



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
SCUOLA DI ECONOMIA, MANAGEMENT E STATISTICA

AICCON

Working Paper 166

L'economia della manipolazione e dell'inganno: il settore dell'azzardo in Italia

Gabriele Mandolesia

Dipartimento di Giurisprudenza, Economia, Politica e Lingue moderne, LUMSA

Vittorio Pelligra

Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali, Università di Cagliari

+39 0543 62327

ecofo.aicconunibo.it

www.aiccon.it

 **aiccon**
cooperazione | non profit

AICCON – Italian Association for the Promotion of the Culture of Co-operation and of Nonprofit is an association formed in 1997 among the **University of Bologna, Faculty of Economics, Forlì Campus**, within the academic course on Social Economy. The aim of the Association is to encourage, support, and organise initiatives to promote the culture of solidarity with particular attention to idealities, perspectives, activities, and problems connected to Nonprofit Organizations and Co-operative Enterprises.

AICCON is part of network of people and institutions (**EMES Network**) at national and international level that, starting from its members, forms the environment in which it is located. AICCON, throughout the years, has increased its reach and succeeds to the local, national and international context in which it works.

L'economia della manipolazione e dell'inganno: il settore dell'azzardo in Italia

Gabriele Mandolesi^{a°} e Vittorio Pelligra^{b°°}

^a *Dipartimento di Giurisprudenza, Economia, Politica e Lingue moderne, LUMSA. Via Della Traspontina, 21, 00193 Roma.*

^b *Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali, Università di Cagliari. V.le S. Ignazio 17, 09123, Cagliari*

Abstract

Il settore dell'azzardo legalizzato rappresenta l'esempio più calzante di quella che i due premi Nobel per l'Economia, George Akerlof e Robert Shiller hanno definito nel loro ultimo libro l'"economia della manipolazione e dell'inganno". Argomentiamo qui, circa l'inefficacia di forme di regolamentazione tradizionali, che mal si adattano alla natura stessa del "bene" in questione. La fornitura azzardo, infatti, è progettata specificamente per indurre dipendenza sfruttando alcuni meccanismi cognitivi, come l'avversione alla perdita, gli errori nel giudizio probabilistico, la fallacia dello scommettitore e l'illusione del controllo. Una macchina economicamente perfetta: l'impresa che vende un "bene" di cui i consumatori non possono più fare a meno. La retorica del "gioco responsabile", fondata sulla assunzione di razionalità del consumatore, unita ad una sempre più dilagante offerta, sostenuta da una pubblicità onnipresente, ha favorito negli anni recenti l'esplosione del numero dei giocatori, del volume di denaro raccolto e dei profitti delle società private coinvolte. Il regolatore nazionale sembra ignorare i costi sociali connessi a tale esplosione, lasciando, e spesso contrastando, l'azione di prevenzione dell'insorgenza della ludopatia alle Regioni e ai Comuni. Auspichiamo, infine, una seria e sistematica raccolta di dati che consenta l'elaborazione di una approfondita analisi costi/benefici che possa orientare i decisori politici ad ogni livello verso le azioni più efficaci nel promuovere primariamente il benessere dei cittadini piuttosto che le entrate erariali. In assenza di tali valutazioni le scelte politiche non potranno che essere, nel migliore dei casi, miopi, nel peggiore, nefaste.

[°] gamandolesi@gmail.com.

^{°°} pelligra@unica.it.

1. Introduzione

Il settore dell'azzardo legalizzato rappresenta l'esempio più calzante di quella che i due premi Nobel per l'Economia, George Akerlof e Robert Shiller hanno definito nel loro ultimo libro l'"economia della manipolazione e dell'inganno" (*Phishing Economy*) (Akerlof e Shiller, 2016).

La visione classica e un po' romanzata del pensiero economico ruota intorno all'idea di un mercato capace di coordinare verso esiti ottimali una moltitudine di interessi differenti espressi attraverso atti di produzione, acquisto, vendita, risparmio, investimento, etc., da di una moltitudine di individui che interagiscono tra loro per soddisfare bisogni mossi esclusivamente dalla ricerca dell'interesse personale. Questa visione ottimistica che si fonda sulle proprietà di autoregolazione del mercato, ha subito un duro colpo quando negli anni '70 un gruppo di economisti tra i quali i futuri Nobel, Joseph Stiglitz, Michael Spence e George Akerlof, pongono le basi di quella che verrà definita la "rivoluzione dell'informazione" (Stiglitz, 2017). Alla base di questo cambio di paradigma c'è una semplice constatazione: il mercato, più spesso che no, "fallisce". Non tutti gli scambi mutuamente vantaggiosi, cioè, che potrebbero verificarsi in condizioni ideali, si verificheranno, determinando così risultati inefficienti. Una delle cause fondamentali che sta alla base di queste inefficienze è la cosiddetta "asimmetria informativa", cioè la differenza di informazioni che sono possedute dai produttori e dai consumatori. Un caso di scuola è quello del mercato delle auto usate. (Akerlof, 1970). Il venditore conosce in maniera precisa la qualità della macchina che vuole vendere. Il compratore, da parte sua, può intuire tale qualità solo in maniera imperfetta. Per questa ragione egli sarebbe disposto a pagare, per ogni auto sul mercato delle auto usate, sborsare il prezzo che sborserebbe al massimo per un'auto di qualità media. Di fronte a questo prezzo però, i proprietari di auto usate di alta qualità, non saranno disposti a metterle in vendita e quindi le ritireranno dal mercato. In questo modo però, la qualità media delle auto in vendita si abbasserà ulteriormente, inducendo il compratore potenziale ad offrire un prezzo d'acquisto ancora più basso; questo a sua volta spingerà altre auto di buona qualità fuori dal mercato, e così via fino a quando nel mercato si sarà completato il processo di "selezione avversa", cioè le auto buone saranno sparite e saranno rimaste solo quelle di qualità bassissima determinando, così, un fallimento del mercato. Il mercato in questo modo "fallisce". Ecco perché in genere, quando c'è asimmetria informativa, si corre ai ripari con forme di regolamentazione: tutte le auto usate, per esempio, devono essere vendute assieme ad una garanzia. Nei cibi che compriamo al supermercato ci devono essere le etichette che illustrano gli ingredienti, la provenienza e la data di scadenza. Le cucine dei ristoranti sono periodicamente soggette ad ispezioni sanitarie. Inoltre prima di andare prenotare questo o quel ristorante, grazie al web, possiamo essere informati sulla loro qualità dai clienti precedenti.

Ci sono situazioni nelle quali, però, se anche l'asimmetria informativa fosse eliminata del tutto, l'inefficienza del mercato continuerebbe a permanere. Il caso più eclatante e di grande rilevanza nel panorama italiano, è quello dell'azzardo legale. Un mercato nel quale la regolamentazione basata sull'idea di ridurre l'asimmetria informativa, di fornire cioè al "consumatore" tutte le informazioni rilevanti, per esempio l'entità delle vincite, le probabilità ad esse associate, i rischi connessi al consumo di azzardo, e così via, non potrebbe comunque ridurre l'inefficienza che deriva semplicemente dal fatto che il produttore vende al compratore un bene, che il compratore stesso preferirebbe non volere.

Quello che stiamo affermando è che il settore dell'azzardo si fonda sulla vendita di beni e servizi che vengono acquistati da persone che preferirebbero, in fondo, non acquistarli. Come si spiega questo paradosso? Proprio ricorrendo al concetto di *Phishing Economy*, di economia della manipolazione e dell'inganno. "I mercati - affermano Akerlof e Shiller - non si limitano a offrire in abbondanza ciò che la gente chiede, ma creano anche un equilibrio economico idoneo a mettere le imprese in condizione di manipolare o distorcere la nostra facoltà di giudizio con pratiche commerciali paragonabili alle cellule cancerose che si insinuano nel normale equilibrio del corpo umano (...) Nella misura in cui la conoscenza di ciò che realmente vogliamo presenta qualche fragilità, e nella misura in cui tale debolezza può essere suscitata e alimentata a fini di profitto, i mercati sfrutteranno l'occasione per abbindolarci. Ci raggiureranno come degli sciocchi (...) La slot-machine ne è un chiaro esempio" (2016, pp. 7-8).

Questa constatazione si fonda sull'esistenza di "scelte che nessuno si sognerebbe mai di compiere", alle quali tuttavia veniamo indotti attraverso tecniche altamente sofisticate utilizzate da imprese che sono spinte a ciò dall'unico e pressante movente della massimizzazione del profitto. Non basta, quindi, superare l'asimmetria informativa a rendere il mercato dell'azzardo efficiente. Non è sufficiente, per la ragione che tali informazioni, così come vengono presentate rappresentano, in sé, una forma di manipolazione e di inganno.

2. Le basi cognitive dell'inganno

Perché l'azzardo, così come molte altre attività, come il bere alcolici, guidare l'automobile, la possibilità di votare e di essere eletti, per esempio, vengono vietate ai minori di diciotto anni? In virtù della supposizione secondo cui solo i maggiorenni, individui con una personalità pienamente e compiutamente sviluppata, siano in grado di scegliere in maniera responsabile. Una scelta può dirsi responsabile, prima di tutto, quando è compiuta alla luce di tutte le informazioni rilevanti e quando queste informazioni vengono prese nella giusta considerazione. Inoltre, affinché una scelta possa dirsi

responsabile, è necessario che se ne comprendono appieno le conseguenze e si sia in grado di giustificarla sulla base di buone ragioni. I sistemi che forniscono azzardo (slot-machine di vario tipo, lotterie, gratta-e-vinci, etc.) sono specificamente progettati per rendere impossibile o estremamente difficile l'esercizio di tale responsabilità. Come infatti ci ricordano ancora Akerlof e Shiller - "da Sigmund Freud a Daniel Kahneman [gli psicologi] ci hanno insegnato che [diversamente dall'*homo economicus*] le persone spesso prendono decisioni non conformi al loro interesse; in poche parole, non fanno ciò che gli converrebbe davvero, non ciò che vogliono realmente, e queste decisioni sbagliate le rendono vulnerabili ai raggiri." (p. 17). Per questo, continuano sempre i due, dobbiamo fare i conti col fatto che non è poi vero che "ogni individuo sa sempre scegliere ciò che è meglio per lui - e continuano - se esaminiamo, infatti, la questione in riferimento alle effettive decisioni delle persone reali, scopriamo che, in larga misura, esse sono vittime di *phishing* e di conseguenza prendono decisioni che, adoperando anche solo un po' del proprio buonsenso, riconoscerebbero contrarie ai loro interessi." (p. 10). Si capisce allora, come in questo quadro, gli appelli al gioco responsabile e la fornitura di informazioni sui rischi e probabilità connesse ai vari giochi, siano strumenti del tutto inutili.

I giochi sono progettati per minimizzare l'impatto del pensiero razionale sulle nostre decisioni. Ogni gioco, infatti, ha un valore monetario atteso negativo e l'unico modo razionale per giocare sarebbe quello di non giocare. Per indurci all'azzardo quindi, i vari sistemi devono sfruttare le nostre euristiche e i *bias* cognitivi che queste producono. Alcuni di questi meccanismi, in particolare, stanno alla base del potere di attrazione dell'azzardo e vengono abilmente utilizzati in un mix progettato appositamente per creare dipendenza (Schüll, 2012; Clark, 2017).

2.1. L'avversione alla perdita.

Se veniamo posti davanti ad una scommessa che ci offre la possibilità di vincere 10 euro se esce testa e perdere 10 euro se esce croce, di solito decliniamo l'invito a giocare. Questo perché il valore monetario atteso della scommessa è pari a 0 e siccome la maggior parte di noi è avversa al rischio, avrebbe bisogno di un incentivo ulteriore per scegliere una alternativa rischiosa. Vari esperimenti mostrano inoltre che per indurci ad accettare una simile scommessa la vincita dovrebbe equivalere a circa due volte e mezzo la perdita. Ciò perché quando noi vinciamo 10 euro o perdiamo 10 euro, le variazioni che tali variazioni monetarie esercitano sul nostro benessere non sono simmetriche. La perdita ha un peso più che doppio della vincita di una somma analoga. Questo fenomeno è detto "avversione alla perdita" (*loss aversion*) e rappresenta un fenomeno pervasivo e universale (Kanheman e Tversky, 1979). Che impatto esercita la *loss aversion* sui giocatori? La prima questione

riguarda l'accesso al gioco: soggetti con valori di *loss aversion* più bassi saranno più proni al rischio di diventare giocatori abituali, proprio perché più tolleranti rispetto alle perdite. L'effetto maggiore però, l'avversione alla perdita l'esercita nel favorire il cosiddetto *loss chasing*. Nel tentativo di evitare una perdita i giocatori sono indotti a tollerare una serie di perdite e a continuare a giocare nel tentativo di recuperare i soldi già spesi. Se si continua a giocare, infatti, viene mantenuta viva la speranza di una vincita compensatoria, che viene irrimediabilmente meno, nel momento in cui si smette di giocare. In uno studio sul gioco online, Xuan e Shaffer (2009) mostrano che i giocatori che sono stati costretti a chiudere i loro account a causa di una bancarotta avevano sperimentato nel periodo immediatamente precedente un incremento dell'ammontare medio scommesso; scommesse sempre più rischiose nel disperato, quanto vano, tentativo di non realizzare le perdite.

2.2. I giudizi probabilistici.

Un secondo processo che è inestricabilmente connesso ai meccanismi dell'azzardo è quello relativo all'elaborazione dei giudizi probabilistici. Gli studi empirici ci mostrano che egli errori di valutazione probabilistica non si distribuiscono intorno al valore oggettivo, secondo una distribuzione normale, come sarebbe naturale aspettarsi. Al contrario, agli eventi con basse probabilità oggettive si attribuisce, sistematicamente, un valore soggettivo elevato e ad eventi molto probabili, invece, un valore relativamente inferiore. Per questa ragione, per esempio, il rischio di incidenti aerei viene sistematicamente sovrastimato, mentre quello di morte per malattie cardiovascolari viene regolarmente sottostimato, benché i dati reali mostrino una maggiore incidenza del primo rispetto al secondo tipo di rischio. In un recente studio su giocatori patologici e non patologici, Linnet et al. (2012) hanno mostrato che i giocatori patologici sono maggiormente soggetti ad errori probabilistici ed in particolare a sovrastimare la probabilità di eventi decisamente improbabili.

2.3. La fallacia dello scommettitore.

Un terzo fenomeno, abbondantemente sfruttato nella progettazione dei meccanismi d'azzardo è la cosiddetta "fallacia dello scommettitore" (*gambler's fallacy*). Questa distorsione attiene al modo in cui percepiamo la natura stessa degli eventi casuali. Quando, per esempio, tiriamo una moneta ed osserviamo un certo numero di "testa" di fila, siamo istintivamente portati ad assegnare una probabilità eccessivamente elevata (> del 50%) alla possibilità che nel tiro successivo esca "croce". La probabilità oggettiva è sempre pari al 50%, ma la sequenza passata tende ad influenzare le nostre stime soggettive, come se gli eventi non fossero indipendenti. Se si va sul sito del concessionario del

gioco del lotto in Italia si può trovare una sezione dedicata ai cosiddetti “numeri ritardatari”. Perché sarebbe importante tener conto dei numeri che non escono da svariate estrazioni? Perché, è il messaggio implicito, questi numeri usciranno con probabilità relativamente più elevate rispetto agli altri numeri, anche se questo è matematicamente falso. Anche la fallacia dello scommettitore unitamente alla sovrastima delle basse probabilità induce il fenomeno del *loss chasing*.

2.4. L'illusione del controllo.

Che senso ha soffiare sui dadi prima di lanciarli? Nessuno, naturalmente. Eppure più spesso di quanto non siamo disposti ad accettare, mettiamo in atto comportamenti simili. Alla base di questi strani comportamenti c'è un *bias* cognitivo noto come “illusione del controllo”. L'illusione del controllo ci porta, tra le altre cose, ad attribuire caratteristiche tipiche dei giochi di abilità anche a giochi che sono esclusivamente governati dal caso. Perché in una slot-machine bisogna schiacciare un bottone? Non basterebbe a far scattare il meccanismo la sola introduzione della moneta? In teoria sì, ma in questo modo, verrebbe meno l'intermediazione di una azione fisica messa in essere dal giocatore, per quanto del tutto ininfluenza dal punto di vista fattuale, come la pressione di un pulsante, e questo ridurrebbe l'illusione di poter influenzare con il proprio comportamento (per quanto minimale) l'esito del gioco. Per la stessa ragione i biglietti della lotteria, i numeri del lotto e i titoli dei gratta-e-vinci vengono fatti scegliere al giocatore, anche se queste scelte si concentrano su dimensioni del tutto ininfluenti rispetto all'esito finale del gioco.

Ognuno dei quattro elementi sopradescritti è alla base di distorsioni cognitive che ci rendono vulnerabili e fragili nei confronti dell'offerta di azzardo. “Possiamo pensare la nostra vita economica - scrivono ancora Akerlof e Shiller (2016) - come se ciascuno di noi, quando si reca a fare acquisti o è chiamato a prendere decisioni economiche, avesse una ‘scimmia sulla spalla’: questa scimmia rappresenta le nostre debolezze, che gli operatori di mercato hanno imparato a sfruttare da tempo immemorabile” (p. 22). In piena coerenza con una visione dell'economia della manipolazione e dell'inganno, tali meccanismi, le nostre “scimmie sulla spalla”, vengono sistematicamente sfruttati nella progettazione di meccanismi di azzardo capaci di indurre velocemente ed efficacemente fenomeni di dipendenza comportamentale. “Noi siamo perlopiù inconsapevoli della scimmia sulla spalla. Così, in assenza di freni al mercato, ci ritroviamo in un equilibrio economico in cui a dirigere la musica sono le scimmie sulla spalla.” (*ibid*). E i dati sull'espansione dell'azzardo in Italia sono lì a dimostrarlo.

3. I numeri dell'inganno

Prendendo in considerazione le serie storiche sui volumi delle giocate¹ pubblicate dai Monopoli di Stato che coprono il periodo 2006 – 2016, si ha un quadro molto chiaro di come il fenomeno dell'azzardo abbia registrato negli ultimi anni, in Italia, una vera e propria esplosione.

Nel 2006 la raccolta, ossia il totale delle puntate effettuate in Italia, ammontava a circa 35 miliardi di euro: sottraendo le vincite pari a 23 miliardi che sono ritornati agli scommettitori, la spesa (o la “perdita netta”) dei fruitori di azzardo raggiungeva i 12 miliardi. Di questi, 7 miliardi sono andati all'Erario e 5 miliardi alla filiera del settore composta da aziende private che operano in regime di concessione, rete commerciale (bar, tabacchi e punti vendita) e gestori. A distanza di 10 anni la realtà è totalmente diversa: la raccolta raggiunge i 96 miliardi di Euro, le vincite 77 miliardi, la spesa 19.5 miliardi di cui 10.5 all'erario e 9 alla filiera. Espresso in termini percentuali si è verificato un aumento delle puntate complessive del 174% in soli 10 anni, ed un aumento delle perdite pari al 63%.

Con quasi 20 miliardi di Euro persi in azzardo, l'Italia risulta essere la quarta nazione al mondo, preceduta solamente da Stati Uniti (117 miliardi), Cina (62 miliardi) e Giappone (24 miliardi), e la nona per spesa pro capite, con 385 euro all'anno considerando l'intera popolazione maggiorenne al 2016².

Per quanto riguarda i dati disaggregati per singola tipologia di gioco, dei 96 miliardi totali di raccolta del 2016, circa 50 miliardi sono stati generati dagli apparecchi di intrattenimento (Slot machine), suddivisi tra Awp e le Video Lottery (VLT) – le Slot Machine di ultima generazione – seguiti dal gioco on line con 17 miliardi e Lotterie (Gratta e Vinci e Lotteria Italia) con 9 miliardi.

Questi dati, di per sé già indicativi, assumono una connotazione ancora più forte se consideriamo che nello stesso periodo l'economia nazionale ha affrontato una delle più grandi crisi dal dopoguerra, con una contrazione generalizzata dei redditi e dei consumi. Così, se nel triennio 2008 – 2010 si riduceva la spesa complessiva delle famiglie che risparmiavano su beni alimentari, sanità e trasporti³, il valore delle puntate e delle perdite in azzardo aumentava in maniera costante con un trend anti-ciclico rispetto all'andamento generale dell'economia, registrando l'incremento più rilevante tra il 2010 e il 2011, con un aumento della raccolta di oltre 18 miliardi in un anno.

¹ <https://www.agenziadoganemonopoli.gov.it/portale/monopoli/giochi>

² H2 Gambling Capital report 2016

³ Istat, indagine sui consumi delle Famiglie 2010

3. L'offerta crea la sua domanda.

Sono diversi i fattori che possono spiegare l'equilibrio di *phishing* che ha portato all'esplosione del settore dell'azzardo in Italia in questi ultimi 10 anni, ma certamente un ruolo primario lo hanno giocato la diffusione della pubblicità e la capillarità dell'offerta. Quello dell'azzardo è uno dei settori dove meglio funziona la cosiddetta “legge di Say” secondo cui l'offerta di un bene o un servizio crea la sua domanda.

Relativamente al tema della pubblicità, sono molti gli studi a livello accademico che hanno tentato di capire gli effetti della pubblicità dell'azzardo sui destinatari del messaggio, in particolare sulla possibilità che possa indurre a scommettere o quantomeno a modificare la percezione dell'azzardo da qualcosa di pericoloso ad un'attività divertente o eccitante (Binde, 2014, per una *review* sul tema).

L'efficacia della pubblicità è indirettamente attestata dal livello di investimenti delle Società concessionarie: nel 2016 la spesa complessiva in *advertising* è stata pari a 71,6 milioni di Euro⁴, con un aumento del 40% rispetto all'anno precedente, concentrata prevalentemente (61 milioni) sul canale televisivo. Viene prodotta, facendo leva sulla parte più emotiva e irrazionale del consumatore, la percezione di una vincita facile risolutiva dei problemi economici e di prospettive future, l'idea di un gioco divertente dove non esiste nessuna componente di rischio.

Il blando divieto di pubblicità sulle reti generaliste dalle 7 alle 22 e la totale assenza di divieti per quanto riguarda l'on-line – con una spesa in pubblicità nel 2016 pari a 4,5 milioni di Euro – espone i consumatori a numerosi messaggi di questo tipo, con grande rischio soprattutto per i minori (Derevensky et al., 2010).

Relativamente alla capillarità dell'offerta dell'azzardo sui territori, i dati pubblicati dai Monopoli di Stato⁵ per il 2016 ci danno una fotografia molto chiara del fenomeno: circa 34 mila punti vendita per giochi numerici a totalizzatore (Superenalotto, Win for life ecc..), altrettanti punti vendita per il Lotto, circa 6 mila punti scommesse, 90 mila tra esercizi con AWP e sale VLT per un totale di circa 460.000 Slot machine e oltre 300 siti per le scommesse on-line.

Diversi studi hanno tentato, attraverso analisi empiriche, di studiare la correlazione tra l'offerta di azzardo e vari indicatori socio economici come l'ineguaglianza (Freund, 2006; Bol, 2014),

⁴ Elaborazione Agimeg su dati Nielsen

⁵ Libro Blu dei Monopoli di Stato 2016, pp.76-78.

gli indici di deprivazione (Wardle, 2014) o la concentrazione di minoranze etniche (Wiggins, 2010). Non sempre tali studi hanno prodotto risultati convergenti, ma nella maggioranza dei casi le analisi hanno rilevato che un aumento dell'offerta fisica è associata ad un aumento del numero complessivo degli scommettitori e di conseguenza con la probabilità dell'insorgenza di comportamenti problematici quando non patologici. Proprio questo è il motivo che ha spinto un numero sempre maggiore di Enti Locali (Regioni e Comuni) ad introdurre misure restrittive attraverso, per esempio, l'introduzione di una distanza minima dei punti di azzardo da luoghi sensibili, quali scuole, chiese, sportelli bancomat, etc.) e a limitare l'orario di funzionamento delle varie tipologie di slot-machine.

4. Il grande business dell'azzardo: chi ci guadagna realmente?

Un altro tema rilevante e purtroppo poco approfondito riguarda il rapporto costi/benefici di un sistema così vasto e complesso come quello dell'azzardo in Italia. L'unico dato certo, a riguardi, è che a perdere sono gli scommettitori i quali, come è stato già esposto, hanno speso nel solo 2016, 19,5 miliardi di euro, generando un utile erariale di 10,5 miliardi e un fatturato di 9 miliardi per la filiera composta dalle imprese private del settore.

L'indotto generato dall'azzardo per lo Stato, sottratto all'azzardo illegale, è ovviamente rilevante ed è presentato come uno dei motivi che giustificano lo status quo, ma è evidente che siamo davanti ad un'analisi parziale del dato, poiché questo importo rappresenta l'entrata lorda per l'Erario senza considerare una serie di costi diretti ed indiretti.

Una prima analisi interessante riguarda la percentuale della raccolta e della spesa che si trasforma in utile erariale: nel 2006 il rapporto Erario/raccolta era del 19,42% contro il 10,89% del 2016, mentre il rapporto Erario/spesa era nel 2006 il 56,42% contro il 53,75% del 2016. Il motivo di queste riduzioni è da imputare principalmente all'aumento del *payout*, ossia la quota che torna ai giocatori sotto forma di vincita e che è totalmente a carico dello Stato. Nel 2006 tale quota era pari al 66% della raccolta ed è passato all'80% nel 2016; per questo, nonostante l'esplosione della raccolta e della spesa negli ultimi 10 anni, l'Erario ha visto una diminuzione in termini relativi delle sue entrate. Il trend per quanto riguarda il fatturato è stato diverso per la filiera privata, che ha visto, invece, aumentare il rapporto tra il suo fatturato e la spesa dal 43,58% del 2006 al 46,25% del 2016, con il suo massimo nel 2011 con il 52,42%. In sintesi, all'aumentare delle dimensioni del settore, i privati hanno guadagnato in termini relativi di più rispetto all'Erario. A questo bisogna affiancare una considerazione sui costi diretti e indiretti sostenuti dallo Stato, e quindi dalla collettività che, per una valutazione corretta del fenomeno, andrebbero attentamente quantificati, a partire da quelli relativi al SSN per la cura dei soggetti affetti da gioco d'azzardo patologico. Secondo uno studio condotto

dall'Istituto Superiore di Sanità nel periodo 2014-2015⁶ erano circa 24.000 le persone in carico presso le strutture pubbliche e del privato sociale (quindi escludendo il privato, come psicologi, psichiatri e gruppi di mutuo aiuto).

In secondo luogo dovrebbero essere identificati i costi di struttura dei Monopoli dedicata all'area dei giochi: ad oggi i dipendenti dell'Area Monopoli risultano essere 2.087⁷, senza considerare lo sviluppo e la gestione dei software per il controllo della rete. Un altro elemento non trascurabile riguarda i costi sostenuti per i controlli del settore: nel 2016 sono stati 33.578, con 245 persone denunciate, 549 misure cautelari e 2.158 atti di accertamento emessi. In questo ambito sarebbe opportuno quantificare le ore dedicate sia per la fase dei controlli che per le successive fasi di giudizio.

Ma tra tutti gli elementi da considerare, a nostro avviso, il più rilevante è sicuramente quello connesso all'assorbimento di liquidità da parte del settore dell'azzardo; ricchezza, capacità di spesa che viene sottratta ad altri comparti dell'economia: quei 19,5 miliardi di Euro spesi nel 2016 rappresentano un valore equivalente di mancati consumi in settori produttivi che già erano in difficoltà a causa della congiuntura economica. Se a questo aggiungiamo che la totalità dei giochi è esente dall'Iva, ai sensi del D.P.R. 633/1972 art.10 commi 6 e 7, si comprende come a parte dell'utile Erariale ricavato dalla spesa in azzardo corrisponda un mancato gettito Iva che si sarebbe potuto generare a fronte di consumi di altro tipo.

A questi costi monetari diretti e indiretti, che sono oggettivamente di difficile quantificazione, a causa della mancanza di dati affidabili, vanno poi affiancati i costi non monetari causati dalle esternalità negative generate dall'azzardo: le patologie come la depressione, i suicidi indotti dalla dipendenza, la difficoltà dei familiari delle vittime, il maggior livello di indebitamento delle famiglie costrette a ripagare i debiti accumulati con l'azzardo, l'assenteismo, la riduzione di produttività sul lavoro, etc.⁸

Un discorso a parte, infine, merita il problema delle infiltrazioni della criminalità nel settore del gioco legale: nella relazione annuale della Direzione Nazionale Antimafia del 12 Aprile 2017 viene chiarito, parlando, ad esempio, della 'Ndrangheta, che "Gli ambiti di interesse continuano, in buona parte, ad essere gli stessi [...] ma anche in certo qual modo nuovi, quale quello delle

⁶ Indagine sulle caratteristiche e sull'operatività dei servizi e delle strutture per il trattamento del disturbo da gioco di azzardo (http://old.iss.it/binary/ogap/cont/Indagine_sulle_caratteristiche_e_sull_operativita_768_.pdf).

⁷ <https://www.agenziadoganemonopoli.gov.it/portale/ndipendentimon>

⁸ Questi fattori potrebbero essere quantificati in termini di impatto negativo sul nuovo indicatore di benessere recentemente elaborato dall'Istat (BES, Benessere Equo Sostenibile). Per un'ipotesi di analisi costi/benefici considerando che utilizza questo strumento si veda Forleo e Migneco (2017).

scommesse e dei giochi d'azzardo, anche on line" (p.5), ma tale interesse non riguarda solo la 'Ndrangheta, ma, come emerge dalla relazione, rappresenta una priorità oramai consolidata per tutte le principali organizzazioni criminali a causa della facilità e della velocità con la quale possono essere riciclate ingenti somme di denaro.

5. Conclusioni.

Il settore dell'azzardo legale rappresenta, come si è detto, un esempio paradigmatico di economia dell'inganno e della manipolazione (*phishing economy*) che cresce e si diffonde sfruttando le fragilità e le vulnerabilità dei "consumatori". Abbiamo visto come i meccanismi di "gioco" siano progettati proprio per far leva su i *bias* cognitivi che facilitano l'assuefazione al gioco e l'insorgenza di una vera e propria dipendenza comportamentale. Così come il regolatore interviene per contrastare le cause di inefficienza e l'esplosione di inaccettabili costi sociali legati a comportamenti nocivi, anche se legali (fumo e consumo di alcol, per esempio), dovrebbe intervenire nel mercato dell'azzardo. Al momento tale intervento risulta del tutto inefficace a causa del fatto che non tiene conto proprio di quei processi cognitivi che invece i fornitori di azzardo sfruttano in maniera così precisa.

Sarebbe poi auspicabile una seria e sistematica raccolta di dati che consenta l'elaborazione di una approfondita analisi costi/benefici che possa orientare i decisori politici ad ogni livello verso le azioni che massimizzino il benessere della popolazione e non le entrate monetarie dell'Erario. In assenza di tali valutazioni le scelte politiche non potranno che essere, nel migliore dei casi, miopi, nel peggiore, nefaste.

Bibliografia

- Akerlof, G., (1970). The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488-500.
- Akerlof, G., Shiller, R., (2016). *Ci prendono per fessi. L'economia della manipolazione e dell'inganno*. Milano, Mondadori.
- Binde, P., (2014.). *Gambling advertising: A critical research review*. Londra. Responsible Gambling Trust. Scaricabile all'indirizzo:
https://about.gambleaware.org/media/1165/binde_rgt_report_gambling_advertising_2014_final_color_115p.pdf
- Bol, T., Lancee, B., Steijn, S., (2014). Income inequality and gambling: a panel study in the United States (1980–1997). *Sociological Spectrum* 34(1), 61-75.
- Clark, L., 2017. "Decision-Making in Gambling Disorder: Understanding Behavioral Addiction". In Dreher J., Tremblay, L. (Eds.), *Decision Neuroscience*, Academic Press.
- Deonandan, R., Backwell, A., (2011). Driving deaths and injuries post-9/11. *International Journal of General Medicine*, 4, 803–807.
- Derevensky, J., Sklar, A., Gupta, R., Messerlian, C., (2010). An empirical study examining the impact of gambling advertisements on adolescent gambling attitudes and behaviors. *International Journal of Mental Health and Addiction* 8(1), 21-34.
- Forleo, C., Migneco, G. (a cura di) (2017). *Loose for life*. Roma. Altraeconomia.
- Freund, E., Morris, I., (2006). Gambling and income inequality in the states. *Policy Studies Journal* 34(2), 265-276.
- Kahneman, D., and Tversky, A. 1979. Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica* 47, 263-91.
- Linnet, J., Frøslev, M., Ramsgaard, S., Gebauer, L., Mouridsen, K., Wohlert, V., (2012). Impaired Probability Estimation and Decision-Making in Pathological Gambling Poker Players. *Journal of Gambling Studies* 28(1), 113–122.
- Schüll, N. D., (2012) *Addiction by Design: Machine Gambling in Las Vegas*, Princeton University Press, New Jersey.
- Stiglitz, J.E., (2017). The Revolution of Information Economics: The Past and the Future. National Bureau of Economic Research Working Paper Series no. 23780.

- Wardle, H., Keily, R., Astbury, G., Reith, G., (2014). ‘Risky places?’: Mapping gambling machine density and socio-economic deprivation. *Journal of Gambling Studies* 30(1), 201-212.
- Wiggins, L., Nower, L., Sanchez Mayers, R., Peterson, A., (2010). A geospatial statistical analysis of the density of lottery outlets within ethnically concentrated neighborhoods. *Journal of Community Psychology* 38(4), 486-496.
- Xuan, Z., Shaffer, H., (2009). How do gamblers end gambling: Longitudinal analysis of internet gambling behaviors prior to account closure due to gambling related problems. *Journal of Gambling Studies* 25, 239–252