

CAMPAGNE IODE 2009 - 2010

Présentation et bilan



MISSIONS DE L'EXPLOITANT EDF

- Participation aux réunions du GT communication de l'ASN : position d'EDF vis-à-vis des courriers officiels signés des Pouvoirs Publics
- Responsable de l'organisation logistique et de la prise en charge financière des achats et prestations :
 - Boîtes de comprimés d'iode
 - Cahiers des charges
 - KIT d'information pharmaciens
 - Bilans de la campagne,...
- Participation aux actions de communication
- Signataire des différentes conventions (CNOP, CSRP, prestataire de routage)

PREPARATION DE LA CAMPAGNE PAR L'EXPLOITANT

- Fichier d'adresses des populations
 - Fiabilité indispensable à la réussite de l'opération
 - Résultat d'un croisement et d'un traitement de fichiers d'origine différente

- Achat et livraison des boîtes
 - Pharmacie Centrale des Armées retenue suite à appel d'offres international
 - Obtention tardive de l'AMM
 - Démarrage rapide de la campagne alors que la quantité de boîtes n'était pas encore disponible

METHODE DE DISTRIBUTION

❑ 1ère phase de la campagne : 15 juin 2009 – 31 décembre 2009 :

- Envoi de 370 912 courriers cosignés Pouvoirs Publics et Conseil National de l'Ordre des Pharmaciens accompagné d'un bon de retrait nominatif, d'un dépliant d'information sur l'iode et d'un dépliant ASN.

Ce courrier invite les destinataires à venir retirer une boîte de comprimés d'iode dans une pharmacie de leur choix.

- Renvoi des coupons par les pharmaciens au prestataire de routage choisi par EDF
- Réalisation d'un bilan donnant le taux de couverture par zone PPI et le nombre de boîtes délivrées suivant le type de population

METHODE DE DISTRIBUTION

❑ 2ème phase de la campagne : 15 février 2010 :

- Envoi d'un courrier signé Pouvoirs Publics accompagné d'une boîte de comprimés d'iode, d'un dépliant d'information sur l'iode et d'un dépliant posologie.

Ce courrier est destiné aux foyers n'ayant pas retiré leur boîte en pharmacie.

- Envoi d'un courrier de relance aux collectivités locales, entreprises et établissements recevant du public les invitant à retirer leur boîte.

❑ Phase d' inter-campagne :

- Mise à disposition permanente de boîtes de comprimés d'iode en pharmacie pour les nouveaux arrivants et les personnes ayant égaré leur boîte.

BILAN DE LA CAMPAGNE

- Taux de couverture global = **49,2 %** (*1ère phase*)
 - Particuliers : 51,9 %
 - Entreprises, collectivités, établissements recevant du public : 22,5 %

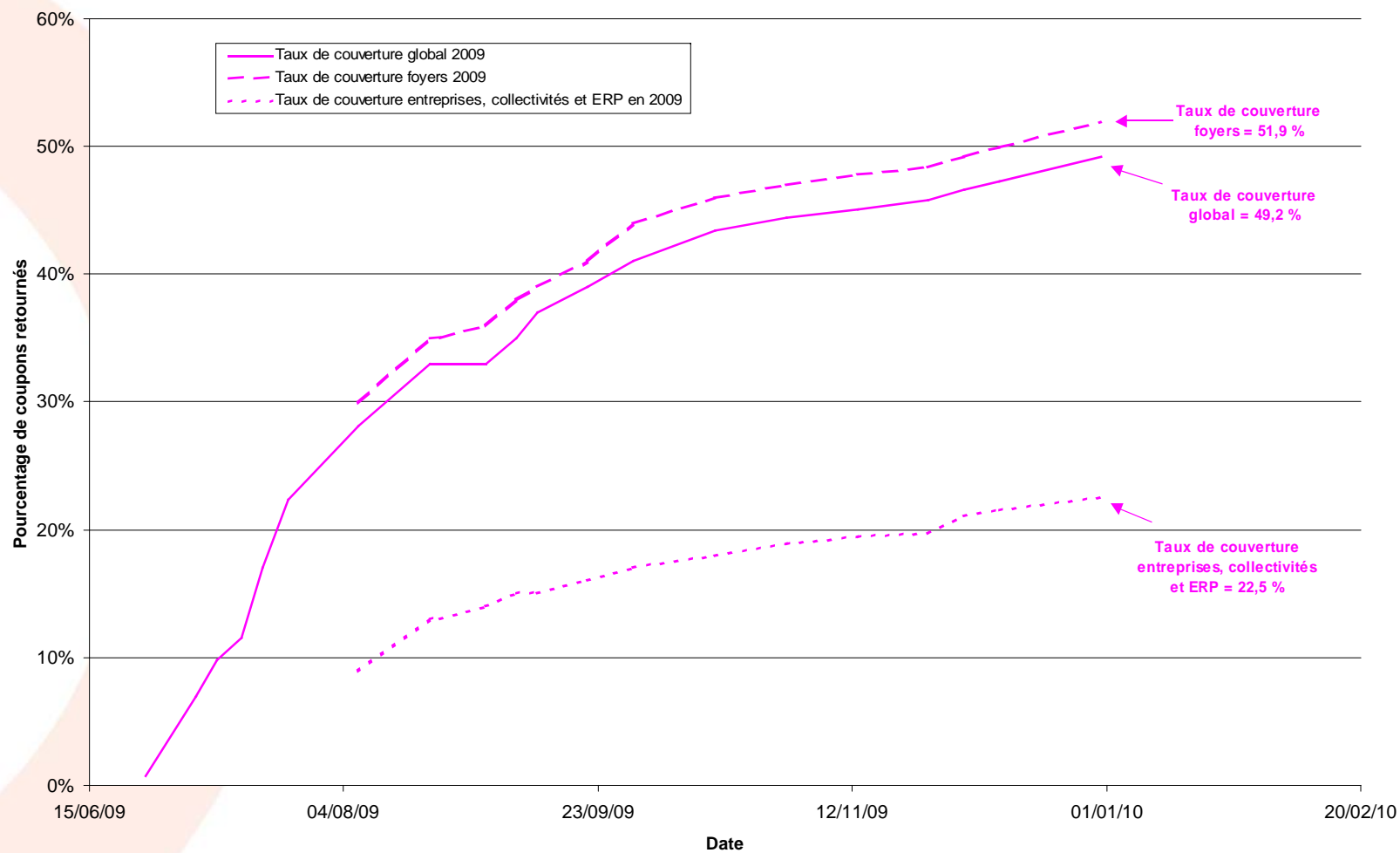
- Nombre de boîtes distribuées = **338 000** (*1ère phase*)
 - Particuliers : 67 %
 - Entreprises, collectivités, établissements recevant du public : 33 %

- Taux de couverture global = **92,8 %** (*2ème phase*)

BILAN DES RETOURS DE COUPONS ET DES BOÎTES RETIREES EN PHARMACIE

CNPE	Nombre de courriers envoyés	Nombre de coupons renvoyés	Pourcentage de coupons retournés	Nombre de boîtes retirées en pharmacie
Belleville	16394	8202	50,0%	11757
Blayais	11426	5782	50,6%	8764
Bugey	29408	13855	47,1%	22223
Cattenom	49821	24774	49,7%	37913
Chinon	19023	9427	49,6%	14373
Chooz	7513	3892	51,8%	6607
Civaux	10285	5565	54,1%	9184
Cruas	39107	18815	48,1%	30031
Dampierre	12445	6463	51,9%	11199
Fessenheim	7325	4352	59,4%	7170
Flamanville	8307	4107	49,4%	7961
Golfech	10385	4867	46,9%	7751
Gravelines	25179	13137	52,2%	60106
Nogent	9583	5359	55,9%	8082
Paluel	10235	5283	51,6%	10600
Penly	13232	6488	49,0%	10346
St-Alban	34953	16008	45,8%	29636
St-Laurent	15940	7827	49,1%	12559
Tricastin	40351	18449	45,7%	31772
Total CNPE	370912	182652	49,2%	338034

TAUX DE COUVERTURE 2009 EN FONCTION DU TYPE DE POPULATION



PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS DE LA CAMPAGNE

- Nombre total de boîtes distribuées en pharmacie en 2009 supérieur de 40 % à celui de fin de 1ère phase de la campagne 2005 - 2006
- Taux de couverture 2009 (49,2 %) comparable mais en retrait par rapport à celui de la campagne précédente (54,4 %)
- Distribution relativement homogène entre sites
- Taux de couverture final de la campagne de l'ordre de 93 % a minima