteratura e specifici per la popolazione in esame, offrendo spunti di riflessione utili alla progettazione delle politiche di marketing sociale volte a ridurre la domanda e a promuovere comportamenti di gioco responsabili.

2. Analisi della letteratura

Numerosi studi hanno cercato di identificare profili comportamentali omogenei di giocatori in termini di frequenza di gioco e volume di spesa. Diversi autori hanno dimostrato l'esistenza di una relazione tra tratti personali (caratteristiche socio-demografiche e/o psicografiche) e comportamento di gioco. In primo luogo, sono state analizzate le differenze di genere in termini di giochi praticati, frequenza di gioco e livello di spesa. Volberg (2003) ha sottolineato come le attività di gioco d'azzardo siano rimaste fortemente legate al genere, nonostante la diffusione del fenomeno nella popolazione femminile. In particolare, le donne giocano con una frequenza inferiore rispetto agli uomini (Bastiani et al., 2013; Volberg, 2003) e questi ultimi destinano al gioco una quantità di denaro superiore (Abbott e Cramer, 2003). In accordo con quanto emerso in letteratura, si formulano le seguenti ipotesi di ricerca:

H1a: Gli uomini si caratterizzano per un'intensità di partecipazione al gioco maggiore rispetto alle donne;

H1b: Gli uomini investono nel gioco somme significativamente maggiori rispetto alle donne.

Altri studi hanno dimostrato che la frequenza di gioco aumenta all'aumentare dell'età (Clarke, 2008; Desai et al. 2004; Lam, 2007) e al diminuire del livello di istruzione (Lam, 2007). Il ruolo di tali variabili è stato, in particolare, analizzato con riferimento all'acquisto dei biglietti della lotteria. Così, se gli adulti sono più propensi dei giovani all'acquisto (Herring e Bledsoe, 1994), la frequenza di gioco ed il livello di spesa appaiono negativamente correlate con il livello di istruzione (Coups et al., 1998; Herring e Bledsoe, 1994). Tale relazione sembra ascrivibile alle conoscenze acquisite in tema di calcolo delle probabilità. Le persone meno istruite potrebbero non comprendere appieno le probabilità associate all'esito degli eventi e, conseguentemente, farsi più facilmente coinvolgere nella dinamica di gioco. A risultati opposti giungono, invece, Kim et al. (2012), che hanno riscontrato un'associazione positiva tra grado di istruzione e intensità di gioco. Alla luce di quanto emerso dalla letteratura, si pongono le seguenti ipotesi di ricerca:

H2a: L'intensità di partecipazione al gioco aumenta all'aumentare dell'età;

H2b: La spesa destinata al gioco aumenta all'aumentare dell'età;

H3a: L'intensità di partecipazione al gioco diminuisce all'aumentare del livello di istruzione;

H3b: La spesa destinata al gioco diminuisce all'aumentare del livello di istruzione.

Anche il livello di reddito sembra giocare un ruolo importante nell'influenzare il coinvolgimento economico nel gioco. In particolare, la relazione tra le suddette variabili si connota come lineare negativa (Abbott e Cramer, 1993; Herring e Bledsoe, 1994). Tuttavia, le tendenze regressive negative tra intensità del coinvolgimento e livello di reddito non sono state riscontrate in termini assoluti, bensì relativi. Sebbene gli individui appartenenti alle fasce di reddito più basse destinino al gioco una quota proporzionalmente più elevata dei loro guadagni, sono i gruppi a più alto reddito a mostrare una maggiore propensione a giocare e un maggior livello di spesa in termini assoluti (Clotfelter et al., 1999; Kearney, 2004; Mikesell, 1991; Rogers, 1998). Si formula, pertanto, la seguente ipotesi di ricerca:

H4: La spesa destinata al gioco aumenta all'aumentare del reddito disponibile.

Negli ultimi anni, l'espansione del gioco d'azzardo on line in termini di prodotti, numero di siti internet e operatori ha stimolato il dibattito circa l'importanza di tale fenomeno e le sue potenziali conseguenze. Alcuni studi hanno indagato il comportamento dei giocatori on line e, in particolare, il rischio di sviluppare comportamenti di gioco problematico. I risultati hanno dimostrato una relazione positiva tra gioco on line e gioco patologico (e.g. Petry e Weinstock, 2007; Petry, 2006; Wood e Williams, 2007). Il grado di patologia manifestato dai giocatori on

line è maggiore rispetto a quello dei giocatori off line (Griffiths et al., 2010; Griffiths et al., 2009; Ladd and Petry, 2002). Inoltre, i primi praticano un maggior numero di giochi rispetto ai secondi e si caratterizzano per un grado di coinvolgimento maggiore (Gainsbury et al., 2012; Griffiths et al., 2010). Alla luce di tali evidenze si ipotizza che il ricorso al canale on line possa avere un'influenza positiva sull'intensità di partecipazione al gioco e sulla somma mediamente investita:

H5a: l'integrazione del canale fisico con quello on line incide positivamente sull'intensità di partecipazione al gioco;

H5b: l'integrazione del canale fisico con quello on line incide positivamente sulla spesa destinata al gioco.

Un elemento che ha suscitato di recente l'interesse della letteratura è il ricorso a meccanismi di auto-limitazione del comportamento di gioco. Alcune ricerche si sono incentrate sull'importanza percepita o sulla verifica di efficacia degli strumenti di limitazione del budget di spesa imposti dalla normativa, specialmente quella sul gioco on line (Bernhard et al., 2006; Broda et al., 2008; Griffiths et al., 2009; Nelson et al., 2008; Nomisma, 2009). Altre hanno indagato il ricorso spontaneo a tali meccanismi (Loroz, 2004; Ladoucer e Sévigny, 2006; McDonnell-Phillips, 2005; Moore et al., 2012; Nelson et a., 2008; Nower e Blaszczynski, 2010; Schrans et al., 2004), focalizzando l'attenzione sulle differenze tra giocatori patologici e non patologici. Meno esplorato è, invece, l'impatto che tale attitudine può avere sul comportamento di gioco (frequenza e spesa), a prescindere dal profilo del giocatore (patologico o non patologico). Ciò che si intende in questa sede approfondire è, appunto, la relazione tra il ricorso a tali forme di auto-limitazione monetaria e il comportamento di gioco. Si formulano, in particolare, le seguenti ipotesi:

H6a: Il ricorso a forme di auto-limitazione del budget incide negativamente sull'intensità di partecipazione al gioco;

H6b: Il ricorso a forme di auto-limitazione del budget incide negativamente sulla spesa destinata al gioco.

Un aspetto del comportamento di gioco mai analizzato dalla letteratura attiene all'abitudine manifestata da alcuni individui di giocare le monete ricevute come resto o già possedute in tasca. Da una ricerca qualitativa condotta con giocatori regolari o occasionali (Vergura, 2013) è emerso come il modesto valore attribuitogli e il fastidio di conservarle in tasca rappresentano motivazioni sufficienti per "investirle" nel gioco. Ecco allora che le caratteristiche intrinseche delle monete metalliche (dimensione e peso) e la corrispondenza tra valore nominale dei tagli più grandi (1 e 2 euro) e giocate minime per diverse tipologie di giochi diventano elementi determinanti della propensione al gioco. Tali considerazioni portano a formulare le seguenti ipotesi di ricerca:

H7a: La tendenza a giocare il resto della spesa incide positivamente sull'intensità di partecipazione al gioco;

H7b: La tendenza a giocare il resto della spesa incide positivamente sul coinvolgimento economico nel gioco.

3. Metodologia

Le interviste sono state realizzate presso diversi punti di gioco del comune di Parma: bar, tabacchi, bingo, sala di scommesse sportive e ippiche, sala poker. Agli intervistati è stato garantito l'anonimato ed il questionario consegnato per l'auto-compilazione sia per la sensibilità dell'argomento sia per evitare l'innesco di meccanismi di desiderabilità sociale connessi alla presenza dell'intervistatore. Si è scelto di impiegare una tecnica di campionamento stratificato proporzionale per sesso ed età in modo da garantire un'adeguata rappresentazione della popolazione di riferimento riguardo alle suddette variabili.

3.1.Misure

Il questionario si compone di tre sezioni. La prima attiene alla profilazione sociodemografica degli intervistati. Le variabili indagate sono genere, età, titolo di studio e reddito annuo.
La seconda sezione è funzionale all'analisi del comportamento di gioco. I giochi praticati e la relativa frequenza sono stati rilevati chiedendo al rispondente di indicare, su una scala a 5 punti (da 0 = mai a 4 = più di una volta a settimana), con quale frequenza partecipa alle diverse tipologie di gioco d'azzardo oggetto di studio. La spesa è stata, invece, misurata come risposta aperta in termini di somma mediamente destinata al gioco in una settimana.
Nell'ultima sezione sono state poste due domande volte ad indagare, la prima, l'applicazione di meccanismi di auto-limitazione del comportamento di gioco (attraverso la determinazione di un limite massimo di spesa per giocata o per arco temporale) e, la seconda, l'abitudine di destinare al gioco le monete ricevute come resto (scala a 4 punti da 0 = mai a 3 = sempre). Infine, ai rispondenti è stato chiesto di indicare la frequenza con cui utilizzano il canale on line per il gioco (scala a 4 punti da 0 = mai a 3 = sempre).

4. Risultati

4.1. Caratteristiche del campione

I questionari complessivamente compilati sono stati 374. Ripulendo i dati dai missing value, la dimensione finale del campione risulta pari a 342 unità. Il campione è ripartito equamente tra maschi (56%) e femmine (44%), con un'età media di 45 anni (sd = 14,917). Il livello di istruzione è abbastanza buono: la gran parte dei rispondenti (47%) possiede un diploma di scuola media superiore e il 27% è laureato. A fronte di un 46% di persone sposate o conviventi, il 39% è celibe/nubile, l'11% è separato/divorziato e il 4% è vedovo/a. Le fasce di reddito prevalenti sono quelle comprese tra 10 mila e 30 mila euro (58%), ma emerge anche una buona percentuale di giocatori che dichiara un reddito annuo inferiore (tra 5 e 10 mila euro; 13%).

4.2. Comportamento di gioco

Il gioco acquistato maggiormente è il *gratta e vinci*, con una media di quasi una o due volte al mese. Al secondo posto si colloca il *superenalotto* (meno di una/due volte al mese) e a seguire *lotto, bingo, scommesse sportive, win for life* e *slot machine,* praticati qualche volta nell'anno. Gli altri giochi (*10elotto, calcio, lotterie, poker, ippica*) risultano meno attrattivi.
La frequenza di acquisto relativamente bassa per singolo gioco appare, tuttavia, controbilanciata dal dato relativo al numero di attività svolte. A fronte di un numero medio di giochi praticati pari a quattro, viene facile inferire che la frequenza cumulata di gioco possa essere comunque superiore rispetto a una/due volte al mese. Dal momento che l'intensità con cui si pratica il gioco d'azzardo è data dalla combinazione dei suddetti fattori (numero di giochi praticati e frequenza), si è ritenuto opportuno calcolare un indice sintetico di coinvolgimento (ICG). Tale indice è stato ottenuto sottoponendo le due variabili ad analisi fattoriale mediante metodo delle componenti principali. L'analisi ha supportato l'ipotesi di unidimensionalità del costrutto e i punteggi fattoriali ottenuti saranno, perciò, utilizzati come indicatori del grado di coinvolgimento complessivo nel gioco.
I giocatori hanno dichiarato un livello medio di spesa settimanale di 116 euro, entro un range di valori molto ampio e compreso tra 1 e 5.000 euro. La scelta di investire il proprio denaro nel gioco è influenzata dalla disponibilità delle monete ricevute come resto. Oltre la metà del campione (55%) dichiara, infatti, di giocare solo qualche volta il resto della spesa, mentre il 21% lo fa spesso (15%) o sempre (6%). Per quanto riguarda i meccanismi di auto-limitazione dell'investimento monetario nel gioco, l'80% dei rispondenti ha affermato di stabilire una

soglia massima di spesa che cerca di non superare. La modalità prevalente è la determinazione di un budget per arco temporale, adottata dal 49% dei giocatori, mentre una quota inferiore (31%) stabilisce un tetto massimo per ciascuna giocata. L'attitudine ad integrare il canale fisico con quello elettronico non è molto diffusa. Il 76% del campione non utilizza mai siti internet di gioco, mentre il 16% lo fa qualche volta e il restante 8% spesso o sempre.

4.3.Analisi di regressione

Al fine di costruire modelli predittivi del comportamento di gioco, sono state effettuate due analisi di regressione lineare multipla adottando come variabili dipendenti la spesa media settimanale e l'indice di coinvolgimento nel gioco (ICG). Le variabili esplicative considerate sono: genere; età; titolo di studio; reddito; utilizzo del canale on line; gioco del resto; autolimitazione monetaria. Il metodo *forward* ha portato all'individuazione delle variabili significative (con *p-value* maggiore di 0,05).

La prima analisi di regressione considera come variabile indipendente l'indice di coinvolgimento nel gioco. Il modello è statisticamente significativo nel suo complesso ($F = 24{,}643$, $p < ,001$) e consente di spiegare il 19% della varianza complessiva. La tabella 1 mostra le variabili che influenzano significativamente l'indice di coinvolgimento nel gioco. Tra le caratteristiche socio-demografiche solo il genere presenta un coefficiente significativo. In particolare, gli uomini mostrano un grado di partecipazione maggiore rispetto alle donne ($\beta = -0{,}459$, $p < ,001$), confermando quanto sostenuto nell'ipotesi H1a. Non risultano, invece, confermate le ipotesi H2a e H3a sull'esistenza di una relazione tra indice di coinvolgimento nel gioco ed età e titolo di studio. L'integrazione del canale fisico con quello on line e l'abitudine a giocare il resto della spesa emergono come ulteriori elementi facilitanti il coinvolgimento nel gioco. Entrambe le variabili presentano, infatti, coefficienti di correlazione positivi ($\beta = 0{,}376$, $p < ,001$ per la prima e $\beta = 0{,}192$, $p < ,01$ per la seconda), dando supporto alle ipotesi H5a e H7a.

Tabella 1

Modelli di regressione, stime dei parametri

		Coefficienti non standardizzati		Coefficienti standardizzati	t	Sig.	Statistiche di collinearità	
		B	Dev. St. Err.	Beta			Tolleranza	VIF
ICG	(Costante)	,332	,182		1,827	,069		
	Genere (1 = M; 2 = F)	-,459	,107	-,227	-4,292	,000	,894	1,119
	On line	,376	,079	,254	4,769	,000	,884	1,132
	Resto	,192	,063	,152	3,029	,003	,987	1,013
Spesa	(Costante)	4,868	,538		9,057	,000		
	Genere (1 = M; 2 = F)	-,446	,182	-,128	-2,449	,015	,863	1,159
	Titolo di studio	-,607	,106	-,280	-5,719	,000	,975	1,025
	Reddito	,154	,058	,130	2,647	,009	,972	1,029
	On line	,512	,130	,203	3,926	,000	,873	1,145
	Resto	,384	,107	,179	3,606	,000	,951	1,052
	Autolimitazione (0 = no; 1 = si)	-,800	,215	-,185	-3,722	,000	,949	1,053

Prima di effettuare l'analisi di regressione sulla spesa si è ritenuto opportuno ricorrere alla trasformazione logaritmica della variabile, data la distribuzione fortemente distante da quella normale. I risultati dimostrano la validità predittiva del modello ($F = 20{,}070$, $p < ,001$) e il valore della correlazione multipla tra predittori e variabile dipendente (R^2) è pari a 0,28. Coerentemente con quanto riscontrato in precedenza, gli uomini presentano un livello di spesa superiore ($\beta = -0{,}446$, $p < ,05$) rispetto alle donne (ipotesi H1b). Al contempo, l'investimento

economico nel gioco tende ad aumentare all'aumentare del reddito disponibile ($\beta = 0{,}154$, $p <$,01) e al diminuire del livello di istruzione ($\beta = -0{,}607$, $p <$,001), dando supporto alle ipotesi H2b e H4 (Tabella 1). Anche l'ipotesi sulla capacità predittiva del ricorso al canale on line (H5b) trova riscontro empirico nei dati ($\beta = 0{,}384$, $p <$,001). Non stupisce, infine, che l'abitudine a giocare il resto della spesa ($\beta = 0{,}384$, $p <$,001) e il mancato ricorso a meccanismi di autolimitazione monetaria ($\beta = -0{,}800$, $p <$,001) incrementino, a parità di altre condizioni, il budget destinato al gioco (ipotesi H6b e H7b).

5. Discussione

Il presente lavoro ha perseguito l'obiettivo di analizzare il comportamento dei giocatori d'azzardo al fine di integrare quanto già evidenziato dalla ricerca sul tema e produrre elementi informativi utili alla progettazione delle politiche di marketing sociale volte a promuovere comportamenti di gioco sani e responsabili.

I risultati dell'indagine hanno confermato quanto già dimostrato in letteratura (e.g. Stevens e Young, 2010; Tao et al., 2011), ovvero che i giocatori non prediligono una particolare tipologia di gioco, ma ripartiscono le proprie preferenze tra le alternative disponibili. Ne discende che è l'attività di gioco in quanto tale a catturare l'interesse dei consumatori e non una particolare meccanica. Si tratta, dunque, di un settore nel quale la sostituibilità tra prodotti concorrenti appare elevata. Tale risultato appare rilevante sul piano delle ricadute social. L'intensità della domanda e la sua incidenza in termini sociali devono essere, infatti, interpretate in termini complessivi, considerando il prodotto "gioco d'azzardo" come un tutt'uno, capace di innescare un meccanismo di dipendenza attraverso una molteplicità di tipologie ed occasioni di acquisto.

In generale, i giocatori hanno manifestato l'abitudine a giocare le monete ricevute come resto. La disponibilità di denaro ingombrante e considerato "superfluo" rappresenta un motivo sufficiente per stimolare la domanda di gioco. La frequenza con cui si manifesta tale abitudine ha un impatto diretto sul comportamento, dal momento che incide positivamente sulla spesa e sull'ICG. Essa potrebbe, pertanto, agire a favore del consolidamento di comportamenti routinari. Il processo di innovazione di prodotto ha, dunque, seguito efficacemente le tendenze dei consumatori, proponendo varianti caratterizzate da costi di modesta entità e soggette ad acquisti di impulso.

Lo studio non ha confermato i risultati di Ladoucer e Sévigny (2006) sullo scarso ricorso a meccanismi di limitazione volontaria del budget. Viceversa, in accordo con quanto rilevato da McDonnell-Phillips (2005) e Moore et al. (2012), la gran parte dei giocatori stabilisce un limite massimo di spesa per un determinato periodo temporale o per singola giocata. Tale abitudine sembra influenzare positivamente il comportamento di gioco. Chi ne fa ricorso si caratterizza, infatti, per una spesa media inferiore rispetto agli altri. Alla luce di tali risultati, sembra che i sistemi di autolimitazione e/o autoesclusione imposti dalla recente disciplina sui giochi on line possano avere effetti positivi sul controllo dei comportamenti di gioco, soprattutto per quei giocatori che non vogliono o non sono in grado di ricorrevi volontariamente. Tuttavia, se è vero che tali meccanismi hanno l'effetto di offrire delle ancore di riferimento per i giocatori, l'efficacia degli stessi è limitata dalla possibilità per i soggetti di rivedere nel tempo i limiti stabiliti e modificarli.

Dall'analisi è emerso che il ricorso al canale on line incide sia sull'investimento economico sia sull'intensità di partecipazione al gioco. L'aumento dei canali di acquisto e, di conseguenza, delle opportunità di gioco sembra, pertanto, tradursi in un incremento del grado di coinvolgimento. Si tratta di un elemento particolarmente rilevante se si considera che l'aumento delle opportunità di gioco può costituire un fattore determinante a favore dello sviluppo di comportamenti problematici (Griffiths, 1999). Per essere pienamente efficaci, i

sistemi di controllo in uso dovrebbero prevedere, accanto alla determinazione della soglia di spesa, anche meccanismi di limitazione della frequenza di gioco.
I risultati di questo studio possono offrire un utile contributo alle imprese del settore e ai responsabili delle politiche pubbliche per l'attuazione di strategie più efficaci di promozione del gioco responsabile. In primo luogo, è importante separare i principi del gioco responsabile dagli approcci alla minimizzazione dei danni e alla riabilitazione, volti ad assistere i giocatori che manifestano problemi. Pur riconoscendo l'importanza dell'attenzione rivolta ai soggetti con comportamenti problematici, l'approccio più utile è quello di concentrarsi sulla prevenzione e l'educazione al fine di ridurre la necessità di intervenire su comportamenti radicati e meno suscettibili al cambiamento. Tuttavia, bisogna considerare che, investendo esclusivamente su una comunicazione "educativa", si corre il rischio che i messaggi veicolati possano non solo essere ignorati, ma addirittura produrre l'effetto contrario di aumento della consapevolezza e dell'interesse verso il gioco. È necessario, pertanto, intervenire anche in termini operativi attraverso il controllo del sistema di offerta e di domanda e la revisione delle disposizioni normative. Con riferimento alle politiche distributive, un elemento rilevante sul piano sociale attiene agli effetti derivanti dalla diffusione capillare dell'offerta e dalla proposta di una molteplicità di giochi in un unico luogo. Dal momento che i risultati dello studio hanno evidenziato l'assenza di un comportamento di acquisto esclusivo, la facilità di accesso al gioco e, ancor di più, la concentrazione dell'offerta sembrano agire a favore dell'aumento della domanda nonché dello sviluppo di condotte problematiche. Non limitare le attuali politiche distributive, che ricorrono proprio a tali elementi per implementare la strategia di espansione, significa offrire terreno fertile per la manifestazione di comportamenti latenti. Al contempo, a fronte della potenziale efficacia dei sistemi di auto-limitazione del budget, l'individuazione di maggiori strumenti di controllo della domanda potrebbe essere orientata verso l'applicazione di meccanismi di limitazione anche per quelle tipologie di giochi per le quali il controllo è pressoché assente. Da ultimo, l'attrattività del gioco non può che essere contenuta se non riducendo l'attività promozionale. Ciò vuol dire limitare la pubblicità diretta, ma anche quella indiretta veicolata attraverso varie forme: product placement; sponsorizzazione di eventi; utilizzo del gioco nell'ambito delle campagne promozionali su altre categorie di prodotti; creazione di canali appositamente dedicati (al gioco del poker, per esempio) e così via.

6. Vantaggi e limiti dello studio

Un vantaggio del presente lavoro è rappresentato dall'analisi del comportamento dei consumatori con riferimento ad una molteplicità di giochi d'azzardo. La gran parte delle ricerche condotte si è, invece, concentrata su singole o poche attività di gioco, tralasciando le altre tipologie che compongono l'offerta nazionale. Al contempo, la selezione dei partecipanti è avvenuta direttamente nei punti gioco. Si è, infatti, cercato di costruire un campione costituito da giocatori con profili demografici differenziati piuttosto che da studenti, come avviene in gran parte dei contributi in letteratura. Tuttavia, la dimensione del campione e, soprattutto, la circoscrizione dello studio alla sola città di Parma impongono una certa cautela nell'estendere i risultati ottenuti alla popolazione italiana. Ai fini delle future prospettive di ricerca, sarebbe opportuno estendere l'indagine ad un campione più ampio e rappresentativo del contesto socio-culturale nazionale. Al contempo, l'impiego di tecniche di ricerca ulteriori – per esempio quelle di tipo qualitativo, come l'osservazione partecipata o non partecipata - consentirebbe di fornire ulteriore supporto ai risultati ottenuti. Se, infatti, la modalità di somministrazione del questionario adottata (auto-compilazione) offre il vantaggio di evitare fenomeni di desiderabilità sociale, d'altro canto essa risente dell'azione di fattori di influenza

inconsci sulla capacità dell'intervistato di ricostruire e descrivere sentimenti e pensieri, oltre che della volontà di questi ultimi di mascherare la realtà oggettiva.
Appare, inoltre, utile mettere a confronto l'atteggiamento rispetto al gioco tra la popolazione "sana" di giocatori con quella patologica al fine di individuare le sovrapposizioni e/o le divergenze cognitivo-comportamentali che caratterizzano i due profili. Ciò favorirebbe l'individuazione dei principali fattori potenziali di rischio e degli elementi su cui è più opportuno intervenire in una logica preventiva, oltre che curativa.

Riferimenti

Abbott, D., and Cramer, S. (1993). Gambling attitudes and participation: a midwestern survey. *Journal of Gambling Studies*, 9(3), 247-263.

Abt, V., McGurrin, M., and Smith, J. (1985). Toward a synoptic model of gambling behaviour. *Journal of Gambling Behaviour*, 1, 79–88.

Barbaranelli, C. (2010). Prevalence and correlates of problem gambling in Italy. 8th European Conference on Gambling Studies and Policy Issues, Vienna, September 14-17 2010.

Bastiani, L., Gori, M., Colasante, E., Siciliano, V., Capitanucci, D., Jarre, P., and Molinaro, S. (2013). Complex factors and behaviors in the gambling population of Italy, *Journal of Gambling Studies*, 1, 1-13.

Bernhard, B., Lucas, A., Jang, D., and Jungsun, K. (2006). *Responsible gaming device. Research Report*. International Gaming Institute, University of Nevada, Las Vegas.

Broda, A., LaPlante, D., Nelson, S., LaBrie, R., Bosworth, L., and Shaffer, H. (2008). Virtual harm reduction efforts for internet gambling: effects of deposit limits on actual internet sporst gambling. *Harm Reduction Journal*, 5(27).

Clarke D. (2008). Older Adults' Gambling Motivation and Problem Gambling: A Comparative Study. *Journal of Gambling Studies*, 24, 175–192.

Clotfelter, C., Cook, J.P., Edell, J.A., and Moore, M. (1999). *State lotteries at the turn of the century: Report to the national gambling impact study commission*. Duke University.

Coacci, A., Masini, L., Petri, C., Garramone, L., Messina, G., and Nante, N. (2003). Il Gambling Compulsivo: rilevanza epidemiologica. *Italian Journal of Public Health*, 1, 67.

Colasante, E., Gori, M., Bastiani, L., Siciliano, V., Giordani, P., Grassi, M., and Molinaro, S. (2012). An Assessment of the Psychometric Properties of Italian Version of CPGI. *Journal of Gambling Studies*. Published on line: 28 August 2012.

Coups, E., Haddock, G., and Webley, P. (1998). Correlates and predictors of lottery playing in the United Kingdom. *Journal of Gambling Studies*, 13, 285–303.

Desai, R.A., Maciejewski, P.K., Dausey, D.J., Caldarone, B.J., and Potenza, M.N. (2004). Health correlates of recreational gambling in older adults. *American Journal of Psychiatry*, 161, 1672–1679.

Gainsbury, S., Wood, R., Russell, A., Hing, N., and Blaszczynsk, A. (2012). A digital revolution: Comparison of demographic profiles, attitudes and gambling behavior of Internet and non-Internet gamblers. *Computers in Human Behavior*, 28(4), 1388–1398.

Griffiths, M., Parke, J., Wood, R., and Rigbye, R. (2010). Online poker gambling in university students: Further findings from an online survey. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 8(1), 82-89.

Griffiths, M., Wardlen H., Orfordn J., Sprostonnn K., and Erensn B. (2009). Sociodemographic Correlates of internet gambling: Findings from the 2007 British Gambling Prevalence Survey. *CyberPsychology & Behavior*, 12(2), 199-202.

Griffiths, M. (1999). Gambling technologies: prospects for problem gambling. *Journal of Gambling Studies*,15(3), 265–283.

Herring, M., and Bledsoe, T. (1994). A model of lottery participation: demographics, context, and attitudes. *Policy Studies Journal*, 22(2), 245.

Kearney, M.S. (2004). State lotteries and consumer behavior. *NBER Working Paper 9330*. Cambridge, MA: NBER.

Kim W., Kim I., and Nochajski T.H. (2012). Predictors of gambling behaviors in Filipino Americans living in Honolulu or San Francisco. *Journal of Gambling Studies*. 28, 297–314.

Ladd, G.T., and Petry, N.M. (2002). Disordered gambling among university-based medical and dental patients: A focus on Internet gambling. *Psychology of Addictive Behaviors*, 16(1), 76-79.

Ladoucer R., and Sévigny S. (2006). The impact of video lottery game speed on gamblers. *Journal of Gambling Issue*, 17, August.

Lam, D., (2007). An exploratory study of gambling motivations and their impact on the purchase frequencies of various gambling products. *Psychology and Marketing*, 24(9), 815-827.

Loroz (2004). Golden-age gambling. Psychological benefits and self-concept dynamics in aging consumers' consumption experiences. *Psychology & Marketing*, 21(5), 323–349.

McDonnell-Phillips Pty Ltd. (2005). *Analysis of gambler precommitment behaviour*. Report prepared for Gambling Research Australia, Victorian Department of Justice, Melbourne.

Mikesell, J. L. (1994). State lottery sales and economic activity. *National Tax Journal*, 47, 165–171.

Moore, S.M., Thomas, A.C., Kyrios, M., and Bates, G. (2012). The self-regulation of gambling. *Journal of Gambling Studies*, 28, 405–420.

Nelson S.E., LaPlante, D.A., Peller A.J., Schumann A., LaBrie, R.A., and Shaffer H.J. (2008). Real limits in the virtual world: Self-limiting behavior of internet gamblers. *Journal of Gambling Studies*, 24, 463–477.

Nomisma. (2009). *Il gioco in Italia: un mercato ad alto impatto sociale*. Quaderni per l'economia, 4.

Nower L., and Blaszczynski, A. (2010). Gambling motivations, money-limiting strategies, and precommitment preferences of problem versus non-problem gamblers. *Journal of Gambling Studies*, 26, 361–372.

Petry, N.M. (2006). Internet gambling: an emerging concern in family practice medicine? Family Practice, 23, 421–426.

Petry, N.M., and Weinstock, J. (2007). Internet Gambling Is Common in College Students and Associated with Poor Mental Health. *The American Journal on Addictions*, 16(5), pages 325–330.

Raylu, N., and Oei, T.P. (2004). Role of culture in gambling and problem gambling. *Clinical Psychology Review*, 23(8), 1087–1114.

Rogers, P. (1998). The cognitive psychology of lottery gambling. A theoretical review. *Journal of Gambling Studies*, 14(2), 111-134.

Schrans, T., Grace, J., Schellinck, T. (2004). *2003 NS VL responsible gaming features evaluation*. Nova Scotia Gaming Corporation.

Stevens, M., and Young, M. (2010). Who plays what? Participation profiles in chance versus skill-based gambling. *Journal of Gambling Studies*, 26(1), 89-103.

Tao, V., Wu, A., Cheung, S., Tond, K., and Tong, K. (2011). Development of an indigenous inventory GMAB (Gambling Motives, Attitudes and Behaviors) for chinese gamblers: an exploratory study. *Journal of Gambling Studies*, 27(1), 99-113.

Thomas, A., Allen, F., and Phillips, J. (2009). Electronic gaming machine gambling: measuring motivation. *Journal of Gambling Studies*, 25(3), 343-355.

Vergura, D.T. (2013). Recreational gamblers' perspective of gambling: An exploratory study. SSRN Working Paper. Available at SSRN: http://ssrn.com/abstract=2294536

Volberg, R. (2003). "Has there been a 'feminization' of gambling and problem gambling in the United States?". *The Electronic Journal of Gambling Issues*, 8, May.

Wood, R., and Williams, R.J. (2007). Problem gambling on the internet: implications for internet gambling policy in North America. *New Media & Society*, 9(3), 520-542.