

À la une En continu | Paris & Île-de-France ▾ Faits divers Politique International Économie Société Sports Culture Étudiant Vidéos Guide d'achat Jardin

Société, Santé

« L'idée est ultra-positive » : mais au fait, comment le Dry January est-il arrivé en France ?

Par Véronique Hunsinger

Le 2 janvier 2026 à 06h35



Quatre semaines sans boire d'alcool, une bonne résolution dont les bénéfices sont scientifiquement prouvés. LP/Frédéric Dugit

[Offrir cet article](#) [Réagir](#) [Enregistrer](#) [Partager](#)
[Écouter l'article](#)

00:00/00:00

Inspiré d'un concept britannique né en 2013, ce mouvement qui consiste à ne pas consommer d'alcool en janvier s'est décliné en France sous plusieurs formes. Ses bénéfices scientifiquement prouvés incluent amélioration du sommeil, perte de poids et baisse de la tension artérielle.

L'idée a longtemps fait partie des bonnes résolutions rarement tenues du jour de l'An. Mais les choses sont en train de changer : arrêter ou, au moins, faire tendre vers zéro sa consommation d'alcool en janvier est désormais une tendance en plein essor, surtout chez les jeunes. Sauf qu'entre le « Dry January », « le défi de janvier » et autre « janvier sobre », pas facile de s'y retrouver.

D'autant plus que les pouvoirs publics sont aux abonnés absents. En effet, toutes les initiatives sont venues de médecins, d'association voire de simples citoyens. En France, les Bretons ont été les premiers à se lancer, en 1984, le « défi brestois » : trois jours sans alcool... au mois de mai.

« Réinitialiser sa relation avec l'alcool »

Il faut remonter à une époque bien plus lointaine pour retrouver les vrais pionniers. En janvier 1942, la Finlande en plein conflit avec l'URSS voisine appelle sa population, au travers d'une campagne de presse, à arrêter la boisson pour soutenir l'effort de guerre. Le « Raitis Januar » deviendra ensuite une habitude.

Newsletter Carnet de Santé

La médecine qui vous concerne


[Inscrivez-vous](#) [Toutes les newsletters](#)

Autre temps, autres mœurs : en janvier 2013, la fondation britannique Alcohol Change UK invente le « Dry January » tel que nous le connaissons aujourd'hui. Dans un pays où les cuites du week-end font des ravages, prôner une abstinenence totale pendant 31 jours revêt un sens particulier. C'est un moyen de « réinitialiser sa relation avec l'alcool » promettent ses initiateurs.

Une intuition rapidement confirmée par la science : selon des chercheurs de l'université du Sussex, après un mois à sec, on ne constate pas de rebond de la consommation mais au contraire une reprise à un niveau beaucoup plus raisonnable qu'avant.

Défi de janvier

C'est comme ça que le concept a fait des petits. Au Québec et en Belgique, on est malin : c'est le plus court mois de l'année, février, qui est choisi. En France, des associations de médecins et de patients invitent dès 2018 la population à « tester un mois sans alcool, pour voir comment on se sent, sans pression ni jugement ». L'application britannique « Try dry », un agenda sur smartphone qui permet de compter ses jours d'abstinence, est traduite par la Fédération Addiction.

Une transposition littéraire parfois reprochée par ceux qui arguent que les Français ne boivent pas de la même façon que les Anglo-Saxons. En réponse, un collectif sous la houlette de la société française d'alcoologie et d'addictologie met en place le « défi de janvier », en bon français.

La campagne se décline sous la forme d'un site Internet, d'affiches pour les salles d'attente des médecins ou les pharmacies et d'une application pour smartphone, Mydéfi. Cette dernière permet de recevoir un accompagnement personnalisé selon ses habitudes. On notera d'ailleurs que l'abstinence brute est déconseillée aux personnes dépendantes à l'alcool.

« C'est tout l'inverse des campagnes de santé publique classique »

Le défi s'adresse donc surtout aux buveurs réguliers et l'idée reste la même : essayer de relever le challenge du zéro verre. « C'est tout l'inverse des campagnes de santé publique classique où on énumère plein de risques, fait valoir le professeur Mickael Naassila, président de la Société française d'alcoologie. Au contraire, l'idée est ultra-positive puisqu'on propose d'essayer quelque chose et d'en constater les bienfaits. Et comme tout défi, c'est juste un objectif, même si on ne le réussit pas complètement, on peut quand même en tirer des bénéfices. »

Vidéo « C'est deux fois un mois normal » : avec le « dry January » les ventes des vins et spiritueux sans-alcool s'envolent



« C'est deux fois un mois normal » : avec le « dry January » les ventes...

DAILYMOTION

3:17

Lire la suite

Partager

Imprimer

Envoyer à un ami

Envoyer à un collègue

Envoyer à un client

Envoyer à un fournisseur

Envoyer à un partenaire

Envoyer à un associé

Envoyer à un employeur

Envoyer à un supérieur

Envoyer à un étudiant

Envoyer à un enseignant

Envoyer à un collègue enseignant

Envoyer à un étudiant enseignant

Envoyer à