EDITORIAL

Défi de janvier, boissons sans alcool et déconsommation : chronique d'une transition alcoolique annoncée

Mickael Naassila

Correspondance Université de Picardie Jules Verne, Centre Universtaire de Recherche en Santé (CURS), Groupe de Recherche sur l'Alcool et les Pharmacodépendances (GRAP), Unité INSERM UMR 1247, 80025, Amiens
mickael.naassila@inserm.fr

Chaque mois de janvier revient désormais avec la régularité d'un marronnier médiatique : le Défi de janvier, ses soutiens enthousiastes, ses critiques récurrentes, ses procès en puritanisme et ses accusations de stigmatisation. Pourtant, derrière cette ritualisation annuelle se joue quelque chose de bien plus profond et durable : une reconfiguration progressive de notre rapport collectif à l'alcool. Autrement dit, nous sommes entrés, parfois sans l'admettre, dans une ère de la déconsommation alcoolique.

Cette dynamique ne relève ni d'un effet de mode, ni d'un complot hygiéniste, ni d'un simple artefact de communication. Elle est documentée, mesurable et multifactorielle. En France, la consommation globale d'alcool diminue de façon structurelle depuis plusieurs décennies (plus de 60% en 60 ans), et cette baisse est particulièrement marquée chez les jeunes générations. De plus en plus d'adolescents et de jeunes adultes n'expérimentent pas l'alcool, ou le font tardivement, quand ils ne revendiquent pas explicitement une abstinence choisie. L'alcool, jadis rite de passage quasi obligatoire, devient un produit optionnel, parfois même ringard. Le fameux French paradox, longtemps mobilisé comme talisman culturel et sanitaire, semble aujourd'hui faire pschitt, non pas tant sous l'effet d'une démonstration scientifique supplémentaire que parce que le récit social qui le portait ne convainc plus.

La montée en puissance des boissons sans alcool : innovation, substitution… ou illusion ?

Dans ce paysage en mutation, la prolifération des boissons sans alcool ou à faible teneur en alcool (*no/lo drinks*) constitue sans doute l'un des marqueurs les plus visibles de cette transition. Bières 0,0 %, vins désalcoolisés, spiritueux sans spiritueux, mocktails premium : une filière entière s'est structurée en quelques années, avec ses codes, ses salons, ses labels, ses influenceurs et déjà ses lobbys. Ironie de l'histoire : alors que l'alcool fut longtemps défendu au nom de la tradition, c'est désormais l'innovation technologique qui tente d'en préserver l'expérience… en retirant l'éthanol.

Mais cette explosion de l'offre pose une question centrale pour l'alcoologie contemporaine : ces produits sont-ils de véritables outils de réduction des risques, ou de simples dispositifs d'accompagnement destinés à maintenir l'alcool au centre des sociabilités ?

La littérature récente invite à la prudence, mais aussi à la nuance. La revue systématique de Caballeria et al. avaient déjà montré que les données étaient hétérogènes, dépendantes des profils de consommateurs et du stade de sévérité des troubles de l'usage d'alcool [1]. Plus récemment, Holmes et collègues ont proposé une analyse particulièrement stimulante en posant une question volontairement provocatrice : « *Zero tolerance for 0%?* » [2]. Leur message est clair : une approche dogmatique, qu'elle soit permissive ou prohibitive, n'est ni scientifiquement fondée, ni cliniquement pertinente.

Chez certains buveurs à risque élevé, les boissons sans alcool peuvent soutenir une réduction de la consommation. Chez d'autres, notamment les patients présentant des troubles de l'usage de l'alcool sévères ou une maladie du foie liée à l'alcool, elles peuvent agir comme stimuli conditionnés, réactivant le craving et augmentant le risque de rechute. Autrement dit, le même objet peut être à la fois outil de réduction des risques et déclencheur neurocomportemental, selon le contexte, le sujet et la trajectoire addictive.

Conditionnement, extinction et neurosciences du « sans alcool »

À cet égard, le commentaire récent de Bowdring dans Addiction apporte un éclairage neurocomportemental particulièrement fécond [3]. En mobilisant les modèles de conditionnement pavlovien, l'auteure propose une hypothèse audacieuse : et si la consommation répétée de boissons sans alcool, en l'absence d'éthanol, pouvait conduire à une extinction du craving, plutôt qu'à sa réactivation ?

Les boissons sans alcool exposent en effet le sujet à l'ensemble des stimuli conditionnés associés à l'alcool (goût, odeur, marque, contexte social), sans le stimulus inconditionnel qu'est l'éthanol. Théoriquement, cette dissociation répétée pourrait affaiblir la réponse conditionnée et soutenir l'abstinence, à condition toutefois que l'alcool ne soit pas réintroduit de façon intermittente, ce qui risquerait de réactiver le conditionnement.
Cette hypothèse inverse élégamment la logique classique du *cue-induced* craving et ouvre des perspectives de recherche passionnantes, notamment en articulation avec les traitements pharmacologiques des troubles de l'usage de d'alcool. Elle rappelle surtout que les boissons sans alcool ne sont pas des objets neutres : ce sont des stimuli complexes, inscrits dans des circuits neurobiologiques, cognitifs et sociaux qu'il nous appartient de mieux comprendre, plutôt que de juger a priori.

Réduction de la consommation : que disent les essais contrôlés ?
Sur le plan interventionnel, les données commencent à s'accumuler. L'analyse secondaire d'un essai randomisé publiée dans *BMC Medicine* montre que la fourniture de boissons non alcoolisées permet une réduction significative de la consommation d'alcool chez les buveurs excessifs sans dépendance, en particulier chez ceux ayant des scores AUDIT faibles à modérés [4]. Plus la sévérité des troubles augmente, plus l'effet de substitution s'atténue, sans toutefois observer d'effet délétère ou d'augmentation de la consommation.
Ces résultats confirment une intuition clinique largement partagée : les boissons sans alcool ne sont ni une panacée, ni un poison universel. Elles peuvent constituer un levier pertinent dans une stratégie populationnelle de déconsommation, à condition de ne pas les ériger en solution universelle, et de les intégrer dans des dispositifs plus larges.

Grossesse, normes sociales et ambiguïtés sanitaires
Une étude britannique récente sur l'usage des boissons sans alcool pendant la grossesse illustre parfaitement les ambiguïtés contemporaines [5]. Plus de 70 % des femmes enceintes interrogées déclaraient consommer des boissons sans alcool, principalement pour « choisir une alternative plus sûre » et « se sentir incluses socialement ». Pourtant, plus de la moitié estimaient manquer d'informations claires sur leur sécurité.
Ce paradoxe est révélateur : la déconsommation progresse plus vite que la production de recommandations cliniques et de messages de santé publique structurés. Là encore, l'alcoologie est confrontée à un objet hybride, à la frontière entre prévention, réduction des risques et marketing.

Boissons sans alcool et déterminants commerciaux de la santé : quand le marketing épouse la déconsommation
L'essor spectaculaire des boissons sans alcool ne peut être analysé indépendamment des déterminants commerciaux de la santé, champ de recherche désormais solidement structuré en France comme à l'international. Le no/lo constitue un cas d'école : un marché présenté comme aligné avec les objectifs de santé publique, mais largement façonné par des stratégies industrielles sophistiquées.
Le marketing des boissons sans alcool mobilise des ressorts désormais bien identifiés : normalisation des usages, valorisation du choix individuel, esthétisation de la sobriété, et surtout continuité symbolique avec les marques alcoolisées. Le *brand sharing*, cette stratégie consistant à décliner une même marque en version alcoolisée et non alcoolisée, brouille volontairement les frontières entre prévention et promotion. Sous couvert d'innovation responsable, l'alcool reste omniprésent dans l'imaginaire, les codes visuels et les contextes de consommation.
Cette ambiguïté n'est pas sans conséquence. Chez certains publics, notamment les personnes avec troubles de l'usage de l'alcool, ces produits peuvent agir comme des vecteurs de ré-exposition aux stimuli alcoolo-associés, augmentant le craving ou le risque de rechute. Chez d'autres, ils participent à une reconfiguration des normes sociales, où l'abstinence devient enfin acceptable, à condition toutefois qu'elle continue à ressembler à de l'alcool.
Le no/lo illustre ainsi parfaitement la tension entre logique de marché et logique de santé publique. Les mêmes produits peuvent simultanément contribuer à une baisse de la consommation moyenne dans la population et renforcer l'emprise symbolique de l'alcool dans l'espace social. Cette dualité impose de dépasser les lectures simplistes et d'interroger frontalement le rôle des acteurs économiques dans la fabrique des comportements.

MyDéfi® : un outil numérique au service de la déconsommation

Le Défi de janvier ne serait sans doute qu'un slogan de plus s'il ne s'appuyait pas sur des outils capables de transformer une intention ponctuelle en expérience structurée. C'est précisément l'ambition de MyDéfi®, application smartphone conçue sur des bases scientifiques et addictologiques solides, et pensée non comme une injonction à l'abstinence, mais comme un dispositif d'accompagnement à la reprise de contrôle.

À rebours des approches moralisantes, MyDéfi® s'inscrit dans une logique de réduction des risques et des dommages, adaptée à l'hétérogénéité des trajectoires d'usage. Auto-évaluation, feedback personnalisé, information validée, soutien motivationnel : l'application mobilise des leviers issus des sciences comportementales, tout en respectant un principe fondamental souvent oublié dans les politiques publiques de l'alcool : laisser au sujet la maîtrise de ses objectifs.

Dans un contexte où les boissons sans alcool prennent une place croissante, MyDéfi® permet également d'éviter l'écueil du « tout substitut ». Les données issues de la littérature montrent clairement que les stratégies de remplacement ne sont efficaces que pour certains profils de consommateurs et qu'elles perdent en efficacité lorsque la sévérité des troubles augmente. L'application n'encourage donc ni la substitution systématique, ni l'abstinence dogmatique, mais une réflexivité sur les usages, leurs déterminants et leurs conséquences.

APPLE ANDROID

Conclusion : déconsommer sans dogme

L'ère de la déconsommation alcoolique ne sera ni linéaire ni consensuelle. Elle sera traversée de résistances, de stratégies industrielles ambivalentes, de débats scientifiques parfois vifs et de crispations politiques récurrentes. Les boissons sans alcool en sont l'un des symboles les plus frappants : ni anges, ni démons, mais révélateurs de nos contradictions collectives.

Pour les alcoologues, addictologues et chercheurs, le défi est clair : continuer à produire des données, refuser les simplifications, et accompagner cette transition sans naïveté ni rigidité. Pour les décideurs publics, l'enjeu est tout aussi crucial : reconnaître que toute consommation d'alcool comporte un risque pour la santé, sans céder à l'illusion qu'un simple changement de produit suffirait à résoudre des déterminants profondément sociaux, culturels et économiques.

Et si, finalement, le véritable paradoxe français n'était plus celui du vin protecteur, mais celui d'un pays historiquement alcoolisé découvrant, parfois à contrecœur, que la « non-consommation d'alcool » peut aussi être un objet scientifique, politique et culturel pleinement légitime ?

REFERENCES

1. Caballeria E, Pons-Cabrera MT, Balcells-Oliveró M, Braddick F, Gordon R, Gual A, et al. "Doctor, Can I Drink an Alcohol-Free Beer?" Low-Alcohol and Alcohol-Free Drinks in People with Heavy Drinking or Alcohol Use Disorders: Systematic Review of the Literature. Nutrients. 2022;14(19):3925. https://www.mdpi.com/2072-6643/14/19/3925
2. Holmes J, Oldroyd CK, Drummond C, Field M, Kersbergen I, Allison MED. Zero tolerance for 0%? How should clinicians and other practitioners respond to the use of alcohol-free and low-alcohol products in higher risk groups. Addiction. 2025; https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/add.70244
3. Bowdring MA. Could alcohol-free and low-alcohol beverages be used to extinguish alcohol cravings? Addiction. 2025; https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/add.70295
4. Dobashi S, Kawaida K, Saito G, Owaki Y, Yoshimoto H. The effectiveness of reduction in alcohol consumption achieved by the provision of non-alcoholic beverages associates with Alcohol Use Disorders Identification Test scores: a secondary analysis of a randomized controlled trial. BMC Med. 2024;22(1):424. https://bmcmedicine.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12916-024-03641-3
5. Maslin K, Hopper H, Shawe J. The use of alcohol-free and low-alcohol drinks in pregnancy in the UK. Eur J Public Health. 2025; https://academic.oup.com/eurpub/advance-article/doi/10.1093/eurpub/ckaf188/8317086