



Eurochocolate special edition; Numeri definitivi del grande successo ad Avellino



Terminata la *special edition* che ha portato ad Avellino circa 130.000 *chocolover*, **Eurochocolate** mette in fila i principali numeri dell'evento, in parte frutto del **sondaggio** che ha coinvolto **1.000 visitatori**.

Riguardo la **provenienza** del pubblico, l'85% degli intervistati è arrivato dalla Campania, il 4,3% e il 3,3% rispettivamente da Puglia e Lazio, un 2,5% dalla Basilicata e l'1,6% dalla Calabria, mentre il restante 3,3% risulta ripartito tra Toscana, Abruzzo e Marche. Da sottolineare come il prolungamento non programmato dell'evento abbia favorito, nella seconda fase, una maggiore partecipazione di pubblico locale, tant'è che il primo stadio della rilevazione attestava attorno al 25% il pubblico proveniente da fuori Campania.

Soddisfazione per i dati relativi al **giudizio** dato a questa prima edizione, che incassa un "ottimo" dal 51% del campione e un "buono" dal 43%. Il 6% ha indicato "sufficiente", mentre nessuno degli intervistati si è espresso con un'insufficienza.

Alla domanda su come fossero venuti a **conoscenza dell'evento**, il 44% ha risposto da web e social, il 22% tramite il passaparola, il 20% da TV o radio, mentre i restanti 9 e 5% hanno menzionato rispettivamente "Giornali" e "Altro".

Interessante anche la tipologia di **soggiorno** scelta dai visitatori che hanno pernottato nella zona,

con un *ex equo* per le opzioni “Albergo” e “Airbnb”, entrambe al 31%. Il 20% degli intervistati è stato ospitato presso conoscenti o parenti, mentre il 18% ha scelto un “Agriturismo”.

Estremamente positiva la risposta alla domanda “**Torneresti a un’eventuale seconda edizione**” con il 97% del campione che si è espresso per un “Sì”, mentre il 2,2% non ha fornito indicazioni e uno 0,8% ha indicato un “No”.

Infine, il dato relativo a una quantificazione della **spesa in evento**, che si è rivelato indice di un elevato gradimento dell’offerta proposta, sia in termini di prodotti che di esperienze a tema. Il 33% degli intervistati ha infatti indicato di aver speso tra i 20 e i 30 euro, il 30% tra i 10 e i 20 euro, mentre un 19% si è spinto oltre i 30 euro. Ad aver speso meno di 10 euro è stato il 13%, mentre il 5% non si è espresso in merito.

Altri numeri importanti riguardano il successo delle **attività a tema cacao e cioccolato** che hanno animato il ricco programma dell’evento: ben **60** gli appuntamenti presso il **ChocoLab** (che nel caso di Iginio Massari si è trasferito al Teatro Carlo Gesualdo) con maestri pasticceri, cioccolatieri ed esperti, per un totale di circa **5.200 partecipanti**.

Successo anche per l’esilarante **Choco Circus** che ogni giorno ha accolto in media circa **700 visitatori** distribuiti tra i 6 spettacoli quotidiani.

Apprezzatissima dal pubblico l’iniziativa **BeExperience** firmata **BeWell** che, per tutta la durata dell’evento, ha aperto al pubblico le porte della golosa **Fabbrica di Cioccolato**, accompagnandolo in esclusive visite guidate del laboratorio alla scoperta delle varie fasi del processo *bean to bar* fino alla degustazione di tanto buon cioccolato: 52 sono stati i biglietti interi venduti e 200 i ridotti.

Soddisfazione anche per i numeri relativi al **traffico web e social** con **134.086 visite** da inizio anno per il sito ufficiale www.eurochocolate.com e poco meno di **270mila visualizzazioni** di pagina. Fronte social, sono state **7.343.323 le visualizzazioni** tra dicembre e febbraio effettuate da **2.141.731 persone uniche** per circa **30.500 like** ai post e poco meno di **140mila interazioni**.

Un ringraziamento va agli sponsor di questa affollatissima *special edition*.

RDS è stata la seguitissima radio ufficiale di Eurochocolate Avellino.

Comunicato - 27/02/2024 - Avellino - www.cinquerighe.it