



Dry January : La Brasserie Parallèle lance une campagne nationale engagée et décalée

À l'occasion du Dry January, **La Brasserie Parallèle**, brasserie française dédiée aux boissons sans alcool, festives, créatives et bio, lance **une campagne nationale à la fois engagée et décalée**.

À l'origine de cette activation : **une étude menée avec OpinionWay**, visant à mieux comprendre **le rapport des Français à l'alcool et surtout à la modération**.

De cette enquête émergent **des chiffres interpellants, révélateurs des freins, perceptions et paradoxes** qui entourent la consommation d'alcool et de ses alternatives.

Ces enseignements ont été déclinés en une série de visuels **aux accroches percutantes et au ton volontairement décalé**, mettant en scène **les membres de La Brasserie Parallèle**, et pensés pour **bousculer les idées reçues et ouvrir le débat autour de nouvelles façons de consommer**.

La campagne sera diffusée sur **l'ensemble du territoire tout au long du mois de janvier dans les caves, bars, magasins bio et épiceries**, ainsi que sur **les réseaux sociaux de la brasserie**, en résonance avec le temps fort du Dry January.



LA BRASSERIE
PARALLÈLE

“**SANS ALCOOL
ON SE FAIT
CH******R**”

**25 % DES FRANÇAIS·ES CRAIGNENT
DE MOINS S'AMUSER SANS ALCOOL.**

étude La Brasserie Parallèle x opinionway - Décembre 2025



**“J’ÉTAIS BOURRÉ
ÇA COMpte PAS.”**

16 % DES FRANÇAISES ONT DÉJÀ REGRETTÉ
UN COUP D’UN SOIR SOUS ALCOOL.

étude La Brasserie Parallèle x opinmex - Décembre 2020



**“LES GENS QUI
NE BOivent PAS D’ALCOOL
SONT CHIANTS”**

29 % DES FRANÇAISES ONT DÉJÀ RESSENTI LE JUGEMENT DES AUTRES
EN CHOISISANT UNE BOISSON SANS ALCOOL.

étude La Brasserie Parallèle x opinmex - Décembre 2020



LA BRASSERIE
PARALLÈLE

“
**L’ALCOOL,
ÇA M’AIDE A
LACHER PRISE**
”

16 % DES FRANÇAIS·ES ONT RECONTACTÉ UN·E EX
SOUS L’EFFET DE L’ALCOOL.

Etude La Brasserie Parallèle x opinionway - Décembre 2020



LA BRASSERIE
PARALLÈLE

“
**LE SANS ALCOOL
C’EST PAS BON.**
”

48 % DES FRANÇAIS·ES PENSENT QUE LES ALTERNATIVES
SANS ALCOOL MANQUENT DE GÔUT.

Etude La Brasserie Parallèle x opinionway - Décembre 2020



LA BRASSERIE
PARALLÈLE

LES FRANÇAIS, L'ALCOOL ET LA MODÉRATION

opinionway

1 Français sur 4
envisage de faire le
Dry January en
2026



29 % se sentent jugés quand ils sont seuls à choisir une boisson
SANS ALCOOL

25 % des moins de **35 ans** se sentent dépendants à l'alcool

CARTE DES NON CONSOMMATEURS D'ALCOOL



SOUS L'EMPRISE D'ALCOOL

16 % ont eu un coup d'un soir qu'ils regrettent **11 %** ont déjà trompé leur partenaire

52 % des Français ont déjà vécu une situation problématique liée à l'alcool.

59 % des hommes **47 %** des femmes



aimeraient essayer **PLUS** de boissons sans alcool mais trouvent que les bars/restos manquent d'options intéressantes



2 Français sur 3

ont déjà mis en place une stratégie pour réduire l'alcool.

52 % fixent une limite par soirée

51 % ne boivent pas avant une certaine heure

47 % évitent l'alcool fort

Pour **85 %** des Français
Réduire l'alcool = **Effets positifs**



26 % **28 %** **22 %**
TOP 3
DES «ÉCARTS» LIÉES À L'ALCOOL

28 % ont déjà pris la route alors qu'ils n'étaient pas en état

26 % se sont blessés avec des douleurs le lendemain

22 % se sont rués sur la malbouffe après une soirée arrosée

Étude OpinionWay pour La Brasserie Parallèle, réalisée du 29 au 30 octobre 2025 auprès d'un échantillon de 1 035 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, selon la méthode des quotas appliquée aux variables de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de région et de taille d'agglomération. La marge d'incertitude des résultats est comprise entre 1,4 et 3,1 points.

À propos de la Brasserie Parallèle

Fondée à Bordeaux en 2019 par Laurent Drège et Guillaume Soares, deux passionnés de bières artisanales, la Brasserie Parallèle est la première brasserie

française dédiée exclusivement aux boissons sans alcool et certifiée B Corp. Kéfirs de fruits, houblonades, bières sans alcool : elle réinvente l'apéritif avec des créations artisanales, biologiques, responsables et savoureuses. Distribuée dans toute la France, elle incarne une nouvelle manière de trinquer : festive, éthique et sans compromis.