

**LU POUR VOUS** La campagne *Dry January* est-elle utile?

La campagne *Dry January* est née au Royaume-Uni en 2012 et bénéficie d'une participation croissante. Elle promet un mois sans alcool, dès le 1<sup>er</sup> janvier. En 2020, la campagne atteint la Suisse, soutenue par plusieurs associations actives dans le milieu des addictions et l'OFSP. L'équipe d'Alcohol Change UK, association à l'origine de la campagne britannique, a mandaté un chercheur pour en évaluer l'impact. Les retours sont positifs en termes de santé physique et psychique. Il existe cependant naturellement une réduction de la consommation d'alcool au mois de janvier avec ou sans campagne et l'effet lié

directement à celle-ci est ainsi difficile à établir. Les chercheurs ont tenté de répondre à la question suivante: l'augmentation de la participation à la campagne entre 2015 et 2018 a-t-elle permis de réduire la consommation d'alcool en Angleterre indépendamment de la variabilité saisonnière? L'étude tire ses données de l'Alcohol Toolkit Study, une étude observationnelle transversale interrogeant 1800 nouvelles personnes par mois. Elle compare les réponses recueillies au mois de janvier 2015 aux données de mars-décembre 2014, et de même pour 2017/2018. En analysant les réponses d'un total de 37 142 questionnaires, les

auteurs ont cherché à établir s'il existe, au niveau populationnel, une différentielle plus marquée entre la consommation de janvier et les autres mois de l'année et si la campagne est à l'origine de la réduction de la consommation. Les résultats ne sont malheureusement pas ceux attendus: les participants des mois de janvier semblent être moins souvent abstinents que le reste de l'année et la quantité consommée est équivalente. On note tout de même une légère augmentation de la prévalence des personnes consommant au maximum 1 x/mois en 2017 par rapport à 2014 (51 versus 49%). Il est plus probable d'essayer de réduire la consommation en janvier par rapport aux autres mois de l'année, cependant sans différence entre les deux périodes évaluées. Le terme «détox» est cité comme raison de la tentative de réduction préférentiellement en janvier et en 2017/2018, signant tout de même une possible influence de la campagne.

**Commentaire:** Malgré les efforts des auteurs et leur courage pour tenter d'évaluer une campagne de santé publique, il existe de nombreuses limites à l'interpréta-

tion des résultats. La consommation est évaluée par l'AUDIT-C, un outil de dépistage des troubles de l'utilisation de l'alcool interrogeant la consommation sur les 6 derniers mois. Se pose également la question des critères qui sont à prendre en considération pour confirmer l'utilité d'une campagne. La démarche présente certainement le bénéfice de diffuser des messages de santé publique et d'améliorer l'acceptabilité sociale de l'abstinence. Ceci de par la forte fréquentation du site internet de la campagne et l'importance qui est accordée à la question de l'alcool dans les médias, sur les réseaux sociaux et dans les discussions de la collectivité. Au moins le temps d'un mois...

**Dre Rebecca Gray**  
Unisanté, Lausanne

**Coordination: Dr Jean Perdrix,**  
Unisanté (jean.perdrix@unisanté.ch)

Case P, et al. Has the increased participation in the national campaign 'Dry January' been associated with cutting down alcohol consumption in England? *Drug Alcohol Depend* 2021;227:108938. DOI 10.1016/j.drugalcdep.2021.108938.



© isrockphoto/OntheRunPhoto

## CARTE BLANCHE

## JE M'INSTALLE!



**Dre Coralie Wenger-Bonny**  
Cabinet médical du moulin de Cugy  
Chemin des Dailles 5  
1053 Cugy (VD)  
coralie.wenger-bonny@svmed.ch

Ce sont 11 lettres, une apostrophe, un point d'exclamation. Onze simples lettres qui,

accolées les unes aux autres, ouvrent une immense porte vers... Où? Quoi? Qui? Comment? Quand? Onze lettres dites ainsi, et une consœur ou un confrère en face sait de quoi il s'agit. Onze lettres qui, pour moi, étaient un rêve et un objectif depuis des années. S'installer, c'est s'établir, s'implanter quelque part. Et pour moi, en prononçant ces onze lettres, je débutais une aventure palpitante en découvrant une nouvelle Escape Room! Car avant la porte ouverte, il y a la porte fermée

par un cadenas, nous obligeant à bien réfléchir! Avez-vous déjà fait une Escape Room ou un Escape Game? Pour ceux qui n'ont jamais eu l'occasion de se lancer ce défi, il s'agit d'un jeu d'énigmes. Par exemple, le jeu commence dans une pièce dans laquelle on est enfermé et il est nécessaire de résoudre des énigmes captivantes permettant de déverrouiller des cadenas qui ouvrent des grandes boîtes puis des petites boîtes et finalement de sortir de cette pièce. «Je m'installe!» est un Escape

Game se déroulant sur plusieurs mois. Le compte à rebours commence quand vous décidez d'une date d'installation. En premier lieu, il faut envoyer tous vos diplômes, carte d'identité, curriculum vitae, etc. On franchit alors la première étape en trouvant l'autorisation de pratiquer qui est la clé du premier cadenas. Mais les lois changent au cours du jeu et d'autres cadenas, inexistants au début, se rajoutent! Il faut obtenir de nouveaux papiers en renvoyant des documents à diverses