

DISTRIBUTION PREVENTIVE D'IODE STABLE EN FRANCE :

BILAN DE LA CAMPAGNE 2009 AUTOUR DES CNPE

Olivier GODINO
Manager de Branche ONC – DPN
EDF – DPN – UNIE - GPSN
1, Place Pleyel - 93282 – ST DENIS

1. Contexte de la nouvelle distribution de comprimés d'iode

La dernière campagne de distribution des comprimés d'iodure de potassium aux populations résidant dans le périmètre des 10 kilomètres autour des Centres Nucléaires de Production d'Électricité s'est déroulée en 2009-2010. Les comprimés d'iodure de potassium 130 mg arrivant à péremption en juin 2009, il convenait de prévoir une nouvelle distribution basée sur éléments de doctrine présentés précédemment.

2. Stratégie de distribution

2.1 Rappels sur la distribution précédente

La précédente campagne de distribution 2005-2006 a présenté de nombreux avantages :

- maîtrise complète de la distribution via une méthode industrialisée, homogène et applicable sur tous les sites,
- bonne visibilité concernant le déroulement de l'opération permettant le cas échéant la mise en œuvre d'actions ponctuelles et/ou ciblées,
- taux final de couverture proche de 100 %,
- partenariat renforcé avec les pharmaciens ce qui offre la possibilité de disposer de points de contact identiques sur toutes les zones et clairement identifiés sur la durée de validité des comprimés (stock de boîtes disponible en pharmacie durant cette période),
- coût de l'opération nettement moindre que lors des campagnes précédentes pour des résultats plus fiables.

Cette méthode a ainsi été reconduite pour la campagne de distribution 2009-2010, le volet communication ayant toutefois été largement renforcé par rapport à la campagne précédente (cf présentation précédente de l'ASN).

2.2 Préparation de la campagne par l'exploitant

- Fichier d'adresses

La réussite de l'opération nationale de distribution des boîtes de comprimés d'iode est liée à la qualité des fichiers d'adresses utilisés pour l'envoi des courriers aux populations des communes PPI. Rappelons que les destinataires peuvent être des particuliers, des entreprises, des collectivités, des ERP (Etablissements Recevant du Public),

Le fichier d'adresses retenu résulte d'un croisement et d'un traitement de fichiers d'origine différente. La fiabilité de ce fichier étant un point particulièrement sensible, une analyse précise a été menée par l'exploitant en liaison avec son prestataire de routage.

- Achat et livraison des boîtes

Le fournisseur des comprimés d'iode 65 mg a été choisi à l'issue d'un appel d'offres international. Il devait posséder l'Autorisation de Mise sur le Marché (AMM) de ce nouveau produit. La Pharmacie centrale des Armées (PCA) a ainsi été retenue pour la fabrication des boîtes nécessaires à la campagne.

L'obtention tardive de l'AMM (fin février 2009) a eu pour conséquence un retard dans le début de la fabrication des comprimés et donc dans la livraison aux pharmacies participant à la campagne. La campagne 2009 a démarré rapidement alors que la quantité de boîtes

nécessaire n'était pas disponible. Les stocks ont été rapidement épuisés suite à l'approvisionnement avant l'été par les entreprises et collectivités. Cette situation n'a toutefois été que temporaire.

2.3 Méthode de distribution retenue

Sous le pilotage de l'ASN, la stratégie de distribution 2009-2010 a été validée avec les pouvoirs publics nationaux, responsables officiellement de la campagne iode, ainsi qu'avec l'Ordre National des Pharmaciens et la Chambre Syndicale de Répartition Pharmaceutique. La méthode de distribution retenue est une **distribution par « retrait »** qui s'appuie sur les pharmaciens d'officine des 10 km.

La méthode de distribution est la suivante :

- Envoi d'une *lettre nominative* signée Pouvoirs Publics et Ordre des Pharmaciens, accompagnée d'un *bon de retrait nominatif*, d'un *dépliant d'information sur l'iode* et d'un *dépliant ASN* dans une *enveloppe nominative* à en-tête « Pouvoirs Publics » via un prestataire de routage (1^{ère} phase de la distribution : début le 15 juin 2009).

Le courrier invite les réceptionnaires à venir retirer auprès de la pharmacie de leur choix, située dans les 10 km une boîte de comprimés d'iode et de rapporter les anciennes boîtes (périmées ou non). Les destinataires sont toutes les personnes résidant à titre professionnel ou privé dans le rayon des 10 km (i.e. : foyers, collectivités locales, entreprises, établissements recevant du public,...).

- Sur présentation du bon de retrait joint à la lettre nominative, le pharmacien délivre un nombre de boîtes correspondant au nombre de personnes à protéger et renvoie ce bon auprès du prestataire de routage choisi par EDF.

- Durant la phase de distribution, le pharmacien s'engage à inviter toute personne qui se présente dans son officine à retirer le cas échéant une boîte de comprimés. Si une boîte est donnée à une personne, un bon de retrait vierge est rempli (en indiquant le nom ou l'intitulé, la ville et le nombre de boîtes distribuées) et est retourné au prestataire de routage.

- Le prestataire de routage réalise un bilan toutes les 2 semaines indiquant les données suivantes : nombre d'enveloppes envoyées, nombre d'enveloppes retournées, nombre de bons de retrait renvoyés par les pharmaciens et établissement d'une liste nominative des personnes qui ont reçu un courrier et qui ne sont pas venus retirer leurs boîtes.

- Six mois après réception du courrier, un moyen complémentaire de distribution sera utilisé : distribution directe de la boîte de comprimés d'iode par voie postale aux personnes n'ayant pas retiré leur boîte en pharmacie. Un *courrier explicatif* signé Pouvoirs Publics, un *dépliant d'information sur l'iode* et un *dépliant posologie* accompagnent l'envoi de la boîte (2^{ème} phase de la distribution : début le 15 février 2010).

NB : suite au faible taux de couverture obtenu auprès des collectivités locales, entreprises, établissements recevant du public, un courrier de relance a été adressé auprès de ces entités pour qu'elles se présentent en pharmacie afin de retirer le nombre de boîtes nécessaires.

- Mise à disposition permanente de boîtes de comprimés d'iode en pharmacie pour les nouveaux arrivants et les personnes ayant égaré leur boîte (3^{ème} phase de la distribution : *inter-campagne*).

3. Missions d'EDF

- Le Délégué Qualité de Vie et Santé au Travail à la Direction Production Ingénierie est le commanditaire de la campagne de distribution des comprimés d'iode. Il représente la position d'EDF en vue de la signature des différentes conventions et lettres officielles relatives à la distribution.

- La Branche Organisation Nationale de Crise de la Direction Production Nucléaire assure l'organisation logistique et la prise en charge financière des achats et des prestations :

- boîtes de comprimés d'iode nécessaires pour la campagne,
- cahiers des charges destinés au prestataire de routage,

- constitution de « KIT » d'information aux pharmaciens,
- bilans,...
- La communication nationale DPI prend en charge l'élaboration des dépliants d'information sur l'iode, des affiches destinées aux pharmaciens d'officine ainsi que l'argumentaire destiné aux sites pour les aider dans leur communication locale. Elle travaille en concertation avec l'ASN pour la communication nationale.

4. Missions des Pharmaciens

Deux conventions nationales relatives à la distribution et à la mise à disposition des comprimés d'iodure de potassium dans les officines de pharmacie pour les populations résidant dans le rayon de Plan Particulier d'Intervention (PPI) des Centres Nucléaires de Production d'Electricité (CNPE) d'EDF ont été signées entre EDF et les représentants des professions pharmaceutiques.

- La convention EDF-Chambre Syndicale de la Répartition Pharmaceutique (CSRP), précise les missions des Grossistes-Répartiteurs (réception des boîtes de comprimés d'iodure de potassium en provenance du magasin central d'EDF puis distribution aux pharmacies d'officine).

- La convention EDF - Conseil National de l'Ordre National des pharmaciens (CNOP) - Syndicats Pharmaceutiques décrit le rôle des pharmaciens en vue de la réussite de l'opération de renouvellement des comprimés d'iode. En effet, leur professionnalisme, leur proximité et la densité du réseau officinal autour des centrales sont des atouts majeurs pour une continuité de distribution jusqu'à la prochaine campagne de distribution.

Les points suivants figurent en particulier dans la convention :

- obligation de résultat,
- nécessité d'accompagnement de la distribution des boîtes,
- renvoi des bons de retrait.

Il est à noter que durant la phase d'inter-campagne, le pharmacien reste un élément moteur pour permettre aux nouveaux arrivants de recevoir une boîte.

5. Bilan chiffré de la campagne de distribution

Les principaux résultats chiffrés de la campagne 2009-2010 de distribution des boîtes de comprimés d'iodure de potassium sont les suivants :

1^{ère} phase :

- au total, 370 912 courriers ont été envoyés aux populations des périmètres PPI des 19 CNPE,
- le taux de couverture global obtenu en fin de 1^{ère} phase de la campagne est de **49,2 %** (51,9 % pour les particuliers et 22,5 % pour les entreprises, collectivités et établissements recevant du public),
- **338 034 boîtes** de comprimés ont été distribuées en pharmacie lors de la 1^{ère} phase de la campagne (67 % du total pour les particuliers et 33 % pour les entreprises, collectivités et établissements recevant du public),

2^{ème} phase :

- l'envoi d'une boîte aux particuliers ne s'étant pas déplacés en pharmacie permet d'obtenir un taux de couverture de **92,8 %** a minima.

6. Enquête de satisfaction sur la campagne de distribution des comprimés d'iode

A la demande de l'ASN, une étude de satisfaction sera menée afin d'évaluer la perception de la distribution préventive des comprimés d'iode stable aux populations riveraines des installations nucléaires.

7. Conclusions

- en fin de 1^{ère} phase de campagne, les taux de couverture des 2 dernières campagnes de distribution sont sensiblement identiques : 49,2 % en 2009-2010 comparé à 54,4 % en 2005-2006,
- le nombre de boîtes distribuées en 2009 est supérieur de 40 % à celui enregistré en 2005-2006, en particulier pour les entreprises, collectivités et établissements recevant du public,
- la distribution est relativement homogène entre sites,
- l'envoi complémentaire des boîtes par la Poste permet d'atteindre un taux minimal de couverture proche des 93 %,
- il est à noter que la campagne 2009 a démarré beaucoup plus rapidement que celle de 2005,
- le renforcement de la communication durant la campagne 2009 a pu "compenser" le fait que la campagne 2009 ait démarré peu avant la période des vacances de juillet-août.