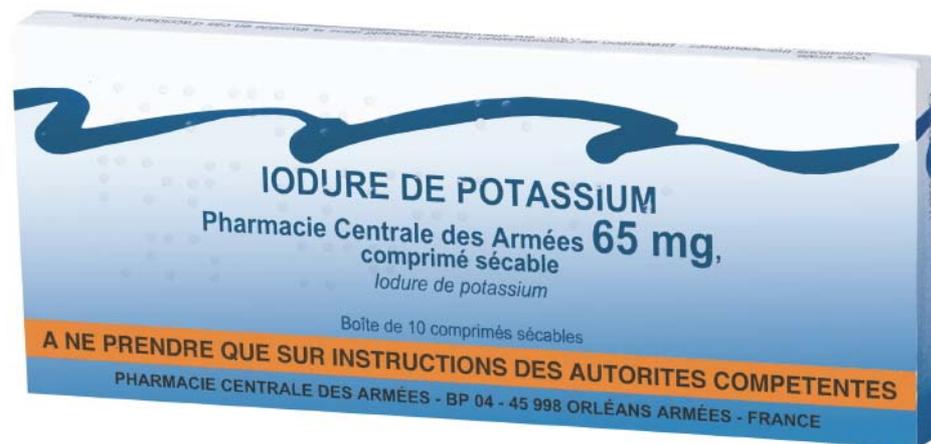


*Distribution préventive d'iode stable :
présentation de la campagne d'information
des populations 2009/2010*

Emmanuel Bouchot - Autorité de sûreté nucléaire (ASN)





Contexte

- 19 centrales nucléaires EDF, 400 000 foyers, 2 000 établissements recevant du public et 500 communes concernés,
- Replacer l'iode parmi les autres actions de protection,
- Insister sur les populations sensibles : jeunes (– 18 ans) et femmes enceintes,
- Nouveau comprimé : 65 mg quadri sécable,
- Abaisser le niveau d'intervention de 100 à 50 mSv (dose à la thyroïde),
- Harmoniser les pratiques avec les pays voisins,
- Couverture complète et pérenne de la population.

- **Enseignements de la campagne précédente :**
 - Replacer l'iode parmi les autres actions de protection
 - Insister sur les populations sensibles
 - Renforcer la communication :
 - en impliquant davantage l'exploitant,
 - en impliquant les acteurs et parties prenantes au niveau local,
 - en inscrivant la sensibilisation dans la durée.

■ **Création d'un GT communication piloté par l'ASN :**

- Membres : ASN, DSC, DGS, Ancli, ONP, EDF

■ **Des contraintes fortes :**

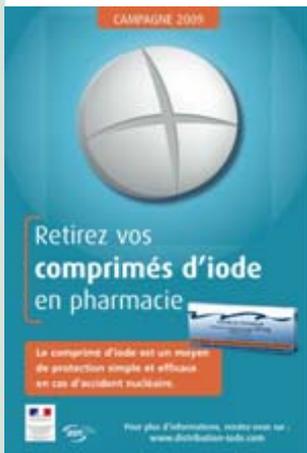
- Validation tardive de la doctrine iode (janvier 2009)
- Péremption proche de certains comprimés (juin 2009)

■ Les objectifs :

- Responsabiliser les citoyens en leur délivrant des messages clairs et en les rendant acteurs de leur propre protection
- Développer une « culture de prévention des risques » :
 - en inscrivant la sensibilisation dans la durée
 - en l'élargissant aux autres moyens de protection

■ Les documents destinés aux populations :

- Courrier nominatif, dépliant sûreté nucléaire, dépliant iode, notice posologique, affiche, site Internet spécifique





Une campagne de communication efficace

■ Relations presse :

- 2 vagues (juin et octobre)
- Communiqués de presse national et régionaux
- 18 conférences de presse locales
- Bonne couverture médiatique (près de 140 retombées dont une centaine dans la presse régionale).
- La couverture médiatique est positive en matière de visibilité et de contenu : moyenne de 5 articles par zone/centrale ; bonne reprise des messages clés ; traitement majoritairement informatif et pédagogique.

■ Très forte notoriété auprès du public :

- Près de 90 % de la population connaît la campagne.

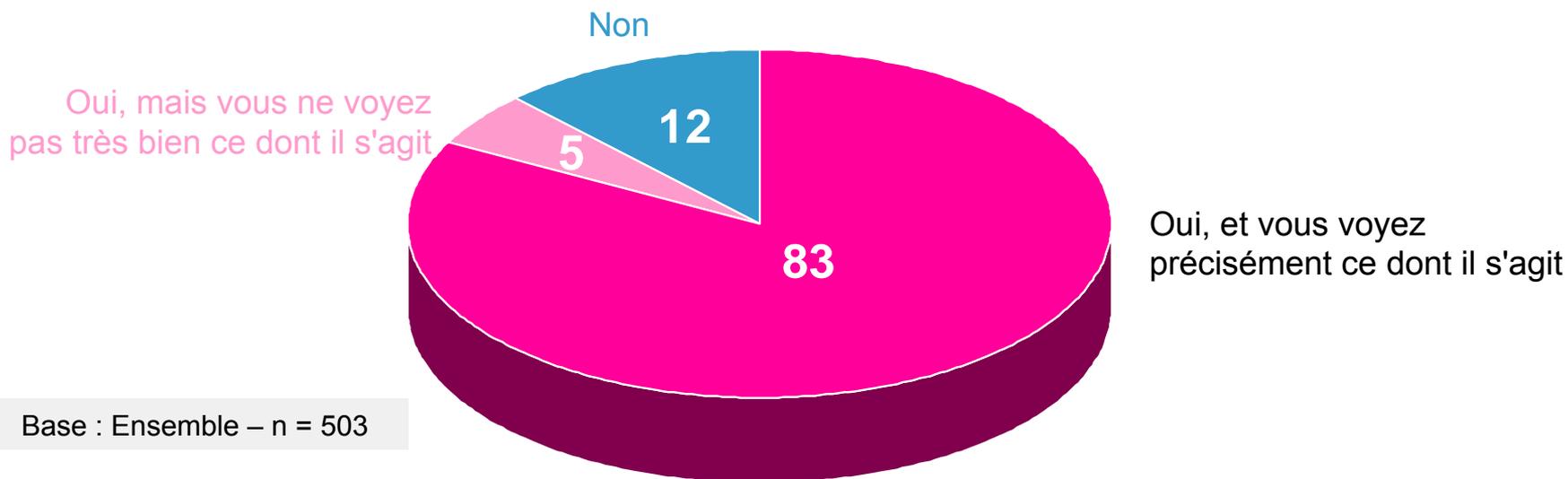


Bilan de la distribution 2009-2010

- 370 912 courriers envoyés
- 338 034 boîtes distribuées par les pharmacies
- Phase 1 (retrait en pharmacie) : 49,2 % de retrait (51,9 % pour les particuliers ; 22,5 % pour les entreprises, administrations et collectivités)
- Phase 2 (envoi postal 1 boîte/foyer) : 161 558 envois
- Phase 2 bis (courrier de relance aux entreprises, administrations et collectivités) : 21 964 courriers

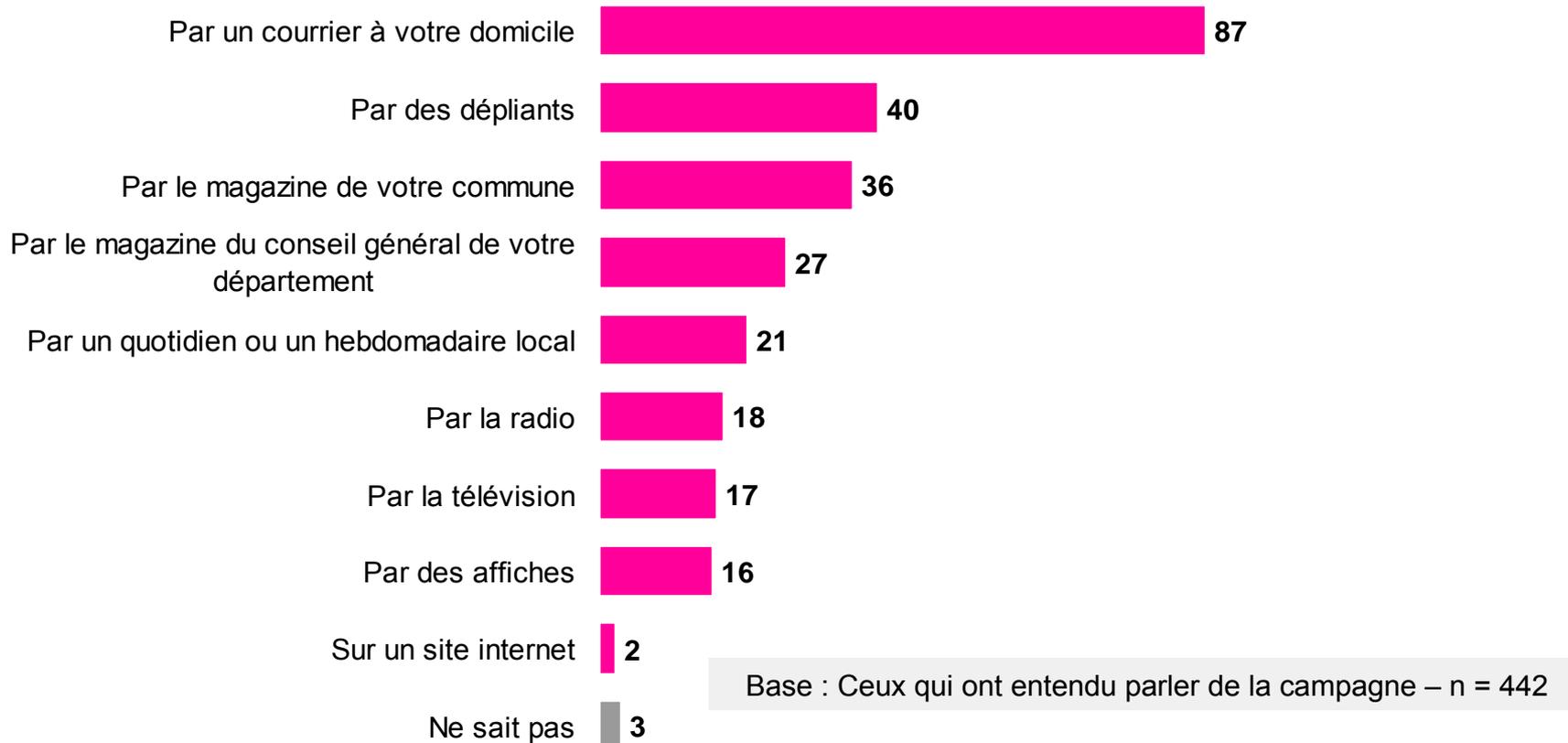
Principaux résultats d'une étude quantitative menée auprès des populations concernées

Vous rappelez-vous avoir vu, lu ou entendu des informations vous incitant à retirer des comprimés d'iode en pharmacie ?



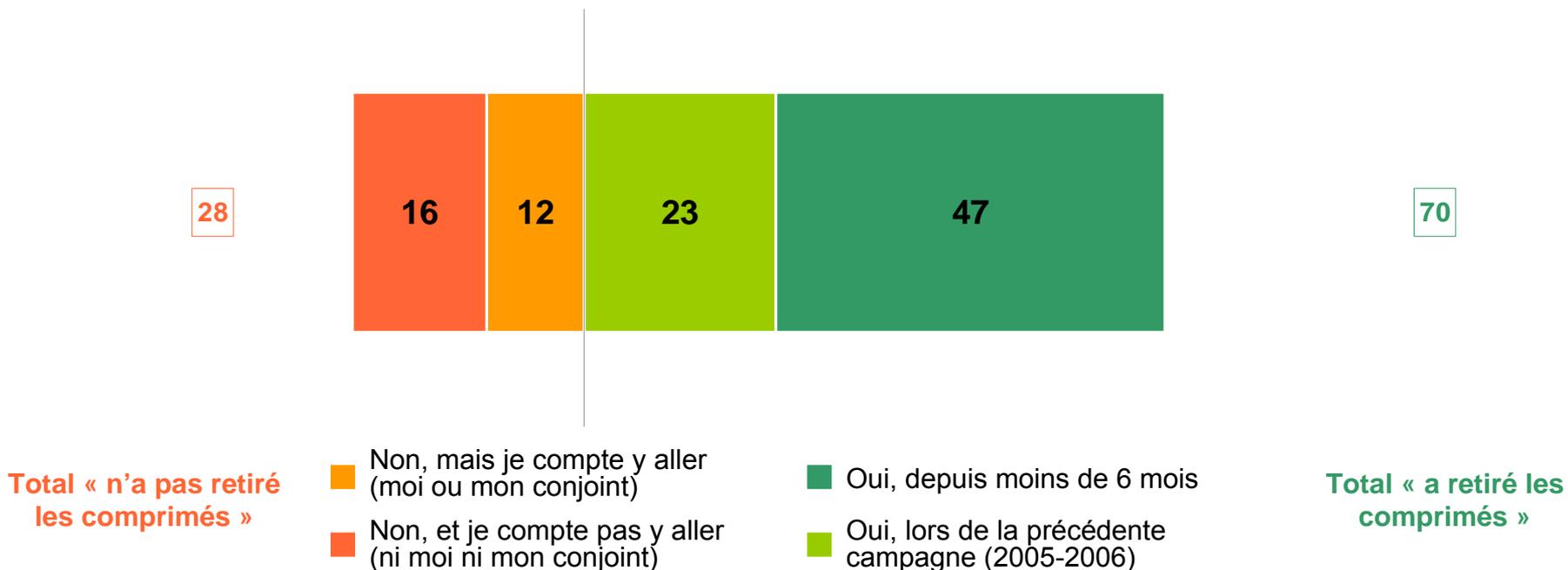
→ **Total « a entendu parler de la campagne » : 88%**

Vous rappelez-vous comment vous avez entendu parler de cette possibilité de retirer des comprimés d'iode ?



→ **Le courrier officiel : 1^{er} vecteur**

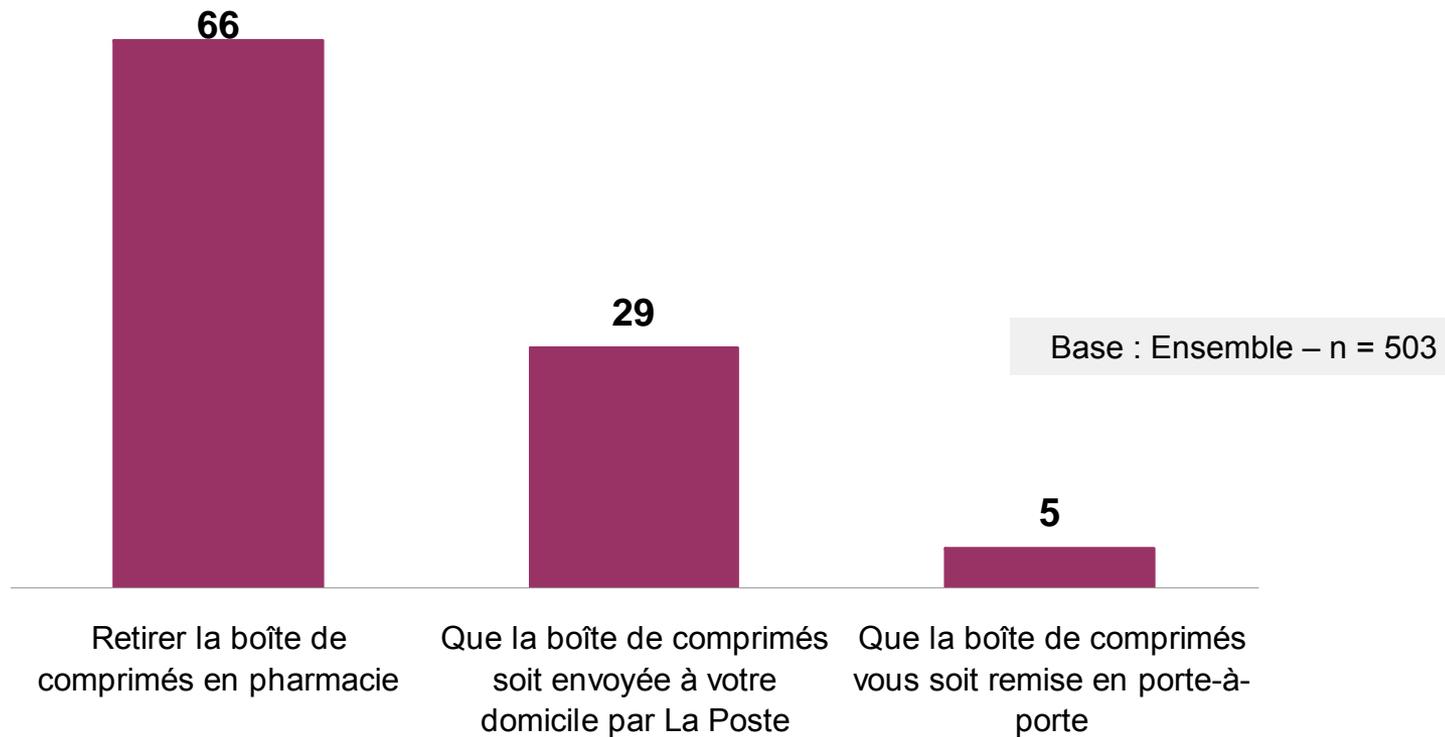
Vous-même ou quelqu'un de votre foyer, êtes-vous allé retirer des comprimés d'iode en pharmacie ?



Base : Ensemble – n = 503

→ 70% disposent de comprimés mais moins de la moitié les ont retirés au cours des 6 derniers mois

Concernant la distribution des comprimés d'iode, préféreriez-vous... ?



→ Le retrait en pharmacie est privilégié

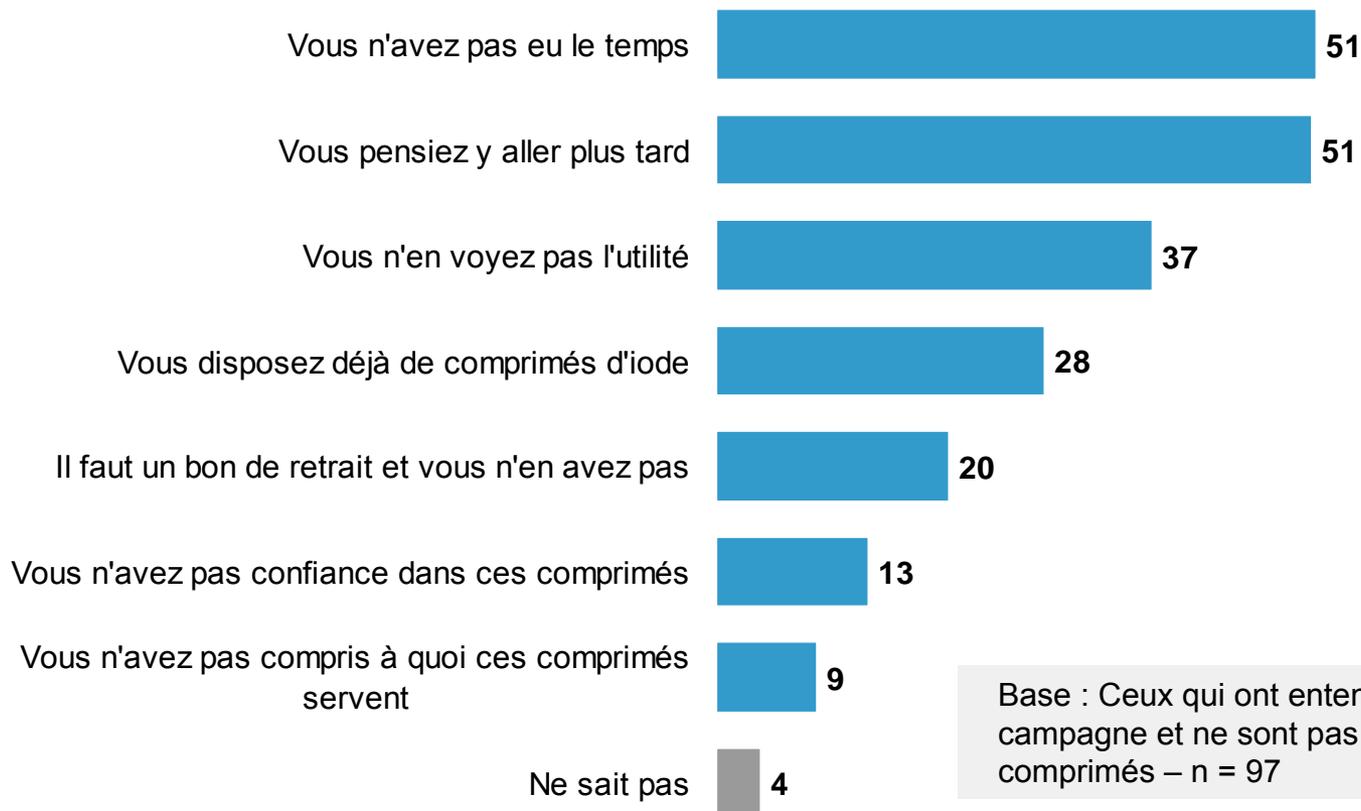
Pour quelles raisons n'êtes-vous pas allé chercher ces comprimés d'iode ?

	Base	97
ST OUBLI / NEGLIGENCE		61 %
Par manque de temps		20%
A oublié		17%
Par négligence / paresse		14%
A perdu la prescription		5%
A confiance / Optimiste		5%
SOUS-TOTAL PAR CHOIX		36 %
Inefficace en cas de problème		21%
C'est inutile / N'en voit pas la nécessité		8%
Refus de les retirer / de prendre des médicaments		4%
Incompatibilité, allergie, raison de santé		3%

Base : Ceux qui ont entendu parler de la campagne et ne sont pas allés chercher de comprimés

→ 2 grandes causes de non retrait : la négligence ou le doute dans l'efficacité des comprimés

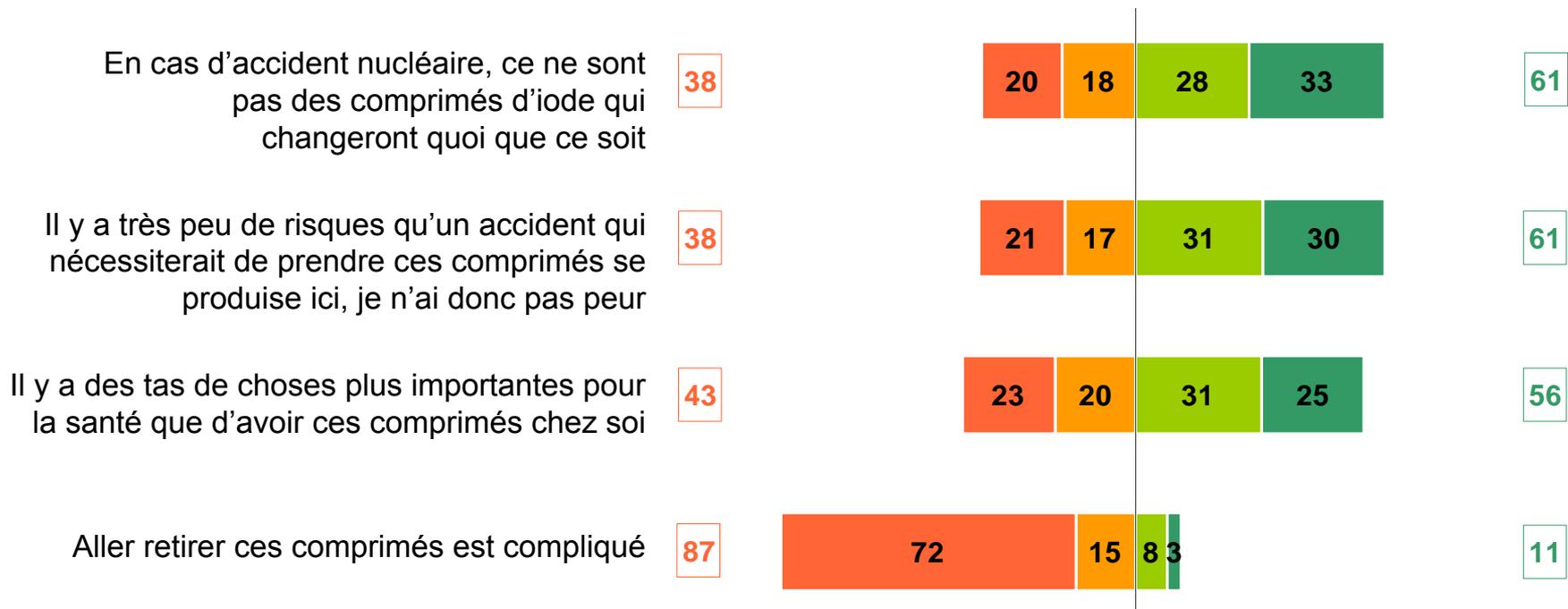
Plus précisément, parmi toutes ces raisons possibles, quelles sont celles qui expliquent que vous ne soyez pas allé retirer ces comprimés d'iode ?



→ **Le retrait des comprimés n'est pas une priorité**

Etes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec cette affirmation ?

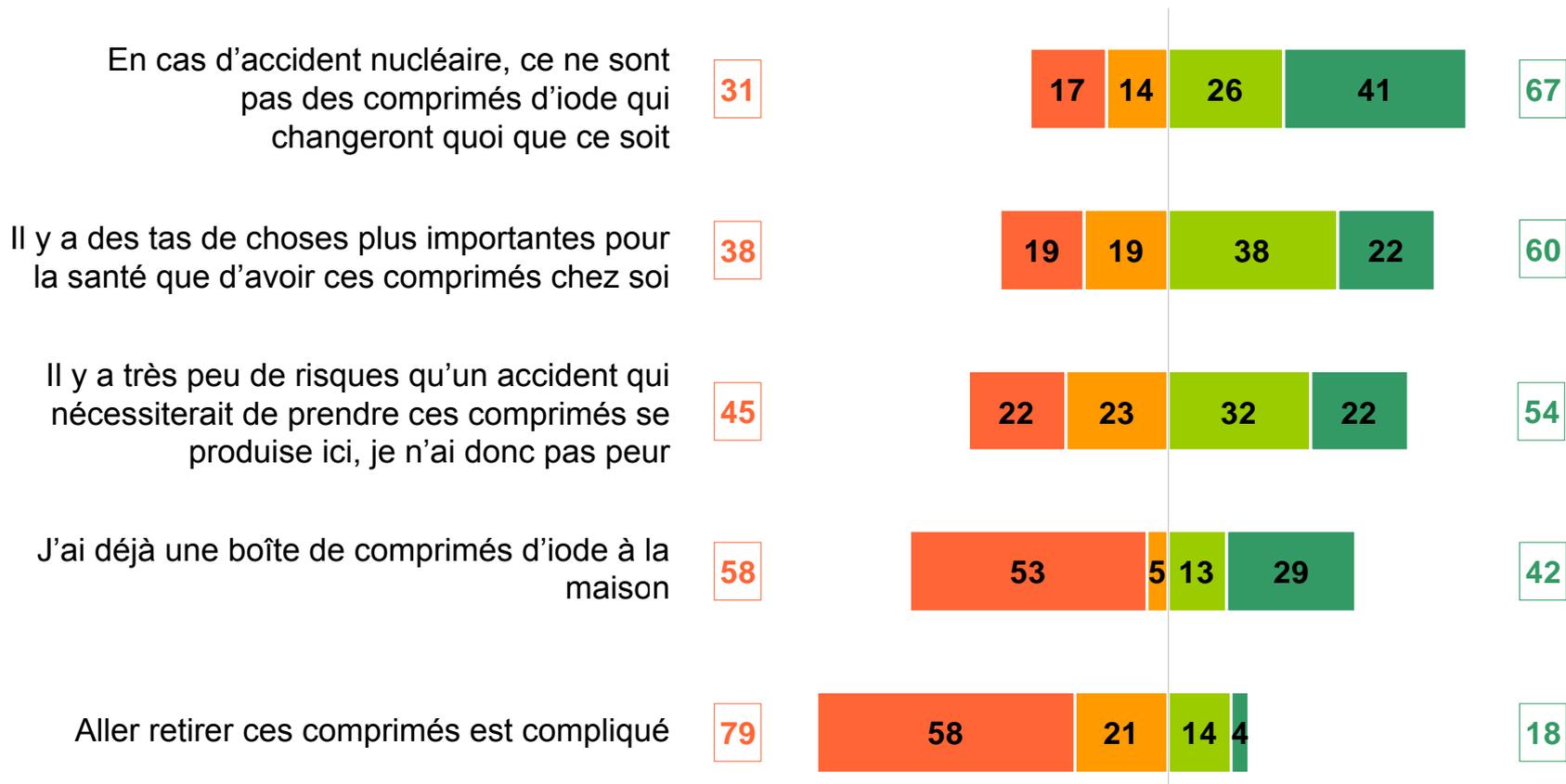
Total Pas d'accord ■ Pas du tout d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Tout à fait d'accord **Total D'accord**



Base : Ensemble – n = 503

Auprès de ceux qui ne sont pas allés chercher de comprimés d'iode (focus) :

Total Pas d'accord ■ Pas du tout d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Tout à fait d'accord **Total D'accord**



Base : Ceux qui ne sont pas allés chercher de comprimés – n = 138



Les principaux enseignements de la campagne

- La notoriété de la campagne est très élevée (88 % des personnes interrogées ont entendu parler de la campagne) ;
- 1 personne concernée sur 2 a retiré ses comprimés ;
- Malgré un effort de communication important, le taux de retrait des comprimés en pharmacie reste stable (autour de 50 %) ;
- Des causes différentes expliquent le non retrait non-retrait : négligence, choix délibéré, possession d'anciens comprimés ;
- Nécessité de mener une enquête qualitative pour :
 - Comprendre les causes de non-retrait qui peuvent avoir plusieurs explications : non-confiance ou au contraire confiance envers les pouvoirs publics et l'exploitant; non-confiance dans l'efficacité des comprimés d'iode... ?
 - Essayer d'optimiser la méthode de diffusion de l'iode stable aux populations et convaincre celles-ci de l'importance des comprimés.

*Distribution préventive d'iode stable :
présentation de la campagne d'information
des populations 2009/2010*

Emmanuel Bouchot - Autorité de sûreté nucléaire (ASN)

