

## Tournée Minérale : les bénéfices d'un mois sans alcool

Charlotte Paulis, Psychologie et Neurosciences Cognitives (PsyNCog), Université de Liège, Place des Orateurs 2, 4000 Liège, Belgique. Mail : charlotte.paulis@uliege.be | Tél : +32 4 366 20 00

Etienne Quertemont, Psychologie et Neurosciences Cognitives (PsyNCog), Université de Liège, Place des Orateurs 2, 4000 Liège, Belgique. Mail : equertemont@uliege.be

### Résumé

En Belgique, la campagne « Tournée Minérale » propose un mois d'abstinence pour sensibiliser aux effets de l'alcool. Une étude longitudinale menée en 2023 et 2024 montre que près de la moitié des participants maintiennent une abstinence totale. La consommation hebdomadaire reste inférieure aux niveaux initiaux un mois après la fin de la campagne, même chez ceux n'ayant pas respecté l'abstinence complète. Les attentes positives envers les effets de l'alcool prédisaient le maintien de l'abstinence. Aucun effet rebond de la consommation d'alcool n'a été observé. Ces résultats soulignent l'intérêt et l'efficacité de ces campagnes pour réduire durablement la consommation d'alcool.

### Impact de la consommation d'alcool en santé publique

L'alcool figure parmi les substances psychoactives les plus consommées dans le monde [1]. Pourtant, d'après les classements des experts, il s'agit d'une des substances les plus néfastes, en raison des dommages qu'elle cause non seulement aux consommateurs, mais aussi à la société dans son ensemble [2].

Selon l'Organisation mondiale de la santé [1], la consommation nocive d'alcool a entraîné 2,6 millions de décès dans le monde en 2019, représentant 4,7 % de la mortalité globale. En Belgique, en 2018, 77 % de la population avait consommé de l'alcool, avec une moyenne hebdomadaire de 9,4 verres [3]. La même année, l'usage excessif d'alcool a été à l'origine de 5 % des décès enregistrés dans le pays [3].

L'alcool est la quatrième cause de mortalité et de morbidité chez les Belges de plus de 15 ans. Sa consommation est liée à de nombreuses pathologies (cardiaques, hépatiques, cancers, troubles cognitifs) et à un risque élevé de dépendance. Elle affecte aussi la santé mentale et contribue à divers accidents et problèmes sociaux. Même une consommation modérée peut avoir des effets néfastes sur la santé [4]. Le Conseil Supérieur de la Santé [4,5] a dès lors émis plusieurs recommandations visant à réduire les risques liés à sa consommation. Parmi celles-ci figurent la limitation à un maximum de 10 unités d'alcool par semaine et l'instauration de plusieurs jours sans consommation chaque semaine.

### Campagnes d'abstinence d'alcool et mois sans alcool

De nombreuses initiatives ont été mises en place pour sensibiliser aux risques liés à la consommation d'alcool. Parmi elles, les campagnes du type « un mois sans alcool » ont connu un essor notable ces dernières années dans plusieurs pays européens [6]. En Belgique, cette

initiative est connue sous le nom de « Tournée Minérale » et se déroule chaque année en février. Elle invite les citoyens à s’abstenir de toute consommation d’alcool pendant un mois complet. L’objectif est multiple : encourager une prise de conscience des habitudes de consommation, permettre d’expérimenter les effets positifs d’une période d’abstinence, et inciter à une réflexion plus large sur le rapport personnel à l’alcool. Ces campagnes visent également à induire une réduction durable de la consommation d’alcool chez les participants.

À l’échelle internationale, la majorité des campagnes d’abstinence temporaire d’alcool proposent une durée d’un mois, bien que la période choisie varie selon les pays. Par exemple, elles se déroulent en janvier en Angleterre [7] et en France [8], en février en Belgique [9], et en novembre en Hongrie [10]. Aux Pays-Bas, les participants ont la liberté de choisir le moment et la durée de leur abstinence, à condition qu’elle soit d’au moins 28 jours [11].

Plusieurs études menées dans le cadre de ces campagnes ont mis en évidence les nombreux effets positifs pour les participants. Parmi les bénéfices fréquemment rapportés figurent une amélioration du bien-être général, une perte de poids, un sommeil de meilleure qualité, des économies financières, une hausse de l’énergie, ainsi qu’un état de santé globalement amélioré [6,12,13,14].

Toutefois, certaines inquiétudes persistent quant à un éventuel effet rebond à la fin de la période d’abstinence. Des recherches menées sur des modèles animaux ont montré que la privation temporaire d’alcool peut provoquer une augmentation marquée de la consommation une fois l’accès rétabli — un phénomène connu sous le nom de « alcohol deprivation effect » [15,16]. Ainsi, bien que ces campagnes visent à réduire la consommation, elles pourraient, dans certains cas, favoriser une reprise excessive chez certains participants.

#### Étude longitudinale pendant la Tournée Minérale en Belgique (2023–2024)

Pour analyser les effets spécifiques du mois sans alcool sur la population belge et explorer la possibilité d’un effet rebond, nous avons réalisé une brève étude longitudinale (publiée dans le journal *Alcohol and Alcoholism*) [17]. Celle-ci visait à suivre les participants tout au long de la période d’abstinence, puis à observer l’évolution de leur consommation d’alcool un mois après la fin de la campagne.

L’étude poursuivait plusieurs objectifs. Elle visait d’abord à identifier les facteurs pouvant prédire le succès du mois sans alcool, défini comme une abstinence totale durant cette période. Parmi les variables explorées figuraient les attentes positives associées à la consommation d’alcool, les habitudes de consommation, ainsi que le sentiment d’efficacité personnelle, c’est-à-dire la confiance des participants dans leur capacité à refuser de consommer de l’alcool dans des contextes variés ou face à des sollicitations.

Le deuxième objectif était d’examiner l’existence d’un effet rebond dans la consommation d’alcool, un mois après la fin de la campagne. Il s’agissait de vérifier si les participants augmentaient leur consommation hebdomadaire d’alcool après la campagne par rapport à leur niveau initial avant le début de la campagne. Enfin, l’étude s’est intéressée aux attentes des participants par rapport aux bénéfices de leur participation au mois sans alcool, et à la mesure dans laquelle ces attentes avaient été rencontrées.

Cette étude a porté sur deux cohortes de participants ayant pris part à la Tournée Minérale en 2023 ou 2024. Les participants étaient âgés de 18 à 76 ans, avec une moyenne d’âge de 39,6 ans.

Au total, 172 personnes ont complété la première phase de l'étude, dont 94 en 2023 et 78 en 2024. La collecte de données était organisée en trois temps, afin de suivre l'évolution des participants avant, pendant et après la campagne d'abstinence. À chacune de ces étapes, les participants étaient invités à compléter plusieurs questionnaires. La première phase s'est déroulée juste avant le début du mois sans alcool. La seconde a eu lieu à la fin de la période d'abstinence. Enfin, la troisième phase s'est tenue un mois après la fin de la campagne, afin d'observer les éventuelles évolutions dans les comportements ou les perceptions des participants après la période d'abstinence.

Les résultats ont montré que 48,5 % des participants ont maintenu une abstinence totale d'alcool pendant toute la durée du Mois sans alcool. Parmi ceux qui n'ont pas réussi à s'abstenir complètement, une réduction significative de la consommation a néanmoins été observée : leur consommation moyenne est passée de 11 verres par semaine avant la campagne à 5 verres par semaine lors de la dernière semaine de celle-ci (voir Figure 1). Parmi les variables étudiées, ce sont les attentes positives vis-à-vis des effets de l'alcool qui se sont révélées être les meilleurs prédicteurs de la réussite de l'abstinence. Fait intéressant, ces attentes prédisaient les difficultés à maintenir l'abstinence de manière plus marquée que les habitudes de consommation. Les participants ayant une perception plus favorable des effets de l'alcool éprouvaient significativement plus de difficultés à rester abstinents.

Les résultats ont mis en évidence une diminution significative de la consommation hebdomadaire d'alcool chez l'ensemble des participants, y compris chez ceux qui n'ont pas réussi à maintenir une abstinence complète. Cette réduction s'est prolongée au-delà de la fin de la campagne, sans effet rebond. Autrement dit, la consommation n'a pas augmenté après la période d'abstinence (voir Figure 1).

Enfin, concernant les bénéfices attendus de la campagne, les résultats indiquent que les participants ont, en moyenne, perçu les effets positifs liés à l'abstinence. Toutefois, certaines attentes ont été mieux satisfaites que d'autres. Deux bénéfices ont même dépassé les attentes initiales : la réduction du sentiment de dépendance à l'alcool et les économies financières réalisées. En revanche, cinq autres bénéfices ont été jugés moins marqués que ce que les participants espéraient, notamment l'amélioration du sommeil, la perte de poids, l'amélioration du bien-être général, de la santé et du niveau d'énergie (voir Figure 2).

Figure 1 - Nombre moyen de verres consommés par semaine avant, pendant et un mois après la Tournée Minérale, en fonction du maintien ou non d'une abstinence complète par les participants. Figure adaptée de Paulis et Quertemont [17].

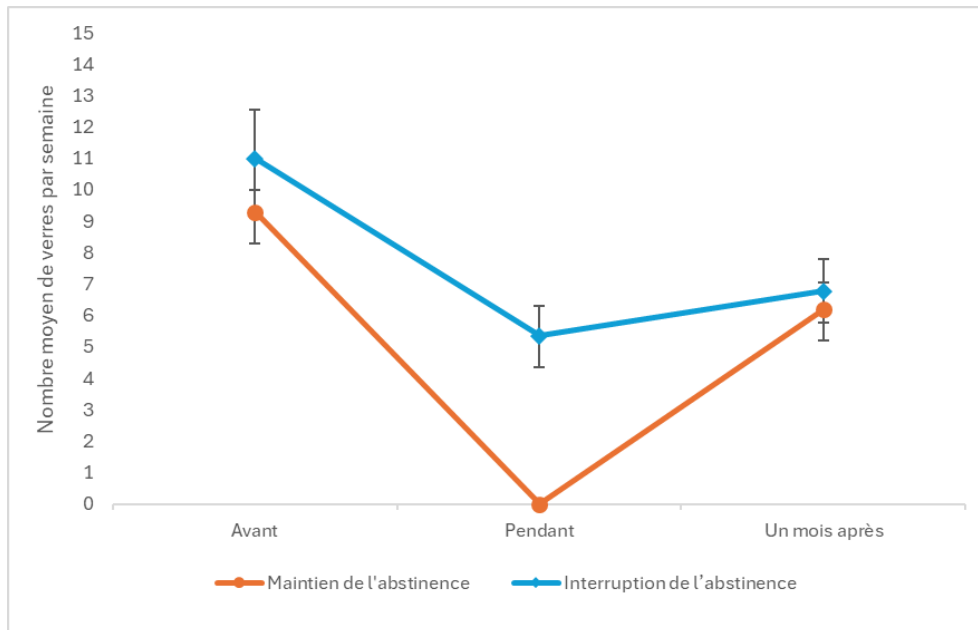
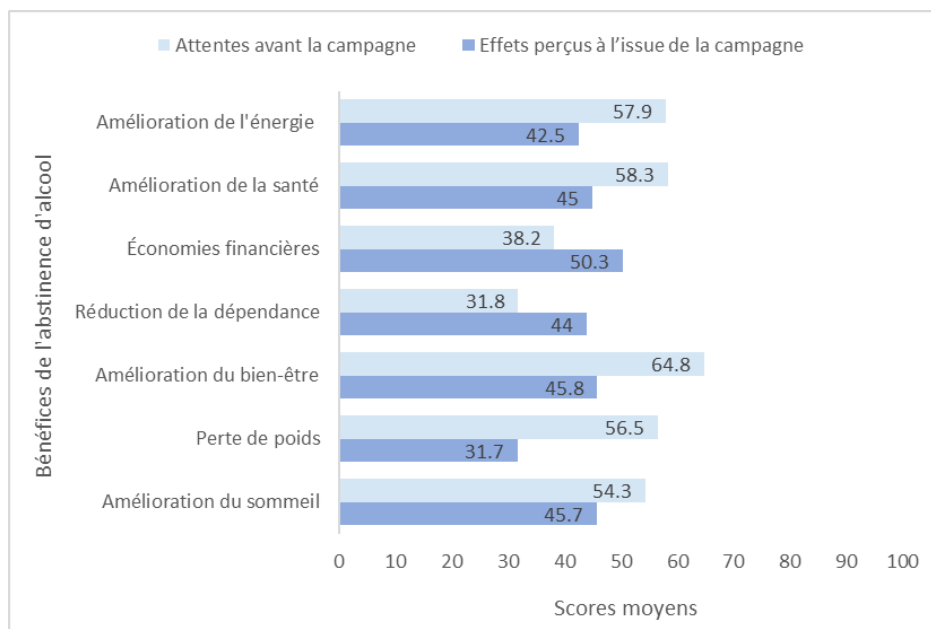


Figure 2 – Comparaison entre les bénéfices attendus avant la Tournée Minérale et ceux effectivement perçus à l'issue de la campagne. Les participants ont évalué ces effets sur des échelles allant de 0 à 100.



## Conclusion

Cette étude, menée dans le cadre de la campagne belge « Tournée Minérale », met en évidence plusieurs résultats intéressants. L'un des principaux enseignements concerne la difficulté à

maintenir une abstinence complète, qui est principalement prédite par les attentes positives associées aux effets de l'alcool. Ce constat souligne l'importance de travailler sur les représentations et croyances liées à l'alcool dans le cadre des campagnes de prévention.

Un mois après la fin de la campagne, une diminution significative de la consommation hebdomadaire d'alcool a été observée chez l'ensemble des participants, qu'ils aient réussi ou non à maintenir une abstinence complète. Aucun effet rebond n'a été constaté, ce qui permet de dissiper les dernières inquiétudes quant aux conséquences potentielles de ce type d'initiative. La campagne apparaît ainsi globalement bénéfique pour les participants, en contribuant à une réduction durable — au moins à court terme — de leur consommation d'alcool.

Enfin, l'analyse des attentes des participants révèle que certains bénéfiques ont été perçus comme supérieurs aux attentes initiales alors que d'autres se sont révélés plus modestes. Ces résultats suggèrent qu'une communication plus précise et réaliste sur les bénéfices potentiels de l'abstinence pourrait contribuer à améliorer l'expérience des participants.

Messages à retenir :

Les campagnes d'abstinence temporaire d'alcool, telles que la Tournée Minérale, constituent des outils efficaces de prévention. Elles permettent une réduction significative et durable de la consommation d'alcool, y compris chez les participants n'ayant pas respecté une abstinence complète. Contrairement à certaines craintes, aucun effet rebond marqué n'est généralement observé à l'issue de ces campagnes. Ces initiatives gagneraient à être accompagnées d'un travail de sensibilisation sur les représentations et croyances associées à l'alcool.

Références

1. Organisation mondiale de la santé (OMS). Global status report on alcohol and health and treatment of substance use disorders. Genève: OMS; 2024. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240096745>
2. Nutt DJ, King LA, Phillips LD. Drug harms in the UK: a multicriteria decision analysis. *Lancet* 2010;376:1558–65. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(10\)61462-6](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(10)61462-6)
3. Gisle L, Demarest S, Drieskens S. Enquête de santé 2018: Consommation d'alcool. Bruxelles: Sciensano; 2018. <https://www.sciensano.be/fr/biblio/enquete-de-sante-2018-consommation-dalcool>
4. Conseil Supérieur de la Santé. Risques liés à la consommation d'alcool. Bruxelles: CSS; 2018. Avis n° 9438
5. Conseil Supérieur de la Santé. Mesures de réduction des dommages et des risques liés à la consommation d'alcool. Bruxelles: CSS; 2025. Avis n° 9782
6. de Ternay J, Leblanc P, Michel P, et al. One-month alcohol abstinence national campaigns: a scoping review of the harm reduction benefits. *Harm Reduct J* 2022;19:24. <https://doi.org/10.1186/s12954-022-00603-x>

7. Ballard J. What is Dry January? *Br J Gen Pract* 2016;66:32. <https://doi.org/10.3399/bjgp16X683173>
8. Naassila M. Quels bénéfices des défis “sans alcool”? *Alcoologie et Addictologie* 2019;41:297–307. <http://95.142.161.48/index.php/aa/article/view/866>
9. Thienpondt A, Van Cauwenberg J, Van Damme J, et al. Process evaluation of the Belgian one-month-without alcohol campaign “Tournée Minérale”: a mixed method approach. *BMC Public Health* 2024;24:383. <https://doi.org/10.1186/s12889-024-17941-z>
10. Pados E, Kovács A, Kiss D, et al. Voices of temporary sobriety – a diary study of an alcohol-free month in Hungary. *Subst Use Misuse* 2020;55:839–50. <https://doi.org/10.1080/10826084.2019.1705861>
11. Bovens RHLM, Hoevenaars G, Planken MJE. De bijdrage van IkPas aan de landelijke en lokale preventieakkoorden. *TSG Tijdschr Gezondheidswet* 2022;100:72–5. <https://doi.org/10.1007/s12508-022-00339-w>
12. Hillgrove T, Thomson L. Evaluation of the impact of febfast participation. Melbourne: Turning Point; 2012.
13. Yeomans H. New Year, New You: a qualitative study of Dry January, self-formation and positive regulation. *Drugs Educ Prev Policy* 2019;26:460–8. <https://doi.org/10.1080/09687637.2018.1534944>
14. de Visser RO, Piper R. 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* 2020;55:433–8. <https://doi.org/10.1093/alcalc/agaa025>
15. Spanagel R. Recent animal models of alcoholism. *Alcohol Res Health* 2000;24:124–31. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6713016/>
16. Rodd ZA, Bell RL, Sable HJK, et al. Recent advances in animal models of alcohol craving and relapse. *Pharmacol Biochem Behav* 2004;79:439–50. <https://doi.org/10.1016/j.pbb.2004.08.018>
17. Paulis C, Quertemont E. Predictors of completion and outcomes of a 1-month alcohol abstinence campaign in Belgium. *Alcohol and Alcoholism* 2025;60:agaf044. <https://doi.org/10.1093/alcalc/agaf044>