



CESENATICO



IL FOCOLAIO DEL 2007 A CASTIGLIONE DI CERVIA

La prima volta che la Chikungunya arrivò in Italia

Il racconto di Raffaella Angelini, allora in prima fila: «Il modo in cui la gestimmo è diventato linea guida»

CESENATICO

GIORGIA CANALI

Se oggi la Chikungunya fa un po' meno paura è perché la si conosce e si sa cosa fare per contenere e prevenire i contagi. Il protocollo che scatta in questi casi è quello previsto dalle linee guida nazionali e contiene una serie di pratiche che sono nate in Romagna, non molto distante da Cesenatico, dove nei giorni scorsi si sono registrati altri due casi su pazienti di 21 e 36 anni. Sono linee guida che il dipartimento di Igiene pubblica dell'allora Usl Ravenna mise a punto in una drammatica estate a ridosso del Ferragosto nel 2007. Allora i casi registrati furono complessivamente 247. In prima linea c'era Raffaella Angelini, ex direttrice del Dipartimento di Sanità Pubblica dell'Ausl Romagna oggi in pensione.

La prima telefonata

«Fu un battesimo del fuoco per



me - ride Angelini - adesso sappiamo tutto, ma allora non era mai successo nulla di simile e fu davvero impegnativo». Era la prima volta che in Italia e in Europa ci si trovava ad affrontare un focolaio di una malattia fin lì sconosciuta come tropicale. Angelini ricorda ancora la telefonata che stravolse quell'estate: «Era venerdì 10 agosto. Ci chiamò una persona che si qualificò come residente di Castiglione di Cervia infamandoci. Ci disse che là stavano ammalando tutti e ci accusò di non fare nulla». Dopo quella chiamata il primo tentativo di capirne un po' di più venne

fatto con il Pronto Soccorso: «Abbiamo chiesto se avevano notato accessi strani da quella zona, ma la risposta fu negativa. Poco dopo però ho scoperto un numero inusuale di residenti di Castiglione di Cervia che per motivi e in reparti diversi si trovavano ricoverati in ospedale». Cominciarono allora a chiamare a tappeto i medici di base: «Con sorpresa scoprimmo che tutti avevano casi di pazienti con febbre alta e che lamentavano forti dolori articolari, ma nessuno fino a quel momento aveva avuto l'intuizione di avvisare l'Igiene pubblica».

L'indagine epidemiologica

Venne quindi attivata un'indagine epidemiologica: con l'aiuto dei medici rintracciarono tutte le persone che avevano o avevano avuto i sintomi e questo permise di acquisire primi preziosi elementi: «Per come erano distribuiti i contagi capimmo quasi subito che il contagio avveniva con un vettore, un insetto. Questo è



Raffaella Angelini, sotto una disinfestazione antizanzare

il tipo di sintomi ci faceva pensare a una malattia tropicale, ma non riuscivamo a trovare nessuno che fosse rientrato da un viaggio all'estero». Su indicazione dell'Istituto superiore di sanità cominciò la raccolta di campioni di sangue. L'ipotesi che si fece largo in quei giorni era che si trattasse di una febbre da pappataci, ma quando gli entomologi misero le trappole non ne trovarono. Segnarono invece un gran numero di zanzare tigre. Fu a quel punto che, ancora prima di avere una diagnosi, di concerto con i sindaci (al plurale perché nel frattempo si erano registrati contagi anche a Castiglione di Ravenna) avviarono una disinfestazione massiccia: «Per tre notti di seguito venne dato un insetticida a base di piretro nelle strade e vennero mandate squadre casa per casa a trattare i giardini privati». Era il 18 agosto e la diagnosi di Chikungunya sarebbe arrivata solo il 24 agosto. Fu l'intuizione vincente: «Dopo quel trat-

tamento la curva epidemiologica crollò a picco. Il successo fu tale che quella strategia inventata da noi oggi fa parte delle linee guida nazionali».

Le sinergie vincenti

«Fu un'esperienza che cambiò il mio modo di pensare professionalmente - racconta Angelini -. Se avessimo aspettato la diagnosi prima di agire i casi sarebbero stati tanti di più». Fondamentale, sottolinea, «fu anche la collaborazione che ricevevamo dai sindaci Fabrizio Matteucci e Roberto Zoffoli: eravamo nel pieno della stagione turistica non era scontato. Così come importante fu Ciani, presidente di quartiere che fu abilissimo nel fare da ponte con i residenti perché anche la loro collaborazione fu determinante». Di quello che era successo a Castiglione di Cervia si interessarono anche Oms e Ecdc, «Castiglione di Cervia finì anche sull'Herald Tribune», racconta divertita. Anche la stampa ebbe un ruolo importante: «Raccontare i casi, non nascondere nulla, aiutò a contenere il panico».

Il paziente zero

Alla fine Angelini riuscì anche a scoprire come il virus era arrivato fin lì: «Scoprimmo che il primo caso risaliva a luglio, riguardava una famiglia indiana che però non era stata in India. Il capofamiglia era andato a prendere un cugino in arrivo dal Kerala, che poi avevano ospitato per una cena all'aperto con tutta la famiglia. Quel cugino, poi risultato positivo agli anticorpi è stato punto da una zanzara che poi ha contagiato qualcun altro». Il resto è storia.

Publicato il bando per affidare i servizi di comunicazione turistica

Le candidature andranno presentate entro le 13 del 13 novembre

CESENATICO

Individuato il manager della Dmo si cercano ora gli esperti della comunicazione turistica, che sappiano anche rilevare il «rendimento», il risultato delle campagne turistiche attuate. È stato pubblicato il bando per l'affidamento dei servizi di comunicazione integrata in ambito turistico. Tramite un accordo quadro della durata di 4 anni e del valore di 200mila euro annui. Le offerte dovranno pervenire entro le 13 di giovedì 13 novembre. Il servizio contempla l'integrazione di strumenti di comunicazione multicanale e multidisciplinari: «advertising classico» e «advertising digitale». In poche parole che sappia fare e reclamizzare Cesenatico attraverso e nell'insieme delle tecniche di comunicazione pubblicitaria tradizionali, così come nella piattaforme pubblicitarie digitali. Un servizio online che consenta di creare e gestire campagne pubblicitarie digitali su vari canali, come motori di ricerca, social media e siti web. A questo si aggiunge anche il monitoraggio dell'efficacia delle campagne realizzate al fine di raggiungere gli obiettivi di posizionamento del marchio Cesenatico fissati dal piano marketing della destinazione. La scelta dell'accordo quadro nasce dalla volontà di dotarsi di uno strumento più dinamico per l'attuazione delle campagne della destinazione coordinate tra le azioni di Dmo, la Destina-

tion Management Organization, strumento pubblico e privato nel quale sono comprese oltre l'assessorato al Turismo e funzionariato, le varie rappresentanze delle associazioni economiche di categoria legate al turismo. Una delle caratteristiche dell'accordo quadro - si fa specificatamente notare - è la flessibilità. Nel senso che l'operatore individuato diventerà partner dell'ente locale per una vasta gamma di servizi che possono essere attivati e finanziati in maniera agile e rispondendo in maniera dinamica sia all'evoluzione del settore - nel quale si affacciano sempre nuovi media -, sia alle informazioni in «real time» offerti dagli strumenti tecnologici per l'elaborazione di dati in tempo reale, che il monitoraggio digitale mette a disposizione.

Da considerare poi come ancora nell'ultimo tavolo turistico, convocato a metà settembre, da più parti le associazioni turistiche intervenute hanno espresso l'esigenza che a partire dagli eventi, manifestazioni, mostre turistiche appuntamenti sportivi di cartello ai quali il Comune contribuisce attraverso fondi e risorse pubbliche, fossero al contempo valutate e monitorate in base a quanto «rendono». Ossia in termini di arrivi e soggiorni a Cesenatico, occupazione di posti letto nelle strutture ricettive turistiche (siano essi hotel, residence, campeggi B&B), permanenze; altrimenti quali siano i benefici prodotti riguardo «l'immagine», la notorietà, la pubblicità per la destinazione Cesenatico.

ANTONIO LOMBARDI

“Sopra una stella” a teatro

CESENATICO

Questa sera il coro Ad Novas porta in scena «Sopra una stella», uno spettacolo poetico-teatrale gratuito aperto a tutta la città. Parole e musica per contrastare la violenza sulle donne.

Parteciperà il coro Ad Novas diretto da Monica Poletti. Le voci soliste saranno quelle di Patrizia Bissoni e Giuliano Del Vecchio; al pianoforte Mattia Guerra; alla tromba Giovanni Poletti; i testi sono a cura della giornalista e scrittrice Alma Perego e le immagini a cura di Emilio Scarselli. Lo spettacolo avrà la partecipazione straordinaria di Cristian Albani.

L'iniziativa è in programma questa sera alle 21 al teatro Comunale con ingresso gratuito fino a esaurimento posti.