

Indice

11 PREFAZIONE
Luigi Cantone

15 INTRODUZIONE

PARTE I

LO SVILUPPO DEL GIOCO ON LINE IN ITALIA

- 27 1. L'EVOLUZIONE DEL MERCATO REGOLAMENTATO DEI GIOCHI
 IN ITALIA E LO SVILUPPO DEL SEGMENTO DEI GIOCHI ON LINE
- 27 1.1 Introduzione
- 29 1.2 Evoluzione normativa e tipologie di scommesse
 erogate nel mercato dei giochi in Italia
- 36 1.3 Gli effetti del processo di apertura regolata del
 mercato sulla vendita dei giochi in Italia
- 46 1.4 La legalizzazione del gioco on line nel mercato
 italiano
- 50 1.5 L'impatto del gioco on line sulla domanda di
 mercato in Italia
- 57 2. IL MERCATO DEI GIOCHI ON LINE IN ITALIA: TIPOLOGIE DI
 GIOCO E IMPATTO DELLE CARATTERISTICHE STRUTTURALI
 SULLE SCELTE DEI CANALI DI ACQUISTO
- 57 2.1 Introduzione
- 62 2.2 L'impatto di internet sul comportamento di
 acquisto del consumatore: il concetto di natura e di
 caratteristiche di gioco

65	2.3	Caratteristiche strutturali dei giochi e decisioni di acquisto on line: i giochi erogati tramite la rete fisica di distribuzione e mediante internet
65	2.3.1	<i>Considerazioni introduttive e metodologiche</i>
71	2.3.2	<i>I giochi "classici": Lotterie, Lotto e Giochi numerici a totalizzatore</i>
76	2.3.3	<i>Il Bingo</i>
81	2.3.4	<i>Le Scommesse virtuali</i>
84	2.3.5	<i>I Giochi a base sportiva</i>
88	2.3.6	<i>I Giochi a base ippica</i>
92	2.3.7	<i>Alcune considerazioni conclusive</i>
94	2.4	I giochi erogati in esclusiva mediante internet: verso il "casinò diffuso"
94	2.4.1	<i>Introduzione</i>
95	2.4.2	<i>La legalizzazione dei giochi da casinò on line: le peculiarità del mercato italiano</i>
97	2.4.3	<i>L'impatto delle caratteristiche di gioco sullo sviluppo differenziato dei giochi da casinò on line</i>
105	2.5	Conclusioni, implicazioni manageriali e indicazioni per un gioco responsabile

PARTE II

L'IMPATTO DEL GIOCO ON LINE SUL MERCATO DELLE SCOMMESSE SPORTIVE IN ITALIA

113	3.	IL SETTORE DELLE SCOMMESSE SPORTIVE IN ITALIA: CARATTERISTICHE E DINAMICHE DI SVILUPPO DEL GIOCO ON LINE
113	3.1	Introduzione
115	3.2	L'evoluzione normativa e di mercato nel settore delle scommesse sportive in Italia e le tipologie di gioco sportivo

115	3.2.1	<i>I Giochi a base sportiva e i Giochi a base ippica: l'ascesa e il declino del Totocalcio e lo sviluppo delle scommesse a quota fissa</i>
120	3.2.2	<i>Il lancio delle Scommesse virtuali e del Betting exchange</i>
123	3.3	La legalizzazione del gioco a distanza e lo sviluppo del settore delle scommesse sportive on line in Italia
124	3.3.1	<i>Gli effetti del decreto Bersani sulla rete di distribuzione fisica delle scommesse sportive</i>
126	3.3.2	<i>L'evoluzione normativa del gioco on line in Italia</i>
129	3.4	Il gioco on line e l'impatto sulle dimensioni del mercato delle scommesse sportive in Italia
134	3.5	Il gioco on line e l'impatto sulle dinamiche competitive nel settore delle scommesse sportive in Italia
136	3.5.1	<i>L'evoluzione del mercato dei Giochi a base sportiva e l'influenza del gioco on line: verso una competizione transnazionale</i>
146	3.5.2	<i>I Giochi a base sportiva: modelli di business ed evoluzione del livello di concentrazione</i>
153	3.5.3	<i>Scommesse virtuali, Giochi a base ippica e Betting exchange: l'evoluzione delle dinamiche di mercato</i>
165	4.	GIOCO ON LINE E COMPETIZIONE SUL PREZZO: UN'ANALISI NEL SETTORE DELLE SCOMMESSE SPORTIVE IN ITALIA
165	4.1	Introduzione
167	4.2	E-commerce e competizione sui prezzi: una breve review della letteratura
169	4.3	Obiettivi conoscitivi e metodologia
174	4.4	Lo sviluppo dell'e-commerce e l'impatto sulle decisioni di prezzo del mercato delle scommesse sportive in Italia: i risultati dell'indagine empirica

174	4.4.1	<i>Il livello dei prezzi nel mercato italiano delle scommesse sportive: le differenze tra punti vendita fisici e gioco on line</i>
181	4.4.2	<i>E-commerce e livelli di prezzo nel mercato italiano delle scommesse sportive</i>
187	4.5	Conclusioni, implicazioni manageriali e indicazioni per i policy maker in materia di gioco
193	5.	TIPOLOGIE DI FEDELTÀ, BENEFICI PERCEPITI E FATTORI DI SCELTA DEL GIOCATORE NEL SETTORE DELLE SCOMMESSE SPORTIVE ON LINE IN ITALIA: I RISULTATI DI UN'INDAGINE EMPIRICA
193	5.1	Introduzione
195	5.2	Metodologia
198	5.3	I benefici percepiti nel processo di acquisto on line delle scommesse sportive in Italia
200	5.3.1	<i>I risultati dell'indagine empirica</i>
205	5.3.2	<i>Considerazioni e implicazioni manageriali</i>
208	5.4	Tipologie di fedeltà e fattori di scelta del consumatore nel settore delle scommesse sportive on line in Italia
210	5.4.1	<i>Obiettivi e review della letteratura</i>
215	5.4.2	<i>I risultati dell'indagine empirica</i>
224	5.4.3	<i>Considerazioni e implicazioni manageriali</i>
227	6.	LE STRATEGIE PER IL "GIOCO RESPONSABILE" DEGLI OPERATORI DI GIOCO: UN'ANALISI ESPLORATIVA NEL SETTORE DELLE SCOMMESSE SPORTIVE ON LINE IN ITALIA
227	6.1	Introduzione
232	6.2	I rischi del gioco on line e la percezione del giocatore nel mercato italiano delle scommesse sportive
237	6.3	Le azioni per il gioco responsabile delle imprese operanti nel settore delle scommesse sportive on line in Italia
237	6.3.1	<i>Le misure per il gioco responsabile: una review della letteratura</i>

243	6.3.2	<i>Obiettivi e metodologia dell'indagine empirica</i>
246	6.3.3	<i>I risultati dell'indagine empirica</i>
257	6.4	<i>Alcune considerazioni conclusive</i>
267		<i>Bibliografia</i>
281		<i>Hanno scritto nella Collana punto org</i>