

Dry January : la vente d'alcool décline de 22% en France, selon une étude Lightspeed.

- *Les ventes de boissons alcoolisées dans les restaurants français ont diminué de 22% en janvier 2024 par rapport aux autres mois de l'année, un constat qui se confirme chaque année depuis le lancement du "Dry January".*
- *En janvier 2024, les ventes de cocktails ont chuté de 28%, suivies par les bières (-26%) et les liqueurs (-22%), illustrant une tendance continue de baisse dans ces catégories.*

Paris, le 10 janvier 2025 – La consommation d'alcool en France connaît une période creuse au mois de janvier. C'est ce qui ressort d'une étude menée par [Lightspeed Commerce Inc.](#) (« **Lightspeed** »), la plateforme de commerce tout-en-un qui permet aux commerçants d'offrir les meilleures expériences omnicanales.

Les multiples raisons qui peuvent pousser les Français à réduire ou stopper momentanément leur consommation d'alcool au mois de janvier comprennent une volonté de retrouver une meilleure qualité de sommeil, d'économiser ou de simplement faire plus attention à sa santé.

Lightspeed s'est plongée dans les données de vente de ses clients pour analyser la tendance de consommation d'alcool dans les restaurants en 2023 et 2024 : sur plus de 1700 emplacements clients en France, le nombre de ventes de boissons alcoolisées se comptabilise à plus de 2 238 000 en janvier 2024, contre une vente moyenne mensuelle de 2 877 000 sur le reste de l'année 2024, soit une diminution de 22 % des ventes unitaires de boissons alcoolisées.

La tendance semble se confirmer de manière plus générale dans la société française : en janvier 2024, plus de 4,5 millions de personnes sont estimées avoir relevé le défi « Dry January », selon les [premiers résultats de l'étude JANOVER](#) menée par Le Vinatier – Psychiatrie universitaire Lyon Métropole. Une autre [étude](#) de l'institut de sondage Panel Selvitys a mis en lumière le nombre croissant de personnes souhaitant faire une pause de consommation d'alcool lors de cette période de l'année : près de 28 000 personnes se sont inscrites sur le site [dryjanuary.fr](#), soit une augmentation de 75 % par rapport à 2023.

Cocktails, spiritueux, bières : les boissons les plus affectées par le « mois sans alcool »

Selon l'étude de Lightspeed, parmi les types de boissons alcoolisées qui subissent une baisse de leur popularité dans les restaurants français en janvier 2024, la catégorie la plus affectée concerne la vente de cocktails, qui enregistre une chute des ventes de 28 % entre janvier 2024 et le reste de l'année, suivi par les bières (- 26 %) et les ventes de liqueurs (- 22 %).

La vente d'alcools forts a reculé de manière significative dans les restaurants analysés :
- 19 % pour la tequila, - 20 % pour le gin, - 18 % pour le rhum ou encore - 22 % pour les liqueurs.

Les deux types d'alcool ayant le mieux résisté sont le vin rouge, qui enregistre le plus faible recul parmi tous les types d'alcools recensés (- 3 % par rapport au reste de l'année) et la vodka (- 4%).

« Dry January » : une tendance qui semble s'installer d'année en année et dans plusieurs pays européens

Autre constat que nous révèle l'étude Lightspeed sur plus de 1700 emplacements clients, la vente d'alcools semble suivre la tendance depuis le lancement de l'initiative « Dry January » en 2016. D'une année à l'autre, la consommation d'alcool en janvier a bel et bien reculé. Selon l'étude de Lightspeed, la vente de boissons alcoolisées (en unités) a ainsi reculé de près de 8 % entre janvier 2023 et 2024, alors qu'en comparaison, les ventes non-alcoolisées ont légèrement augmenté (+ 0.34 %).

Si cette tendance n'est pas cantonnée qu'aux quatre coins de l'Hexagone, les restaurants britanniques analysés dans le panel Lightspeed indiquent que le Royaume-Uni est le pays qui enregistre le plus fort recul du nombre de ventes d'alcool parmi les restaurants analysés dans 4 pays (France, Suisse, Allemagne, Royaume-Uni) : soit une diminution de 32 % des ventes en janvier 2024 (en unités) vs le reste de l'année (- 34 % en chiffre d'affaires moyen mensuel).

À noter qu'au Royaume-Uni, les reculs les plus significatifs concernent la vente de vodka (- 38 %), le whiskey (- 36 %) et le rhum (- 36 %).

Méthodologie :

L'étude a analysé les données de transactions (nombre de ventes en valeur absolue et relative) dans les restaurants en France, Suisse, Allemagne et Royaume-Uni, comparant les périodes de janvier 2023 et 2024 et les ventes de janvier 2024 vs le reste de l'année. Pour la France, l'analyse a été réalisée à partir des données de **1740 restaurants** pour la comparaison entre les périodes de janvier 2024 et le reste de l'année, et **1729 restaurants** pour la comparaison entre janvier 2023 et janvier 2024. Les indicateurs étudiés incluent le nombre de transactions (ventes unitaires), le nombre de ventes totales en devise, le prix moyen et le prix médian.

Pour toute information ou demande, veuillez contacter Axicom.