DRY JANUARY®

FRANCE

À quelques mois de la présidentielle, le Dry January vient rappeler qu'une prévention alcool positive et efficace est possible

PARIS, LE 24 NOVEMBRE 2027 • Du 1er au 31 janvier 2027, le Dry January revient pour sa 8e édition ! Fondée sur la liberté de choix et l'absence de jugement, cette campagne populaire démontre qu'il est possible de faire de la prévention alcool en France… avec des résultats durables sur les consommations ! À quelques mois de l'élection présidentielle, le Dry January rappelle la nécessité de faire de la prévention des risques liés à l'alcool une véritable priorité de santé publique. Pourtant, malgré ses millions de participant·e·s et son efficacité scientifiquement documentée, le Dry January continue d'être porté principalement par la société civile, sans aucun soutien de l'État.

Le Dry January, une campagne de prévention qui a fait ses preuves

Depuis 2020, le Dry January invite les Françaises et les Français à faire une pause dans leur consommation d'alcool pendant le mois de janvier. Le principe est simple : essayer un mois sans alcool pour en ressentir les bénéfices, faire le point sur ses habitudes et, éventuellement, réduire durablement sa consommation. Sans jugement, sans culpabilisation et sans obligation de s'engager dans une abstinence définitive.

Avec plusieurs millions de participant·es chaque année, le Dry January s'est imposé comme la plus grande campagne de prévention des risques liés à l'alcool en France. Et surtout : elle fonctionne !

L'étude JANOVER, menée auprès de 2123 personnes ayant participé au Dry January en France, montre que **58 % des répondant·e·s déclarent avoir réduit leur consommation d'alcool huit mois après le défi**. Ces résultats montrent qu'une prévention positive, fondée sur l'accompagnement et la liberté de choix peut contribuer à changer durablement les habitudes de consommation.

Pour accompagner les participants, le Dry January met gratuitement à leur disposition plusieurs outils :

- L'application Try Dry pour suivre leurs progrès, disponible sur iPhone et Android.
- Des courriels de conseils et d'encouragements : il est prouvé que s'inscrire augmente de 40 % les chances de ne pas boire en janvier !
- Un groupe Facebook d'entraide.
- Le site dryjanuary.fr et les réseaux sociaux du Dry January (TikTok, Instagram, Facebook, Bluesky) qui rassemblent conseils et informations pratiques.

Réduire la consommation d'alcool : un objectif de santé publique à assumer

Cette nouvelle édition intervient à quelques mois de l'élection présidentielle alors que la question de l'alcool et de ses conséquences devrait occuper une place bien plus importante dans le débat public.

Car en plus de son impact sur la vie des Françaises et des Français (cancers, maladies cardiovasculaires et digestives, accidents), l'alcool représente **un coût social estimé de 102 milliards d'euros**. Il pèse lourdement sur notre système de santé, en mobilisant des moyens considérables pour les hospitalisations, les soins et la prise en charge de maladies.

Face à ce constat, **réduire la consommation d'alcool dans la population devrait constituer un objectif explicite et prioritaire des politiques publiques**. Non pas en culpabilisant les consommateurs, mais en développant une prévention efficace, accessible à tous et fondée sur les connaissances scientifiques.

…/…

Le Dry January démontre déjà qu'il est possible d'agir à grande échelle. Pourtant, malgré son succès et ses résultats, la campagne ne bénéficie d'aucun soutien de l'État depuis son lancement en 2020. Elle repose sur la mobilisation d'associations, de professionnels de santé, de collectivités et d'autres partenaires de la société civile.

À quelques mois de la présidentielle, ce paradoxe mérite d'être souligné : **la société civile porte déjà une campagne populaire qui contribue à réduire les consommations d'alcool, sans que les pouvoirs publics nationaux ne lui apportent leur soutien**. Le prochain quinquennat devra être l'occasion de faire de la réduction des consommations d'alcool une véritable priorité de santé publique, avec des objectifs clairs et des moyens à la hauteur des enjeux.

En janvier, un mois pour faire du bien à sa santé

Améliorer son sommeil, retrouver de l'énergie, faire des économies ou simplement prendre du recul sur ses habitudes : on a tous et toutes une bonne raison de faire une pause avec l'alcool !

Le Dry January est gratuit, volontaire et accessible à toutes et tous. Une campagne collective, sans jugement, qui permet à chacun·e de découvrir les bénéfices d'un mois sans alcool et de bénéficier d'outils de soutien et du dynamisme de millions d'autres participant·e·s !

LE DRY JANUARY EN CHIFFRES

- **4,5 millions de participant·e·s estimé·e·s au Dry January en 2024** selon l'étude JANOVER et 10 millions de personnes ayant arrêté ou réduit leur consommation en janvier 2026, selon un sondage Toluna Harris Interactive de 2026
- **58 % des participant·e·s interrogé·e·s déclarent boire moins huit mois après le Dry January** (JANOVER)
- **+40 % de chances de réussir son mois sans alcool en s'inscrivant à la campagne sur dryjanuary.fr** et en bénéficiant de son accompagnement.
- **0 € de financement de l'État** pour le Dry January depuis son lancement en France en 2020 !

ILS PARTICIPENT À LA CAMPAGNE

- **Organisations nationales :** Actions Traitements, Addiction Alcool Vie Libre, Aurore, Collectif Pair-Aidance Addiction, Entraid'Addict, FAGE (Fédération des associations générales étudiantes), Fédération Addiction, Fédération des acteurs de la solidarité, Fédération Promotion Santé, FPRH (Fédération nationale des pôles de référence et réseaux hépatites), MACIF, NORML France, Oppelia, Santé mentale France, SOS Hépatites et maladies du foie, Unhaj (Union nationale pour l'habitat des jeunes), Uniopss, UNPS (Union nationale de prévention du suicide).
- **Organisations locales et régionales :** Addiction Méditerranée, AFASER, ALiA, APS Contact, ARCA-Sud (Association régionale coordination addictologie), Arpade, Association Caminante, Association Montjoie, Association Tremplin 17, CAARUD L'Échange, Cedr'Agir, CEID Addictions, CHRU de Tours, CHU de Rouen, CICAT, CMSEA, CSAPA Adaje, CSAPA Equinoxe, Douar Nevez, Drog'Aide 61, Drogues et société, EPSM Val de Lys Artois Saint-Venant, Le Pélican, Sato Picardie.
- **Collectivités :** département de Seine-Saint-Denis, villes de Grenoble, Lyon, Marseille, Nantes, Paris, Strasbourg.

CONTACTS PRESSE

- **Collectif Pair-Aidance Addiction :** contact@pairaidanceaddiction.fr
- **Fédération Addiction :** Benjamin Tubiana Rey, responsable plaidoyer et communication 06 15 62 81 08 b.tubiana-rey@federationaddiction.fr
- **Fédération Promotion Santé :** Léa Mussillier l.mussillier@federation-promotion-sante.org
- **FPRH (Fédération nationale des pôles de référence et réseaux hépatites) :** Frédéric Chaffraix, vice-président chargé de la communication, 06 62 80 53 74 frederic.chaffraix@fprh.fr
- **SOS Hépatites et maladies du foie :** Selly Sickout, directrice, direction@soshepatites.org 01 43 67 26 40
- **Uniopss :** Valérie Mercadal, directrice de la communication 01 53 36 35 06 vmercadal@uniopss.asso.fr