



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

18 décembre 2025

Ensemble faisons une pause avec l'alcool !

Défi de janvier 2026 : un Français sur deux qui consomme de l'alcool se dit prêt à faire une pause

Faire une pause après les fêtes, se sentir mieux, reprendre la main sur sa consommation, relever un défi personnel ou collectif... En janvier 2026, des millions de Français s'apprêtent à relever le Défi de janvier, devenu en quelques années un rendez-vous incontournable de santé publique. Selon une enquête nationale Toluna Harris Interactive menée pour le compte du collectif associatif portant la campagne, plus d'un Français sur deux connaît aujourd'hui le Défi de janvier, et une large part de celles et ceux qui boivent de l'alcool déclarent envisager d'y participer début janvier.

Une campagne désormais bien identifiée par les Français

Le Défi de janvier est aujourd'hui largement installé dans le paysage français. Selon l'enquête Toluna Harris Interactive, plus d'un Français sur 2 (55 %) déclarent avoir déjà entendu parler du Défi de janvier, dont 37 % savent précisément de quoi il s'agit. Malgré l'absence de soutien public, la campagne française est aujourd'hui bien installée, et quasiment aussi bien identifiée que son pendant britannique (63% des Français affirment connaître le "Dry January").

Cette prise de pouls auprès des Français confirme que cette opération de santé publique visant à faire une pause avec l'alcool en janvier **est devenue une référence collective**, fondée sur une approche positive, volontaire et non stigmatisante.

En janvier 2026, une réelle envie de faire une pause - notamment chez les jeunes

Au-delà de la notoriété, l'étude met en lumière une forte intention de tester une pause avec l'alcool et d'en mesurer les effets dans son quotidien. Parmi les 82% de Français qui consomment de l'alcool, **un sur deux (50 %) déclare envisager de participer au Défi de janvier en 2026**. Concrètement, 31 % envisagent de ne pas boire d'alcool du tout pendant le mois de janvier et 19 % prévoient de réduire significativement leur consommation, tout en se laissant la possibilité de boire occasionnellement.

Cette dynamique est particulièrement marquée chez les jeunes adultes : **72 % des moins de 35 ans déclarent envisager de relever le défi**, contre 39 % des plus de 50 ans. Un écart générationnel qui illustre une évolution sociétale du rapport à l'alcool, notamment chez les nouvelles générations, plus enclines à questionner leurs habitudes de consommation.

Santé, bien-être, défi personnel... des motivations très concrètes

Après les excès et la fatigue des fêtes de fin d'année, le Défi de janvier apparaît pour beaucoup comme une façon simple et accessible de repartir sur de meilleures bases. Ce défi répond en effet à des préoccupations

immédiates, partagées par une large partie de la population. Ainsi parmi les Français qui envisagent de participer :

- **56 % souhaitent avant tout améliorer leur santé et leur bien-être,**
- **44 % veulent faire une pause après les fêtes de fin d'année,**
- 38 % évoquent un défi personnel,
- 36 % y voient aussi un moyen de faire des économies.

Chez les plus jeunes, le Défi de janvier prend également une dimension sociale et collective : **1 Français sur 4 (26 %) de moins de 35 ans déclare vouloir relever le défi avec des amis, contre 18 % en moyenne.** Une façon de faire de cette pause avec l'alcool non pas un renoncement, mais un moment partagé, soutenu et valorisé.

Pour plus d'un Français sur 2, la santé reste la principale motivation à relever le défi.

Limiter sa consommation d'alcool pendant un mois apporte en effet des bénéfices prouvés aux participants du Défi de janvier : selon les données de l'étude SF2A¹ menée en 2024, 70 % ressentent une amélioration de leur bien-être psychologique et 60 % constatent une amélioration durable de leur sommeil.

A propos du Défi de Janvier, une grande campagne de santé publique portée par la société civile

En France, le Défi de Janvier est porté depuis 2020 par un large collectif associatif, engagé pour une prévention alcool accessible, positive et bienveillante : Addict'AIDE, Association Addictions France, CAMERUP, Fédération Française d'Addictologie, France Assos Santé, France Patients Experts Addictions, Ligue contre le cancer, SF2A, RESPADD.

À l'image d'Octobre Rose ou du Mois Sans Tabac, le Défi de janvier s'impose aujourd'hui comme une campagne de santé publique majeure en France, qui invite chacune et chacun à questionner sa consommation d'alcool, sans jugement ni culpabilité, et à avancer à son propre rythme.

L'étude Toluna Harris Interactive

Enquête réalisée en ligne du 10 au 12 décembre 2025, auprès de 1 201 personnes représentatives de la population française âgée de 18 ans et plus. Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, région et taille d'agglomération de l'interviewé(e).

Pour en savoir plus : defi-de-janvier.fr

Contacts presse - Agence OXYGEN

L'équipe Oxygen reste à votre disposition pour toutes demandes presse, y compris les weekends et jours fériés, via une adresse mail unique : 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

¹ Enquête scientifique Défi de janvier 2025, réalisée auprès d'un échantillon de 770 personnes qui ont relevé le défi, sur la période allant du 1er au 31 mars 2025 - GRAP/Inserm/SF2A