

Dry January 2026 : la sobriété heureuse à l'épreuve des faits [Analyse SumUp]

Le Dry January s'impose de plus en plus comme un rendez-vous santé incontournable, en particulier après les excès associés aux fêtes de fin d'année. Selon une étude Toluna, un Français consommateur d'alcool sur deux déclare envisager d'y participer en janvier 2026 : 31 % en arrêtant totalement l'alcool et 19 % en réduisant significativement leur consommation. Mais ces intentions se traduisent-elles réellement dans les comportements de consommation ? C'est ce que la fintech SumUp a cherché à mesurer en analysant les tendances observées en France et en Allemagne sur le mois de janvier 2026.

En France, des arbitrages visibles... mais des sorties toujours soutenues

À l'échelle nationale et en comparaison avec l'année précédente, le secteur du tabac et des cigarettes électroniques enregistre une baisse notable du volume d'affaires (-10,9%), accompagnée d'un recul du panier moyen de 12,2%. Dans la mesure où la consommation d'alcool et de tabac est souvent associée, au bar, en terrasse ou lors d'événements festifs, ces évolutions peuvent être interprétées comme un signal de la volonté des consommateurs de prendre soin de leur santé.

Pour autant, l'analyse des transactions réalisées entre le 2 et le 25 janvier 2026 montre que la consommation hors domicile demeure dynamique. Les cafés-restaurants affichent ainsi une hausse de +18,5 % du volume d'affaires et une progression de +33,4 % de l'activité par rapport à la même période en 2025. Même tendance du côté des bars

et clubs, avec +14,4 % de volume d'affaires et +29,8 % d'activité, confirmant un attrait toujours marqué pour les sorties, indépendamment de la consommation d'alcool.

Cette dynamique se retrouve également dans les commerces alimentaires. En effet, les épiceries et commerces de proximité enregistrent respectivement +14,8 % de volume d'affaires et +23,5 % d'activité.

À l'échelle parisienne, les tendances observées au niveau national se confirment, voire s'amplifient. Le secteur des commerces alimentaires se distingue par une forte progression, avec +38,2 % de volume d'affaires et +80,2 % d'activité. À l'inverse, les magasins d'alcool spécialisés / cavistes enregistrent un recul de 12,9 % de volume d'affaires, illustrant un report partiel des dépenses vers des alternatives non alcoolisées ou des usages plus domestiques.

France vs Allemagne : des pratiques différentes mais un même goût pour les sorties

La comparaison avec l'Allemagne* met en évidence des éclairages intéressants. Outre-Rhin, les magasins d'alcool enregistrent une hausse de +11,4 % du volume d'affaires moyen et de +36,5 % de l'activité, là où la France affiche des évolutions plus modérées (+5,3 % et +10,9%).

Pour autant, la fréquentation des bars et clubs reste élevée en Allemagne également, avec +23,5 % d'activité, confirmant que le Dry January n'entraîne pas de désengagement massif vis-à-vis des lieux de sociabilité.

« Nos données mettent en évidence un décalage clair entre les intentions déclarées autour du Dry January et les comportements réels. En France comme en Allemagne, il n'y a pas de véritable effet de coup d'arrêt sur la consommation. Les consommateurs opèrent davantage des arbitrages dans leurs dépenses, mais continuent de sortir et de consommer. Le Dry January ne se traduit pas par une transformation radicale des habitudes de consommation », analyse SumUp.

Les experts SumUp seraient ravis de décrypter plus en détail ces tendances de consommation avec vous. Seriez-vous disponible pour un échange, à votre convenance, dans les prochains jours ?

Méthodologie :

SumUp a analysé l'ensemble des transactions réalisées via ses solutions de paiement par des commerçants français et allemands*, rattachés aux catégories suivantes : magasins d'alcool, bars/clubs, cafés/restaurants, fitness/spa, épiceries, tabac/cigarettes électroniques. La période étudiée couvre du 2 au 25 janvier 2026 inclus, avec une comparaison sur la période équivalente en janvier 2025.

le panier moyen correspond à la valeur moyenne en euros par transaction

l'activité est mesurée par le nombre moyen de transactions effectuées par client SumUp sur une période donnée