



DRY JANUARY®
LE DÉFI DE JANVIER



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

5 décembre 2024

Dry January - Défi de janvier : une étude inédite confirme les bénéfices pour la santé

La campagne de prévention alcool « Défi de janvier – Dry January » portée par la société civile revient en 2025 pour sa 6^e édition ! Pour la première fois, une étude menée en France atteste des effets positifs durables pour les personnes ayant relevé le Dry January - Défi en janvier 2024.

Pour la 6^e année consécutive, le Défi de janvier – Dry January revient en France. Cette campagne invite les Français·e·s à faire une pause d'alcool tout le mois de janvier. En 2024, 61 % des consommateur·trice·s d'alcool connaissaient l'initiative et plus de 4,5 millions de personnes ont relevé le défi, selon les premiers résultats de l'étude JANOVER menée par Le Vinatier – Psychiatrie universitaire Lyon Métropole et ses partenaires avec le soutien de l'Institut national du cancer (voir encadré). Ces premiers chiffres soulignent la popularité du Dry January – Défi de janvier dans la population et son rôle dans la promotion d'habitudes de consommation d'alcool plus maîtrisées.

Une campagne qui touche efficacement les consommateurs à risque

L'étude JANOVER, dont les premiers résultats ont été [publiés le 2 décembre 2024 dans la revue *Frontiers in Public Health*](#), révèle que le Défi de janvier - Dry January atteint particulièrement bien les personnes identifiées comme buveurs et buveuses à risque. En effet, 32 % des participant·e·s se reconnaissent comme ayant une consommation d'alcool potentiellement à risque, contre seulement 17 % chez les non-participant·e·s. Cette campagne de santé publique s'affirme ainsi comme une ressource cruciale pour promouvoir une maîtrise de la consommation d'alcool en France... pourtant toujours sans le soutien de l'État !

Des effets bénéfiques sur la santé et un impact qui perdure

Le Dry January – Défi de janvier permet à ses participant·e·s d'expérimenter des bénéfices concrets : sommeil amélioré, regain d'énergie, meilleure concentration, et des économies non négligeables. Les retours des éditions précédentes indiquent que ces effets bénéfiques se prolongent bien au-delà de janvier, avec des habitudes de consommation plus maîtrisées. Les résultats définitifs de l'étude JANOVER, attendus dans les prochaines semaines, devraient venir confirmer ces observations.

Un défi populaire auprès des jeunes adultes

Les données de JANOVER montrent que la participation est plus élevée chez les jeunes adultes (18-34 ans) : 29 % des jeunes ont pris part à l'édition 2024, un taux bien plus élevé que chez les 35-54 ans (20 %) et les

plus de 55 ans (15 %). Ces chiffres témoignent d'une prise de conscience accrue des jeunes sur les effets de l'alcool.

Enfin, si la participation au Défi de janvier - Dry January est équivalente parmi les catégories sociales, la connaissance de la campagne reste plus importante parmi les CSP+ (77 % vs 58 % chez les autres). Pour les partenaires du Dry January - Défi de janvier, ces résultats sont une invitation à renouveler leurs efforts afin de toucher mieux encore les personnes plus âgées et les catégories moins favorisées !

Participez à une dynamique collective pour la santé publique !

Le Défi de janvier - Dry January est bien plus qu'une simple pause de l'alcool : c'est un mouvement mondial, initié par l'ONG britannique *Alcohol Change UK* en 2013, qui s'est étendu à la France grâce au soutien de nombreuses associations, sociétés savantes, mutuelles, collectivités... En janvier, les participant·e·s peuvent suivre le défi avec les [applications TryDry](#) et [mydéfi](#), bénéficier de [conseils par email](#), et échanger sur les réseaux sociaux et sur le [groupe d'entraide Facebook](#).

En famille, entre ami·e·s ou au travail, rejoignez le mouvement et découvrez les bienfaits d'une pause d'alcool !

Les structures organisatrices du Dry January -Défi de janvier : 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, RESPADD.

L'étude JANOVER

Ces résultats s'appuient sur un questionnaire en ligne réalisé du 8 au 17 janvier 2024 auprès d'un échantillon représentatif de 5 000 adultes français, constitué grâce à une méthode de quotas. Parmi les répondants, 4 075 ont été identifiés comme consommateurs d'alcool au cours de l'année écoulée.

JANOVER est une étude réalisée par Le Vinatier – Psychiatrie universitaire Lyon Métropole avec le soutien de l'Institut national du cancer et les 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

Contacts presse :

- **Addict'AIDE / Addictions France**
OXYGEN
defidejanvier-presse@oxygen-rp.com
Lisa Dubreuil : 06 65 95 96 25
Clara Martinez : 06 07 59 92 74
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