



DRY JANUARY®
LE DÉFI DE JANVIER



COMMUNIQUÉ DE PRESSE
4 décembre 2025

La campagne de santé publique alcool la plus efficace revient en 2026

Les chiffres sont là : 58 % des participant·e·s au Défi de janvier – Dry January continuent de moins boire huit mois après janvier. Sans soutien de l'État, mais avec l'engagement de dizaines d'acteurs de la société civile, le Dry January – Défi de janvier s'impose comme la campagne de santé publique la plus efficace sur les questions d'alcool.

Alors que la consommation d'alcool reste la deuxième cause de mortalité évitable en France, une campagne citoyenne, positive et motivationnelle fait la démonstration de son efficacité pour la santé des Françaises et des Français : le Défi de janvier – Dry January, qui revient en 2026 pour sa septième édition !

Selon les données de l'étude JANOVER¹ menée en 2024, 58 % des participant·e·s déclarent boire moins huit mois après avoir relevé le défi, confirmant que le Dry January - Défi de janvier est la campagne de santé publique la plus efficace pour faire évoluer durablement les comportements face à l'alcool.

Les bénéfices concrets et mesurables d'une pause d'alcool

Les effets mesurés chez les participant·e·s sont nets :

- 54 % constatent une amélioration de leur bien-être mental ;
- 42 % déclarent se sentir physiquement mieux ;
- 31 % dorment mieux.

Et surtout : 58 % se sentent plus confiant·e·s à refuser un verre dans des contextes sociaux.

Faire une pause d'un mois, c'est donc bien plus qu'un simple défi : c'est repenser durablement son rapport avec l'alcool.

Une réussite née de la société civile

Face au refus persistant de l'État de soutenir cette campagne, le Défi de janvier – Dry January est porté par un collectif d'organisations engagées pour la santé publique : associations, fédérations, collectivités locales, hôpitaux, sociétés savantes...

Le Dry January – Défi de janvier illustre la force de la société civile : un mouvement né du terrain, fondé sur des messages positifs, motivants et non stigmatisants, qui invite chacun·e à faire une pause, sans culpabilité ni jugement.

Son succès repose sur une approche de la prévention et de la réduction des risques qui a fait ses preuves : accompagner, encourager et valoriser les réussites.

Une démarche collective et des outils pour réussir

Le Défi de janvier – Dry January s’appuie sur des outils accessibles et bienveillants :

- des mails d’accompagnement et d’encouragement tout au long du mois de janvier : les chiffres de JANOVER montrent que s’inscrire sur dryjanuary.fr/defidejanvier.fr c’est augmenter de 40 % ses chances de ne pas boire en janvier !
- les applications Try Dry et mydéfi.
- le groupe Facebook d’entraide qui accueille la parole de toutes et tous sans jugement.

Avec le Dry January – Défi de janvier, chaque mois de janvier, des millions de Français·es (4,5 millions en 2024) se retrouvent autour du défi collectif, choisissant de reprendre la main sur leur consommation d’alcool, à leur rythme et selon leurs propres objectifs.

Contacts presse :

- **Addict’AIDE / Addictions France**
OXYGEN
defidejanvier-presse@oxygen-rp.com
Lisa Dubreuil : 06 65 95 96 25
Eva Delabarre - 06 72 18 15 50
Tatiana Graffeuil : 06 71 01 72 58
- **Fédération Addiction :**
Benjamin Tubiana-Rey
06 15 62 81 08 • b.tubiana-rey@federationaddiction.fr
- **JANOVER :**
Louis-Ferdinand Lespine
louis-ferdinand.lespine@ch-le-vinatier.fr

Les structures organisatrices du Défi de Janvier - Dry January : Addict’AIDE, Association Addictions France, Camerup, Fédération Addiction, Fédération Française d’Addictologie, France Assos Santé, France Patients Experts Addictions, Ligue contre le cancer, Société Française d’Alcoologie et d’Addictologie, RESPADD.

¹ **L’étude JANOVER :** JANOVER est une étude réalisée par Le Vinatier – Psychiatrie universitaire Lyon Métropole avec le soutien de l’Institut national du cancer et des partenaires (Association Addictions France, Fédération Addiction, Groupe de recherche sur l’alcool et les pharmacodépendances (université de Picardie), Research on Healthcare Performance (Hospices civils de Lyon), Service universitaire d’addictologie de Lyon, Université Claude-Bernard Lyon 1) auprès de 2 123 personnes participantes au Dry January - Défi de Janvier 2024. 2 123 ont répondu à l’enquête de février (bénéfices) et 1 886 à l’enquête d’octobre (changement consommation d’alcool).