



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

5 février 2026

Ensemble faisons une pause avec l'alcool !

Défi de janvier 2026, une réussite collective

1 Français sur 3 consommant de l'alcool l'a relevé cette année

Le Défi de janvier s'impose, au fil des années, comme un rendez-vous majeur de santé publique en France. En janvier 2026, des millions de Français ont ainsi participé à cette initiative, motivés par des objectifs variés : faire une pause après les fêtes, améliorer leur bien-être, ou encore mieux comprendre leur rapport à l'alcool et ainsi mieux se connaître. Selon l'enquête nationale menée par Toluna Harris Interactive pour le collectif associatif porteur de la campagne, la notoriété du Défi de janvier est désormais sans appel : 1 Français sur 3, consommateurs d'alcool, a relevé le défi en ce début d'année. Et les résultats parlent d'eux-mêmes, puisque plus de 80% des participants affirment que le challenge leur a permis de prendre conscience de la place de l'alcool au sein de la société... et se sentent désormais davantage capables de refuser un verre proposé.

Une mobilisation massive qui confirme l'ancrage du Défi de janvier chez les Français

En janvier 2026, le Défi de janvier a **franchi un cap**. Loin d'être un simple temps fort médiatique ou un engagement d'intention, il s'est traduit par une participation réelle et mesurable des Français qui consomment de l'alcool. Selon l'enquête nationale menée par Toluna Harris Interactive pour le collectif associatif porteur de la campagne, **29 % des Français ayant l'habitude de consommer de l'alcool — soit plus de 8 Français sur 10 — déclarent avoir participé au Défi de janvier cette année**.

Derrière ce chiffre, ce sont des pratiques concrètes et assumées qui émergent. Près de la moitié des participants ont fait le choix d'une abstinence totale pendant tout le mois de janvier, tandis que d'autres ont engagé une réduction volontaire de leur consommation. 13 % des consommateurs d'alcool déclarent ainsi n'avoir pas bu depuis le 1er janvier, et 13 % supplémentaires indiquent avoir réduit leur consommation tout en s'autorisant ponctuellement des exceptions. Cette diversité des parcours confirme que **le Défi de janvier n'impose pas un modèle unique**, mais propose un cadre collectif dans lequel chacun peut expérimenter, questionner et ajuster sa relation à l'alcool.

Des bénéfices santé ressentis rapidement, dès le premier mois

Cette mobilisation s'accompagne d'effets tangibles sur la santé et le bien-être. Dès la fin du mois de janvier, **42 % des participants déclarent une amélioration de leur bien-être et 40 % celle de leur sommeil**. Ces bénéfices sont encore plus fréquemment observés chez les participants ayant totalement interrompu leur consommation d'alcool pendant le mois, soulignant l'impact direct d'une pause, même temporaire.

Au-delà de ces effets immédiats, l'étude met en lumière des évolutions positives sur d'autres dimensions du quotidien, telles que **l'humeur, la concentration ou les relations avec l'entourage**, renforçant l'idée qu'une réduction de la consommation d'alcool peut produire des bénéfices globaux, perceptibles à court terme.

Une remise en question durable de la place de l'alcool dans la société, notamment chez les jeunes

Le Défi de janvier 2026 confirme surtout son rôle central dans l'évolution des normes sociales. À l'issue de leur participation, **plus de 8 participants sur 10 estiment que le Défi leur a permis de réfléchir à la place de l'alcool dans la société**, tandis que 81 % se sentent désormais plus à l'aise pour refuser un verre proposé. 83 % affirment également avoir pris conscience qu'ils étaient capables de réduire, voire d'arrêter leur consommation d'alcool, un indicateur fort de reprise de contrôle et d'autonomie.

Cette dynamique apparaît particulièrement marquée **chez les plus jeunes générations**, qui s'approprient largement les outils d'accompagnement proposés : un tiers des participants indique ainsi avoir utilisé une application mobile dédiée au Défi de janvier, une pratique principalement portée par les moins de 35 ans (à 50%), révélatrice d'une approche plus outillée et plus collective de la réduction de la consommation d'alcool.

En donnant à des millions de Français l'occasion d'expérimenter une pause, le Défi de janvier confirme finalement qu'une autre relation à l'alcool est non seulement possible, mais déjà à l'œuvre.

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 27 au 29 janvier 2026, auprès de 1 026 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