



Lausanne, Berne, le 29 décembre 2025

## **Le Dry January 2026 lance le défi Workplace Challenge pour renforcer la prévention alcool au travail**

**Avec le Workplace Challenge, le Dry January® 2026 invite les entreprises à réfléchir de manière ludique et collective à la consommation d'alcool dans le contexte professionnel. L'alcool au travail représente en effet un risque pour la santé, la sécurité et le bien-être des collaborateurs et collaboratrices. En relevant ensemble le défi, ces derniers et dernières renforcent non seulement la cohésion mais surtout la gestion de la santé au travail.**

À partir du 1er janvier 2026, le Dry January®, à travers le Workplace Challenge, s'invite en entreprise. Axée sur la gestion de la santé en entreprise, cette initiative aborde de manière légère et ludique la thématique « alcool et travail ». Elle place la santé des collaboratrices et collaborateurs au centre, encourage la remise en question des normes de consommation — parfois sources de pression sociale dans le contexte professionnel — et favorise le dialogue sans jugement ni stigmatisation. En renforçant la cohésion d'équipe, le Dry January® aide également les entreprises à organiser des événements professionnels sans alcool, tout en conservant une ambiance conviviale. En y participant, les entreprises s'engagent concrètement en faveur de la santé physique et psychique de leurs équipes et soutiennent des changements durables des habitudes de consommation.

### **L'alcool au travail, un facteur de coût**

En Suisse, 2 à 5 % des travailleurs-euses et jusqu'à 10 % des cadres ont une consommation d'alcool nuisible à leur santé. La consommation d'alcool joue un rôle dans environ une démission sur six. Entre 15 et 25 % des accidents de travail sont dus à la consommation d'alcool ou à celle d'autres substances psychoactives. En Suisse, 215 millions d'heures d'absence sont causées par la maladie ou un accident, dont 8,4 millions sont liées à l'alcool.

### **Plusieurs entreprises participent**

Une trentaine d'entreprises participent au Workplace Challenge et contribuent ainsi activement à la santé psychique et mentale de leurs employé-e-s. Pour Unic SA par exemple, le Dry January représente une façon sympa de commencer l'année, et non une privation. L'entreprise soutient activement ses collaboratrices et collaborateurs et encourage un rapport responsable à l'alcool, notamment à travers des apéritifs sans alcool proposés en janvier, explique Anita Hermecz, Office Manager chez Unic SA. Les entreprises bénéficient de conseils et de matériel pour rendre le défi intéressant, notamment des animations et offres de sensibilisation ainsi que des ateliers interactifs sur l'alcool.

### **Sensibilisation nationale et agenda**

Parallèlement au Workplace Challenge, le Dry January poursuit son action de sensibilisation à l'échelle nationale. La campagne se déroule sur les réseaux sociaux et via la newsletter. Jasmine Cammarota, danseuse au Béjart Ballet Lausanne et Caryl Cordt-Moller, champion du monde de parkour, motiveront les participant-e-s à tenter le défi. Des concours organisés en décembre déjà et janvier animeront la campagne sur les réseaux sociaux où des parlementaires partageront leur expérience d'une pause.



Dans l'agenda, le Dry January organise une visite d'usine de kombucha le 5 février à Renens, il s'associe à Alwarda Clean Party (yoga et techno) au D! Club de Lausanne le dimanche 25 janvier et accompagnera également un atelier de mixologie de la Croix-Bleue Romande le 4 février. Aussi, l'animation culturelle Gingko de Vevey ira encore au contact des jeunes les 10 et 24 janvier au centre-ville. En Suisse alémanique, le Dry Pub Crawl® aura lieu pour la troisième fois et ce sera le 15 janvier à Bâle.

### **Et la suite**

Le Dry January® poursuivra le défi sur le lieu de travail à l'avenir. Le Workplace Challenge est en effet appelé à s'inscrire sur la durée. Les entreprises peuvent d'ores et déjà réfléchir à la manière dont elles souhaitent organiser leur janvier sans alcool en 2027. L'équipe du Dry January® sera à nouveau là pour les accompagner.

Le Dry January® est la plus grande campagne de prévention alcool en Suisse. Aujourd'hui, une personne sur huit y participe et plus de la moitié de la population suisse connaît le Dry January®. Le Dry January® existe en Suisse depuis 2021. Il a été fondé au Royaume-Uni en 2013.

### **Contacts**

#### **Suisse romande**

Célestine Perissinotto, responsable du projet Dry January Romandie, GREA, 078 756 96 67,  
c.perissinotto@grea.ch

#### **Suisse alémanique**

Luna Hannappel, responsable du projet Dry January, 077 251 46 19, luna.hannappel@blaueskreuz.ch,  
29 et 30 décembre 2025 toute la journée

Martin Bienlein, porte-parole de la Croix Bleue Suisse, 079 228 96 04,  
martin.bienlein@blaueskreuz.ch