



DRY JANUARY®

#LeDéfiDeJanvier

PARTENARIATS 2024

**DOCUMENT CADRE
JUILLET 2023**

DRYJANUARY.FR



PARTICIPEZ À UN MOUVEMENT HISTORIQUE EN FAVEUR DE LA RÉDUCTION DE LA CONSOMMATION D'ALCOOL EN FRANCE !

Depuis 2020, le Dry January invite les Français·e·s à faire une pause d'un mois dans leur consommation d'alcool. Et depuis cinq ans, son succès va grandissant!

Le Dry January propose à toutes celles et ceux qui s'interrogent sur leur consommation d'alcool des outils pour faire une pause et expérimenter concrètement les bienfaits d'un arrêt de l'alcool pour sa santé, son bien-être, ses économies.

Le Dry January s'appuie sur une démarche collective inédite pour une campagne de santé publique en France: sans le soutien de l'État mais avec les contributions d'associations, fédérations, sociétés savantes, groupements de patients, collectivités, mutuelles et services hospitaliers.

C'est cette diversité d'acteurs, l'information et les messages motivationnels qui permettent chaque année de toucher de plus en plus de personnes et qui continuera dans les années à venir!

Le Dry January c'est...

- ▶ une campagne qui s'adresse aux personnes qui réfléchissent à leur consommation d'alcool et souhaitent faire l'expérience d'une pause;
- ▶ l'occasion de découvrir les bénéfices d'un mois sans alcool pour sa peau, son sommeil, son porte-monnaie...
- ▶ l'opportunité de trouver du plaisir à sortir, dîner chez soi, se relaxer, voir ses proches... sans y associer l'alcool et ainsi repérer les verres qui ne correspondent pas à un choix délibéré mais plutôt à une routine.

Le Dry January ce n'est pas...

- ▶ une campagne qui vise les personnes alcoolodépendantes. Arrêter brusquement de boire pour une personne dépendante à l'alcool comporte des risques: il convient de s'adresser à un professionnel;
- ▶ un mouvement qui pousse à se priver de quelque chose. Au contraire, le Dry January invite les gens à essayer quelque chose de nouveau et à en découvrir les avantages;
- ▶ la volonté de faire peur autour de l'alcool. Le Dry January encourage un débat autour de la place de l'alcool dans nos vies en se basant sur les faits afin que les gens prennent des décisions informées.

● Contacts

Benjamin Tubiana-Rey

Responsable communication et plaidoyer
06 15 62 81 08
b.tubiana-rey@federationaddiction.fr

Tanguy Dudouet Jehasse

Chargé de projets
01 43 43 07 62
t.dudouet-jehasse@federationaddiction.fr

SOMMAIRE

Édito	2
L'histoire du Dry January	4
Témoignages de participant·e·s	5
Parole de professionnelle	6
Dans la presse	7
Foire aux questions	8
Le Dry January en détails	9
Quatre bonnes raisons de devenir partenaire	14

UN PEU D'HISTOIRE

- 2013**
 - ▷ Premier Dry January organisé en Grande-Bretagne par l'organisation *Alcohol Change UK*
- 2014**
 - ▷ Le second Dry January britannique reçoit le soutien de collectivités locales et d'organisations du National Health Service
- 2016**
 - ▷ Crédit d'une application pour smartphone
- 2017**
 - ▷ Première édition de la «Tournée minérale» en Belgique, équivalent sur le mois de février
- 2019**
 - ▷ Le Dry January existe dans 14 pays. En France, le gouvernement renonce au «mois sans alcool» prévu par Santé publique France... mais associations, professionnel·le·s et sociétés savantes s'unissent en partenariat avec Alcohol Change UK pour lancer le Dry January en France
 - ▷ Au Royaume-Uni, une étude de l'université du Sussex constate que six mois après la fin du Dry January, 7 personnes sur 10 continuent de boire moins qu'avant
- 2020**
 - ▷ Première édition du Dry January en France. #LeDéfiDeJanvier est un succès: plus d'un·e Français·e sur 10 y participe (sondage Opinion Way). 8819 personnes s'inscrivent à la newsletter
- 2021**
 - ▷ Selon un sondage YouGov, 11% des Français se fixe pour objectif de ne pas boire en janvier. 8170 personnes s'inscrivent à la mailinglist et 11295 Français·e·s téléchargent l'application Try Dry traduite en français
- 2022**
 - ▷ Pour la première fois, plusieurs collectivités s'engagent dans le Dry january. Près de 16 000 personnes s'inscrivent à la mailing list.
- 2023**
 - ▷ Selon un sondage IFOP, un tiers des Français·e·s envisagent de ne pas boire en janvier, soit 17 millions de personnes. 32 800 personnes utilisent l'app Try Dry en France
 - ▷ Première organisation de «Happy Hour», un webinaire international francophone pour les participant·e·s du Dry January en France, Belgique, Canada, Luxembourg, Suisse...
- 2024**
 - ▷ Pour sa cinquième édition, le Dry January français sera l'objet du projet de recherche «JANOVER» pour en mesurer l'impact sur les participants

TÉMOIGNAGES DE PARTICIPANT·E·S

Jean-Jacques, 46 ans (Hauts-de-Seine)

«J'avais déjà fait le Dry January les deux années précédentes et j'ai recommencé cette année avec l'aide de l'application Try Dry, qui est bien faite. J'apprécie aussi les emails, qui sont déculpabilisants si jamais on "rate" une fois. Mon objectif n'est pas d'arrêter de boire mais de me mettre des règles... même si j'ai prolongé cette pause en février.»

Julie, 34 ans (Vaucluse)

«Des ami·e·s à moi avaient fait le Dry January les années précédentes et j'avais constaté une très forte hausse de ma consommation d'alcool pendant les confinements puis avec l'arrêt de la cigarette. Il était donc important pour moi de faire le point.

On a créé un groupe de discussion avec des ami·e·s, j'ai utilisé l'app Try Dry et je me suis abonné aux emailings.»

Colette, 66 ans (Alpes-Maritimes)

«J'ai décidé de faire le Dry January car j'avais pris l'habitude de boire un à deux verres lors des repas avec mon mari depuis que nous sommes à la retraite donc je voulais savoir si je pouvais m'en passer facilement.

Finalement, c'est facile de trouver des boissons sans alcool pour les moments festifs (mon anniversaire est en janvier!). Il faut surtout prendre la décision et avoir un peu de volonté.»

PAROLE DE PROFESSIONNELLE

Catherine Delorme
directrice d'un centre d'addictologie
à Boulogne-Billancourt
vice-présidente de la Fédération
Addiction

«Est-on capable de passer un mois sans boire d'alcool? En participant au Dry January, on interroge son propre rapport à l'alcool... mais on questionne aussi la place de l'alcool dans notre société.

En effet, ce que nous disent les participant-e-s, c'est que le plus dur, c'est la pression sociale.

Selon les chiffres de Santé publique France, près d'un quart des Français-e-s dépassent les repères de consommation d'alcool (à savoir: pas plus de deux verres par jour et pas tous les jours). Mais le Dry January n'est pas une injonction: c'est une proposition, un défi collectif qui participe à la maîtrise de la consommation d'alcool dans notre pays.»



LE DRY JANUARY 2023 DANS LA PRESSE



« Dry January » : pas d'alcool pendant un mois, ça fait quel effet sur le corps ?

Chaque mois de janvier, les associations de santé publique proposent le « Dry January », ou « Défi de janvier ». Un challenge a priori pas impossible à relever : l'arrêt de la consommation d'alcool pendant les 31 premiers jours de l'année. Pour quels effets sur le corps humain ? On fait le tour des bienfaits d'une telle interruption.

Le Dry January vu de Bretagne : "Le problème ce n'est pas l'alcool, c'est les potes"

Publié le 16/01/2023 à 16h30

Écrit par [Benoit Thibaut](#)

**LA RÉPUBLIQUE
DU CENTRE**

Dry January : tous les bienfaits, concrets et rapides, de ce mois de janvier sans alcool expliqués par un médecin d'Orléans

L'union

Le Dry January gagne en popularité, mais attend toujours le soutien de l'État

Le Dry January fait de plus en plus d'adeptes, mais les associations regrettent un manque de soutien criant de l'État sur ce sujet. Et le soutien ne risque pas d'arriver tout de suite.

FOIRE AUX QUESTIONS

Après le Dry January, les participant·e·s recommencent à boire comme avant.

- ▷ **FAUX** Une étude de 2019 réalisée par l'université du Sussex montre que, six mois après janvier, les participant·e·s au Dry January continuent de boire moins qu'avant. Le sentiment de prise de contrôle sur sa consommation, ressenti par 80 % des participant·e·s, continue bien au-delà de janvier.

Promouvoir le Dry January, c'est s'en prendre aux bon-vivant·e·s, à l'art de vivre à la française.

- ▷ **FAUX** Au contraire, le Défi de janvier, ce n'est pas se priver de quelque chose: c'est essayer quelque chose de nouveau! Les participant·e·s le disent souvent: on découvre qu'on peut prendre du plaisir, se détendre, profiter d'un bon repas ou passer du temps avec ses proches sans boire d'alcool.

On peut réussir le Dry January même si on boit un verre en janvier.

- ▷ **VRAI** Le Dry January est un défi qu'on se lance à soi-même! La règle est simple mais il n'y a ni bon point ni trophée à gagner: on propose juste aux Français·e·s de reprendre le contrôle de leur consommation d'alcool en repérant les moments où la consommation est plus liée à une routine qu'à un réel plaisir. Alors oui, en 31 jours, il peut arriver de céder. Ces contrepoids font partie du défi: tout l'intérêt est d'en apprendre plus sur soi-même pour les éviter.

Le but du Dry January c'est l'abstinence totale.

- ▷ **FAUX** Fun fact: personne en France (à notre connaissance) ne réclame la prohibition de l'alcool. Et c'est heureux: cela ne fonctionnera sans doute pas plus qu'aux États-Unis dans les années 30... Le Défi de janvier, c'est juste une pause d'un mois dans sa consommation pour faire le point et réévaluer sa relation à l'alcool.

Arrêter de boire a un impact positif sur la santé.

- ▷ **VRAI** Même si l'arrêt est provisoire! La plupart des participant·e·s le constatent après quelques jours d'arrêt de l'alcool: un meilleur sommeil, une peau plus en forme, de meilleures capacités de concentration, plus d'énergie.

Le Dry January s'adresse en priorité aux personnes dépendantes de l'alcool.

- ▷ **FAUX et DANGEREUX** Pour les personnes alcoololo-dépendantes, l'arrêt soudain de la consommation peut être dangereux. Elles peuvent si elles le souhaitent s'engager dans la démarche mais il est important d'être accompagné·e.

LE DRY JANUARY EN DÉTAILS

En quoi consiste le Dry January ?

Le Dry January, ce sont trois interventions distinctes et étroitement liées :

- ▶ **Un mois sans boire d'alcool** conçu comme un défi initial à un moment de l'année où les gens se remettent des excès des fêtes et prennent des bonnes résolutions. Ce mois de janvier est une période favorable car beaucoup de personnes entreprennent la même démarche, ce qui réduit considérablement l'obstacle à l'engagement.
- ▶ **Un soutien important pendant le mois** pour toutes celles et tous ceux qui s'inscrivent sur le site, sur les réseaux sociaux ou téléchargent l'app : plusieurs emails par semaine, l'application Try Dry, le groupe en ligne de soutien par les pairs, le blog et les posts sur les pages DryJanuaryFR.
- ▶ **Un soutien continu tout au long de l'année** pour permettre aux personnes d'atteindre l'objectif à long terme de maîtriser leur consommation d'alcool avec l'application Try Dry, le groupe Facebook, le blog et les posts sur les pages DryJanuaryFR.

Comment ça marche ?

La période initiale d'abstinence génère quatre effets clés qui relèvent tous de l'apprentissage par l'expérience directe :

- ▶ Elle permet aux participant·e·s de mieux comprendre les habitudes et les associations qu'ils ont développées au fil du temps – ils et elles apprennent que certaines personnes, certains lieux, certaines situations ou certaines émotions peuvent leur donner envie de boire, même si, consciemment, ils et elles n'en ont peut-être pas envie.
- ▶ Elle leur donne la possibilité de faire l'expérience pratique de relever ces défis – ils et elles apprennent de nouvelles tactiques et méthodes pour faire face à ces habitudes et, au final, prennent conscience qu'il est possible de ne pas boire dans ces situations.
- ▶ Elle permet aux personnes de faire l'expérience directe de précieux avantages physiques et émotionnels – notamment un regain d'énergie, un meilleur sommeil, une plus grande clarté d'esprit – elles apprennent ainsi que l'absence d'alcool peut avoir des effets bénéfiques concrets.
- ▶ Elle donne aux gens l'occasion de vivre différemment des situations où ils auraient auparavant automatiquement bu, par exemple en apprenant à apprécier davantage un divertissement lorsque leurs sens ne sont pas émoussés, en goûtant mieux la nourriture, en étant plus présents avec leur entourage, en ayant plus d'énergie pour faire de l'exercice et plus de temps pour lire ou poursuivre d'autres activités.

Concrètement, à qui ça s'adresse ?

Le Dry January s'adresse à toutes celles et tous ceux qui se questionnent sur le contrôle de leur consommation d'alcool et/ou qui ont développé des habitudes de consommation difficiles à changer, sans être alcoolodépendant·e·s.

Le Dry January cible toutes les personnes qui ont un intérêt à reprendre le contrôle de leur consommation d'alcool, qu'elles en soient conscientes ou non au début de la campagne. En effet, de nombreuses personnes ne réalisent pas avant la période initiale de la campagne (janvier) qu'elles ont développé

des habitudes qui les empêchent de contrôler leur consommation d'alcool. Cette prise de conscience peut avoir lieu en lisant des témoignages de personnes qui ont changé leurs habitudes ou en réalisant qu'elles ont du mal à ne pas boire.

Dans tous les cas, la campagne du Dry January les accompagne au moment où elles se rendent compte que leur relation avec l'alcool n'est peut-être pas aussi simple qu'elles le pensaient et leur fournit les outils nécessaires pour reprendre le contrôle.

• Pour les buveur·se·s légers

Dry January est également ouvert à toute personne qui n'a pas vraiment de problème avec sa consommation d'alcool mais qui souhaite simplement faire une pause. Ces personnes ne subiront peut-être pas un changement aussi fondamental à la suite de la campagne mais sont néanmoins susceptibles de ressentir un certain nombre de bénéfices à court terme.

• Pour les buveur·se·s physiquement dépendant·e·s

Dry January ne s'adresse explicitement pas aux personnes qui présentent un niveau de dépendance physique tel qu'il serait dangereux pour elles d'arrêter de boire sans suivi. La campagne comporte des messages clairs et cohérents à ce sujet.



Quel soutien pour les participant·e·s?

Cinq types de soutien différents sont fournis au cours du mois:

- Des messages de motivation pour continuer quand les choses se compliquent.
- Un discours compréhensif sur le fait qu'il est courant de trouver difficile de ne pas boire en normalisant les difficultés, en minimisant tout sentiment d'échec, de honte ou de stigmatisation.
- Des astuces, conseils et informations essentielles pour aider à surmonter les moments difficiles.
- Des témoignages de personnes qui ont fait ce parcours avant et qui peuvent donner un aperçu d'une manière différente de vivre voire d'une nouvelle identité possible.
- Un soutien social en mettant en avant le sentiment qu'il s'agit d'un processus collectif et que les participant·e·s ne sont pas seul·e·s.

Ces cinq types de soutien se poursuivent au-delà du mois, mais avec des messages évoluant pour refléter les changements vécus. Le développement d'une nouvelle identité est notamment plus fortement mis en avant après janvier. L'application Try Dry et le groupe Facebook sont particulièrement importants pour le soutien tout au long de l'année. L'application propose des badges et des objectifs qui encouragent les gens à définir leur propre définition du « succès ». Le groupe Facebook propose un dialogue profond et riche dans un espace non jugeant.

	MOTIVATION	NORMALISATION DES DIFFICULTÉS	TRUCS ET ASTUCES	MODÈLES ET IDENTIFICATION	SOUTIEN SOCIAL
App Try Dry	Suivi des progrès, informations immédiates sur les avantages, responsabilisation, badges, objectifs personnels	Liens vers le blog	Liens vers le blog	Liens vers le blog, objectifs personnels	Messages motivationnels
Blog	Histoires vraies de personnes qui ont surmonté les difficultés	Histoires vécues d'autres personnes confrontées aux mêmes défis	Articles inspirants et pratiques sur la façon de surmonter les difficultés	Des histoires vraies de personnes qui ont changé leur mode de vie	
Emails	Savoir que quelqu'un est au courant que vous participez	Apprendre que les fringales, les maux de tête, etc. sont normaux	Apprendre beaucoup de nouvelles astuces pratiques	Liens vers le blog	Liens vers le groupe Facebook
Réseaux sociaux	Rappels fréquents	Liens vers le blog	Liens vers le blog	Liens vers le blog	Sentiment d'appartenance
Groupe Facebook	Messages personnels d'autres personnes à votre intention	Messages des autres, messages personnels, publication de ses propres expériences et sentiments et être validé·e en retour	Messages des autres, messages personnels	Messages des autres, publication de ses propres expériences et sentiments	Messages des autres, messages personnels

Les résultats

Des évaluations externes indépendantes du Dry January ont été réalisées au Royaume-Uni en 2015, 2016, 2018 et 2019 avec plusieurs méthodes. Les principales conclusions sont les suivantes :

- Les personnes qui s'inscrivent au Dry January boivent généralement plus que la moyenne : ils ont au moment de l'inscription des scores AUDIT (« Alcohol Use Disorders Identification Test ») plus élevés que la population générale.
- La baisse de leur consommation d'alcool ne s'explique pas seulement par le fait que la mesure de référence est prise en décembre et que la mesure de comparaison est prise en juillet. Si la population générale constate une légère baisse du niveau de consommation entre décembre et juillet, les participant·e·s au Dry January enregistrent une baisse beaucoup plus importante de leur consommation d'alcool.
- Les personnes qui entreprennent le Dry January ont tendance à y trouver des bénéfices, qu'elles arrêtent complètement de boire ou non, ce qui indique que c'est l'engagement et la participation qui font la plus grande différence.
- Seuls 30 % des personnes qui tentent leur propre Dry January (sans s'inscrire) terminent le mois sans boire alors que 70 % des personnes qui s'inscrivent au Dry January officiel terminent le mois. Cela indique que le fait de s'inscrire et de bénéficier du programme de soutien associé multiplie par deux les chances de réussite au Dry January par rapport à un essai individuel.
- Plus de 80 % des personnes qui participent au Dry January ont le sentiment de mieux maîtriser leur consommation d'alcool à la fin du mois. La même proportion de personnes indiquent avoir réfléchi plus profondément à leur consommation.
- 60 % des personnes qui s'inscrivent et participent au Dry January continuent de boire moins six mois après.
- Les personnes qui s'inscrivent au Dry January font état d'un meilleur sommeil, d'une plus grande énergie et d'une meilleure concentration à la fin du mois de janvier et après six mois.
- Les personnes qui s'inscrivent au Dry January ont des scores d'auto-efficacité de refus de l'alcool significativement plus élevés, des scores AUDIT significativement plus bas et des scores significativement plus bas au questionnaire sur la motivation à boire un mois après et six mois après.
- Les participant·e·s au Dry January considèrent que les interventions de soutien de la campagne ont été un stimulus essentiel et ont contribué à leur changement. Ils et elles apprécient beaucoup l'application Try Dry, les blogs, les courriels, le site Web et les réseaux sociaux.

Le Dry January en France fera l'objet en 2024 du projet de recherche «JANOVER» qui permettra de mesurer l'impact de la campagne sur les consommations des participant·e·s dans le contexte français.

L'impact sur la société

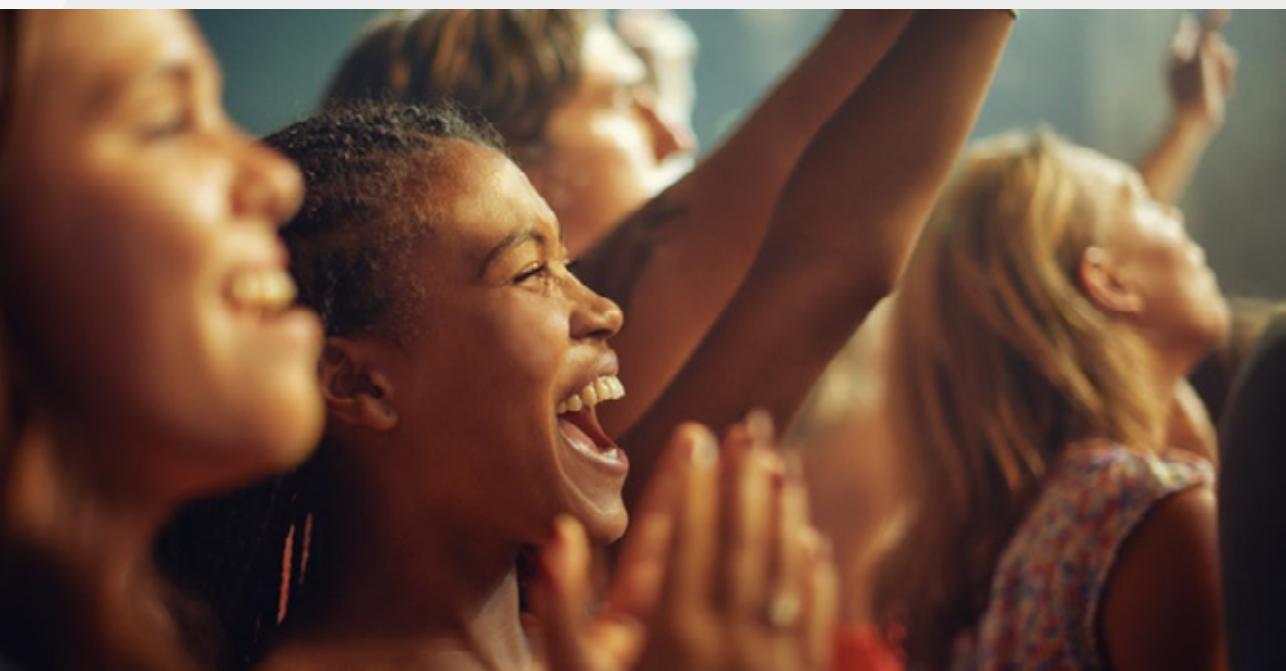
L'ambition de Dry January est d'aider des millions de personnes à changer leur parcours de consommation d'alcool.

Concrètement, il s'agit d'éviter à des personnes d'avoir à l'avenir besoin d'un traitement contre l'alcoolisme ou bien d'être hospitalisée à cause d'une maladie liée à l'alcool (maladie du foie, cancer, accident vasculaire cérébral, maladie cardiaque, etc.) ou d'une blessure (due à une violence alimentée par l'alcool ou à un accident dû à l'alcool). Le Dry January incite les personnes à contrôler leur consommation d'alcool et à réduire les risques liés à l'alcool au minimum.

Mais ce n'est pas tout: le Dry January participe également à améliorer les relations entre les personnes, leur rapport au travail et leur productivité. Il a un effet sur le bien-être mental et émotionnel par la réduction de l'incidence des maladies mentales ou tout simplement par le bien-être que procure le fait d'être plus maître de soi, plus heureux·se et d'avoir plus de temps et d'énergie.

Enfin, la campagne Dry January améliore aussi la vie de l'entourage des buveur·se·s, y compris leur famille et leur communauté.

Le Dry January profite à la société dans son ensemble, en raison de la réduction des coûts pour les systèmes de santé et de justice pénale.



POURQUOI DEVENIR PARTENAIRE DU DRY JANUARY ?

1 ▶ Participer à une campagne de santé publique qui fonctionne

L'alcool est la cause de près de 49 000 décès par an en France. Hors toutes les études sur le Dry January le montrent: les participant·e·s continuent de moins boire même plusieurs mois après janvier. Promouvoir le Dry January est une façon très concrète de réduire le nombre de décès liés à l'alcool en France.

2 ▶ Partager un message positif et empouvoirant

Si les dangers de l'alcool pour la santé sont la raison d'être du Dry January, la campagne n'est ni culpabilisante ni autoritaire. Bien au contraire, le message est avant tout positif et optimiste: il est possible de reprendre le contrôle sur sa consommation!

3 ▶ Prendre part à un mouvement international

Né en Grande-Bretagne, le Dry January est aujourd'hui présent dans une douzaine de pays. En France, il n'a cessé de gagner en popularité depuis 2020 et le nom «Dry January» est connue d'une majorité de la population. En devenant partenaire, vous pouvez utiliser le nom et la marque de cet élan collectif et contribuer à son succès.

4 ▶ Contribuer à changer les regards sur l'alcool

Si la participation au Dry January est un choix individuel, l'élan de la campagne est collectif: par les discussions et les débats qu'il provoque et les prises de conscience qu'il suscite, le Dry January contribue à interroger la place de l'alcool dans nos vies et dans la société.