

Les bonnes nouvelles de 2016 en France

Alors que l'année se termine, La Croix a sélectionné les bonnes nouvelles, loin des crises et des guerres. Premier volet : les belles surprises en France.



L'équipe du film *Demain*. Le bouche-à-oreille a transformé en phénomène de société ce documentaire, dont les spectateurs ressortent prêts à agir. / Mars Distribution

► « Demain », le film qui pousse à agir

Le bouche-à-oreille a transformé en phénomène de société ce documentaire, dont les spectateurs ressortent prêts à agir. Diffusé dans 10 pays, il a dépassé le million de spectateurs. Mélanie Laurent et Cyril Dion ont mis en scène leurs rencontres avec des hommes et des femmes qui, à leur échelle et dans tous les domaines (agriculture, énergie, habitat, économie, éducation, démocratie, etc.), tentent de changer le monde.

[Demain](#) montre qu'il existe des solutions, mises en œuvre par des bonnes volontés actives, à l'exemple inspirant.

> Lire aussi : [« Demain », le film qui recrée du lien social](#)

► **Les dons aux associations augmentent**

Selon le 21^e baromètre de la générosité des Français du réseau Recherches & Solidarités publié le 21 novembre 2016 par *La Croix*, les dons ont augmenté de près de 4 % en 2015. Les Français ont donné entre 4,4 et 4,6 milliards d'euros (le don moyen est de 463 €), soit 4 % de plus que l'année précédente. La digitalisation de la pratique des dons, la multiplication des collecteurs, ainsi que plusieurs catastrophes naturelles localisées ont pu favoriser cette embellie en 2015.

> Lire aussi : [Ces territoires où l'on est généreux](#)

► **En France, les paquets de cigarettes deviennent « neutres »**

À partir du 1^{er} janvier 2017, seuls des « paquets neutres » de cigarettes peuvent être vendus en France : emballages d'une même couleur standardisée, aucun signe publicitaire, marque inscrite en petits caractères et avertissements sanitaires (photos chocs et messages écrits) élargis à 65 % de la surface. La France est le deuxième pays à l'imposer, après l'Australie. L'OMS, en effet, juge essentiel de faire « *disparaître le glamour* » du paquet pour le réduire à ce qu'il est vraiment : un « *emballage de produits mortels qui tuent environ 6 millions de personnes* » chaque année, dont plus de 70 000 en France.