



ADDICTION | SUISSE

Lausanne, le 15 novembre 2023  
Rapport de recherche N° 152

# Étude sur la notoriété du Dry January en Suisse et sur les changements de consommation d'alcool à l'occasion du Dry January 2023

Guillaume Bornet et Marina Delgrande Jordan

*Ce projet de recherche a été financé par l'Office fédéral de la santé publique (Verfügung Nr 142004865 / 322.8-2/30) et Addiction Suisse*

PRÉVENTION | AIDE | RECHERCHE

## Remerciements

Nos remerciements vont ici à Anne Graber, Monika Huggenberger, Didier Rochat et Lukas Weber de la Croix Bleue Suisse, à Célestine Perissinotto du Groupement Romand d'Études des Addictions (GREA), à Cédric Stortz du Fachverband Sucht et à Olivier Prisi d'Addiction Suisse pour leurs précieux commentaires sur le questionnaire du sondage et le présent rapport de recherche.

Auprès d'Addiction Suisse, nous tenons aussi à remercier Elia Meier et Nora Balsiger pour la traduction en allemand du résumé et de la discussion de ce rapport ainsi que Nicole Egli-Anthonioz pour sa relecture du rapport et ses précieuses questions et remarques.

## Impressum

---

<b>Compléments d'information:</b>	Marina Delgrande Jordan, tél. ++41 (0)21 321 29 96 <a href="mailto:mdelgrande@addictionsuisse.ch">mdelgrande@addictionsuisse.ch</a>
<b>Réalisation:</b>	Guillaume Bornet et Marina Delgrande Jordan
<b>Numéro de commande:</b>	Rapport de recherche N° 152
<b>Graphisme/mise en page:</b>	Addiction Suisse
<b>Copyright:</b>	© Addiction Suisse Lausanne 2023
<b>ISBN:</b>	978-2-88183-300-7
<b>doi:</b>	<a href="https://doi.org/10.58758/rech152">https://doi.org/10.58758/rech152</a>
<b>Citation recommandée:</b>	Bornet, G. & Delgrande Jordan, M. (2023). <i>Étude sur la notoriété du Dry January en Suisse et sur les changements de consommation d'alcool à l'occasion du Dry January 2023</i> . Lausanne: Addiction Suisse.

---

# Table des matières

<b>L'essentiel en bref</b> .....	<b>3</b>
<b>Das Wichtigste in Kürze</b> .....	<b>4</b>
<b>1 Introduction</b> .....	<b>5</b>
1.1 Le Dry January .....	5
1.2 Objectifs de l'étude .....	5
<b>2 Méthode</b> .....	<b>7</b>
2.1 Échantillons d'Empiricon AG .....	7
2.2 Limitations de la portée de l'étude .....	7
2.3 Profil démographique des échantillons des sondages de 2021 et 2023 .....	8
2.4 Nettoyage et filtration de données .....	9
2.5 Analyses statistiques .....	9
2.6 Profil de la consommation d'alcool avant le Dry January 2023 au sein de l'échantillon du sondage de 2023.....	10
<b>3 Résultats</b> .....	<b>13</b>
3.1 Connaissance du Dry January .....	13
3.2 Attitude vis-à-vis du Dry January .....	14
3.3 Participation (officielle ou non) au Dry January 2023 .....	15
3.4 Intention de participer au Dry January 2024 .....	16
3.4.1 Intention de participer au Dry January 2024 en fonction de la participation au Dry January 2023.....	17
3.5 Raisons du renoncement complet à l'alcool en janvier 2023 au sein du sous-échantillon des participant-e-s au Dry January 2023 .....	18
3.6 Participation (officielle ou non) et habitudes de consommation avant le Dry January 2023 .....	18
3.7 Taux de réussite globale au sein du sous-échantillon des participant-e-s au Dry January 2023 .....	19
3.8 Consommation d'alcool peu après le Dry January 2023 .....	20



3.8.1	<i>Impression, de la part des personnes interrogées elles-mêmes, d'un changement à court terme de la consommation d'alcool par rapport à avant janvier 2023.....</i>	21
3.8.2	<i>Comparaison – par l'équipe de projet – des habitudes de consommation d'alcool avant vs peu après le Dry January 2023 .....</i>	22
<b>3.9</b>	<b>Bénéfices perçus de la participation (officielle ou non) au Dry January 2023.....</b>	<b>24</b>
<b>4</b>	<b>Discussion et conclusions .....</b>	<b>27</b>
4.1	Une notoriété en hausse mais une participation stable.....	27
4.2	Un possible effet à court terme sur la consommation d'alcool .....	28
4.3	Un défi de l'abstinence pas toujours réussi, mais.....	29
4.4	Des effets bénéfiques perçus à court terme .....	29
<b>5</b>	<b>Bibliographie .....</b>	<b>31</b>
<b>6</b>	<b>Annexes .....</b>	<b>33</b>
6.1	Complément sur les limites de l'étude et leurs conséquences .....	33
6.2	Traduction allemande de la discussion et des conclusions (la version française fait foi).....	34
6.2.1	<i>Steigender Bekanntheitsgrad, aber stabile Teilnahme .....</i>	34
6.2.2	<i>Ein potenzieller kurzfristiger Effekt auf den Alkoholkonsum .....</i>	35
6.2.3	<i>Das Umsetzen der Abstinenz gelingt nicht immer, aber.....</i>	36
6.2.4	<i>Kurzfristig wahrgenommene positive Auswirkungen .....</i>	37
6.3	Questionnaires de 2021 et 2023.....	38

## L'essentiel en bref

La campagne Dry January 2023, qui propose de s'abstenir de consommer de l'alcool durant le mois de janvier ainsi que de réfléchir au rapport que l'on entretient avec l'alcool, a été organisée en Suisse par la Croix Bleue Suisse, en collaboration avec le GREA (Groupement Romand d'Études des Addictions), le Fachverband Sucht et Addiction Suisse.

Cette étude se base sur un sondage réalisé dans la deuxième moitié du mois de février 2023 par l'entreprise Empiricon AG auprès de leur panel en ligne, représentatif de la structure par sexe/genre et âge de la population résidante suisse âgée de 18 ans et plus. L'échantillon inclut 1'037 personnes. En 2023, le sondage a pour objectif d'investiguer la notoriété du Dry January, les attitudes et intentions relatives à la campagne, ainsi que le changement de consommation d'alcool peu de temps après le Dry January.

Les données issues du sondage montrent que plus de la moitié des personnes interrogées **connaissent** le Dry January. En Suisse alémanique, le niveau de notoriété a rattrapé en 2023 celui enregistré en Romandie en 2021. Les **attitudes** vis-à-vis de la campagne restent inchangées, et très majoritairement positives, entre 2021 et 2023. Le taux de **participation** est stable entre 2021 et 2023. Environ une personne interrogée sur huit y a pris part (officiellement ou non) et environ la moitié d'entre elles est **parvenue à s'abstenir complètement** de consommer de l'alcool en janvier (aucun jour de consommation). L'intention de **réitérer l'expérience en 2024** est répandue parmi les participant·e·s au Dry January 2023 (environ sept participant·e·s sur dix). Parmi les non-participant·e·s, la part d'indécis·e·s quant à une participation en 2024 est d'un tiers environ. Ce sont autant de personnes qui pourrait être convaincues de le faire en 2024.

Les **motivations** d'une participation et les **bénéfices** cités spontanément par les personnes interrogées portent sur la santé et le bien-être premièrement, même si la moitié des participant·e·s environ rapporte également avoir économisé de l'argent. Globalement, les participant·e·s au Dry January 2023 rapportent une impression de baisse de consommation d'alcool après le mois d'abstinence (durant la deuxième moitié de février 2023), ainsi que des fréquences de consommation et d'excès ponctuels inférieures par rapport au deuxième semestre 2022. On note ainsi une baisse de la **consommation d'alcool après le mois d'abstinence** comparée à ce qu'elle était avant le mois d'abstinence, qui est significativement plus marquée parmi les participant·e·s au Dry January 2023 que parmi l'ensemble des personnes interrogées. Ces baisses plus marquées chez les participant·e·s au Dry January 2023 pourraient suggérer que la participation impacte à la baisse la consommation d'alcool dans les quelques semaines qui suivent le mois d'abstinence. Il faut toutefois insister sur le fait que les changements de consommation et bénéfices perçus par les personnes interrogées n'ont été investigués que très rapidement après le mois d'abstinence et que l'étude ne renseigne pas sur ce qui se passe à plus long terme. Et, quoi qu'il en soit, l'étude ne permet pas de mesurer l'influence de la participation à moyen et long termes sur la consommation d'alcool puisqu'il ne s'agit pas d'une étude d'évaluation proprement dite des effets de la campagne : il n'y a qu'un temps de mesure, juste après la campagne, et pas de véritable groupe contrôle.

Les conclusions de cette étude sont en outre limitées par les biais liés au fait que l'échantillon ayant répondu au sondage semble consommer de l'alcool différemment de la population générale adulte suisse (davantage d'excès ponctuels), et par une surreprésentation des participant·e·s enregistré·e·s au Dry January 2023. Quoi qu'il en soit, la positivité des attitudes exprimées vis-à-vis de la campagne, la forte intention de réitérer l'expérience parmi les participant·e·s de 2023, ainsi que la part importante d'indécis·e·s quant à une participation future, suggèrent qu'une communication plus large pourrait susciter une participation plus élevée, et davantage d'inscriptions. Ce dernier point est particulièrement important, considérant les bénéfices supérieurs montrés dans la littérature (au-delà de la pure consommation) associés à une pleine participation, à travers les messages d'encouragement et l'échange avec d'autres participant·e·s.

## Das Wichtigste in Kürze

Die Kampagne Dry January 2023 schlägt vor, im Januar auf Alkohol zu verzichten, und wurde in der Schweiz vom Blauen Kreuz Schweiz in Zusammenarbeit mit der GREA (Groupement Romand d'Études des Addictions), dem Fachverband Sucht und Sucht Schweiz organisiert.

Die Studie basiert auf einer Umfrage, die in der zweiten Februarhälfte 2023 von der Empiricon AG in ihrem Online-Panel durchgeführt wurde und die repräsentativ für die Geschlechts(identität)- und Altersstruktur der Schweizer Wohnbevölkerung ab 18 Jahren ist. Die Stichprobe umfasst 1037 Teilnehmende. Im Jahr 2023 hatte die Umfrage zum Ziel, den Bekanntheitsgrad des Dry January, die Einstellungen bezüglich der Kampagne sowie Veränderungen des Alkoholkonsums kurz nach dem Dry January zu untersuchen.

Die Daten aus der Umfrage zeigen, dass mehr als die Hälfte der Befragten den Dry January **kennt**. In der Deutschschweiz hat der Bekanntheitsgrad 2023 zu dem in der Romandie 2021 verzeichneten Niveau aufschliessen können. Die **Einstellungen** gegenüber der Kampagne bleiben zwischen 2021 und 2023 unverändert und sind überwiegend positiv. Die **Teilnahmequote** zwischen 2021 und 2023 ist stabil. Etwa jeder achte Befragte nahm (offiziell oder inoffiziell) teil, und etwa die Hälfte **schaffte es**, im Januar **komplett auf Alkohol zu verzichten** (kein einziger Tag mit Alkoholkonsum). Die Absicht, die **Teilnahme 2024 zu wiederholen**, ist unter den am Dry January 2023 Teilnehmenden weit verbreitet (etwa sieben von zehn Teilnehmenden). Unter den Nicht-Teilnehmenden liegt der Anteil derjenigen, die noch unentschlossen sind, ob sie 2024 teilnehmen wollen, bei etwa einem Drittel. Gerade diese Personen könnten möglicherweise (noch) davon überzeugt werden, im Jahr 2024 teilzunehmen.

Die von den Befragten spontan genannten **Motive** und **positiven Auswirkungen** der Teilnahme sind in erster Linie Gesundheit und Wohlbefinden, obwohl etwa die Hälfte der Teilnehmenden auch berichtet, Geld gespart zu haben. Die am Dry January 2023 Teilnehmenden berichten von einem gefühlten Rückgang des **Alkoholkonsums nach dem Abstinenzmonat** (in der zweiten Februarhälfte 2023) sowie von einer geringeren Häufigkeit des Alkoholkonsums und des Rauschtrinkens als im zweiten Halbjahr 2022. Die angegebenen Daten bestätigen dies: der festgestellte Rückgang des Alkoholkonsums nach dem Abstinenzmonat im Vergleich zu vor dem Abstinenzmonat, ist bei den am Dry January 2023 Teilnehmenden signifikant stärker ausgeprägt als bei allen Befragten zusammen. Diese stärkeren Rückgänge bei den am Dry January 2023 Teilnehmenden könnten darauf hindeuten, dass die Teilnahme den Alkoholkonsum in den wenigen Wochen nach dem Abstinenzmonat verringert. Es muss jedoch betont werden, dass die Veränderungen im Konsum und die von den Befragten wahrgenommenen positiven Auswirkungen nur sehr kurz nach dem Abstinenzmonat untersucht wurden und dass die Studie keine Informationen darüber liefert, was längerfristig passiert. Die Studie ist nicht geeignet, den mittel- und langfristigen Einfluss der Teilnahme auf den Alkoholkonsum zu messen, da es sich nicht um eine «richtige» Evaluationsstudie zu den Auswirkungen der Kampagne handelt: Es gibt nur einen Messzeitpunkt, nach dem Ende der Kampagne, und keine echte Kontrollgruppe.

Die Schlussfolgerungen dieser Studie werden zudem durch Verzerrungen eingeschränkt, die dadurch entstehen, dass die Stichprobe der Umfrage Alkohol anders zu konsumieren scheint als die erwachsene Schweizer Allgemeinbevölkerung (mehr Rauschtrinken), sowie dass die am Dry January 2023 angemeldeten Teilnehmenden überrepräsentiert sind. Die positive Einstellung gegenüber der Kampagne, die starke Wiederholungsabsicht der Teilnehmenden von 2023 sowie der hohe Anteil an Unentschlossenen bezüglich einer zukünftigen Teilnahme deuten jedoch darauf hin, dass eine breitere Werbung zu einer höheren Teilnahme und mehr Anmeldungen führen könnte. Dieser letzte Punkt ist besonders wichtig, wenn man bedenkt, dass die Literatur bei einer offiziellen Teilnahme aufgrund der ermutigenden Nachrichten in der App und dem Austausch mit anderen Teilnehmenden mehr positive Auswirkungen (über den reinen Konsum hinaus) aufzeigt.

# 1 Introduction

## 1.1 Le Dry January

L'initiative du Dry January - un mois sans alcool en janvier - a été lancée sous ce nom en 2013 au Royaume-Uni par l'association *Alcohol Change UK*. En Suisse, elle a été organisée pour la première fois en 2021 par un groupe d'associations (le Groupement Romand d'Étude des Addictions [GREA], la Croix-Bleue Suisse, le Staatslabor, et la Croix-Bleue romande pour la Suisse romande) et est financée en grande partie par l'Office fédéral de la santé publique (OFSP). Pour les éditions de 2022 et 2023, la Croix Bleue Suisse collabore avec le GREA, le Fachverband Sucht et Addiction Suisse. Pour l'instant, la campagne concerne surtout la Suisse alémanique et la Romandie, puisque le site Internet et l'application ne sont pas disponibles en italien.

L'objectif premier n'est pas nécessairement l'arrêt complet, mais de réduire sa consommation. Cette idée se retrouve parmi les participant-e-s inscrit-e-s au Dry January au Royaume-Uni, qui, par rapport aux personnes s'abstenant sans participer formellement, prévoient moins de poursuivre l'abstinence totale, et davantage de réduire leur consommation après janvier (de Visser, 2019). Ce qui est plus directement visé est donc une discussion du rapport à l'alcool (Robert, 2018) ; en diminuant sa consommation, créer une « opportunité pour réfléchir au rapport de chacune et chacun à l'alcool et de questionner sa propre consommation » (GREA, 2020, p.1).

L'estimation de la participation réelle au Dry January (c'est-à-dire soit officielle, en s'inscrivant dans l'application ou sur le site internet, soit informelle, individuellement) est variable dans la littérature qui lui est dédiée, mais indique que la plus grande part des participant-e-s participe sans s'inscrire. L'estimation va, au Royaume-Uni, de 1%<sup>1</sup> de personnes qui s'enregistrent (Case et al., 2021) à 2%<sup>1</sup> environ (Butters et al., 2023). Il est bien possible qu'une partie des personnes qui renoncent à l'alcool en janvier hors du programme ignorent la possibilité de le faire officiellement ou ne savent pas comment s'inscrire (de Visser, 2019). Ainsi, il est probable que des personnes motivées à participer pleinement ne le font pas, or les inciter à s'enregistrer est important, comme l'indiquent les bénéfices trouvés dans la littérature pour les participant-e-s officiel-le-s (de Visser & Piper, 2020, et de Visser & Nicholls, 2020).

## 1.2 Objectifs de l'étude

Dans le rapport de Staatslabor (2021) qui présente toute une série de recommandations pour le Dry January 2022, une des recommandations d'ordre stratégique était de renforcer encore le monitoring et l'évaluation. Ainsi, selon le 'Gesuch um Finanzierung eines Alkoholpräventionsprojekts durch den Bund' datant du 27 août 2021, il était prévu qu'une étude d'évaluation soit réalisée.

La présente étude, dont il faut préciser d'emblée qu'elle ne constitue pas une étude d'évaluation d'impact (voir sous chapitre 2.2), s'articule sur deux grands axes de questionnement autour de la campagne du Dry January en Suisse, et ceci sur la base d'éléments repérés dans la littérature scientifique qui lui est dédiée.

Premièrement, il s'agit d'investiguer la **diffusion** et l'**acceptation** du Dry January en Suisse. Concrètement, cela incorpore des questions sur le taux de connaissance de la campagne au sein de la population générale âgée de 18 ans et plus, son attitude vis-à-vis de la campagne, ses intentions de participation, et sa participation effective. Des données sur ces questions ayant été récoltées en deux temps (2021 et 2023), des comparaisons entre ces deux années sont possibles.

---

<sup>1</sup> En estimant la participation totale sur base de déclarations d'intention de s'abstenir en janvier.



Deuxièmement, il s'agit d'investiguer le **lien entre consommation d'alcool et participation (officielle ou non) au Dry January**. Concrètement, cela implique d'examiner le profil de consommation des participant·e·s et de vérifier l'hypothèse d'une corrélation entre la participation (officielle ou non) et une diminution de la consommation d'alcool. Il s'agit également d'interroger les bénéfices perçus, le taux de réussite du défi d'abstinence, ainsi que d'observer les motivations à la participation

## 2 Méthode

L'étude repose sur un sondage populationnel en ligne basé sur un court questionnaire standardisé. Comme ce fût le cas pour l'étude menée en 2021 (Blaues Kreuz Schweiz, 2021), c'est l'entreprise Empiricon AG qui a été choisie pour réaliser le sondage en ligne en 2023, ceci dans l'intention de garantir autant que possible une comparabilité de la méthodologie de sondage entre 2021 et 2023 (et par conséquent une certaine comparabilité des résultats entre 2021 et 2023). Addiction Suisse a quant à elle été chargée en janvier 2022 d'élaborer le questionnaire du sondage de 2023, en concertation avec la Croix Bleue Suisse, le Fachverband Sucht et le GREA, puis de vérifier et d'analyser les données et de produire le présent rapport de recherche.

### 2.1 Échantillons d'Empiricon AG

Le questionnaire a été programmé pour le sondage en ligne par Empiricon AG.

En 2021, le sondage par questionnaire standardisé en ligne a été réalisé début février, également par Empiricon AG auprès de son panel en ligne. L'échantillon comprenait 528 personnes âgées de 18 ans et plus résidant en Suisse alémanique et en Suisse romande.

Le sondage 2023 a été réalisé du 13 au 24 février 2023 par Empiricon AG auprès de son panel en ligne. L'échantillon de 2023 comprend 1'037 personnes âgées de 18 ans et plus résidant en Suisse alémanique, Suisse romande et au Tessin.

Le questionnaire de 2023 comprenait certaines questions posées en 2021 déjà. Cela permet quelques comparaisons entre 2021 et 2023.

Selon Empiricon AG, ces échantillons sont issus d'un panel représentatif de la structure par sexe/genre et âge de la population résidante suisse âgée de 18 ans et plus.

### 2.2 Limitations de la portée de l'étude

L'étude a été conceptualisée et calibrée par Addiction Suisse de sorte à respecter les contraintes budgétaires et temporelles définies dans la « Verfügung 142004865 / 322.8-2/30 » de l'OFSP. Ces contraintes impliquent des limitations quant à la méthodologie qui sont exposées ici brièvement :

Tout d'abord, l'étude n'inclut pas de mesures à la *baseline* (c'est-à-dire un sondage mené quelques mois avant le Dry January 2023) auprès d'une cohorte qui serait réinterrogée après le Dry January 2023, afin de disposer de mesures comparables pré-post. Elle n'inclut pas non plus de groupe de contrôle interrogé pré-post.

Ensuite, le sondage populationnel devait avoir lieu en février afin de disposer des résultats en mars déjà. Cette courte période de recul (quelques semaines seulement) planifiée après le Dry January 2023 pour la réalisation du sondage ne permet pas de mesurer des changements de la consommation d'alcool à moyen et long termes (comme ce serait par exemple le cas après 6 mois), mais uniquement à court terme (deuxième moitié du mois de février 2023). De plus, les questions sur la consommation relatives au semestre précédant janvier 2023 et au temps après ce mois sont les mêmes, pour permettre une comparaison entre les réponses. Cela signifie toutefois que les questions qui portent sur la fréquence de consommation après janvier 2023 sont affectées d'un peu plus d'incertitude : il n'est en effet pas possible de juger de manière très fiable de la différence entre les personnes indiquant s'engager dans des excès ponctuels « Moins d'une fois par mois » ou « Une fois par mois », ou entre celles répondant « 2-3 fois par

mois » ou « Une fois par semaine ». Puisque pour certaines personnes interrogées, elles n'avaient que deux semaines (et au mieux 24 jours) de recul, il s'agit parfois d'une réponse relevant plus d'une idée prospective que d'un décompte fidèle.

Notamment pour ces raisons, on ne peut considérer cette étude descriptive de type corrélationnel transversal comme une étude d'évaluation d'impact à proprement parler. En effet, cette étude ne permet pas de tirer des conclusions sur l'effet (efficacité) du Dry January 2023 sur la consommation d'alcool des participant·e·s (officiellement ou non) et plus largement de la population générale des 18 ans et plus, même si elle constatait un recul significatif de la consommation d'alcool chez les participant·e·s à l'événement. Pour toute modification de consommation éventuellement constatée, il est ainsi impossible d'attribuer à la participation l'origine causale de ce que l'on observe, du fait de la méthodologie employée. D'autres facteurs, pour lesquels il n'y a pas ici de contrôle, peuvent avoir impacté tant la participation que la baisse sur les indicateurs de consommation.

Il faut enfin prendre en compte que les personnes qui choisissent de participer à un sondage sur le Dry January ont plus de chances d'être familiarisées avec la campagne, et/ou d'y avoir participé. Le biais de sélection pour cela ne doit pas être négligé.

### 2.3 Profil démographique des échantillons des sondages de 2021 et 2023

Pour le sondage de 2021, l'échantillon comprend 269 femmes resp. 117 Romand·e·s et 411 Alémaniques. La moyenne d'âge est de 47.7 ans (écart-type = 17.0 ans), l'âge s'étendant entre 18 et 85 ans.

Pour le sondage de 2023, l'échantillon initial (avant vérification et nettoyage des données) de 1'037 personnes comprend 522 femmes resp. 53 Tessinois·es<sup>2</sup>, 242 Romand·e·s et 742 Alémaniques (Tableau 2.1). La moyenne d'âge est de 48.3 ans (écart-type = 16.3 ans), l'âge s'étendant entre 18 et 88 ans.

Dans les deux cas, aucune condition sur la consommation n'était stipulée pour participer. Les deux échantillons comprennent donc aussi bien des personnes consommatrices d'alcool que des non-consommatrices.

Tableau 2.1: Sondages sur le Dry January en Suisse - Description des échantillons de 2021 et 2023

		Sondage 2021		Sondage 2023	
Taille d'échantillon	(n)	528	1'037		
Sexe/genre <sup>a</sup>	Femme	269 (50.9%)		522 (50.3%)	
	Homme	259(49.1%)		515 (49.7%)	
Âge moyen (écart-type)		47.7 (17.0)		48.3 (16.3)	
Région linguistique	Suisse alémanique	411 (77.8%)		742 (71.6%)	
	Romandie	117 (22.2%)		242 (23.3%)	
	Tessin	-		53 (5.1%)	

Remarque : <sup>a</sup> La question relative au sexe/genre était binaire.

<sup>2</sup> Le relativement petit nombre de cas pour la Suisse italienne est affecté d'une erreur aléatoire importante. L'effectif étant trop faible au Tessin pour l'incorporer dans la comparaison régionale, les comparaisons ne se font qu'entre Suisse alémanique et Romandie.

## 2.4 Nettoyage et filtration de données

Les personnes ayant pris part (officiellement ou non) au sondage de 2023 et qui ont donné des réponses incohérentes ont été retirées des analyses qui utilisent les items sur lesquels les réponses incohérentes ont été données :

Les personnes indiquant ne pas connaître le Dry January, mais qui disent y participer de manière officielle ont été retirées des analyses concernant la connaissance du Dry January. Dans notre échantillon, cela concerne une seule personne. Selon la même logique, les personnes qui indiquent avoir renoncé à l'alcool volontairement en janvier (on peut supposer que c'était p.ex. pour des raisons de santé), mais n'indiquent pas une participation (officielle ou non) au Dry January dans la question portant sur cela, sont retirées des analyses portant sur la participation. Dans notre échantillon, cela concerne 78 personnes.

Les personnes qui indiquent ne pas consommer du tout d'alcool à la question sur leur abstinence durant le mois de janvier, mais qui donnent une information contradictoire au niveau des questions portant sur la consommation d'alcool, sont retirées des analyses portant sur la consommation. De même, les personnes indiquant ne jamais consommer d'alcool mais avoir participé au Dry January sont aussi retirées de ces analyses. Dans notre échantillon, cela concerne 120 personnes.

Pour la partie sur la participation au Dry January (officielle ou non), les personnes ayant indiqué qu'elles ne consommaient pas d'alcool du tout (ou ayant donné des réponses contradictoires quant à leur consommation) sont exclues de l'analyse. En effet, un-e non-consommateur-ric-e ne participera évidemment pas au Dry January. De plus, inclure ces personnes dans nos analyses pourrait conduire à conclure que consommation et participation ne sont pas indépendantes, du seul fait que les non-consommateur-ric-e-s ne se trouvent que parmi les non-participant-e-s.

Cette démarche implique que le nombre de personnes prises en compte varie selon les analyses. Par conséquent, le nombre de personnes restantes prises en compte dans chaque analyse, après les exclusions mentionnées ci-dessus, est précisé ( $n = \dots$ ) dans le titre de chacune des figures, ou est mentionné dans le texte si aucune figure n'est présentée.

## 2.5 Analyses statistiques

Les différences statistiquement significatives relevées sont identifiées à partir de tests statistiques, et non sur base d'intervalles de confiance (IC à 95%). Cependant, à des fins de visualisation et à titre indicatif, les IC à 95% autour des estimations sont représentés dans les figures, ou donnés avec les estimations dans le texte, entre parenthèses. La méthode de calcul choisie pour ces intervalles est celle du calcul exact (*Clopper-Pearson*) pour les variables binomiales (qui ne peuvent prendre que deux valeurs), et la méthode de *Wilson* pour les variables multinomiales (qui peuvent prendre plus de deux valeurs). Cette dernière a été choisie à des fins de représentation surtout : c'est un compromis entre une estimation suffisamment prudente de la marge d'erreur, tout en n'étant pas si conservatrice que les figures soient rendues illisibles. Lorsque des moyennes sont comparées, en plus d'analyser s'il y a une différence significative, la taille de l'effet (s'il y en a un) est également indiquée, à l'aide du *d* de *Cohen* ( $d_{Cohen} = \dots$ ). Celui-ci permet d'apprécier la taille de la différence entre les groupes de manière standardisée ; l'effet est considéré petit entre 0.2 et 0.5, moyen entre 0.5 et 0.8, et grand au-delà de 0.8 (Cohen, 1988 ; 1992)<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> Pour plus de détails sur cet indicateur, voir <https://www.cairn.info/revue-staps-2007-3-page-49.htm> (article détaillé en français) ou l'article de Cohen (1988, 1992, en anglais) pour des explications très précises ; ou, pour quelque chose de plus visuel, <https://rpsychologist.com/fr/cohend/> (en français, mais aussi en anglais).

Enfin, lorsque plusieurs (plus de 2) moyennes sont comparées, les différences entre des groupes deux à deux sont indiquées d'une manière différente ( $p_{Bonferroni} = \dots$  au lieu de simplement  $p = \dots$ ). Ceci est fait pour minimiser les erreurs d'interprétation de la significativité. La correction de Bonferroni est choisie parce qu'elle est suffisamment conservatrice.

Les tests statistiques et les IC à 95% ont été calculés au moyen des logiciels SPSS 25.0 et R 4.2.1 avec les packages binom (Dorai-Raj, 2022) et DescTools (Signorell, 2023). Le seuil de signification est fixé à 5%<sup>4</sup>.

## 2.6 Profil de la consommation d'alcool avant le Dry January 2023 au sein de l'échantillon du sondage de 2023

En termes de fréquence de consommation d'alcool et surtout de fréquence des excès ponctuels, l'échantillon ne semble pas représentatif de la population suisse des 18 ans et plus, en tout cas si on le compare aux résultats de l'Enquête suisse sur la santé (ESS) 2017 (OFS, 2019). Les résultats sont néanmoins rapportés ici, car ces indicateurs de consommation d'alcool serviront pour la comparaison avant vs peu après le Dry January 2023.

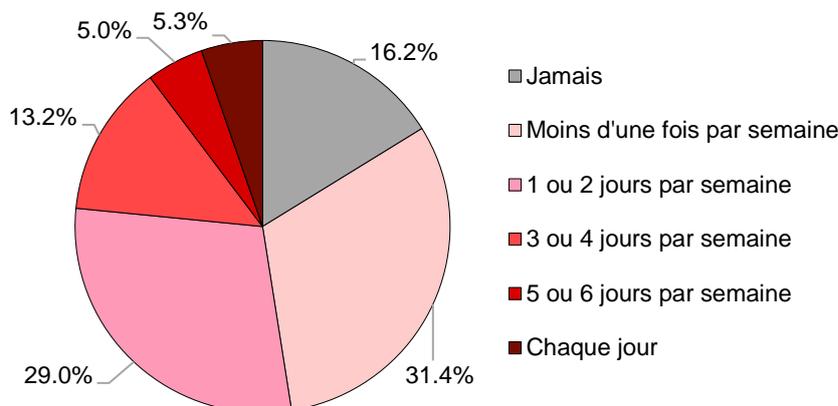
En 2021, une seule question avait été posée à l'échantillon interrogé quant à sa consommation d'alcool. Elle demandait d'indiquer « À quelle fréquence consommez-vous habituellement de l'alcool ? », avec pour réponses possibles « Jamais », « Jusqu'à 5 jours par semaine », ou « Plus de 5 jours par semaine ». Puisque la formulation est différente (pas de référence à une période) et que les options de réponses ne sont pas les mêmes qu'en 2023 (et difficilement directement comparables), aucune comparaison n'est effectuée. De même, puisqu'aucune question ne permettait d'établir une différence de consommation entre avant et après le Dry January 2021, il n'y aura pas non plus de mention du lien entre participation et changement de consommation pour 2021 (voir sous-chapitre 3.8).

En 2023, 16.2% ( $\pm 2.54\%$ ,  $IC_{95\%}$ ) de l'échantillon des 18 ans et plus ne consommaient pas d'alcool et environ un tiers (31.4%  $\pm 3.09\%$ ,  $IC_{95\%}$ ) rapporte une consommation moins d'une fois par semaine (Figure 2.1). Près de 3 personnes sur 10 (29.0%  $\pm 3.03\%$ ,  $IC_{95\%}$ ) en consomment une à deux fois par semaine ; un peu plus d'une personne sur 8 (13.2%  $\pm 2.36\%$ ,  $IC_{95\%}$ ), 3 ou 4 jours par semaine ; une personne sur 20 (5.0%  $\pm 1.61$ ,  $IC_{95\%}$ ) 5 à 6 jours par semaine, et environ autant (5.3%  $\pm 1.65\%$ ,  $IC_{95\%}$ ) tous les jours.

---

<sup>4</sup> Au sujet des intervalles de confiance, il faut rappeler que si deux résultats/estimateurs ont des intervalles de confiance qui ne se chevauchent pas, la différence entre ces deux résultats est nécessairement statistiquement significative (Knezevic, 2008). Cependant, si les résultats ont des intervalles de confiance qui se chevauchent en partie, on ne peut pas prédire si leur différence est statistiquement significative ou non. Il faut alors nécessairement tester la différence.

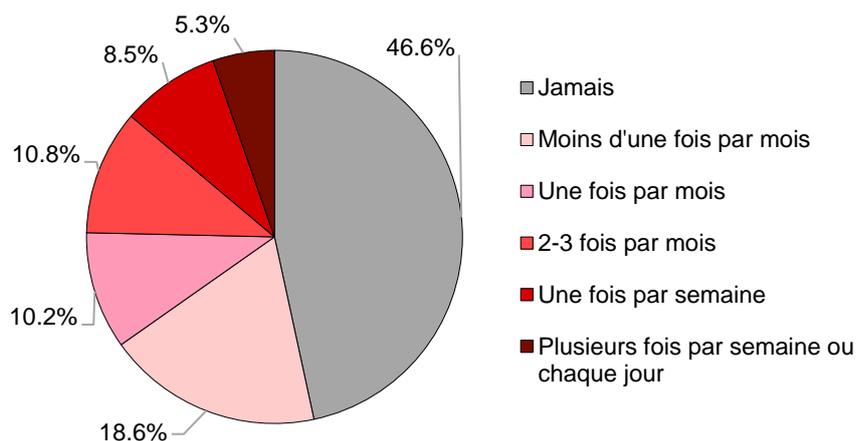
Figure 2.1 : « Au cours des 6 mois avant janvier 2023, à quelle fréquence consommiez-vous de l'alcool ? » (n<sub>2023</sub> = 909)



En comparaison aux chiffres de l'ESS 2017 (OFS, 2019), ces résultats sont cohérents pour la part de non-consommateur·rice·s (18%). L'OFS trouvait par contre bien plus de consommation quotidienne (10.9%) et moins de consommation moins d'une fois par semaine (23.1%) dans la population des 15 ans et plus.

Concernant les excès ponctuels, près de la moitié de l'échantillon des **18 ans et plus** (46.6% ±3.26%, IC<sub>95%</sub>) ne boit jamais au moins 6 verres d'alcool en une seule occasion, et près d'une personne sur cinq (18.6% ± 2.66%, IC<sub>95%</sub>) le fait moins d'une fois par mois (Figure 2.2). Ainsi, plus d'un tiers de l'échantillon (34.8% ±3.20%, IC<sub>95%</sub>) indique consommer au moins 6 verres au moins une fois par mois, ce qui est une consommation ponctuelle à risque. Près d'une personne sur 7 (13.8% ±3.22%, IC<sub>95%</sub>) le fait toutes les semaines, et une personne sur 20 (5.3% ±1.66%, IC<sub>95%</sub>) plusieurs fois par semaine.

Figure 2.2 : « Au cours des six derniers mois AVANT janvier 2023, à quelle fréquence consommiez-vous 6 verres d'alcool ou plus lors d'une même occasion ? Un verre correspond par exemple à un verre de vin de 1 dl, une petite bière, un petit verre d'alcool fort ou une bouteille d'alcopop. » (n<sub>2023</sub> = 905)



En Suisse, selon l'ESS 2017 (OFS, 2019), 5% de la population âgée de 15 ans et plus ont une consommation d'alcool chronique à risque moyen à élevé (au moins 40 grammes d'alcool pur [au moins 4 verres standards environ] en moyenne par jour pour un homme, et au moins 20 grammes d'alcool pur [au moins 2 verres standards environ] pour une femme)<sup>5</sup> et 16% ont une consommation ponctuelle excessive

<sup>5</sup> Les critères retenus ici pour évaluer le degré de risque en lien avec le volume d'alcool pur consommé en moyenne par jour sont ceux proposés par l'Organisation mondiale de la santé (OMS) (World Health Organization

à risque (au moins une fois par mois, au moins 5 verres en une occasion pour un homme, au moins 4 verres pour une femme)<sup>6</sup>.

Les différences constatées entre les résultats obtenus au sein de l'échantillon et ceux trouvés par l'OFS dans l'ESS 2017 sont assez importantes. Cette dernière date certes de 2017, et les résultats de l'ESS 2022 ne sont pas encore publiés, mais une augmentation aussi forte entre 2017 et 2022, surtout pour la fréquence des excès ponctuels, semble peu probable a priori.

---

WHO), 2000) pour mesurer la consommation d'alcool à risque dans le cadre d'enquêtes populationnelles, pour permettre une comparaison plus directe entre pays.

<sup>6</sup> Les excès ponctuels peuvent être définis comme la consommation, lors d'une même occasion, de quantités d'alcool qui mènent à une concentration d'alcool dans le sang correspondant à un risque accru de survenue de conséquences négatives à court terme (consécutives à cette consommation) pour le-la consommateur-riche. Un des critères souvent utilisés au plan international dans le cadre d'enquêtes populationnelles est celui d'au moins 5 verres standards pour les hommes et au moins 4 verres standard pour les femmes par occasion de boire de l'alcool (NIAAA, 2004). En raison des nombreux biais méthodologiques pouvant affecter cette mesure et compte tenu du fait que divers facteurs tels que le sexe/genre, l'âge ou le poids corporel ont une influence sur le niveau de concentration d'alcool dans le sang pour une quantité d'alcool donnée, cette mesure devrait en fait, par prudence, être considérée comme un indicateur approximatif des excès ponctuels (voir Gmel et al., 2010).

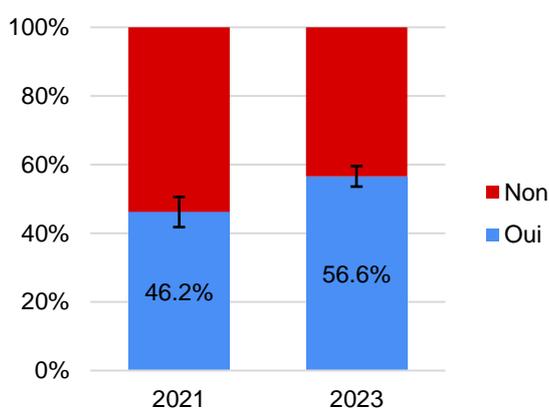
### 3 Résultats

#### 3.1 Connaissance du Dry January

L'essentiel en bref : En 2023, dans l'échantillon de personnes âgées de 18 ans et plus, la notoriété du Dry January est plus élevée qu'en 2021.

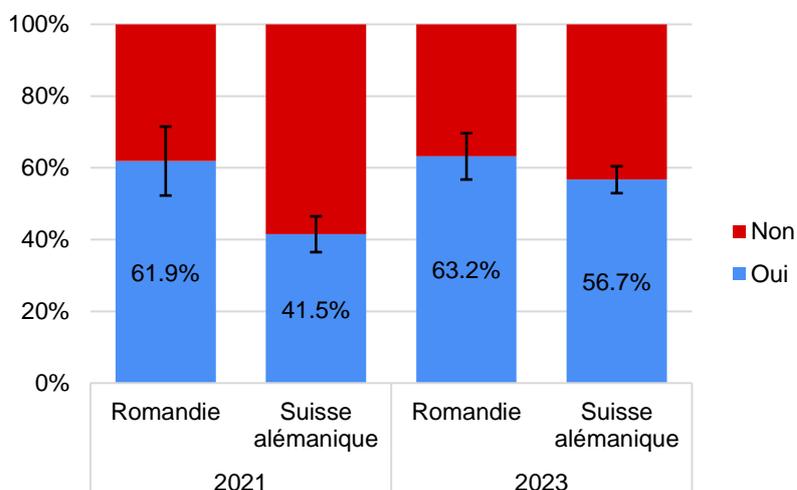
En 2023, 56.6% ( $\pm 3.11\%$ ,  $IC_{95\%}$ ) de l'échantillon des 18 ans et plus ont indiqué connaître l'existence de Dry January. La campagne est ainsi davantage connue qu'en 2021 (46.2%  $\pm 4.51\%$ ,  $IC_{95\%}$ ), de manière significative ( $\chi^2(1) = 13.851$ ,  $p < .001$ ) (Figure 3.1).

Figure 3.1 : « Avez-vous entendu parler du Dry January ? » ( $n_{2023} = 995$  ;  $n_{2021} = 494$ )



En 2023, les personnes qui connaissent le Dry January ne diffèrent pas significativement en termes de sexe/genre de celles qui ne le connaissent pas. Ce n'était pas non plus le cas en 2021. En outre, on ne relève pas de différence significative entre la Suisse alémanique et la Suisse romande, alors qu'en 2021 le Dry January était davantage connu en Romandie (61.9%  $\pm 8.97\%$ ,  $IC_{95\%}$ ) qu'en Suisse alémanique (41.5%  $\pm 4.01\%$ ,  $IC_{95\%}$ ), et ce de manière significative ( $\chi^2(1) = 18.392$ ,  $p < .001$ ) (Figure 3.2). La Suisse alémanique a ainsi rattrapé en grande partie la Suisse romande, où la notoriété du Dry January n'a par contre guère évolué depuis 2021.

Figure 3.2 : « Avez-vous entendu parler du Dry January ? » (Romandie :  $n_{2023} = 239$  ;  $n_{2021} = 113$  ; Suisse alémanique :  $n_{2023} = 704$  ;  $n_{2021} = 381$ )



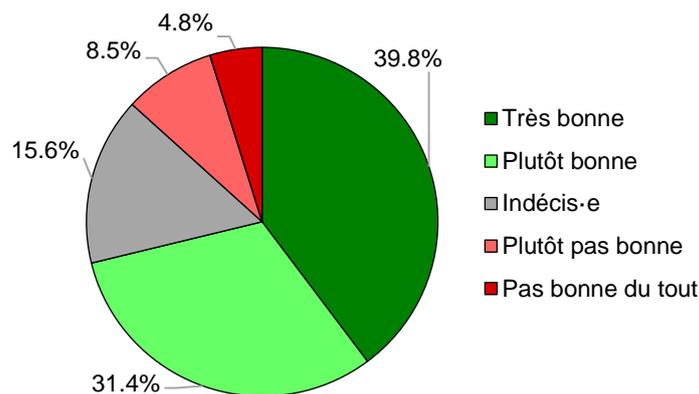
Enfin, les personnes qui connaissent le Dry January sont significativement plus jeunes que le reste de l'échantillon : elles ont en moyenne 44.9 ans (écart-type = 15.8 ans), alors que celles qui ne le connaissent pas ont en moyenne 52.4 ans (écart-type = 16.1 ans). Cette différence d'âge est significative ( $t(993) = -7.345, p < .001$ ), et se situe, à un seuil de confiance à 95%, dans l'intervalle entre 5.5 et 9.5 années.

### 3.2 Attitude vis-à-vis du Dry January

L'essentiel en bref : L'attitude vis-à-vis du Dry January est très majoritairement positive, et reste très stable entre 2021 et 2023.

Au sein de l'échantillon des 18 ans et plus, 71.2% ( $\pm 2.78\%$ ,  $IC_{95\%}$ ) ont une perception plutôt positive voire très positive du Dry January (Figure 3.3). Un peu plus d'une personne sur huit (13.3%  $\pm 2.29\%$ ,  $IC_{95\%}$ ) en a une perception plutôt négative, voire très négative, et environ une personne sur six (15.6%  $\pm 2.43\%$ ,  $IC_{95\%}$ ) se dit indécis·e. Ainsi, même si la connaissance du Dry January a augmenté en 2023, l'attitude face au Dry January n'a, elle, pas évolué en 2023 par rapport à 2021 (71.1%  $\pm 3.78\%$  de perception positive, 16.0%  $\pm 3.46\%$  d'indécis·e·s et 12.9%  $\pm 3.20\%$  de perception négative).

Figure 3.3 : « Que pensez-vous de la résolution de renoncer complètement à l'alcool durant tout le mois de janvier ? » ( $n_{2023} = 958$ )



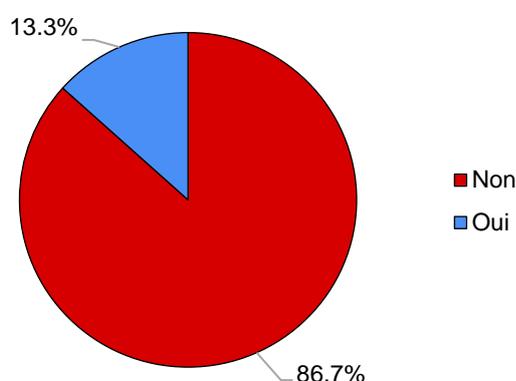
Au sein de l'échantillon des 18 ans et plus, l'attitude envers le Dry January semble liée significativement au sexe/genre. Les femmes tendent à avoir une perception plus positive de la campagne ( $t(913.860) = 6.814, p < .001$ , effet de petite taille,  $d_{Cohen} = 0.441$ ). Il y a également une différence selon la région linguistique, les opinions favorables paraissant plus répandues en Suisse alémanique ( $t(910) = 3.660, p < .001$ , effet de petite taille,  $d_{Cohen} = .285$ ). Enfin, l'attitude envers le Dry January semble corrélée avec l'âge, les personnes plus jeunes étant apparemment plus favorables que les personnes plus âgées (coefficient  $r = -.079, p = .015$ ).

### 3.3 Participation (officielle ou non) au Dry January 2023

L'essentiel en bref : En 2023, dans l'échantillon de personnes âgées de 18 ans et plus, le taux de participation (officielle ou non<sup>7</sup>) au Dry January est stable par rapport à celui enregistré en 2021, et se situe à environ une personne sur huit.

Les personnes interrogées qui indiquent avoir renoncé à l'alcool volontairement en janvier (question de contrôle de la cohérence des réponses dont les résultats ne sont pas présentés dans ce rapport de recherche), mais n'indiquent pas une participation (officielle ou non) au Dry January 2023, sont retirées des analyses portant sur la participation. Dans notre échantillon, cela concerne 78 personnes. La **différence entre une participation officielle ou non** se fait, dans notre échantillon, selon si la personne a indiqué s'être inscrite sur le site [www.dryjanuary.ch](http://www.dryjanuary.ch) ou non.

Figure 3.4 : « Avez-vous participé au Dry January 2023 ? » ( $n_{2023} = 959$ )



**Remarque :** Les réponses données ont été recodées : les personnes ayant indiqué « Oui, mais je ne me suis pas enregistré-e sur [dryjanuary.ch](http://dryjanuary.ch) » ou « Oui, je me suis enregistré-e sur [dryjanuary.ch](http://dryjanuary.ch) » ont été rassemblées sous « Oui »

Au total, dans l'échantillon des 18 ans et plus, environ une personne sur huit (13.3%  $\pm$  2.32%,  $IC_{95\%}$ ) rapporte avoir participé au Dry January, officiellement ou non (Figure 3.4)<sup>8</sup>. On peut ainsi estimer que cela représente, en se basant sur une population adulte de 7'166'168 en 2022 (OFS, 2023) et en tenant compte d'un intervalle de confiance à 95%, une fourchette de nombre de participant·e·s entre 800'000 et 1'100'000 personnes environ.

La distinction entre participation officielle et non officielle révèle qu'environ un tiers de la part de l'échantillon qui dit avoir participé en janvier l'aurait fait de manière officielle. Cette proportion, échelonnée à la population suisse de 18 ans et plus, suggérerait une participation inscrite bien supérieure au nombre de personnes effectivement enregistrées sur le site [www.dryjanuary.ch](http://www.dryjanuary.ch), ce qui indique un biais de sélection dans l'échantillon, qui contient une sur-représentation de participant·e·s officiel·le·s. L'intérêt particulier parmi ces dernier·ère·s pour le sujet de cette campagne, donc le sujet du sondage, peut expliquer cette surreprésentation.

<sup>7</sup> La distinction se fonde sur le fait que la personne indique s'être inscrite sur le site [www.dryjanuary.ch](http://www.dryjanuary.ch) (officielle) ou avoir fait un Dry January sans s'inscrire (non-officielle)

<sup>8</sup> Dans l'échantillon de 2021, 14.2% ( $\pm$  3.72%,  $IC_{95\%}$ ) des personnes interrogées indiquaient s'être abstenu·e·s durant le mois de janvier. La proportion semble donc stable, même s'il faut considérer que les questions diffèrent et ne sont donc pas parfaitement comparables. En 2021, la question portait sur l'abstinence (ou non) en janvier, alors qu'en 2023, c'est la participation au Dry January, plus précisément, qui était questionnée.

La participation (officielle ou non) varie selon le sexe/genre au sein de l'échantillon, les hommes (15.6%  $\pm$ 3.59%) y ayant participé en plus grande proportion que les femmes (11.2%  $\pm$ 3.14%) ( $\chi^2(2) = 14.933$ ,  $p = .001$ ). Cette différence semble liée au fait qu'il y a une proportion moindre d'hommes non-consommateurs d'alcool que de femmes non-consommatrices, or seul-e-s les consommateur-ric-e-s participent, ce qui crée un biais. Si l'on ne considère que les consommateur-ric-e-s, le taux de participation ne varie plus significativement selon le sexe/genre. Le fait de ne pas trouver de lien entre sexe/genre et participation s'oppose à ce qui se trouve dans la littérature, où les participant-e-s comprennent davantage de femmes : les résultats d'Oldham et al. (2022) indiquent que les participant-e-s inscrit-e-s dans l'application au Royaume-Uni comptent 68% de femmes en 2020, et 70% en 2021<sup>9</sup>. Il semble donc que soit il y a un biais dans l'échantillon analysé, soit la Suisse est radicalement différente quant au sexe/genre des participant-e-s. Le taux de participation – officielle ou non officielle – change également selon la région linguistique ( $\chi^2(2) = 9.676$ ,  $p = .008$ ). Elle semble en effet plus élevée en Suisse alémanique (15.6%  $\pm$ 2.95%,  $IC_{95\%}$ ) qu'en Romandie (7.83%  $\pm$ 4.26%,  $IC_{95\%}$ ). S'agissant de l'âge, les personnes qui ne participent pas tendent à être plus âgées que celles qui participent inofficiellement, et surtout que celles qui participent officiellement ( $F(2, 956) = 31.796$ ,  $p < .001$ , et pour les contrastes 2 à 2 post-hoc, tous  $p_{Bonferroni} < .002$ ). Les participant-e-s officiel-le-s de l'échantillon ont en effet en moyenne 31.2 ans (écart-type = 7.29), les participant-e-s inofficiel-le-s ont en moyenne 43.4 ans (écart-type = 15.57), et les non-participant-e-s 49.8 ans (écart-type = 16.25).

### 3.4 Intention de participer au Dry January 2024

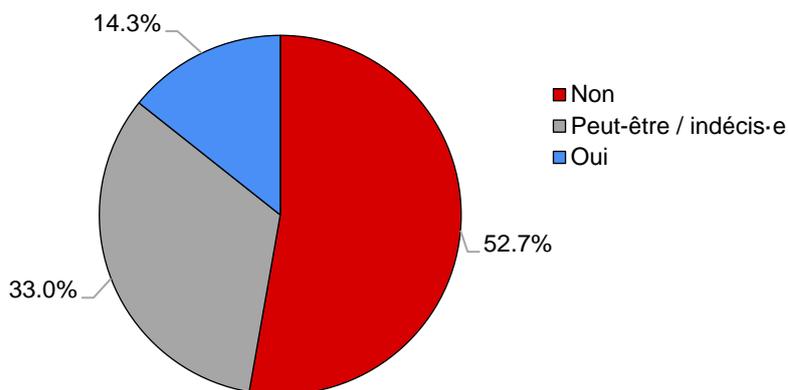
L'essentiel en bref : Dans l'échantillon de personnes âgées de 18 ans et plus, l'intention de participer au Dry January 2024 est très élevée parmi les participant-e-s au Dry January 2023, et la part de personnes encore indécis-e-s est importante parmi les non-participant-e-s.

En 2023, environ une personne interrogée sur sept (14.3%  $\pm$ 2.26%,  $IC_{95\%}$ ) indique avoir l'intention de participer au Dry January 2024 (Figure 3.5). Près d'un tiers (33.0%  $\pm$ 2.92%,  $IC_{95\%}$ ) indique être encore indécis-e à ce sujet, et la moitié de l'échantillon (52.7%  $\pm$ 3.02%,  $IC_{95\%}$ ) n'en a pas l'intention.

L'intention de participation ne semble pas liée au sexe/genre. Par contre, les intentions exprimées ne sont pas les mêmes dans les régions linguistiques, l'intention de participation semblant moins répandue en Romandie (9.1%  $\pm$ 4.29%,  $IC_{95\%}$ ) qu'en Suisse alémanique (15.9%  $\pm$ 2.81%,  $IC_{95\%}$ ), où l'intention de ne pas participer est également moins élevée (49.9%  $\pm$ 3.59% contre 59.9%  $\pm$ 5.97%) ( $\chi^2(2) = 8.530$ ,  $p = .014$ ). Enfin, au sein de l'échantillon, les personnes qui ont l'intention de participer sont en moyenne plus jeunes ( $F(2, 1034) = 21.795$ ,  $p < .001$ , et pour les contrastes post-hoc entre les 3 groupes d'âge 2 à 2, tous les  $p_{Bonferroni}$  sont  $< .005$ ). Les personnes répondant « Non » ont en moyenne 51.1 ans (écart-type = 16.32), les indécis-e-s ont 46.9 ans en moyenne (écart-type = 16.02), et les personnes répondant « Oui » en ont 41.8 (écart-type = 14.39).

<sup>9</sup> Dans l'échantillon de 2023, nous trouvons même tendanciellement moins (45.7%  $\pm$ 11.45%,  $IC_{95\%}$ ) de femmes parmi les participant-e-s, même si le faible nombre de participant-e-s fait que l'incertitude statistique est grande, donc cette tendance n'est pas significative.

Figure 3.5 : « Participerez-vous au Dry January 2024 ? » (n<sub>2023</sub> = 1'037)

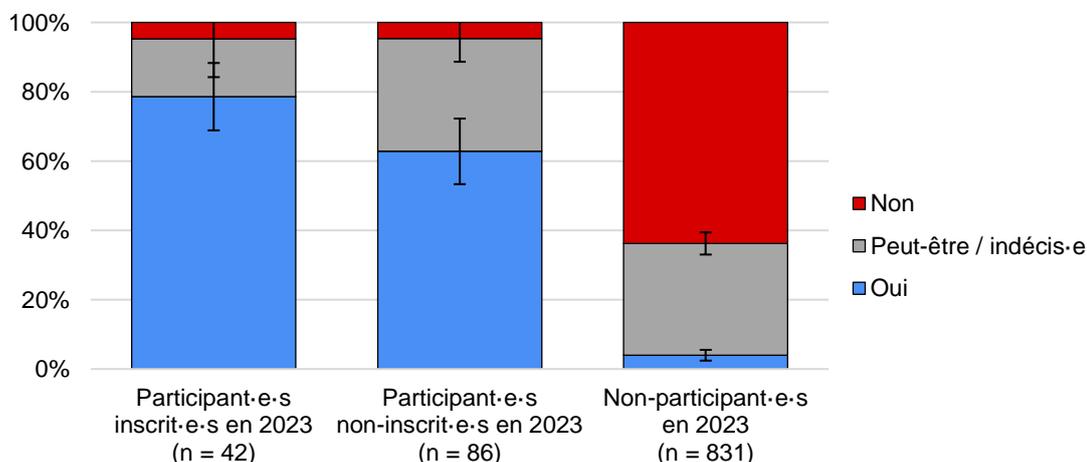


### 3.4.1 Intention de participer au Dry January 2024 en fonction de la participation au Dry January 2023

Pour cette analyse, les personnes ayant donné des réponses incohérentes quant à leur participation au Dry January en 2023 (n = 78) sont exclues. L'analyse se conduit donc sur les 959 autres personnes dans l'échantillon.

Les intentions de participer au Dry January 2024 varient beaucoup selon la participation (ou non) au Dry January 2023 (Figure 3.6) ( $\chi^2(4) = 441.052, p < .001$ ). Au sein de l'échantillon des 18 ans et plus, la majorité (78.6%  $\pm$  9.73%, IC<sub>95%</sub>) des personnes ayant participé officiellement en 2023 – c'est-à-dire en s'étant inscrit-e-s sur le site [www.dryjanuary.ch](http://www.dryjanuary.ch) – disent vouloir participer au Dry January 2024. Parmi les personnes qui ont participé de façon non officielle – c'est-à-dire sans s'être inscrit-e-s sur le site [www.dryjanuary.ch](http://www.dryjanuary.ch) –, 62.8% ( $\pm$  9.46%, IC<sub>95%</sub>) souhaitent participer au Dry January 2024. C'est bien plus que les non-participant-e-s, qui sont seulement 4.0% à vouloir participer en 2024 ( $\pm$  1.56%, IC<sub>95%</sub>). Cependant, la part d'indécis-e-s dans ce dernier groupe d'environ un tiers (32.3%  $\pm$  3.25%, IC<sub>95%</sub>), ce qui relativise le taux de refus. Les indécis-e-s sont comparativement moins nombreux-se-s parmi les participant-e-s officiel-le-s (16.7%  $\pm$  13.94%, IC<sub>95%</sub>), tandis qu'il y en a une proportion comparable à celle des non-participant-e-s parmi les participant-e-s inofficiel-le-s (32.6%  $\pm$  10.46%, IC<sub>95%</sub>).

Figure 3.6 : SELON LE STATUT DE PARTICIPATION AU DRY JANUARY 2023 : « Participerez-vous au Dry January 2024 ? » (n<sub>2023</sub> = 959)

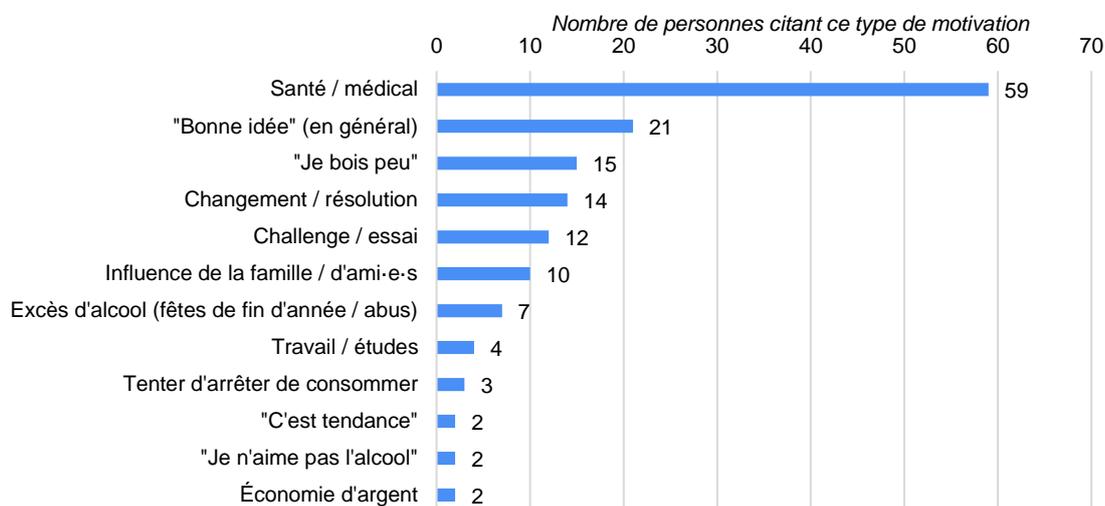


### 3.5 Raisons du renoncement complet à l'alcool en janvier 2023 au sein du sous-échantillon des participant-e-s au Dry January 2023

L'essentiel en bref : En 2023, la santé représente la plus grande motivation rapportée pour la participation au Dry January au sein de l'échantillon des 18 ans et plus.

Pour l'analyse des raisons du renoncement à l'alcool en janvier 2023, seules les personnes ayant participé (officiellement ou non) au Dry January 2023 et qui ont répondu à la question, soit 130, sont prises en compte dans les analyses. Cette faible taille de sous-échantillon incite à prendre les réponses avec prudence, car l'incertitude statistique est élevée. Certaines personnes ont donné spontanément plus d'une raison, d'où un total supérieur à 130 réponses ci-dessous (Figure 3.7).

Figure 3.7 : *PARMI LES PERSONNES AYANT PARTICIPE (OFFICIELLEMENT OU NON) AU DRY JANUARY 2023 : « Pour quelle(s) raison(s) avez-vous complètement renoncé à l'alcool en janvier dernier ? » (plusieurs réponses étaient possibles) (n<sub>2023</sub>= 130)*



Le profil des motivations citées spontanément dans l'échantillon de 2023 est semblable à ce qui est rapporté dans l'échantillon de 2021. La catégorie la plus citée en 2021 était également la santé, et avec les raisons médicales, elle représentait aussi environ la moitié des motivations citées. Le fait de prendre le Dry January comme un défi ressortait également dans l'échantillon de 2021, dans des proportions comparables, tout comme l'aspect de ne pas beaucoup consommer d'alcool de toute façon, qui était légèrement plus cité.

### 3.6 Participation (officielle ou non) et habitudes de consommation avant le Dry January 2023

L'essentiel en bref : Les personnes interrogées qui indiquent faire plus fréquemment des excès ponctuels d'alcool ont davantage participé au Dry January 2023 que les autres consommateur-riche-s d'alcool.

Pour ces analyses, nous considérons **uniquement les personnes qui consommaient effectivement de l'alcool avant le Dry January 2023**, ceci afin de garantir la comparabilité au groupe de personnes ayant participé au Dry January 2023. Le sous-échantillon considéré est ainsi constitué de 745 personnes.

La fréquence de consommation d'alcool (mesurée par la question « *Au cours des 6 mois avant janvier 2023, à quelle fréquence consommiez-vous de l'alcool ?* » ; voir sous-chapitre 2.6) n'est pas significativement corrélée à la participation au Dry January 2023. Autrement dit, avoir participé ou non au Dry January 2023 n'est pas lié de manière significative à la fréquence de consommation d'alcool au cours du deuxième semestre 2022.

Le constat est différent en ce qui concerne la fréquence des excès ponctuels d'alcool (mesurés par la question « *Au cours des six derniers mois AVANT janvier 2023, à quelle fréquence consommiez-vous 6 verres d'alcool ou plus lors d'une même occasion ? Un verre correspond par exemple à un verre de vin de 1 dl, une petite bière, un petit verre d'alcool fort ou une bouteille d'alcool ?* » ; voir sous-chapitre 2.6). En effet, les personnes qui ont participé au Dry January 2023 rapportent une fréquence significativement plus élevée d'excès ponctuels que les consommateurs-rices qui n'y ont pas participé. Par exemple, les personnes rapportant une fréquence d'excès ponctuels d'au moins une fois par mois participent plus (15.1%  $\pm$  3.79%, IC<sub>95%</sub>) que les consommateurs-rices d'alcool qui sont sous ce seuil (8.0%  $\pm$  1.13%, IC<sub>95%</sub>), et cela de manière significative ( $\chi^2(1) = 8.697$ ,  $p = .003$ ).

### 3.7 Taux de réussite global au sein du sous-échantillon des participant-e-s au Dry January 2023

L'essentiel en bref : Au sein de l'échantillon des 18 ans et plus, la moitié environ des personnes qui ont participé (officiellement ou non<sup>10</sup>) au Dry January 2023 sont demeurées abstinentes sur tout le mois de janvier.

Pour estimer le taux de réussite, la question suivante a été posée « *En janvier dernier, combien de jours avez-vous consommé de l'alcool ?* », avec les catégories de réponse suivantes : 'Je n'ai pas du tout consommé d'alcool', '1-5', '6-14', '15-25' et '26-30'. Par **réussite** il est entendu ici n'avoir pas du tout consommé d'alcool sur toute la durée du mois de janvier 2023, sans exception. En conséquence, cette question a été recodée pour transcrire la réussite à maintenir l'abstinence en janvier 2023 (« Je n'ai pas du tout consommé d'alcool ») ou non (toutes les autres options, recodées en « Au moins un jour »).

Pour l'analyse de la réussite, seul le petit groupe de personnes ayant participé (officiellement ou non) au Dry January 2023 et ayant répondu à la question du nombre de jours de consommation en janvier, ( $n = 82$ ), est pris en compte. La petite taille de sous-échantillon incite à considérer le taux de réussite estimé avec prudence, l'incertitude statistique étant élevée. En conséquence, il n'est pas envisageable de tirer de conclusion d'une comparaison entre participant-e-s officiel-le-s et non officiel-le-s, l'hypothèse étant que la participation officielle (l'inscription sur le site [www.dryjanuary.ch](http://www.dryjanuary.ch)) augmente le taux de réussite (de Visser & Piper, 2020).

Environ la moitié des participant-e-s (46.3%  $\pm$  11.36%, IC<sub>95%</sub>) est parvenue à demeurer abstinente durant tout le mois de janvier (Figure 3.8). Pour environ la moitié (47.6%  $\pm$  10.67%, IC<sub>95%</sub>) des participant-e-s la consommation a eu lieu moins d'un jour sur deux et 31.7% ( $\pm$  10.70%, IC<sub>95%</sub>) des participant-e-s en ont consommé sur moins de 6 jours. Pour ces dernier-ère-s cela s'est donc joué à quelques jours près.

<sup>10</sup> La distinction se fonde sur le fait que la personne indique s'être inscrite sur le site [www.dryjanuary.ch](http://www.dryjanuary.ch) (officielle) ou avoir fait un Dry January sans s'inscrire (non-officielle)

Figure 3.8 : PARMI LES PERSONNES AYANT PARTICIPE (OFFICIELLEMENT OU NON) AU DRY JANUARY 2023 : « En janvier dernier, combien de jours avez-vous consommé de l'alcool ? » (n<sub>2023</sub> = 82).



Remarque : Les réponses 'Je n'ai pas du tout consommé d'alcool', '1-5', '6-14', '15-25' et '26-30' ont été recodées pour transcrire la réussite (réponse « Je n'ai pas du tout consommé d'alcool », laissée tel quel, et toutes les autres réponses recodées « Au moins un jour »)

### 3.8 Consommation d'alcool peu après le Dry January 2023

L'essentiel en bref : Globalement, les indicateurs de consommation d'alcool sont à la baisse dans la deuxième moitié de février 2023, aussi bien au sein de l'échantillon des 18 ans et plus que dans le sous-échantillon des participant-e-s au Dry January 2023, avec un effet davantage marqué chez ces dernier-ère-s.

Dans le cadre du sondage, deux modalités de questions ont été utilisées pour estimer les changements de consommation d'alcool à court terme après le Dry January 2023, aussi bien chez les personnes interrogées qui ont participé (officiellement ou non<sup>11</sup>) au Dry January 2023 que chez celles qui n'y ont pas pris part :

- une question concernant le changement de la consommation d'alcool avant-après le Dry January 2023, en demandant directement aux personnes interrogées si elles perçoivent un changement et, si oui, lequel (point 3.8.1)
  - des questions concernant a) les habitudes de consommation durant les six mois précédant le Dry January 2023 et b) les habitudes de consommation sur la deuxième moitié du mois de février 2023<sup>12</sup> (point 3.8.2)
- En comparant les réponses données par les personnes interrogées à ces deux questions, l'équipe de projet a obtenu une estimation du changement de consommation d'alcool avant-après le Dry January 2023.

Afin d'apprécier si les participant-e-s au Dry January 2023 ont connu une diminution particulière de leur consommation d'alcool, nous devons aussi observer si l'échantillon dans son ensemble rapporte des habitudes de consommation différentes avant vs peu après le Dry January 2023. En effet, puisque la période avant janvier comprend les fêtes de fin d'année, la consommation a des chances de diminuer pour tout le monde peu après cette période. Comme indiqué ci-dessus, lorsque « tout l'échantillon » est considéré, cela inclut les participant-e-s : l'échantillon entier est comparé à l'un de ses sous-groupes.

<sup>11</sup> La distinction se fonde sur le fait que la personne indique s'être inscrite sur le site [www.dryjanuary.ch](http://www.dryjanuary.ch) (officielle) ou avoir fait un Dry January sans s'inscrire (non-officielle)

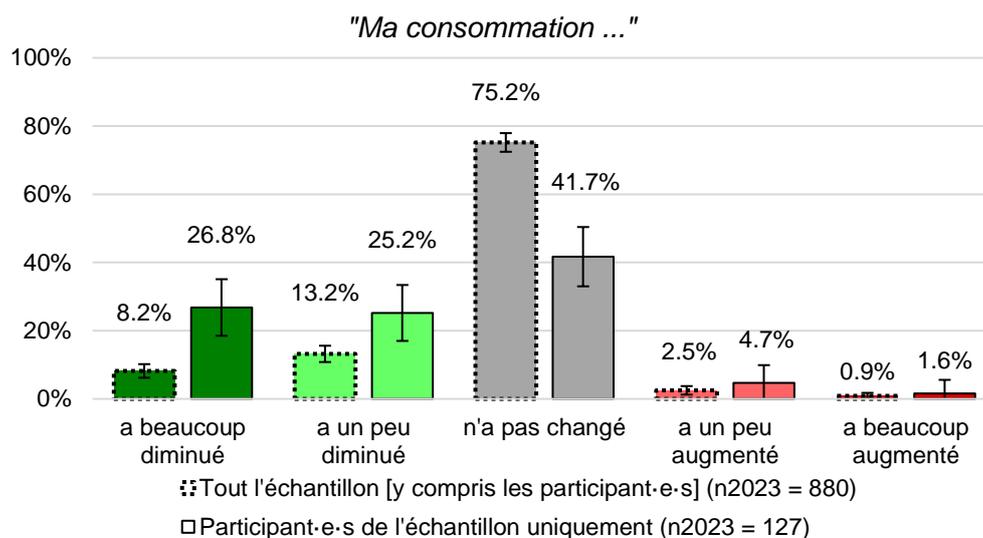
<sup>12</sup> Soulignons à nouveau que le délai court (minimum 2 semaines, mais maximum 24 jours) après le mois de janvier, donc sur la période à considérer pour la consommation « après janvier 2023 » fait qu'il y a une grande incertitude sur l'interprétation à faire des différences entre une fréquence d'excès ponctuels « Moins d'une fois par mois » ou « Une fois par mois », et entre des fréquences de « 2-3 fois par mois » et « Une fois par semaine ».

### 3.8.1 Impression, de la part des personnes interrogées elles-mêmes, d'un changement à court terme de la consommation d'alcool par rapport à avant janvier 2023

Dans la deuxième moitié de février 2023, soit deux à quatre semaines après la fin du Dry January 2023, l'échantillon du sondage a été interrogé sur sa perception d'un éventuel changement de consommation d'alcool par rapport à avant janvier 2023 (Figure 3.9).

Globalement, dans la deuxième moitié de février 2023, la grande majorité de l'échantillon des 18 ans et plus (75.2% ±2.74%, IC<sub>95%</sub>) n'avait pas l'impression d'avoir vu sa consommation changer par rapport à ce qu'elle était avant janvier 2023 (Figure 3.9). Plus d'une personne interrogée sur cinq (21.4% ±2.83%, IC<sub>95%</sub>) pense par contre qu'elle a diminué sa consommation d'alcool, et 3.4% (±1.42%, IC<sub>95%</sub>) disent qu'elle a augmenté. Il semble donc y avoir, à court terme après le Dry January 2023, une impression de diminution de consommation au sein de l'échantillon, de manière significative ( $t(879) = -11.066, p < .001$ ). L'effet semble toutefois de petite taille ( $d_{Cohen} = -0.373$ ). Notons ici, comme ce sera le cas pour les analyses suivantes, que l'échantillon entier qui est comparé aux participant-e-s dans les figures et les tests statistiques comprend également les participant-e-s : l'échantillon complet est comparé à un de ses sous-groupes, celui des participant-e-s (inscrit-e-s ou non).

Figure 3.9 : « En général, comment votre consommation d'alcool a-t-elle changé PAR RAPPORT A AVANT JANVIER 2023 ? » ( $n_{2023} = 880$  ; Participant-e-s :  $n_{2023} = 127$ )



Remarque : Les 'participant-e-s de l'échantillon uniquement' sont inclus-e-s dans 'Tout l'échantillon'.

Si l'on s'intéresse uniquement au sous-échantillon de personnes ayant participé (officiellement ou non) au Dry January 2023 et ayant répondu à la question ( $n = 127$ ), environ la moitié (52.0% ±8.50%, IC<sub>95%</sub>) rapporte une impression de diminution de sa consommation (Figure 3.9). Environ deux personnes interrogées sur cinq (41.7% ±8.70%, IC<sub>95%</sub>) rapportent ne pas voir de changement, et 6.3% (±5.64%, IC<sub>95%</sub>) rapportent une augmentation. Il y a ainsi, à court terme après le Dry January 2023, une diminution significative de la consommation d'alcool, subjectivement, parmi les participant-e-s au Dry January ( $t(126) = -8.245, p < .001$ ), ce qui représente un effet de taille moyenne ( $d_{Cohen} = -0.732$ ).

Les participant-e-s au Dry January ont ainsi rapporté une impression de diminution de leur consommation à court terme après janvier 2023 significativement plus importante que l'ensemble des 18 ans et plus ( $t(87.8) = 4.451, p < .001$ ). Il s'agit d'un effet de taille moyenne ( $d_{Cohen} = 0.608$ ).

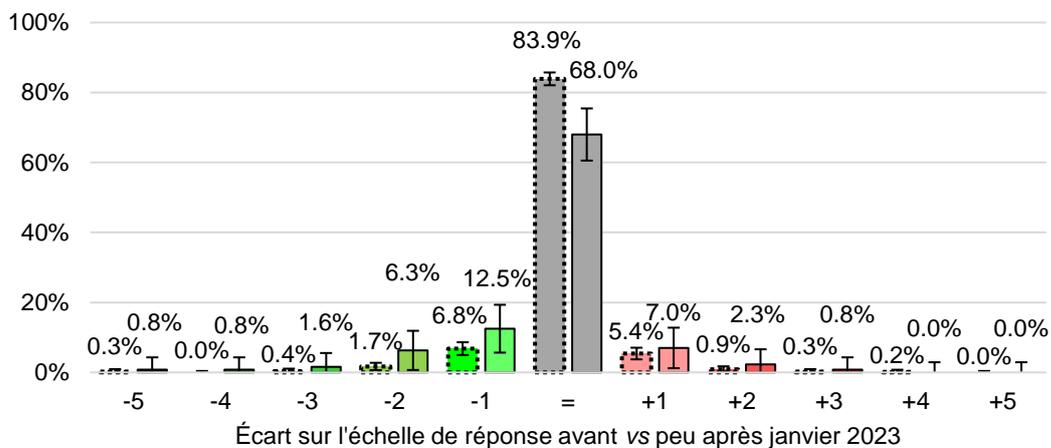
### 3.8.2 Comparaison – par l'équipe de projet – des habitudes de consommation d'alcool avant vs peu après le Dry January 2023

Cette comparaison s'appuie sur les réponses données par les personnes interrogées aux questions leur demandant d'évaluer leur fréquence de consommation d'alcool et la fréquence de leurs excès ponctuels avant et aussi après le mois de janvier 2023. Dans les figures ci-dessous, « = » indique l'absence de changement dans la fréquence rapportée ; le côté gauche, négatif, traduit une diminution de la fréquence rapportée, et le côté droit, positif, une augmentation. Le nombre indique combien d'échelons d'écart il y a, sur l'échelle de réponse, entre ce qui est indiqué pour le semestre précédant janvier 2023 et ce qui est indiqué pour la période après ce mois (p. ex. -1 veut dire que la personne a indiqué une fréquence un échelon en-dessous sur l'échelle proposée, et +3 qu'elle a indiqué une fréquence 3 échelons au-dessus sur l'échelle proposée).

#### 3.8.2.1 Fréquence de consommation d'alcool dans l'ensemble de l'échantillon et dans le sous-échantillon des participant-e-s au Dry January 2023

Pour la grande majorité de l'échantillon **des 18 ans et plus** (83.9% ±2.06%, IC<sub>95%</sub>), la fréquence de consommation d'alcool n'a pas changé. Il y a un changement tendanciel à la baisse, mais non significatif, (t(908) = -1.919, p = .055) dans la mesure de fréquence de consommation rapportée (Figure 3.10).

Figure 3.10 : Comparaison<sup>13</sup> - par l'équipe de projet - des habitudes en matière de **fréquence de consommation d'alcool** avant vs peu après le Dry January 2023 (n<sub>2023</sub> = 909 ; Participant-e-s : n<sub>2023</sub> = 128)



■ Tout l'échantillon [y compris les participant-e-s] (n<sub>2023</sub> = 909)

□ Participant-e-s de l'échantillon uniquement (n<sub>2023</sub> = 128)

Remarque : Les 'participant-e-s de l'échantillon uniquement' sont inclus-e-s dans 'Tout l'échantillon'.

Par contraste, **dans le sous-échantillon des participant-e-s (officiel-le-s ou non) au Dry January 2023**, la majorité rapporte la même fréquence de consommation d'alcool au deuxième semestre 2022 et dans la deuxième moitié de février 2023 (68.0% ±7.46%, IC<sub>95%</sub>) (Figure 3.10). Cependant, environ un-e participant-e sur cinq (21.9%, ±7.92%, IC<sub>95%</sub>) rapporte une fréquence moindre dans la deuxième moitié de février, et environ un-e sur dix (10.2% ±6.45%, IC<sub>95%</sub>) une fréquence plus élevée. La différence de

<sup>13</sup> 'Au cours des 6 derniers mois avant janvier 2023, à quelle fréquence consommiez-vous de l'alcool ?' et 'ACTUELLEMENT [deuxième moitié de février 2023], à quelle fréquence consommez-vous de l'alcool ?'

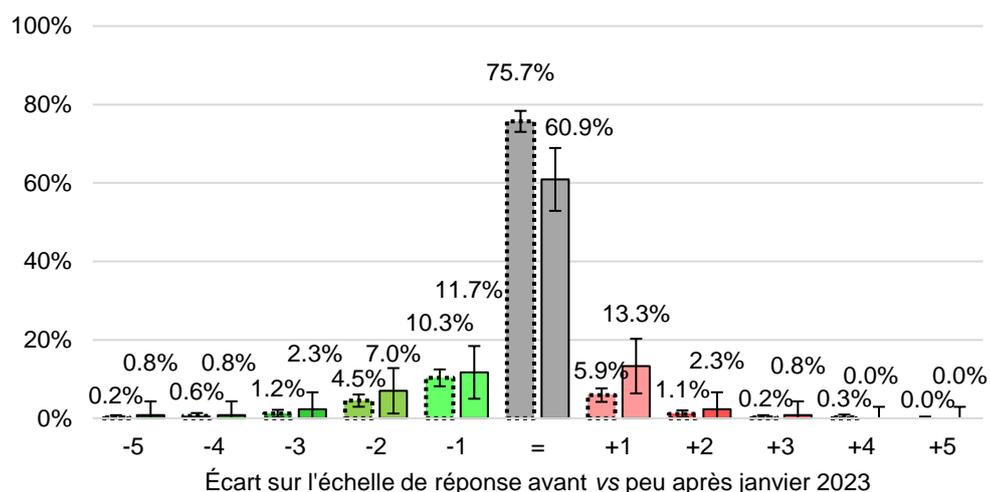
fréquence de consommation est significative entre avant et après le mois de janvier ( $t(127) = -2.529$ ,  $p = .013$ ), avec une diminution qui est de petite taille ( $d_{Cohen} = -0.224$ ).

Les participant-e-s au Dry January 2023 ont rapporté une différence de fréquence de consommation entre avant et peu après le mois de janvier supérieure à celle retrouvée dans l'échantillon considéré dans son ensemble ( $t(86.899) = 2.336$ ,  $p = .022$ ). Il s'agit d'un effet de petite taille ( $d_{Cohen} = 0.323$ ).

### 3.8.2.2 Fréquence des excès ponctuels dans l'ensemble de l'échantillon et dans le sous-échantillon des participant-e-s au Dry January 2023

La grande majorité de l'échantillon des 18 ans et plus ( $75.7\% \pm 2.68\%$ ,  $IC_{95\%}$ ) rapporte une fréquence d'excès ponctuels d'alcool inchangée (Figure 3.11). Près d'une personne sur six ( $16.8\% \pm 2.57\%$ ,  $IC_{95\%}$ ) rapporte une fréquence plus faible dans la deuxième moitié de février 2023, et moins d'une personne sur dix ( $7.5\% \pm 1.90\%$ ,  $IC_{95\%}$ ) une fréquence plus élevée. Dans l'ensemble, il y a une diminution clairement significative entre la période avant et après janvier, dans l'échantillon considéré dans son ensemble ( $t(904) = -5.895$ ,  $p < .001$ ). Il s'agit cependant d'un très petit effet ( $d_{Cohen} = -0.196$ ).

Figure 3.11 : Comparaison<sup>14</sup> - par l'équipe de projet - des habitudes en matière de **fréquence des excès ponctuels** avant vs peu après le Dry January 2023 ( $n_{2023} = 905$  ; Participant-e-s :  $n_{2023} = 128$ )



■ Tout l'échantillon [y compris les participant-e-s] ( $n_{2023} = 905$ )

□ Participant-e-s de l'échantillon uniquement ( $n_{2023} = 128$ )

Remarque : Les 'participant-e-s de l'échantillon uniquement' sont inclus-e-s dans 'Tout l'échantillon'.

Dans le sous-échantillon des participant-e-s (officiel-le-s ou non) au Dry January, la majorité rapporte la même fréquence des excès ponctuels avant et après le mois de janvier ( $60.9\% \pm 8.02\%$ ,  $IC_{95\%}$ ) (Figure 3.11). Plus d'un-e participant-e sur cinq ( $22.7\% \pm 7.99\%$ ,  $IC_{95\%}$ ) rapporte une fréquence moindre dans la deuxième moitié du mois de février, et environ une sur six ( $16.4\% \pm 7.38\%$ ,  $IC_{95\%}$ ) une fréquence supérieure.

<sup>14</sup> 'Au cours des six derniers mois AVANT janvier 2023, à quelle fréquence consommiez-vous 6 verres d'alcool ou plus lors d'une même occasion ? Un verre correspond par exemple à un verre de vin de 1 dl, une petite bière, un petit verre d'alcool fort ou une bouteille d'alcopop.' et 'ACTUELLEMENT [deuxième moitié de février 2023] à quelle fréquence consommez-vous 6 verres d'alcool ou plus lors d'une même occasion ? Un verre correspond par exemple à un verre de vin de 1 dl, une petite bière, un petit verre d'alcool fort ou une bouteille d'alcopop.'

La différence de fréquence des excès ponctuels rapportée entre avant et après le mois de janvier est significative ( $t(127) = -2.019, p = .046$ ), avec une diminution de très petite taille ( $d_{Cohen} = -0.178$ ).

Il n'y a pas de différence significative entre le sous-échantillon des participant·e·s au Dry January 2023 et l'échantillon dans son ensemble en termes de changement dans la fréquence des excès ponctuels rapportée avant et peu après le mois de janvier ( $t(89.719) = 0.251, p = .803$ ).

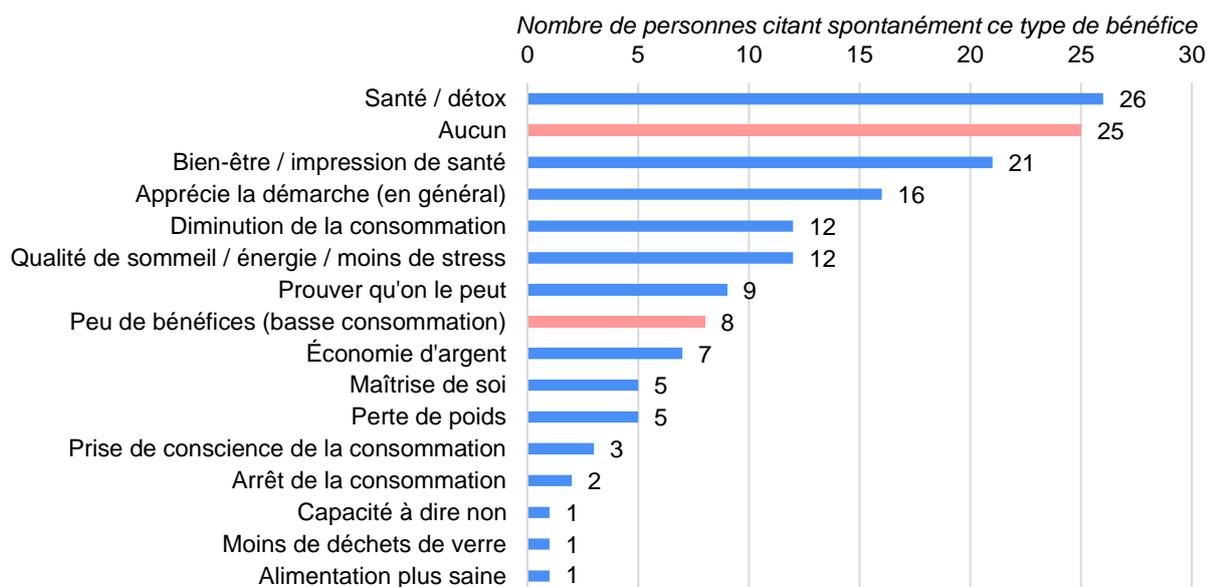
### 3.9 Bénéfices perçus de la participation (officielle ou non) au Dry January 2023

L'essentiel en bref : Les bénéfices les plus cités spontanément par le sous-échantillon des participant·e·s au Dry January 2023 se rapportent à la santé et au bien-être. L'économie d'argent est surtout mentionnée si l'on pose la question directement, mais est alors largement retenue (la moitié des participant·e·s).

Dans le questionnaire, les bénéfices du Dry January 2023 perçus par les participant·e·s faisaient l'objet de deux questions complémentaires : une ouverte, qui permettait aux personnes interrogées de répondre librement, et une fermée, proposant huit catégories de réponses prédéfinies.

S'agissant de la **question ouverte**, certain·e·s participant·e·s ont donné spontanément plus d'une réponse, d'où un total de bénéfices cités supérieur au nombre de personnes ayant répondu ( $n = 148$ ). Les bénéfices exprimés spontanément évoquaient principalement les aspects positifs pour le bien-être et la santé (Figure 3.12). 25 personnes ont répondu mais ont indiqué n'avoir perçu aucun bénéfice (en écrivant « aucun », ou des termes similaires). Huit autres personnes ont indiqué avoir perçu peu de bénéfices *du fait qu'elles sont déjà peu consommatrices habituellement*. Ces deux *non-bénéfices* sont mis en évidence en rose dans le graphique ci-après.

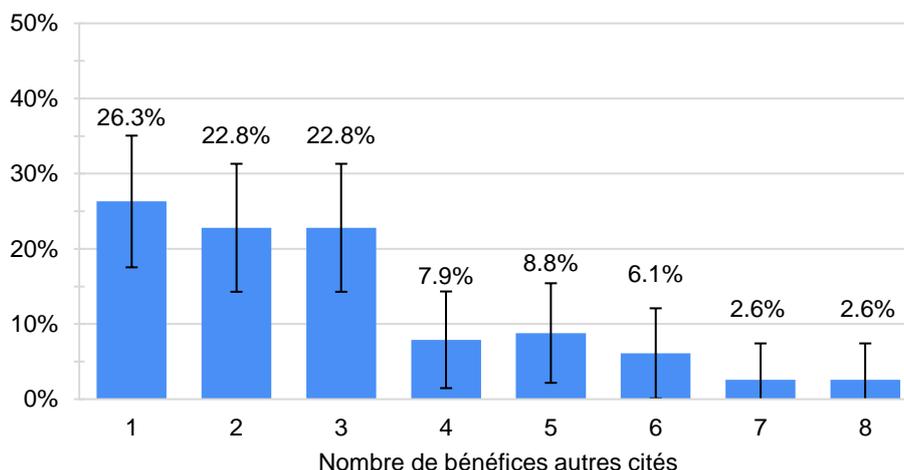
Figure 3.12 : PARMIS LES PERSONNES AYANT PARTICIPE OFFICIELLEMENT OU NON<sup>15</sup> AU DRY JANUARY 2023 : « Quel(s) bénéfice(s) avez-vous tirés de votre participation au Dry January ? » (plusieurs réponses étaient possibles) ( $n_{2023} = 148$ )



<sup>15</sup> La distinction se fonde sur le fait que la personne indique s'être inscrite sur le site [www.dryjanuary.ch](http://www.dryjanuary.ch) (officielle) ou avoir fait un Dry January sans s'inscrire (non-officielle)

S'agissant de la **question fermée complémentaire**, parmi les huit bénéfices proposés dans le questionnaire, les participant·e·s en ont en moyenne indiqué 3 (Ecart-type = 1.83) (Figure 3.13). La moitié (50.9%,  $\pm 9.53\%$ ,  $IC_{95\%}$ ) en rapporte au moins 3, et 11.4% ( $\pm 5.19\%$ ,  $IC_{95\%}$ ) en ont constaté au moins six.

Figure 3.13: PARMIS LES PERSONNES AYANT PARTICIPE OFFICIELLEMENT OU NON AU DRY JANUARY 2023 : « Quel(s) autre(s) bénéfice(s) ? Veuillez sélectionner les autres bénéfices de votre participation. » (n<sub>2023</sub> = 114)

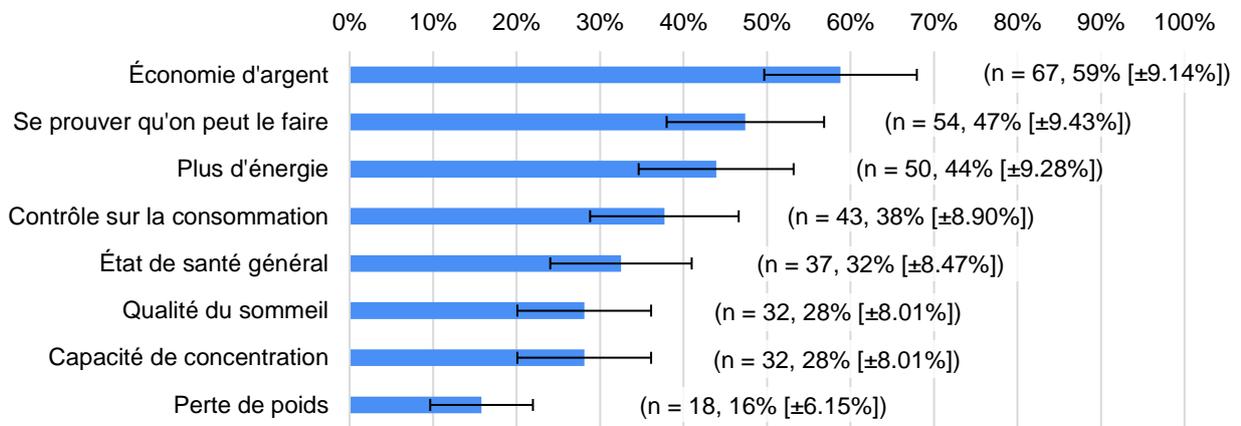


Si l'on observe **les personnes qui ne citent qu'un seul autre bénéfice** (n = 30), nous pouvons voir que la moitié d'entre elles (50%  $\pm 18.7\%$ ,  $IC_{95\%}$  n = 15) dit avoir économisé de l'argent ; 7 (23%  $\pm 18.95\%$ ,  $IC_{95\%}$ ) disent s'être prouvées d'être capable de le faire ; 4 (13%  $\pm 17.4\%$ ,  $IC_{95\%}$ ) rapportent plus de contrôle sur leur consommation d'alcool ; 2 (7%  $\pm 15.41\%$ ,  $IC_{95\%}$ ) rapportent une meilleure capacité de concentration ; enfin, une (3.3%  $\pm 13.8\%$ ,  $IC_{95\%}$ ) personne rapporte un meilleur état de santé général, et une autre avoir plus d'énergie.

Parmi les personnes citant au maximum 3 bénéfices (n = 82), nous pouvons voir que la moitié (50%,  $\pm 11.25\%$ ,  $IC_{95\%}$  n = 41) a économisé de l'argent ; 30 (37%  $\pm 11.37\%$ ,  $IC_{95\%}$ ) se sont prouvés qu'elles pouvaient le faire ; 25 (31%  $\pm 11.15\%$ ,  $IC_{95\%}$ ) ont davantage de contrôle sur leur consommation ; 24 (29%  $\pm 11.08\%$ ,  $IC_{95\%}$ ) ont plus d'énergie ; 13 (16%  $\pm 9.73\%$ ,  $IC_{95\%}$ ) ont un sommeil de meilleure qualité ; 11 (13%  $\pm 9.32\%$ ,  $IC_{95\%}$ ) ont une meilleure capacité de concentration ; 11 (13%  $\pm 9.32\%$ ,  $IC_{95\%}$ ) rapportent un meilleur état de santé ; enfin, 5 (6%  $\pm 7.56\%$ ,  $IC_{95\%}$ ) ont perdu du poids.

S'agissant donc des proportions de participant·e·s (officiel·le·s ou non) dans l'échantillon qui rapportent chacun des bénéfices autres proposés dans la question fermée, nous observons les pourcentages suivants (Figure 3.14) :

Figure 3.14 : PARMI LES PERSONNES AYANT PARTICIPE OFFICIELLEMENT OU NON AU DRY JANUARY 2023 : « Quel(s) autre(s) bénéfice(s) ? Veuillez sélectionner les autres bénéfices de votre participation. » (plusieurs réponses étaient possibles) (n<sub>2023</sub> = 114)



## 4 Discussion et conclusions

Les objectifs de l'étude sur le Dry January 2023 étaient d'investiguer la **diffusion** et l'**acceptation** du Dry January en Suisse, ainsi que le **lien entre consommation d'alcool et participation (officielle ou non)<sup>16</sup> au Dry January**.

### 4.1 Une notoriété en hausse mais une participation stable

Le fait que le taux de notoriété du Dry January soit supérieur dans l'échantillon de 2023 à celui enregistré en 2021, mais que les attitudes envers cette démarche restent pratiquement inchangées et largement positives (pour plus des 2/3 des personnes interrogées en 2021 et 2023), suggère qu'un grand nombre de personnes ont une perception favorable de la campagne parmi celles qui n'y ont pas participé. Les personnes qui ne connaissent pas la campagne ont potentiellement le même type d'attitudes, puisque l'élargissement de la connaissance ne s'est pas accompagné de changements dans le profil d'attitudes dans nos échantillons. De même, la part conséquente d'indécis·e·s quant à une participation en 2024 pourrait être convaincue par une communication insistant sur les bénéfices rapportés. Les questions de santé représentent le type de raison le plus cité pour participer. Ainsi, insister sur les effets physiologiques déjà observés après un mois d'abstinence pourrait aider, d'autant que ce sont effectivement les bénéfices les plus rapportés spontanément dans les échantillons analysés (à ce sujet voir sous-chapitre 4.4).

S'agissant de la participation, dans la littérature, les femmes sont bien plus représentées que les hommes tant si l'on observe les personnes inscrites dans l'application (68% se décrivent comme femmes en 2020 et 70% en 2021, selon Oldham et al., 2022) qu'en considérant les inscriptions dans l'application et sur le site ensemble (82% de femmes, de Visser 2019). La participation non-enregistrée pourrait par contre, toujours selon la littérature, ne pas être liée au sexe/genre (de Visser [2019] trouve 50.6% de femmes dans ce groupe). Dans l'échantillon du sondage de 2023 analysé ici, les hommes sont plus nombreux dans l'ensemble des participant·e·s, mais pas si l'on ne considère que les consommateur·rice·s d'alcool. Ceci peut donc s'accorder avec la littérature sur le sujet. Cela dit, les hommes sont aussi (et même encore plus fortement) majoritaires parmi ceux·celles enregistré·e·s sur le site<sup>17</sup>. Ceci semble donc indiquer soit que l'échantillon du sondage de 2023 est biaisé en termes de la distribution de sexe/genre parmi les participant·e·s, soit que la participation au Dry January en Suisse est une exception en la matière. Il n'est toutefois pas possible de s'arrêter sur l'une ou l'autre de ces deux possibles explications.

Au sein de l'échantillon de 2023, les participant·e·s au Dry January sont plus jeunes en moyenne que les personnes qui n'y participent pas, et les participant·e·s officiel·le·s sont encore plus jeunes. Cette tendance à attirer plutôt des personnes plus jeunes correspond à ce qui se retrouve dans la littérature (de Visser, 2019 ; de Visser & Piper, 2020), même si l'âge moyen des participant·e·s pourrait tendre à la hausse au fil du temps (Oldham et al., 2022<sup>18</sup>). Il importe donc de bien communiquer pour atteindre ces personnes plus âgées également, quand bien même l'âge plus élevé corrèle avec des attitudes moins positives vis-à-vis de la campagne Dry January. La communication visant cette part de la population devrait donc être

---

<sup>16</sup> Selon que la personne indique avoir participé sans s'inscrire (*non-officielle*), ou en s'enregistrant sur [www.dryjanuary.ch](http://www.dryjanuary.ch) (*officielle*)

<sup>17</sup> Le pourcentage n'est pas mentionné dans les résultats en raison de la très grande incertitude statistique, puisque seules 42 personnes sont concernées. Seules 9 femmes, et donc 33 hommes, rapportent avoir participé en s'enregistrant sur le site.

<sup>18</sup> L'effet relevé dans cette étude est de petite taille ( $d_{Cohen} = .21$ ), et le « vieillissement » du groupe des participant·e·s peut être issu du fort taux de retour, qui fait qu'une certaine part du groupe a ainsi naturellement une année de plus l'année suivante.

potentiellement adaptée pour mieux la toucher, puisque la version actuelle semble moins bien l'atteindre et la convaincre.

Pour 2023 contrairement à 2021, le Tessin était représenté dans l'échantillon. Le nombre de personnes interrogées étant toutefois trop faible, les stratifications entre régions linguistiques n'ont été faites qu'entre Suisse alémanique et Romandie. Néanmoins, les Tessinois·e·s sont inclus·e·s dans toutes les autres analyses, ce qui aide à la représentativité des résultats. Il n'y a pas de participant·e·s officiel·le·s dans cette région (ce qui est attendu, le site et l'application n'étant pas traduits en italien), mais il s'y trouve tout de même des participant·e·s s'abstenant individuellement. Il y a donc une grande opportunité de faire connaître la campagne, et susciter de la participation au Tessin : des personnes sont déjà prêtes à participer avant que la communication n'atteigne pleinement la région. De plus, le fait que, dans l'échantillon, les personnes qui ont participé sans s'inscrire sont très motivées à réitérer suggère qu'il y a une ouverture potentielle forte à la participation officielle.

Notons également, enfin, que la surreprésentation de participant·e·s officiel·le·s (inscrit·e·s sur le site du Dry January, pour recevoir des messages par courriel) provient vraisemblablement, en partie au moins, d'un biais de sélection. La proportion de personnes au sein de l'échantillon déclarant s'être inscrites est en effet trop élevée par rapport à la véritable participation enregistrée en Suisse. Le fait que le sondage ait explicitement pour sujet le Dry January a vraisemblablement fait que les participant·e·s à celui-ci avaient une plus grande probabilité de choisir d'y répondre que les personnes qui ne font pas le Dry January en s'inscrivant.

## 4.2 Un possible effet à court terme sur la consommation d'alcool

Globalement, les indicateurs de consommation d'alcool sont à la baisse dans la deuxième moitié de février 2023, aussi bien dans l'échantillon des 18 ans et plus que dans le sous-échantillon des participant·e·s au Dry January 2023, avec un effet davantage marqué chez ces dernier·ère·s. Ces baisses plus marquées chez les participant·e·s au Dry January 2023 pourraient suggérer que la participation au Dry January impacte à la baisse la consommation d'alcool dans les semaines qui suivent le mois d'abstinence.

Cette étude ne permet pas d'observer si l'effet sur la consommation d'alcool se maintient au-delà du court terme, par exemple 6 mois après le mois d'abstinence, comme le montre de Visser (2019), tant pour les participant·e·s inscrit·e·s que les autres. Cependant, l'effet à court terme, quelques semaines seulement après le mois d'abstinence, se retrouve bien comme attendu selon la littérature (de Visser & Nicholls, 2020), donc rien ne suggère qu'il devrait y avoir une exception en Suisse en la matière.

Du point de vue de la méthode, l'utilisation de la population générale comme une sorte de groupe contrôle de substitution quant au changement de consommation entre le 2<sup>e</sup> semestre 2022 et la 2<sup>e</sup> moitié de février 2023 semble bien fonctionner. Pouvoir mettre en évidence des diminutions encore plus marquées des indicateurs de consommation d'alcool parmi le sous-échantillon des participant·e·s au Dry January 2023, alors que des baisses se constatent déjà dans l'échantillon complet, montre l'apport de ce type de campagne. Même si le sondage ne permet pas, notamment par manque de point de référence avant le mois de janvier (par la réalisation d'un autre sondage auprès des mêmes personnes), de statuer réellement et formellement sur l'efficacité du mois d'abstinence, cet élément demeure un point très positif suggérant un effet possible.

En tout cas, avoir posé la question de la consommation sur les 6 mois précédant janvier 2023 a permis de diminuer un possible effet de saillance de la consommation d'alcool en décembre, que l'on peut supposer plus élevée que durant les mois précédents. De Visser (2019) souligne l'importance de ce type de formulation pour éviter cela. Toutefois, on constate une baisse (perçue par les personnes interrogées elles-mêmes) de la consommation d'alcool en février 2023 ainsi qu'une diminution de la fréquence des excès

ponctuels statistiquement significatives aussi dans l'échantillon tout entier du sondage. Plusieurs facteurs peuvent y contribuer. Tout d'abord, certaines personnes ont pu diminuer leur consommation sans s'engager dans un défi d'abstinence. En début d'année, il peut s'agir d'une résolution, tout comme certaines personnes dans l'échantillon indiquent que participer au Dry January était pour elles une résolution. De plus, dans les tests effectués sur l'échantillon dans son ensemble, les participant·e·s au Dry January 2023 sont inclus·e·s dans l'analyse, et peuvent donc tirer un peu plus les résultats vers une diminution (même en ne représentant qu'une personne sur huit).

Soulignons également que le profil de consommation de l'échantillon ne semble pas représentatif de la population suisse adulte, si l'on se réfère à l'ESS 2017 (OFS, 2019). Le sous-groupe surreprésenté de personnes s'engageant dans des conduites d'excès ponctuels au moins une fois par mois pourrait avoir aussi la caractéristique de plus tendre à diminuer sa consommation en janvier.

### 4.3 Un défi de l'abstinence pas toujours réussi, mais...

Le taux de réussite n'est pas très élevé au sein de l'échantillon du sondage sur le Dry January 2023, y compris en comparaison de la littérature : la moitié environ des participant·e·s au Dry January 2023 n'est pas parvenue à maintenir l'abstinence tout au long du mois de janvier. Il semble donc y avoir une marge de progression dans l'accompagnement et l'encouragement des personnes qui se donnent ce défi. L'accueil positif de la campagne, selon ce qui ressort des échantillons de 2021 et 2023, est en ce sens encourageant. Pour parvenir à mieux soutenir ces personnes, il importe, à nouveau, de faire en sorte qu'elles s'inscrivent autant que possible. Dans la littérature, le taux de réussite parmi les inscrit·e·s se situe entre 60% (de Visser & Nicholls, 2020) et 80% (Albertella et al., 2021), bien au-dessus de celui des participant·e·s inofficiel·le·s (moins de 40%, Visser & Piper 2020). Toutefois, l'importance de s'enregistrer semble supérieure à celle de réussir uniquement à maintenir l'abstinence complète. Les bénéfiques en termes de capacité ressentie de refuser un verre dont on ne voudrait pas (DRSE - *Drink Refusal Self-Efficacy*, Young et al., 1991), et de santé psychologique perçue sont supérieurs chez les participant·e·s officiel·le·s qui « échoueraient », par rapport aux personnes restant abstinentes tout le mois mais participant inofficiellement (de Visser, 2019). La littérature qualitative sur les campagnes d'abstinence sur un mois montre que les échanges avec les autres participant·e·s et les idées proposées dans les messages de soutien semblent être la source de ces apports supplémentaires. Yeomans (2019) trouve ainsi que la prise de conscience des aspects positifs ressentis à court terme issue de ces échanges montre aux participant·e·s qu'il n'y a pas simplement une déception dans l'immédiat, pour obtenir les avantages à long terme. Le ressenti positif plus immédiat s'ajoute aux bénéfiques de plus long terme, et l'on comprend la démarche « non pas comme un *jeu à somme nulle* [...] mais un *jeu à somme positive* » (Yeomans, 2019, p. 7).

### 4.4 Des effets bénéfiques perçus à court terme

Les diminutions de consommation d'alcool ont des conséquences positives sur la santé très rapidement, et le sous-échantillon de participant·e·s au Dry January de l'échantillon de 2023 l'ont manifestement bien relevé, puisqu'il s'agit de la catégorie de bénéfiques la plus citée spontanément. De leur côté, Mehta et collègues (2018) montrent par exemple une amélioration sur plusieurs indicateurs, dont le poids et la pression sanguine. Leur étude souligne aussi la très rapide et remarquable diminution déjà observée après seulement cette brève période, chez 90% des abstinent·e·s, sur la mesure de concentration sanguine de facteurs de croissance signalant un risque de différents cancers.

Dans l'échantillon du sondage sur le Dry January 2023, le faible nombre de participant-e-s inscrit-e-s sur le site ne permet pas d'investiguer si les bénéfices sont plus marqués dans ce groupe<sup>19</sup> que parmi les personnes s'étant abstenues de consommer de l'alcool en janvier sans s'inscrire, comme cela a pu être fait dans le cadre d'études portant sur le Dry January au Royaume-Uni (de Visser & Piper, 2020). Il convient toutefois de souligner l'importance d'inciter à une participation officielle, puisque la littérature montre que cela semble être lié à des bénéfices supérieurs (de Visser & Piper, 2020). C'est particulièrement le cas pour les indicateurs autres que la seule consommation d'alcool. En effet, la littérature montre que la participation à une campagne d'abstinence sur un mois a des apports au-delà des bénéfices physiologiques cités ci-dessus. Les sentiments de bien-être psychologique, ainsi que physique, sont aussi plus hauts parmi les participant-e-s (de Visser & Nicholls, 2020), et ce même 6 mois après la campagne (de Visser & Piper, 2020).

La campagne affiche des objectifs de discussion de la consommation d'alcool. Il est également, par conséquent, très important de souligner le gain, parmi les participant-e-s, d'une plus grande aisance à refuser un verre qui leur est offert dont ils-elles ne voudraient pas. Cet aspect, qui n'était pas investigué dans le cadre de l'étude sur le Dry January 2023 en Suisse, est mesuré par l'échelle *Drink Refusal Self-Efficacy* (DRSE, Young et al., 1991) déjà mentionnée ci-dessus. L'effet de la participation à la campagne sur cette capacité se retrouve bien dans la littérature (de Visser, Robinson, & Bond, 2016 ; de Visser & Piper, 2020 ; de Visser & Nicholls, 2020). Ce bénéfice, comme la perception d'une meilleure santé mentale et psychologique, est clairement plus constaté parmi les participant-e-s inscrit-e-s, ce qui constitue un argument sur lequel il paraît pertinent d'appuyer pour inciter à s'enregistrer. Même si aucune question de l'étude sur le Dry January 2023 ne porte directement sur l'évaluation de la DRSE pour notre échantillon, soulignons que plusieurs personnes interrogées ayant participé au Dry January 2023 ont cité spontanément avoir gagné en maîtrise de soi et/ou pris conscience de leur consommation, et que près de 40% ont coché « J'ai davantage de contrôle sur ma consommation d'alcool » parmi les bénéfices supplémentaires proposés.

---

<sup>19</sup> Paradoxalement, ces participant-e-s inscrit-e-s sont trop peu au sein de l'échantillon pour avoir la puissance statistique nécessaire à des analyses les concernant spécifiquement, tout en étant surreprésenté-e-s dans l'échantillon vis-à-vis du nombre réel d'inscrit-e-s, ce qui biaise également les analyses ailleurs, comme mentionné.

## 5 Bibliographie

- Albertella, L., van der Hooven, J., Bovens, R., & Wiers, R. W. (2021). Reward-Related Attentional Capture Predicts Non-Abstinence During a One-Month Abstinence Challenge. *Addictive Behaviors*, 114. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106745>
- Blaues Kreuz Schweiz (2021). Umfrageergebnisse Dry January 2021. *Medienmitteilung : Eine Million Schweizer machten einen «Dry January»*. Disponible à télécharger à l'adresse [https://blaueskreuz.ch/fileadmin/Blaues\\_Kreuz/Testseite/UmfrageergebnisseDJ.pdf](https://blaueskreuz.ch/fileadmin/Blaues_Kreuz/Testseite/UmfrageergebnisseDJ.pdf)
- Butters, A., Kersbergen, I., Homes, J., & Field, M., (2023). *Temporary Abstinence Challenges : What Do We Know ? Drug and Alcohol Review* . <https://doi.org/10.1111/dar.13625v>
- Case, P., Angus C., De Vocht, F., Holmes, J., Michie, S., & Brown, J. (2021) Has the Increased Participation in the National Campaign 'Dry January' Been Associated with Cutting Down Alcohol Consumption in England ? *Drug and Alcohol Dependence*, 227. <https://doi.org/10.1016/j.drugalcdep.2021.108938>
- Cohen, J. (1992). A power primer. *Psychological Bulletin*, 112(1), 155–159. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.112.1.155>
- Cohen, J. (1988) *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences, Second Edition*. Routledge, US.
- de Visser R. O. (2019). Evaluation of Dry January 2019. *Alcohol Change UK*. Disponible à télécharger à l'adresse : <https://alcoholchange.org.uk/publication/dry-january-evaluation-2019>
- de Visser, R. & Nicholls, J. (2020). Temporary Abstinence During Dry January : Predictors of Success ; Impact on Well-being and Self-efficacy. *Psychology & Health*, 35 (11), 1293-1305. <https://doi.org/10.1080/08870446.2020.1743840>
- de Visser, R. O., & Piper, R. (2020). Short- and Longer-Term Benefits of Temporary Alcohol Abstinence During 'Dry January' Are Not Also Observed Among Adult Drinkers in the General Population : Prospective Cohort Study. *Alcohol and Alcoholism*, 55 (4), 433-438. <https://doi.org/10.1093/alcalc/aqaa025>
- de Visser, R. O., Robinson, E., & Bond, R. (2016). Voluntary temporary abstinence from alcohol during “Dry January” and subsequent alcohol use. *Health Psychology*, 35(3), 281–289. doi:10.1037/hea0000297
- Dorai-Raj S (2022). *binom: Binomial Confidence Intervals for Several Parameterizations*. R package version 1.1-1.1, <https://CRAN.R-project.org/package=binom>.
- Gmel, G., Kuntsche, E., & Rehm, J. (2010). *Risky single-occasion drinking: Bingeing is not bingeing*. *Addiction*, 1-9. doi:10.1111/j.1360-0443.2010.03167.
- Groupement Romand d'Étude des Addictions (GREAA). (2020). Lancement du Dry January en Suisse Romande. Disponible à télécharger à l'adresse [https://www.grea.ch/sites/default/files/071220\\_communique\\_7\\_decembre\\_ok\\_0.pdf](https://www.grea.ch/sites/default/files/071220_communique_7_decembre_ok_0.pdf)
- Knezevic, A. (2008). Overlapping confidence intervals and statistical significance. *StatNews* 73: Cornell University Statistical Consulting Unit.

- Mehta G, Macdonald S, Cronberg A, Rosselli M, Khera-Butler T, Sumpter C, Al-Khatib S, Jain A, Maurice J, Charalambous C, Gander A, Ju C, Hakan T, Sherwood R, Nair D, Jalan R, Moore KP. (2018). *Short-term abstinence from alcohol and changes in cardiovascular risk factors, liver function tests and cancer-related growth factors: a prospective observational study*. *BMJ Open*. 8(5):e020673. doi: 10.1136/bmjopen-2017-020673.
- ForNIAAA Council Approves Definition of Binge Drinking. NIAAA Newsletter, 3. OCDE. (2010).
- Office Fédéral de la Statistique (OFS). (2019). *Consommation d'alcool en 2017. Enquête suisse sur la santé*. Disponible à télécharger à l'adresse : <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/sante/enquetes/sgb.assetdetail.10887925.html>
- Office Fédéral de la Statistique (OFS) (2023, 13 mars). *Alterspyramide der Schweiz, 1860-2050*. Disponible à l'adresse <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/population/evolution-future/scenarios-suisse.assetdetail.13087264.html>
- Oldham, M. Kersbergen, I., Cox, S., Brown, J., Piper, R., & Garnett, C. (2022). Exploring Changes in Temporary Abstinence in Increasing and Higher Risk Drinkers in England and Dry Dry January Participation in Users of the Try Dry App in the UK Between 2020 and 2021. *BMC Public Health*, 22. <https://doi.org/10.1186/s12889-022-14188-4>
- Robert, J. (2018). Meeting the Sober Self, Recognizing the Drinking Self : Back to Baseline Experimentation in Temporary Sobriety Initiatives. *Contemporary Drug Problems*, 45 (3), 283-302, <https://doi.org/10.1177/0091450918769078>
- Signorell A (2023). *DescTools: Tools for Descriptive Statistics*. R package version 0.99.48, <https://CRAN.R-project.org/package=DescTools>.
- Staatslabor (2021). *Empfehlungen für den Dry January 2022. Projektabschlussbericht Mindful Drinking Switzerland*. Bern: Staatslabor.
- World Health Organization (WHO). (2000). *International Guide for Monitoring Alcohol Consumption and Related Harm*. Geneva: WHO, Department of Mental Health and Substance Dependence, Noncommunicable Diseases and Mental Health Cluster.
- Yeomans, H. (2019). New year, new you: A qualitative study of Dry January, self-formation and positive regulation. *Drugs: Education, Prevention & Policy*, 26, 460–468. <https://doi.org/10.1080/09687637.2018.1534944>
- Young, R. M., Oei, T. P. S., & Crook, G. M. (1991) Development of a Drinking Self-Efficacy Questionnaire. *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment* 13 (1), 1–15. <https://doi.org/10.1007/BF00960735>

## 6 Annexes

### 6.1 Complément sur les limites de l'étude et leurs conséquences

Les personnes retirées de l'analyse parce qu'elles ont donné des réponses incohérentes quant à leur consommation d'alcool ( $n = 120$ ) ne diffèrent pas de manière significative du reste de l'échantillon en termes de sexe/genre, ni de région linguistique. Elles sont par contre plus jeunes (42.9 ans, écart-type = 14.80), de manière significative ( $t(1035) = -3.934$ ,  $p < .001$ ). Elles indiquent également plus participer au Dry January ( $\chi^2(2) = 64.558$ ,  $p < .001$ ), ce qui pouvait être attendu puisqu'une des manières d'être exclu-e selon ce critère est d'indiquer avoir participé au Dry January, mais en disant ne pas consommer d'alcool du tout. Réintégrer ces personnes dans les analyses change peu le profil de consommation avant le Dry January : il y a une différence significative ( $\chi^2(5) = 61.241$ ,  $p < .001$ ), mais qui semble surtout provenir de la surreprésentation de personnes répondant qu'elles consomment « moins d'une fois par semaine ». La distribution dans son ensemble n'est pas significativement modifiée en les retirant ( $t(1931) = 0.978$ ,  $p = .328$ ). De même pour les excès ponctuels : elles ont un profil différent ( $\chi^2(5) = 15.979$ ,  $p = .002$ ), mais le niveau moyen ne change pas significativement si elles sont réintégrées ( $t(1927) = 0.557$ ,  $p = .578$ ).

Les personnes retirées de l'analyse parce qu'elles ont donné des réponses incohérentes quant à leur participation ( $n = 78$ ) ne diffèrent pas de manière significative du reste de l'échantillon en termes de sexe/genre, ni de région linguistique ou d'âge. Ces personnes ont un profil de participation différent ( $\chi^2(2) = 13.347$ ,  $p = .001$ ) du reste de l'échantillon, ce qui est potentiellement attendu, puisque pour être parmi les exclues, elles doivent avoir répondu participer (officiellement ou non) mais ne pas avoir décidé de renoncer à l'alcool en janvier (ou l'inverse). Cependant, les proportions de réponse à la question de la participation obtenues si l'on inclut ces personnes restent bien à l'intérieur des intervalles de confiance à 95% obtenus en les excluant (les pourcentages obtenus sont 1.0899 erreurs standards au-dessus de l'estimation en les excluant, 0.867 en-dessous, et 0.336 en-dessous respectivement pour les non-participant·e·s, les inofficiel·le·s, et les officiel·le·s). Elles ont un profil de consommation qui n'est pas exactement le même que celui du reste de l'échantillon ( $\chi^2(5) = 17.853$ ,  $p = .003$ ), mais le niveau moyen ne change pas significativement si elles sont réintégrées ( $t(1974) = 0.212$ ,  $p = .832$ ). Pour ce qui est des excès ponctuels, leur profil n'est pas significativement différent du reste de l'échantillon ( $\chi^2(5) = 9.756$ ,  $p = .082$ ).

Pour ce qui est des changements de fréquence de consommation ( $\chi^2(9) = 24.766$ ,  $p = .003$ ), ou de l'impression de changement de consommation ( $\chi^2(4) = 39.600$ ,  $p < .001$ ), le profil des personnes donnant des réponses incohérentes diffère de celui du reste de l'échantillon. Pour cette dernière question, elles rapportent surtout plus avoir « beaucoup diminué » leur consommation (26.7% contre 8.2%). Il n'y a pas de différence significative en termes de changement de fréquence des excès ponctuels ( $\chi^2(9) = 6.726$ ,  $p = .666$ ). Le changement moyen ne diffère ni pour la fréquence de consommation ( $t(1900.035) = 0.008$ ,  $p = .993$ ), ni pour l'impression de changement ( $t(1865.139) = -1.242$ ,  $p = .214$ ), selon qu'elles sont incluses ou non.

Les inclure dans les analyses sur le lien entre la participation et les changements dans la consommation ne change pas les résultats obtenus : les participant·e·s au Dry January rapportent toujours une plus grande baisse de fréquence de consommation, et une plus grande impression de diminution de consommation que le reste de l'échantillon. La diminution de fréquence des excès ponctuels reste significative pour les participant·e·s comme pour tout l'échantillon, mais toujours sans différence d'intensité de la diminution entre ces deux groupes.

## 6.2 Traduction allemande de la discussion et des conclusions (la version française fait foi)

Das Ziel der Studie zum Dry January 2023 war es, die Bekanntheit und Akzeptanz des Dry January in der Schweiz zu untersuchen und den Zusammenhang zwischen dem Alkoholkonsum und der (offiziellen oder inoffiziellen<sup>20</sup>) Teilnahme am Dry January zu erforschen.

### 6.2.1 *Steigender Bekanntheitsgrad, aber stabile Teilnahme*

Da der Bekanntheitsgrad des Dry January in der Stichprobe von 2023 höher war als im Jahr 2021, die Einstellungen dazu aber nahezu unverändert und weitgehend positiv blieben (bei mehr als 2/3 der Befragten in den Jahren 2021 und 2023), lässt sich vermuten, dass unter denjenigen, die nicht an der Kampagne teilgenommen haben, eine große Anzahl von Personen ebenfalls eine positive Einstellung über die Kampagne hat. Personen, die noch nie von der Kampagne gehört haben, haben also potenziell die gleiche Einstellung, da die Ausweitung des Bekanntheitsgrades in den Stichproben nicht mit Veränderungen in den Einstellungen einherging. Des Weiteren könnte der große Anteil derjenigen, die 2023 noch unentschlossen waren, ob sie 2024 an der Kampagne teilnehmen werden, durch das Hervorheben der positiven Auswirkungen zu einer Teilnahme überzeugt werden. Gesundheitliche Aspekte stellten den am häufigsten genannten Grund für eine Teilnahme dar. Das Hervorheben der positiven physiologischen Auswirkungen, die bereits nach einem Monat Abstinenz zu beobachten sind, könnte daher hilfreich sein, noch Unentschlossene zu einer Teilnahme zu motivieren, da diese in den analysierten Stichproben die am häufigsten spontan berichteten Auswirkungen der Teilnahme waren (siehe Punkt 4.4).

Was die Teilnahme betrifft, so sind in der Literatur Frauen weitaus stärker vertreten als Männer, sowohl wenn man nur Anmeldungen in der App betrachtet (68% bezeichneten sich selbst als Frau im Jahr 2020 und 70% im Jahr 2021, laut Oldham et al., 2022), als auch wenn man Anmeldungen in der App und auf der Website zusammenzählt (82% Frauen, de Visser 2019). Eine nicht angemeldete Teilnahme könnte hingegen, ebenfalls der Literatur zufolge, nicht zwingend mit dem Geschlecht zusammenhängen (de Visser [2019] findet 50.6% Frauen in dieser Gruppe). In der hier analysierten Stichprobe der Umfrage 2023 sind Männer insgesamt stärker vertreten, nicht jedoch, wenn man nur die Alkoholkonsumierenden betrachtet; hier steht die Geschlechtsverteilung also mit der Literatur zu diesem Thema im Einklang. Männer sind ebenso (und sogar noch stärker) in der Mehrheit, wenn man nur die Anmeldungen auf der Website berücksichtigt<sup>21</sup>. Dies deutet entweder darauf hin, dass die Stichprobe der Umfrage 2023 in Bezug auf die Geschlechtsverteilung unter den Teilnehmenden verzerrt ist, oder dass in der Schweiz die am Dry January Teilnehmenden in dieser Hinsicht eine Ausnahme darstellen. Es ist jedoch nicht feststellbar, welche der beiden möglichen Erklärungen tatsächlich zutrifft.

In der Stichprobe 2023 waren die am Dry January Teilnehmenden im Durchschnitt jünger als die Personen, die nicht am Dry January teilnahmen, während die offiziell Teilnehmenden sogar noch jünger waren. Diese Tendenz, eher jüngere Personen anzuziehen, findet sich auch in der Literatur (de Visser, 2019; de Visser & Piper, 2020), obgleich das Durchschnittsalter der Teilnehmenden im Laufe der Zeit möglicherweise

---

<sup>20</sup> Je nachdem, ob die Person angibt, ohne Anmeldung (inoffiziell) oder mit Anmeldung auf [www.dryjanuary.ch](http://www.dryjanuary.ch) (offiziell) teilgenommen zu haben.

<sup>21</sup> Der Prozentsatz wird aufgrund der sehr grossen statistischen Unsicherheit nicht in den Ergebnissen erwähnt, da nur 42 Personen betroffen sind. Nur 9 Frauen und somit 33 Männer berichten, dass sie teilgenommen haben, indem sie sich auf der Website angemeldet haben.

ansteigen könnte (Oldham et al., 2022<sup>22</sup>). Da die aktuelle Werbung ältere Menschen weniger gut zu erreichen und zu überzeugen scheint, wäre es wichtig diese an eine ältere Bevölkerungsgruppe anzupassen, um auch diese Menschen besser erreichen zu können, zumal ein höheres Alter mit einer weniger positiven Einstellung gegenüber der Dry-January-Kampagne korreliert.

Im Gegensatz zu 2021 war das Tessin im Jahr 2023 ebenfalls in der Stichprobe vertreten. Da die Anzahl der Befragten in dieser Gegend jedoch zu gering war, wurden sprachregionale Analysen nur für die Deutschschweiz und die Romandie vorgenommen. Dennoch sind die Tessinerinnen und Tessiner in allen anderen Analysen enthalten, was zur Repräsentativität der Ergebnisse beiträgt. Es gab keine offiziellen Teilnehmenden in dieser Region (was zu erwarten war, da die Website und die App nicht auf Italienisch verfügbar war), aber es gab dennoch Teilnehmende, die individuell resp. inoffiziell teilnahmen und abstinent blieben. Es besteht also ein grosses Potenzial, die Kampagne im Tessin bekannt zu machen und die Tessinerinnen und Tessiner zu einer Teilnahme zu motivieren: bereits ohne Werbung gibt es in dieser Region Menschen, die bereit sind, teilzunehmen. Darüber hinaus legt die Tatsache, dass diejenigen in der Stichprobe, die ohne Anmeldung teilgenommen hatten, sich als sehr motiviert zeigten, erneut teilzunehmen, eine starke mögliche Offenheit für eine offizielle Teilnahme nahe.

Schließlich ist anzumerken, dass die Überrepräsentation der offiziell Teilnehmenden (die sich auf der Dry-January-Website angemeldet haben, um E-Mails zu erhalten) wahrscheinlich zumindest teilweise auf einen Selektionsbias zurückzuführen ist. Der Anteil der Personen in der Stichprobe, die angaben, sich angemeldet zu haben, ist im Vergleich zur tatsächlichen Teilnahmequote in der Schweiz zu hoch. Die Tatsache, dass die Umfrage explizit den Dry January thematisierte, führte wahrscheinlich dazu, dass die am Dry January Teilnehmenden mit höherer Wahrscheinlichkeit an der Umfrage teilnahmen als die Personen, die sich nicht für den Dry January angemeldet hatten.

### 6.2.2 *Ein potenzieller kurzfristiger Effekt auf den Alkoholkonsum*

Insgesamt ging der Alkoholkonsum in der zweiten Februarhälfte 2023 sowohl in der Stichprobe der über 18-Jährigen als auch in der Teilstichprobe der am Dry January 2023 Teilnehmenden zurück, wobei der Rückgang bei den letzteren stärker ausfiel. Dieser stärkere Rückgang bei den am Dry January 2023 Teilnehmenden könnte darauf hindeuten, dass die Teilnahme am Dry January den Alkoholkonsum in den Wochen nach dem Abstinenzmonat verringert.

Ob der Effekt auf den Alkoholkonsum über den kurzfristigen Zeitraum, z.B. 6 Monate nach dem Abstinenzmonat, hinaus anhält, wie dies de Visser (2019) sowohl für die angemeldeten als auch für die nicht angemeldeten Teilnehmenden zeigt, kann in dieser Studie nicht beurteilt werden. Der kurzfristige Effekt, nur wenige Wochen nach dem Abstinenzmonat, findet sich jedoch, wie laut Literatur (de Visser & Nicholls, 2020) zu erwarten, auch in unserer Stichprobe. Es gibt also keine Hinweise darauf, dass es in der Schweiz diesbezüglich eine Ausnahme geben könnte.

Aus methodischer Sicht scheint die Verwendung der Allgemeinbevölkerung als eine Art Ersatzkontrollgruppe hinsichtlich der Veränderung des Konsums zwischen dem zweiten Halbjahr 2022 und der zweiten Februarhälfte 2023 gut zu funktionieren. Die Tatsache, dass in der Teilstichprobe der am Dry January 2023 Teilnehmenden noch deutlichere Rückgänge des Alkoholkonsums beobachtet werden konnten, obwohl in der Gesamtstichprobe bereits Rückgänge zu erkennen waren, zeigt den Nutzen dieser

---

<sup>22</sup> Der in dieser Studie festgestellte Effekt ist klein ( $d_{Cohen} = .21$ ), und die "Alterung" der Gruppe der Teilnehmenden könnte von der hohen Rücklaufquote stammen, die dazu führt, dass ein gewisser Anteil der Stichprobe im nächsten Jahr naturgemäss ein Jahr älter ist.

Art von Kampagne auf. Auch wenn diese Umfrage es nicht erlaubt, die Wirksamkeit des Abstinenzmonats eindeutig zu beurteilen, weil es keine Vergleichswerte vor Januar 2023 gibt (dies würde eine weitere (vorherige) Umfrage in derselben Stichprobe voraussetzen), bleibt dies ein sehr positiver Anhaltspunkt, der auf eine mögliche Wirkung des Dry January hindeutet.

Auf jeden Fall wurde durch das Erfragen des Konsums in den sechs Monaten vor Januar 2023 ein möglicher Salienzeffekt des Alkoholkonsums im Dezember, der im Vergleich zu den vorherigen Monaten vermutlich höher war, verringert. De Visser (2019) betont die Wichtigkeit, dies so zu erfragen, um einen solchen Effekt zu vermeiden. Dennoch gibt es auch in der Gesamtstichprobe der Umfrage einen (von den Befragten selbst wahrgenommenen) Rückgang des Alkoholkonsums im Februar 2023 sowie einen statistisch signifikanten Rückgang der Häufigkeit des Rauschtrinkens. Hierzu können mehrere Faktoren beitragen. Zunächst einmal konnten einige Personen ihren Alkoholkonsum reduzieren, ohne sich zu einer Abstinenz herausgefordert zu haben. Zu Beginn des Jahres kann sich dies um einen Neujahrsvorsatz handeln. So haben einige Personen in der Stichprobe angegeben, dass die Teilnahme am Dry January für sie ein Neujahrsvorsatz war. Zudem wurden die Teilnehmenden am Dry January 2023 in die Analysen der Gesamtstichprobe einbezogen und konnten somit die Ergebnisse etwas mehr nach unten ziehen (auch wenn es sich nur um eine von acht Personen handelt).

Ebenfalls zu betonen ist, dass das Konsummuster der Stichprobe nicht repräsentativ für die erwachsene Schweizer Allgemeinbevölkerung zu sein scheint, wenn man sich auf die SGB 2017 bezieht (BFS, 2019). Die überrepräsentierte Gruppe von Personen, die sich mindestens einmal im Monat in den Rausch trinkt, könnte eher dazu neigen, ihren Konsum im Januar zu reduzieren.

### 6.2.3 *Das Umsetzen der Abstinenz gelingt nicht immer, aber...*

Die Erfolgsquote war in der Stichprobe der Umfrage zum Dry January 2023 nicht sehr hoch, auch im Vergleich zur Literatur: Etwa die Hälfte der am Dry January 2023 teilnehmenden Personen schaffte es nicht, die Abstinenz den ganzen Januar über aufrechtzuerhalten. Es scheint also noch Raum für Verbesserungen bei der Begleitung und Motivierung der Personen, die sich dieser Herausforderung stellen, zu geben. Die positive Resonanz auf die Kampagne, die aus den Stichproben von 2021 und 2023 hervorgeht, ist in diesem Hinblick ermutigend. Um diese Personen besser unterstützen zu können, ist es wiederum wichtig, dass sie sich so oft wie möglich anmelden. In der Literatur liegt die Erfolgsquote der angemeldeten Teilnehmenden zwischen 60% (de Visser & Nicholls, 2020) und 80% (Albertella et al., 2021) und damit weit über der der inoffiziell Teilnehmenden (weniger als 40 %, Visser & Piper 2020). Das Anmelden an sich scheint jedoch wichtiger zu sein als einzig das Einhalten der vollständigen Abstinenz. Die positiven Auswirkungen auf die wahrgenommene Fähigkeit, ein alkoholisches Getränk, das man eigentlich nicht trinken wollte, abzulehnen (DRSE - Drink Refusal Self-Efficacy, Young et al., 1991) und auf die wahrgenommene psychische Gesundheit sind bei offiziell Teilnehmenden, die an der Abstinenz "gescheitert" sind, größer als bei Personen, die den ganzen Monat abstinent blieben, aber inoffiziell teilnahmen (de Visser, 2019). Die qualitative Literatur zu einmonatigen Abstinenzkampagnen zeigt, dass der Austausch mit anderen Teilnehmenden und die Anregungen in den ermutigenden Nachrichten offenbar der Ursprung dieser zusätzlichen positiven Auswirkungen sind. So findet Yeomans (2019), dass das Bewusstsein für die kurzfristig empfundenen positiven Auswirkungen, das sich aus diesem Austausch ergibt, den Teilnehmenden zeigt, dass man nicht einfach nur kurzfristige negative Auswirkungen aushalten muss, um die langfristigen positiven Auswirkungen zu erhalten. Das unmittelbarere positive Gefühl wird zu den längerfristigen positiven Auswirkungen hinzugefügt, und der Prozess wird "nicht als Entweder-Oder [...], sondern als Win-Win-Situation" verstanden (Yeomans, 2019, S. 7).

#### 6.2.4 Kurzfristig wahrgenommene positive Auswirkungen

Die Reduktion des Alkoholkonsums hat sehr schnell positive Auswirkungen auf die Gesundheit und die Teilstichprobe der am Dry January 2023 Teilnehmenden hat dies offensichtlich gut erkannt, da dies am häufigsten spontan als positive Auswirkung genannt wurde. Mehta und Kollegen (2018) konnten beispielsweise eine Verbesserung mehrerer gesundheitlicher Aspekte feststellen, darunter Gewicht und Blutdruck. Ihre Studie unterstreicht zudem die sehr schnelle und bemerkenswerte Abnahme - die bereits nach dieser kurzen Zeit bei 90% der Abstinenden zu beobachten war - von Wachstumsfaktoren in der Blutkonzentration, die auf ein Risiko für verschiedene Krebsarten hindeuten.

2023 kann aufgrund der geringen Anzahl von Teilnehmenden, die sich auf der Website angemeldet haben<sup>23</sup>, nicht untersucht werden, ob die positiven Auswirkungen in dieser Gruppe größer sind als bei Personen, die im Januar auf Alkohol verzichtet haben, ohne sich anzumelden, wie dies in Studien zum Dry January in Großbritannien möglich war (de Visser & Piper, 2020). Es sollte jedoch betont werden, wie wichtig es ist, zu einer offiziellen Teilnahme zu motivieren, da die Literatur zeigt, dass dies mit stärkeren positiven Auswirkungen verbunden zu sein scheint (de Visser & Piper, 2020). Dies gilt insbesondere für andere Aspekte als nur den Alkoholkonsum. So zeigt die Literatur, dass die Teilnahme an einer einmonatigen Abstinenzkampagne mehr als nur die oben genannten positiven physiologischen Auswirkungen mit sich bringt. Das psychische und körperliche Wohlbefinden ist bei den Teilnehmenden höher (de Visser & Nicholls, 2020), selbst 6 Monate nach der Kampagne (de Visser & Piper, 2020).

Das Ziel der Kampagne ist, Diskussionen zum Thema Alkoholkonsum in Gang zu setzen. Daher ist es auch sehr wichtig zu erwähnen, dass es den Teilnehmenden leichter fiel, ein alkoholisches Getränk abzulehnen, wenn sie es eigentlich nicht trinken wollten. Dieser Aspekt, der im Rahmen der Studie zum Dry January 2023 in der Schweiz nicht untersucht wurde, wird mit der bereits erwähnten Skala Drink Refusal Self-Efficacy (DRSE, Young et al., 1991) gemessen. Die Auswirkungen der Teilnahme an der Kampagne auf diese Fähigkeit sind in der Literatur ausführlich belegt (de Visser, Robinson, & Bond, 2016; de Visser & Piper, 2020; de Visser & Nicholls, 2020). Diese positive Auswirkung sowie eine bessere psychische Gesundheit wurden eindeutig häufiger unter angemeldeten Teilnehmenden festgestellt, was ein relevantes Argument darstellt, um zur Anmeldung zu ermutigen. Auch wenn für unsere Stichprobe in der Umfrage zum Dry January 2023 keine der Fragen direkt auf die Einschätzung der DRSE abzielt, ist zu betonen, dass mehrere am Dry January 2023 Teilnehmende spontan angaben, dass sich ihre Selbstkontrolle verbessert hat und/oder sie sich über ihren Alkoholkonsum bewusster geworden sind, und dass fast 40% "Ich habe mehr Kontrolle über meinen Alkoholkonsum" unter den vorgeschlagenen zusätzlichen positiven Auswirkungen angekreuzt haben.

---

<sup>23</sup> Paradoxerweise sind diese angemeldeten Teilnehmenden in der Stichprobe zu gering, um die statistische Aussagekraft für Analysen zu haben, die sich speziell auf sie beziehen, während sie in der Stichprobe im Vergleich zur tatsächlichen Anzahl der angemeldeten Personen überrepräsentiert sind, was, wie erwähnt, auch an anderen Stellen die Analysen verzerrt.

### 6.3 Questionnaires de 2021 et 2023

Questions posées lors de la récolte de donnée en 2021, avec leurs possibilités de réponse respectives (questionnaire développé par la Croix Bleue Suisse) :

- Avez-vous déjà entendu parler du « Dry January » ?
  - Oui
  - Non
  - Je ne sais pas
- Où en avez-vous entendu parler ? (*question ouverte*)
- Où en avez-vous entendu parler ? Choisissez aussi l'une des réponses suivantes.
  - TV / radio
  - Journal / magazine (imprimé ou en ligne)
  - Facebook
  - Instagram
  - Twitter
  - Autres réseaux sociaux
  - Site internet
  - Connaissances
  - Flyer ou carte Dry January
  - Autre occasion
- Que pensez-vous de la résolution de renoncer à l'alcool durant tout le mois de janvier ?
  - Très bonne
  - Plutôt bonne
  - Indécis-e
  - Plutôt pas bonne
  - Pas bonne du tout
  - Je ne sais pas
- En janvier dernier, avez-vous renoncé complètement à l'alcool ?
  - Je ne bois pas du tout d'alcool
  - Durant le mois de janvier, j'ai volontairement renoncé à l'alcool
  - Non
  - Je ne sais pas
- Pourquoi avez-vous renoncé à l'alcool en janvier dernier ? (*question ouverte, si le-la participant-e a répondu oui à la question précédente*)
- Pourriez-vous envisager de renoncer complètement à l'alcool pendant un mois de janvier ?
  - Oui
  - Non
  - Je ne sais pas
- À quelle fréquence buvez-vous habituellement de l'alcool ?
  - Jamais
  - Jusqu'à 5 jours par semaine
  - Plus de 5 jours par semaine
  - Je ne sais pas
- Comment la pandémie de COVID-19 a-t-elle influencé votre consommation d'alcool ?
  - Plutôt moins bu d'alcool
  - Autant bu d'alcool
  - Plutôt plus bu d'alcool
  - Je ne sais pas
- Il existe en Suisse plusieurs organisations d'aide pour les problèmes d'addiction. Auxquelles pensez-vous en premier ? (*question ouverte*)
- Quelles autres organisations d'aide pour les problèmes d'addiction vous viennent à l'esprit ?

**Questions posées lors de la récolte de donnée en 2023, avec leurs possibilités de réponse respectives (questionnaire développé par Addiction Suisse en concertation avec la Croix Bleue Suisse, le Fachverband Sucht et le GREA) :**

- Avez-vous déjà entendu parler du « Dry January » ?
  - Oui
  - Non
  - Je ne sais pas
- Que pensez-vous de la résolution de renoncer complètement à l'alcool durant tout le mois de janvier ?
  - Très bonne
  - Plutôt bonne
  - Indécis-e
  - Plutôt pas bonne
  - Pas bonne du tout
  - Je ne sais pas
- En janvier dernier, avez-vous renoncé complètement à l'alcool ?
  - Je ne bois pas du tout d'alcool
  - Durant le mois de janvier, j'ai volontairement renoncé à l'alcool
  - Non
  - Je ne sais pas
- En janvier dernier, combien de jours avez-vous consommé de l'alcool ?
  - Je n'ai pas du tout consommé d'alcool
  - 1-5
  - 6-14
  - 15-25
  - 26-30
  - Je ne sais pas
- Avez-vous participé au Dry January 2023 ?<sup>24</sup>
  - Oui, je me suis enregistré-e sur le site [dryjanuary.ch](http://dryjanuary.ch)
  - Oui, mais je ne me suis pas enregistré-e sur le site [dryjanuary.ch](http://dryjanuary.ch)
  - Non
- Pour quelles raisons avez-vous complètement renoncé à l'alcool en janvier dernier ? (*question ouverte, si le-la participant-e a répondu oui à la question précédente*)
- Au cours des six derniers mois AVANT janvier 2023, à quelle fréquence consommiez-vous de l'alcool ?
  - Chaque jour
  - 5 ou 6 jours par semaine
  - 3 ou 4 jours par semaine
  - 1 ou 2 jours par semaine
  - Moins d'une fois par semaine
  - Jamais
  - Je ne sais pas
- Au cours des six derniers mois AVANT janvier 2023, à quelle fréquence consommiez-vous 6 verres d'alcool ou plus lors d'une même occasion ? Un verre correspond par exemple à un verre de vin de 1 dl, une petite bière, un petit verre d'alcool fort ou une bouteille d'alcool.
  - Plusieurs fois par semaine ou chaque jour
  - Une fois par semaine
  - 2-3 fois par mois
  - Une fois par mois
  - Moins d'une fois par mois
  - Jamais
  - Je ne sais pas

---

<sup>24</sup> Question pour laquelle le choix de répondre « Je ne sais pas », ou de ne pas répondre, n'était pas laissé aux participant-e-s



- ACTUELLEMENT, à quelle fréquence consommez-vous de l'alcool ?<sup>25</sup>
  - Chaque jour
  - 5 ou 6 jours par semaine
  - 3 ou 4 jours par semaine
  - 1 ou 2 jours par semaine
  - Moins d'une fois par semaine
  - Jamais
- ACTUELLEMENT ; à quelle fréquence consommez-vous 6 verres d'alcool ou plus lors d'une même occasion ? Un verre correspond par exemple à un verre de vin de 1dl, une petite bière, un petit verre d'alcool fort ou une bouteille d'alcool.<sup>26</sup>
  - Plusieurs fois par jour
  - Une fois par semaine
  - 2-3 fois par mois
  - Une fois par mois
  - Moins d'une fois par mois
  - Jamais
- En général, votre consommation d'alcool a-t-elle changé PAR RAPPORT À AVANT JANVIER 2023 ?
  - Ma consommation a beaucoup diminué
  - Ma consommation a un peu diminué
  - Ma consommation n'a pas changé
  - Ma consommation a un peu augmenté
  - Ma consommation a beaucoup augmenté
  - Je ne sais pas
- Quels bénéfices avez-vous tirés de votre participation au Dry January ? (*question ouverte, si le-la participant-e a indiqué avoir participé à la campagne*)
- Quel(s) autre(s) bénéfice(s) ? Veuillez sélectionner les autres bénéfices de votre participation. (*question ouverte, si le-la participant-e a indiqué avoir participé à la campagne*)
  - J'ai économisé de l'argent
  - Je me suis prouvé-e que je pouvais le faire
  - J'ai davantage de contrôle sur ma consommation d'alcool
  - La qualité de mon sommeil s'est améliorée
  - J'ai plus d'énergie
  - Ma capacité de concentration s'est améliorée
  - Mon état de santé générale s'est amélioré
  - J'ai perdu du poids
- Participerez-vous au Dry January 2024 ?<sup>27</sup>
  - Oui
  - Peut-être / indécis-e
  - Non
- Il existe en Suisse plusieurs organisations d'aide pour les problèmes d'addiction. Auxquelles pensez-vous en premier ? (*question ouverte*)

---

<sup>25</sup> Question pour laquelle le choix de répondre « Je ne sais pas », ou de ne pas répondre, n'était pas laissé aux participant-e-s

<sup>26</sup> Idem

<sup>27</sup> Question pour laquelle le choix de répondre « Je ne sais pas », ou de ne pas répondre, n'était pas laissé aux participant-e-s