

Elections municipales 2026

Promouvoir la prévention et des environnements favorables à la santé



Action n°11

Devenir partenaire du Défi de janvier et mener des actions de communication et des événements pour promouvoir cette campagne de prévention grand public





Devenir partenaire du Défi de janvier et mener des actions de communication et des événements pour promouvoir cette campagne de prévention grand public



Quel est le problème ?

Si la vente et l'usage d'alcool ont nettement diminué depuis les années 60, **la France demeure l'un des pays dont la vente d'alcool par habitant reste la plus élevée**. En 2024, elle arrive ainsi en septième position parmi les 49 Etats suivis par l'OCDE, avec un taux de 10,4 litres d'alcool pur vendus par personne de plus de 15 ans par an [1].

Dans son dernier rapport de l'OFDT [2] alerte sur « une tendance longue, portée par les nouvelles générations d'adultes, de reconfiguration de la manière avec laquelle les Français consomment de l'alcool : **la consommation est moins souvent quotidienne et plus souvent marquée par des comportements d'alcoolisation intensive ponctuelle** ». Cette tendance est encore plus nette chez les jeunes [3] : 36,6% d'entre eux ont connu au moins une alcoolisation ponctuelle importante au cours du dernier mois et 7,2% au moins 10 !

L'agence Santé Publique France a établi en 2017 des repères de consommation à moindre risque, visant à limiter les méfaits de l'alcool sur la santé. Pour autant, le Baromètre de Santé Publique France [4] indique qu'en 2021, **22% des 18-75 ans dépassaient ces repères de consommation à moindre risque**, preuve d'une communication encore insuffisante sur ces repères et de la banalisation des **consommations excessives**.

La science établit aujourd'hui nettement qu'une consommation d'alcool n'est jamais sans danger pour la santé, et ce quelle que soit la quantité consommée. Les enquêtes et baromètres récents montrent également qu'une part importante de la population est dans un mésusage de l'alcool sans être dépendante.

[1] [Consommation d'alcool](#) - OCDE

[2] [La consommation d'alcool et ses conséquences en France en 2023](#) - OFDT

[3] [Les drogues à 17 ans, analyses régionales - Enquête Escapad 2022](#) - OFDT

[4] [Consommation d'alcool : part d'adultes dépassant les repères de consommation à moindre risque à partir des données du baromètre de Santé publique France 2021](#) - Santé publique France



Devenir partenaire du Défi de janvier et mener des actions de communication et des événements pour promouvoir cette campagne de prévention grand public



Les leviers de mise en œuvre pour les élus



Devenir partenaire officiel du Défi de janvier et organiser des actions tout au long du mois de janvier : campagne de communication grand public (par affichage et sur les réseaux), actions d'aller-vers, organisation de concours de mocktails, guide des caves et restaurants proposant une offre « sans alcool »... Les possibilités sont multiples et les associations à l'organisation de la campagne seront mobilisées pour accompagner les élu·es dans leur réalisation.

Le Défi de janvier, une mobilisation collective de prévention santé

Le Défi de janvier, c'est un moment de mobilisation collective de prévention pour sa santé, qui concerne le 2ème facteur de mortalité évitable (41 000 morts par an) après le tabac lié à plus de 200 maladies et qui est responsable de très nombreuses hospitalisations.

Cela consiste à faire une pause en janvier sur la consommation d'alcool, de manière volontaire. Cette pause dans la consommation d'alcool permet d'éprouver les bénéfices immédiats qu'on en retire pour son bien-être, mais aussi de réaliser concrètement la place de l'alcool dans notre vie sociale, professionnelle, amicale, amoureuse. Les sollicitations pour boire de l'alcool sont nombreuses, et c'est une période où on apprend à les gérer. C'est plus facile de le faire quand on participe et se réclame d'un vaste mouvement collectif : « **En ce début d'année, je participe au Défi de Janvier donc, je ne bois pas d'alcool, comme plusieurs millions de personnes** ».



Devenir partenaire du Défi de janvier et mener des actions de communication et des événements pour promouvoir cette campagne de prévention grand public



Exemples de mise en oeuvre

Amiens, Brest, Grenoble, Lyon, Marseille, Nantes, Paris ou encore Strasbourg... **Plusieurs municipalités ont accepté de relever le Défi en soutenant la campagne et en organisant des événements festifs et ludiques tout en sensibilisant les citoyens sur les bienfaits de diminuer leur consommation d'alcool :**

Grenoble

Engagée de longue date pour soutenir le Défi de janvier, **la ville de Grenoble** propose plusieurs types d'actions pendant tout le mois de janvier :

- Une grande campagne de communication grand public avec un accent sur la jeunesse, avec de l'affichage et des publications sur les réseaux sociaux, mais aussi une sensibilisation des responsables d'établissement de bars avec un courrier de sensibilisation au Défi et la mise à disposition d'une affiche et de la recette de mocktail créée par le service Protocole.
- Tous les événements organisés par la Ville en janvier sont sans alcool : un mocktail créé par le service Protocole et Mémoire est utilisé pour les réceptions de la Ville.
- Des actions d'aller-vers : des interventions auprès des jeunes avec un stand sur le campus en partenariat avec le Centre de Santé Universitaire ; de l'aller-vers en milieu festif public sur les terrasses des bars et des cafés les jeudis soirs tout au long de l'année, avec un focus sur l'alcool pendant le mois de janvier, une soirée avec concert, ateliers et jeux de sensibilisation sur l'alcool ; des interventions auprès de publics précaires, avec des ateliers/jeux dans des centres d'hébergement du Centre communal d'action sociale (CCAS).

Tous les événements sont réalisés par le Service de Promotion de la Santé, avec une approche ludique et qui favorise les échanges, sans culpabiliser les participant·es, qu'ils souhaitent participer au Défi de janvier ou non. L'objectif est aussi de parler de la culture de l'alcool et du sentiment des participant·es vis-à-vis de l'alcool, sans forcément changer leurs habitudes si elles et ils ne le souhaitent pas.



Devenir partenaire du Défi de janvier et mener des actions de communication et des événements pour promouvoir cette campagne de prévention grand public

Paris

« Pari(s) sans alcool » : pour clôturer le Défi de janvier 2025, la Ville de Paris a organisé un concours du meilleur mocktail pour désigner la meilleure boisson sans alcool de la capitale. Étudiants, clubs et établissements de nuit ont ainsi pu relever le défi devant un jury de renom composé de journalistes, de créateurs de contenus et du président d>Addictions France. Deux tables rondes ont été organisées à cette occasion pour échanger autour du sans alcool et des bienfaits sur la santé, avant de terminer sur une dégustation du meilleur cocktail sans alcool. Cet événement a permis de sensibiliser le grand public au sujet de l'alcool et à en dénормaliser la consommation, de manière ludique et festive. Un guide du « Paris sans alcool » recensant les adresses de caves, bars, restaurants proposant une offre de boissons sans alcool a également été édité pour l'occasion !

Partenariat possible pour mener des actions conjointes

Avec les associations impliquées dans l'organisation du Défi de janvier :



Addict'AIDE
LE VILLAGE DES ADDICTIONS





Devenir partenaire du Défi de janvier et mener des actions de communication et des événements pour promouvoir cette campagne de prévention grand public

RESSOURCES



Site du Défi de janvier
 Site de la campagne où retrouver les principales informations ainsi qu'un kit de communication



Application mydefi

Parce qu'il est essentiel d'être bien accompagné lorsqu'on relève un défi, l'application mydefi est un rendez-vous quotidien pour renforcer sa motivation et augmenter ses chances d'atteindre ses objectifs. L'appli permet de suivre ses progrès et victoires, et de recevoir de nombreux conseils et encouragements d'experts.

A propos de France Assos Santé

L'Union nationale des associations agréées d'usagers du système de santé (UNAASS) dite France Assos Santé a été créée en mars 2017 dans la continuité d'une mobilisation de plus de 20 ans pour construire une représentation des usagers interassociative. Organisation de référence pour défendre les intérêts des patients et des usagers du système de santé, sa mission est inscrite dans le Code de la santé publique (loi du 26 janvier 2016). Forte d'un maillage territorial de 18 délégations régionales (URAASS), elle regroupe près de 100 associations nationales et plusieurs centaines d'associations régionales qui agissent pour la défense des droits des malades, l'accès aux soins pour tous et la qualité du système de santé. Elle forme les 6 000 représentants des usagers qui siègent dans les instances hospitalières, de santé publique ou d'assurance maladie. Elle prend une part active dans le débat public et porte des propositions concrètes auprès des acteurs institutionnels et politiques pour améliorer le système de santé.



[Défendre vos droits](#)

[Vous représenter](#)

[Agir sur les lois](#)