

pour



Ensemble faisons une pause avec l'alcool !

Une campagne organisée par : Addict'AIDE, Association Addictions France, Camerup, Fédération Française d'Addictologie, France Assos Santé, France Patients Experts Addictions, Ligue contre le cancer, RESPADD et Société Française d'Alcoologie et d'Addictologie.

Les Français et le Défi de janvier

Qui envisage de participer au Défi de janvier ?
Pour quelles raisons ?

Décembre 2025

Magalie Gérard, Directrice adjointe du Département Politique – Opinion
Rémy Broc, Chef de groupe au Département Politique – Opinion



Méthodologie d'enquête P.3

1 Notoriété du Défi de janvier P.6

2 Participation au Défi de janvier et leviers de la motivation P.9

Méthodologie d'enquête



Terrain

Enquête réalisée en ligne du 10 au 12 décembre 2025.



Echantillon

Échantillon de **1 201** personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.



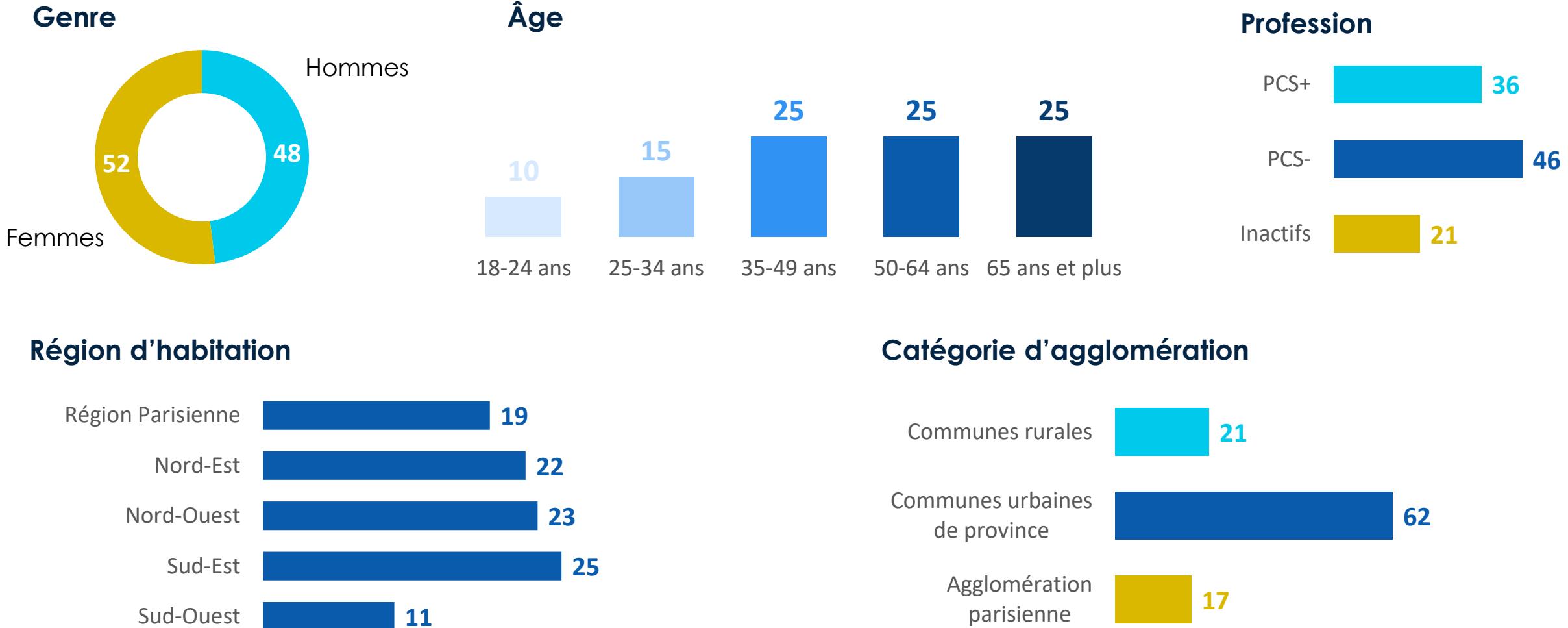
Quotas

Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, région et catégorie d'agglomération de l'interviewé(e).



Aide à la lecture des résultats détaillés :

- Les chiffres présentés sont exprimés en pourcentage.
- Les chiffres en italique sont ceux qui apparaissent significativement au-dessus de la moyenne.



Base : A tous, en %

Intervalle de confiance



L'intervalle de confiance (parfois appelé « marge d'erreur ») permet de déterminer la confiance qui peut être attribuée à une valeur, en prenant en compte la valeur observée et la taille de l'échantillon. Si le calcul de l'intervalle de confiance concerne les sondages réalisés avec la méthode aléatoire, il est communément admis qu'il est proche pour les sondages réalisés avec la méthode des quotas.

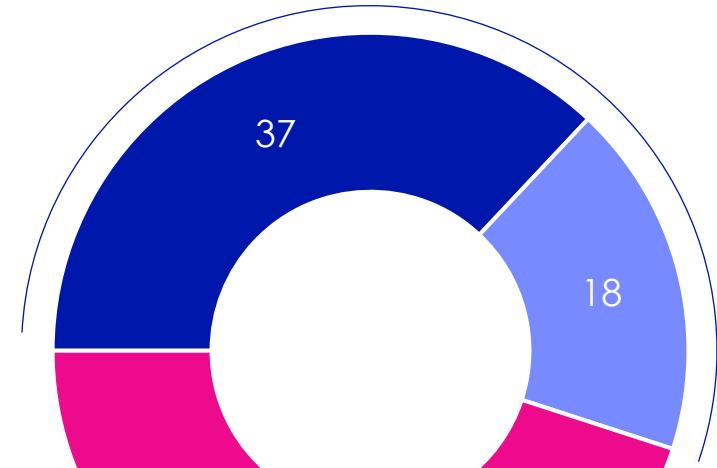
Taille de l'échantillon	5% ou 95%	10% ou 90%	20% ou 80%	30% ou 70%	40% ou 60%	50%
100 interviews	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10
200 interviews	3,1	4,3	5,7	6,5	6,9	7,1
300 interviews	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400 interviews	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500 interviews	2,0	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600 interviews	1,8	2,4	3,3	3,8	4,0	4,1
800 interviews	1,5	2,1	2,8	3,2	3,4	3,5
1 000 interviews	1,4	1,8	2,5	2,9	3,0	3,1
2 000 interviews	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,3
3 000 interviews	0,8	1,1	1,5	1,7	1,8	1,8
4 000 interviews	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
6 000 interviews	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4

Note de lecture : dans le cas d'un échantillon de 1 000 personnes, si le pourcentage mesuré est de 10%, la marge d'erreur est égale à 1,8. Il y a donc 95% de chance que le pourcentage réel soit compris entre 8,2% et 11,8% (plus ou moins 1,8 point).

Notoriété du Défi de janvier

Un peu plus de la moitié des Français déclarent avoir entendu parler du Défi de janvier, plus d'un tiers affirment même savoir précisément ce dont il s'agit

Ont entendu parler du Défi de janvier : 55

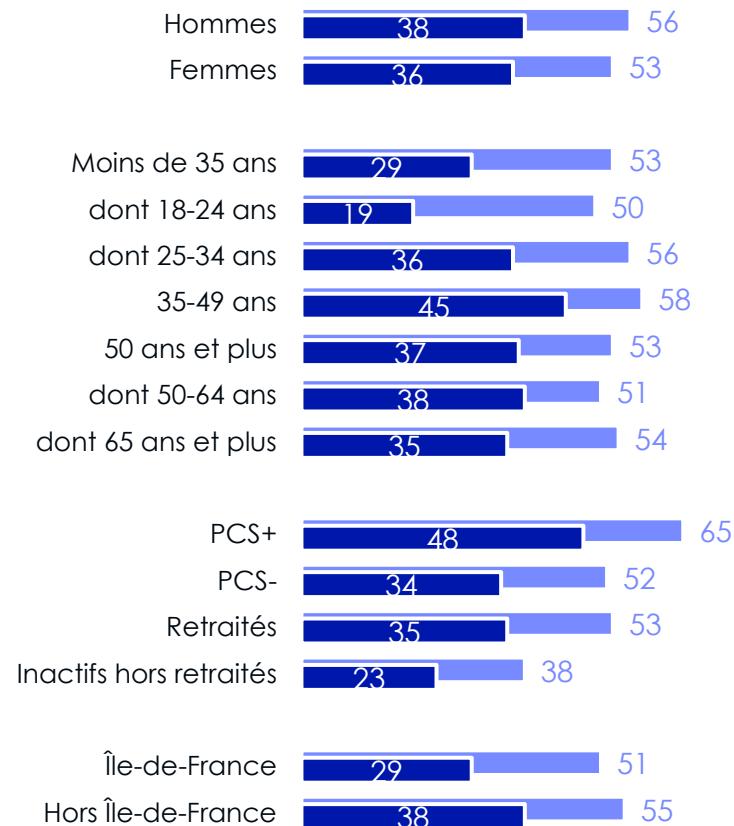


- Oui, vous savez précisément ce dont il s'agit
- Oui, mais vous ne savez pas précisément ce dont il s'agit
- Non, jamais

Avez-vous déjà entendu parler du « Défi de janvier » ?

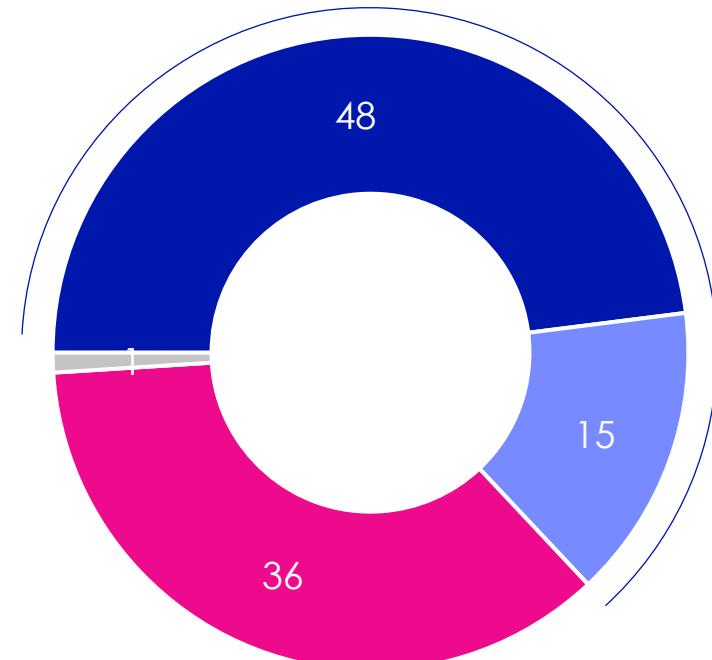
Base : A tous, en %

En % de : Ont entendu parler du Défi de janvier /
Oui, vous savez précisément ce dont il s'agit



Près de 2 Français sur 3 déclarent qu'ils ont entendu parler du Dry January, dont 48% affirment même savoir précisément ce dont il s'agit. Une notoriété qui apparaît plus importante auprès des catégories sociales supérieures et des consommateurs d'alcool.

Ont entendu parler du Dry January : 63



- Oui, vous savez précisément ce dont il s'agit
- Oui, mais vous ne savez pas précisément ce dont il s'agit
- Non, jamais
- Ne se prononce pas

Avez-vous déjà entendu parler du « Dry January » ?

Base : A tous, en %

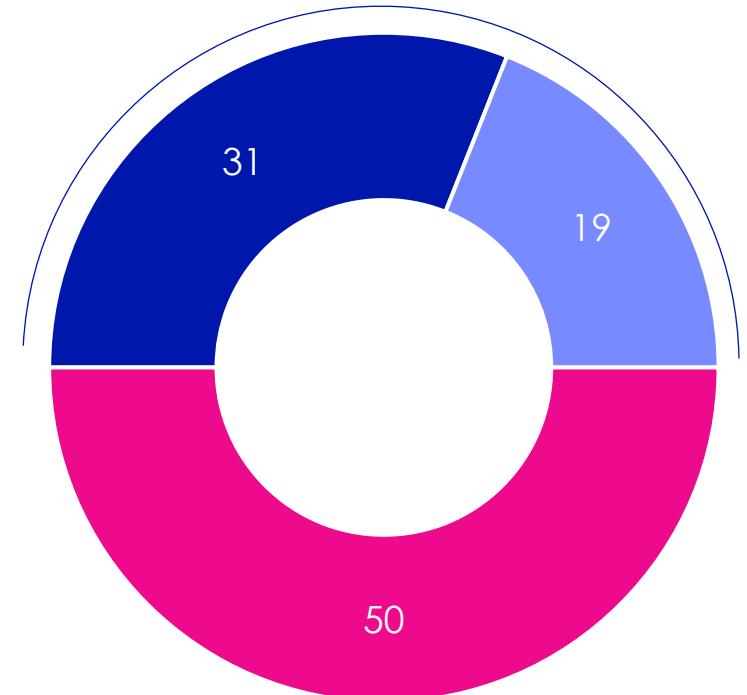
En % de : Ont entendu parler du Dry January /
Oui, vous savez précisément ce dont il s'agit

Hommes	48	65
Femmes	48	62
Moins de 35 ans	39	60
dont 18-24 ans	25	51
dont 25-34 ans	49	67
35-49 ans	60	73
50 ans et plus	46	60
dont 50-64 ans	49	62
dont 65 ans et plus	44	59
PCS+	62	76
PCS-	44	63
Retraités	44	58
Inactifs hors retraités	33	47
Île-de-France	45	61
Hors Île-de-France	49	64

Participation au Défi de janvier et leviers de la motivation

La moitié des Français qui consomment de l'alcool, ne serait-ce qu'occasionnellement, déclarent qu'ils envisagent de participer au Défi de janvier. Parmi eux, une majorité relative envisage de ne pas du tout boire d'alcool au cours du mois de janvier 2026, en particulier les plus jeunes.

Envisagent de participer au Défi de janvier : 50



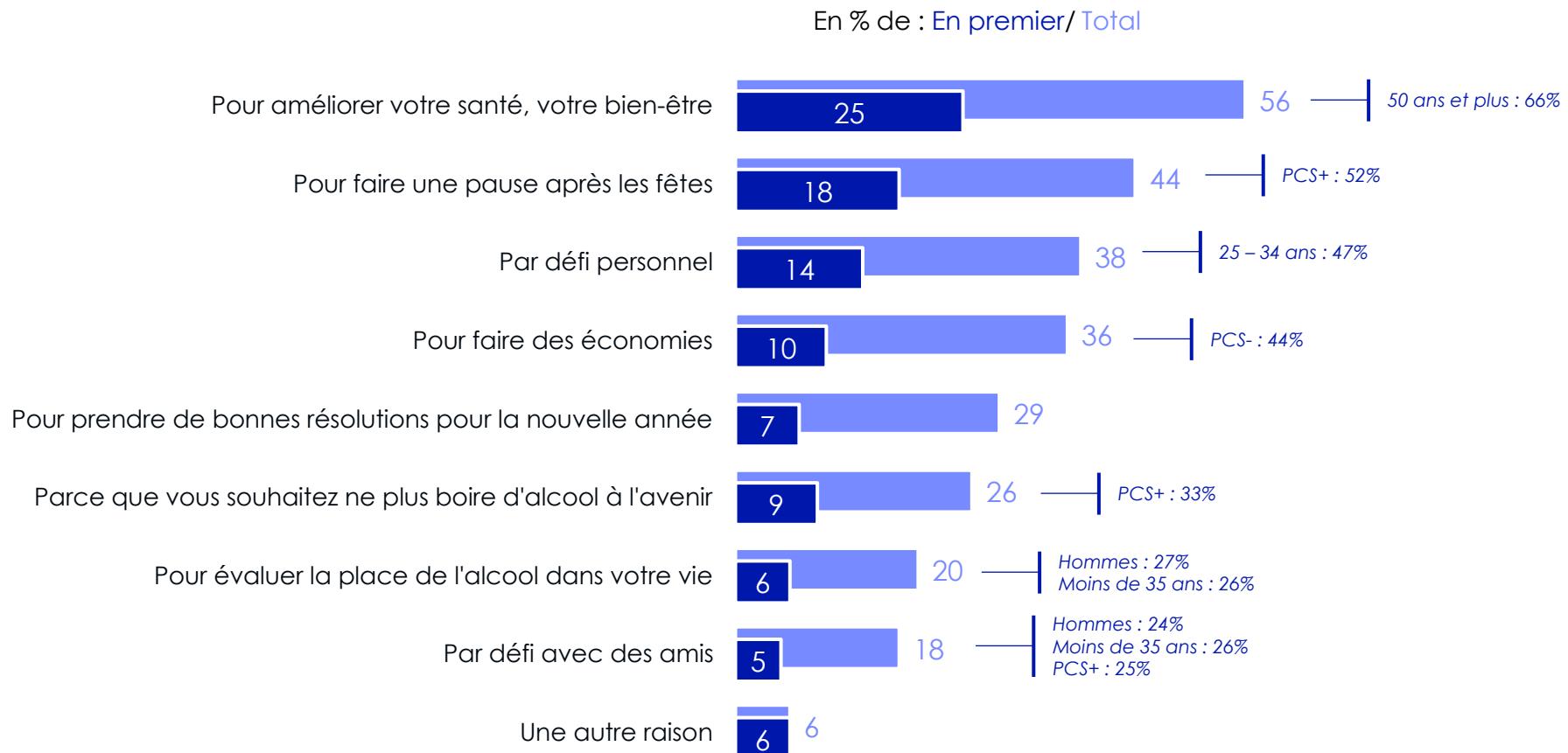
- Oui, vous envisagez de ne pas du tout boire d'alcool au cours de mois
- Oui, vous envisagez de réduire significativement votre consommation habituelle mais de boire un peu d'alcool occasionnellement
- Non, vous n'envisagez pas de diminuer votre consommation habituelle d'alcool

Entre le 1er et le 31 janvier, de nombreuses personnes décident de passer un mois sans consommer de boissons alcoolisées. Il s'agit du « Défi de janvier » (ou « Dry January » en anglais). Vous-même, envisagez-vous de participer à ce défi et de ne pas boire d'alcool entre le 1er et le 31 janvier 2026 ?
 Base : Aux consommateurs d'alcool (soit 82% de l'échantillon), en %

En % de : Envisagent de participer au Défi de janvier / dont envisagent de ne pas boire du tout d'alcool

Hommes	29	49
Femmes	33	51
Moins de 35 ans	50	72
dont 18-24 ans	57	76
dont 25-34 ans	46	69
35-49 ans	30	52
50 ans et plus	23	39
dont 50-64 ans	24	40
dont 65 ans et plus	22	38
PCS+	34	54
PCS-	37	56
Retraités	21	38
Inactifs hors retraités	37	58
Île-de-France	33	51
Hors Île-de-France	31	50

Les motivations qui poussent les Français à envisager de participer au Défi de janvier sont multiples. En priorité ils affirment qu'ils souhaitent améliorer leur santé et faire une pause après la période des fêtes de fin d'année.



Quelles sont les raisons principales pour lesquelles vous envisagez de participer au Défi de janvier en janvier 2026 ? - Trois réponses possibles
 Base : Aux consommateurs d'alcool qui envisagent de participer au Défi de janvier, en %



toluna



**harris
interactive**

a toluna company

Contacts Toluna – Harris Interactive en France :

Jean-Daniel Lévy

Directeur délégué – Stratégies politiques et d'opinion

jdlevy@toluna.com

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée des éléments techniques suivants : le **nom de l'institut**, le **nom du commanditaire** de l'étude, la **méthode d'enquête**, les **dates de réalisation** et la **taille de l'échantillon**.

Copyright © Toluna

All rights reserved. Nothing from this report is allowed to be multiplied, to be stored in an automated file, or to be made public electronically, mechanically, by photocopies, recording or any other manner, without written consent of Toluna.