vinetur

Francia lanza el #FrenchJanuary contra el “Dry January” británico

La campaña defiende el consumo responsable y la libertad individual como alternativa al movimiento Dry January británico

viernes 9 de enero de 2026



La organización interprofesional Vin & Société ha presentado este jueves, 8 de enero, la campaña #FrenchJanuary como alternativa al conocido movimiento “Dry January”, que promueve la abstinencia total de alcohol durante el primer mes del año. La iniciativa francesa busca ofrecer una visión diferente sobre el consumo de vino y otras bebidas alcohólicas, centrada en la moderación, la responsabilidad y el respeto a las decisiones

individuales.

El “Dry January” se ha extendido en los últimos años en Francia, siguiendo la tendencia originada en Reino Unido. Cada vez más personas deciden dejar de consumir alcohol durante enero como una forma de cuidar su salud tras las fiestas navideñas. Sin embargo, desde el sector vitivinícola francés consideran que esta propuesta es demasiado restrictiva y no refleja la cultura local del consumo responsable.

Con el lanzamiento de #FrenchJanuary, Vin & Société quiere poner en valor el arte de vivir francés, donde la convivialidad y el disfrute moderado forman parte de la vida cotidiana. Según los organizadores, la campaña no pretende oponerse frontalmente a quienes optan por no beber, sino defender un enfoque más flexible y adaptado a las costumbres del país. El mensaje principal es que cada persona debe poder elegir libremente si desea consumir vino o no, sin presiones ni juicios externos.

La campaña invita a los consumidores a saborear y disfrutar con moderación, en lugar de prohibirse por completo el consumo. Los promotores insisten en que enero puede ser un mes para redescubrir el placer de compartir una copa en buena compañía, siempre con responsabilidad. Además, animan a prolongar esta actitud durante todo el año, promoviendo hábitos saludables y un consumo consciente.

El sector del vino en Francia considera que este tipo de iniciativas ayudan a mantener viva la tradición vitivinícola del país y refuerzan su imagen internacional. Al mismo tiempo, subrayan la importancia de informar sobre los riesgos del consumo excesivo y fomentar campañas educativas sobre la moderación.

La campaña #FrenchJanuary se difundirá principalmente a través de redes sociales y medios digitales, con mensajes dirigidos tanto al público general como a profesionales del sector. Se prevé que bodegas, restaurantes y tiendas especializadas participen activamente en la promoción de esta alternativa durante todo el mes.

Vin & Société agrupa a diferentes actores del mundo del vino francés y trabaja desde hace años para impulsar un consumo responsable. Con esta nueva acción buscan equilibrar las tendencias actuales hacia la abstinencia con una propuesta basada en la libertad individual y el respeto por las tradiciones gastronómicas del país.