

À GO,
ON LIT!



18 DÉCEMBRE 2023

MÉMOIRE DÉPOSÉ AU MINISTÈRE DES FINANCES

**DANS LE CADRE DES CONSULTATIONS PUBLIQUES
PRÉBUDGÉTAIRES 2023-2024**

**La littératie au Québec : un enjeu de taille auquel À GO,
on lit! doit contribuer**

AGOL.CA

📷 📺 📺 📺 @AGOONLIT #AGOL

Table des matières

1. À propos d'À GO, on lit!	2
Ça mange quoi en hiver?	2
Résultats obtenus et rayonnement.....	4
2. Notre demande	4
Contexte : La littératie comme enjeu de société	4
Le potentiel d'À GO, on lit!	5
Financement actuel et ses limites.....	6
3. Budget	8
4. Notes et références	9



AGOL.CA

    @AGOONLIT #AGOL

1. À propos d'À GO, on lit!

Ça mange quoi en hiver?

Le mouvement [À GO, on lit!](#) (AGOL) a été créé en 2018 par l'instance régionale de concertation (IRC) en réussite éducative des Laurentides, le PREL ([Partenaires pour la réussite éducative dans les Laurentides](#)). Le PREL, qui a comme mission de sensibiliser, mobiliser et engager les jeunes, leur famille et l'ensemble des acteurs du milieu autour de la persévérance scolaire et de la réussite éducative, a constaté l'absence d'outils et d'initiatives incitant les adolescents et les jeunes adultes à lire pour le plaisir. Lors des deux premières années de financement, le PREL n'avait reçu aucun dépôt de projet portant sur le développement et le maintien de l'intérêt pour le monde de l'écrit auprès des 10-20 ans. Et pourtant, l'équipe avait cet enjeu à sa planification stratégique.

Afin de s'aligner aux objectifs poursuivis dans le cadre de la planification stratégique, le mouvement est ainsi né. Il était clair d'informer la communauté que la lecture peut jouer un rôle crucial en tant que déterminant de la persévérance scolaire. Voici comment la lecture peut influencer positivement la persévérance scolaire chez les étudiants :

- Développement des compétences de base
- Autonomie et confiance en soi
- Élargissement des horizons
- Amélioration des compétences linguistiques
- Réduction des obstacles liés à la compréhension
- Capacité à synthétiser l'information
- Préparation aux examens

Encourager une culture de lecture peut donc jouer un rôle significatif dans la promotion du succès éducatif à long terme.

À GO, on lit! a été originellement créé pour les Laurentides. Le mouvement s'est répandu au cours des dernières années dans 13 régions administratives du Québec et est maintenant une corporation nationale.

Afin d'atteindre son objectif de favoriser le plaisir de lire, À GO, on lit! développe une campagne numérique annuelle de mise en valeur de la lecture avec de nombreuses personnalités publiques connues des jeunes pour démontrer que « lire c'est loin d'être plate! ». À GO, on lit! propose aux jeunes de mieux connaître leurs goûts de lecture pour orienter ensuite les choix de lecture. Ceci se fait via un quiz interactif disponible en ligne sur son site. Au-delà, de son aspect ludique, le quiz communique au participant son profil de lecteur (Boho-Romantico, Échevelé.e, Surnaturel.e, Mains-moites ou Fouineur.se) et lui propose des suggestions de lecture personnalisées selon son profil et l'informe sur le lieu de disponibilité du livre retenu dans sa région. Dans les bibliothèques et librairies participantes, les livres suggérés sont identifiés par un autocollant correspondant au profil de lecteur. Un parcours clé en main pour les jeunes! De plus, de nombreuses activités terrain sont organisées par les partenaires de déploiement du mouvement, soit les autres Instances régionales de concertation (IRC).



AGOL.CA

@AGOONLIT #AGOL

À GO, on lit! pour la persévérance scolaire

La lecture et la persévérance scolaire sont deux enjeux intimement liés. En effet, pour la majorité des élèves qui décrochent en cinquième secondaire, c'est leur échec en français qui les éloigne de leur diplôme. C'est l'une des conclusions du document intitulé « Les décrocheurs annuels des écoles secondaires du Québec », sur le site du ministère de l'Éducation. Ainsi, en travaillant le plaisir de lire, AGOL est une initiative qui encourage la persévérance scolaire et le maintien des acquis en lecture. AGOL est donc utile pour les jeunes et peut favoriser le plaisir de lire en :

- Identifiant les intérêts des jeunes par le quiz afin d'arrimer la lecture et ces derniers.
- Coordonnant une campagne publicitaire annuelle afin de valoriser la lecture et démontrer qu'AGOL est une activité « cool » et utile au bien être des jeunes.
- Favorisant l'autonomie des jeunes et en leur donnant une grande variété de choix de lecture.
- Mettant l'accent sur le rôle des adultes significatifs qui entourent les jeunes, soit les mentors. Ces adultes encouragent non seulement les jeunes, mais les soutiennent en leur donnant des rétroactions positives dans le but d'améliorer leur sentiment de compétence.
- Créant une appartenance sociale en maintenant une communauté de jeunes lecteurs sur les réseaux sociaux et en segmentant les jeunes en catégories de lecteurs.

De plus, de nombreux outils sont conçus pour les enseignants afin d'intégrer AGOL à leurs pratiques en proposant des activités à faire en classe.

Un accès privilégié avec les Instances régionales de concertation (IRC)

Les IRC sont des partenaires de déploiement naturels et indispensables d'À GO, on lit!. En effet, l'amélioration de la littératie est l'un de leurs objectifs et ces dernières entretiennent des relations de proximité avec leur réseau pour le déploiement des actions, dont les centres de services scolaires, les organismes communautaires, les bibliothèques municipales, etc.

Soutiens la position de la Coalition Avenir Québec, du ministère de l'Éducation et du ministère de la Culture et des Communications

À GO, on lit! soutient la position de la CAQ dans son plan d'action 2023-2024, soit l'Enjeu 1: la réussite éducative, l'Orientation 1: Accroître la réussite des élèves, puis l'Action: Déployer une campagne de sensibilisation pour développer le goût de la lecture chez les élèves.

De plus, À GO, on lit! soutient la position du Ministère de l'Éducation. En effet, dans la plateforme électorale de la CAQ, deux des 12 engagements en rapport avec l'éducation étaient de valoriser l'enseignement du français dans tout le réseau scolaire, puis de valoriser la lecture chez les jeunes. Enfin, comme il est cité sur le site Internet du MEQ : « L'apprentissage de la langue d'enseignement est un indicateur de réussite scolaire,



AGOL.CA



@AGOONLIT #AGOL

alors que la compréhension de l'écrit est le fondement de l'apprentissage dans toutes les disciplines, au primaire comme au secondaire ».

Enfin, À GO, on lit! est une ressource incontournable dans le cadre de l'Année de la lecture qu'a annoncée M. Lacombe, Ministre de la Culture et des Communications, lors du Salon du livre de Montréal 2023.

Résultats obtenus et rayonnement

Depuis la création du mouvement, À GO, on lit! représente :

- Plus de 155 000 jeunes qui ont complété le quiz et qui connaissent, par conséquent, leur profil de lecteur.
- Plus de 34 millions d'impressions¹
- Plus de 216 000 sessions² engendrées sur le site web uniquement durant les périodes de campagne.
- Une communauté de plus de 13 500 abonnés qui suivent le mouvement sur les réseaux sociaux, toutes plateformes confondues.
- Plus de 2 000 téléchargements de ressources dédiées aux enseignants, bibliothécaires, intervenants jeunesse, tels que des fiches d'activités.
- 13 régions administratives sur 18 qui adhèrent au mouvement
- 10 partenaires nationaux de renom qui collaborent et soutiennent AGOL, tels que : l'Association des bibliothèques publiques du Québec, l'Association des libraires du Québec, l'Association des professeurs.es de français du Québec, Alloprof, les librairies Renaud-Bray et Archambault, Communication Jeunesse, etc. Certains de ces partenaires ont notamment fourni des lettres d'appui et la directrice générale de l'Association des bibliothèques publiques siège sur le Conseil d'administration d'À GO, on lit!
- Une étude universitaire réalisée en collaboration avec l'Université du Québec en Outaouais en 2023 afin de mesurer l'impact d'À GO, on lit! sur la motivation à lire chez les adolescents

2. Notre demande

Contexte : La littératie comme enjeu de société

La lecture joue un rôle central dans nos vies, mais une enquête réalisée en 2012 révèle que plus de la moitié des Québécois de 16 à 65 ans n'arrivent pas à lire des textes denses ou longs. De plus, un quart des jeunes de 15 à 34 ans en 2016 n'ont pas lu de livre en un an. Or, il est prouvé que la lecture est cruciale pour la réussite éducative, influençant notamment une tonne de compétences.

¹ Une impression est comptabilisée chaque fois qu'une annonce est diffusée sur une page de résultats de recherche ou sur un autre site du réseau Google.

² Une session est l'ensemble des interactions d'un utilisateur dans un laps de temps donné sur un site web.



AGOL.CA



@AGOONLIT #AGOL

Les bénéfices de la lecture vont au-delà de l'enrichissement du vocabulaire, l'ouverture d'esprit et le développement de la pensée critique. La lecture peut jouer un rôle essentiel dans la lutte contre le stress et l'anxiété, un aspect particulièrement bénéfique chez les jeunes dont le niveau d'anxiété a connu une hausse significative depuis le début de la pandémie. De plus, la lecture prévient certains problèmes de santé mentale et physique comme la dépression et la maladie d'Alzheimer³.

Le niveau de littératie des jeunes impacte de manière significative leur parcours scolaire et économique. En effet, le revenu médian des ménages canadiens présentant de faibles compétences en littératie était 41 % moins élevé que celui des ménages présentant des compétences plus élevées en littératie⁴. Cette disparité a des répercussions directes sur les finances publiques, car un jeune travailleur ayant des compétences en littératie limitées coûte en moyenne 200 000 \$ à la société québécoise en matière de revenus potentiels perdus, dont 35 % proviennent des recettes fiscales⁵. De plus, 2 milliards \$ supplémentaires seraient injectés dans l'économie québécoise chaque année (une hausse de 1,4 % du PIB), si le Québec atteignait le même niveau de compétence que l'Ontario en littératie⁶.

Au niveau de la santé démocratique, la lecture peut être un antidote à la démobilitation politique, stimulant l'engagement citoyen et favorisant la compréhension des enjeux politiques. Sur le plan culturel, la lecture joue un rôle clé dans la préservation de la culture québécoise. Cependant, la popularité croissante des contenus numériques en anglais pose un défi, soulignant la nécessité de promouvoir la langue française auprès des jeunes, notamment par la littérature.

Il est clair que développer la lecture par le goût et le plaisir aura une plus grande incidence sur le développement de cette compétence. Si l'apprentissage de la lecture est sans contredit une mission centrale à l'école, la famille et la communauté jouent un rôle important pour susciter le plaisir de lire.

Le potentiel d'À GO, on lit!

Pour la 7e édition du mouvement en 2024, AGOL a comme objectifs :

- D'intensifier la campagne de sensibilisation du plaisir de lire
- De déployer davantage d'actions de proximité terrain sur tout le Québec
- D'assurer une présence d' AGOL dans tous les salons du livre du Québec
- De créer de nouveaux outils pour les enseignants, bibliothécaires et intervenants qui utilisent À GO, on lit! auprès des jeunes

³Hilhorst, S. & Speight, T. (2018). "It's no exaggeration to say that reading can transform British society..." A Society of Readers, Londres, Demos.

⁴Statistique Canada (2016). Le lien entre les compétences et le faible revenu.

⁵ Langlois, P. (2018). La littératie comme source de croissance économique. Analyse économique réalisée par Pierre Langlois, M.Sc. Sciences économiques pour la Fondation pour l'alphabétisation et le Fonds de solidarité FTQ, Montréal.

⁶ Langlois, P. (2018).



AGOL.CA



@AGOONLIT #AGOL

- D'annualiser la promotion de la lecture et la production de contenus à diffuser sur les réseaux sociaux
- D'assurer le déploiement d'À GO, on lit! dans toutes les régions du Québec

À moyen terme, soit pour les éditions de 2025 à 2028, AGOL aurait pour objectifs :

- D'obtenir une reconnaissance du mouvement via un programme normé
- De présenter AGOL aux écoles francophones des Commissions scolaires anglophones du Canada afin d'assurer un rayonnement de la langue française et de la culture québécoise.
- De présenter AGOL aux écoles anglophones du Québec dans une perspective de l'enseignement de Français langue seconde.
- D'obtenir une reconnaissance par le Ministère de l'Éducation de l'apport d'AGOL dans le cursus scolaire
- D'adapter le mouvement aux réalités bien différentes des jeunes du Nunavik.

En conclusion, la lecture est une activité aux avantages tangibles. Encourager la lecture, surtout parmi les jeunes, est donc crucial pour le développement global de la prochaine société québécoise. À GO, on lit! est un mouvement qui a fait ses preuves et qui répond à des besoins exprimés par les milieux de l'éducation et du livre pour encourager les jeunes à lire. Or, AGOL doit être optimisé et bonifié afin d'assurer sa pérennité.

Financement actuel et ses limites

Notre demande au Ministère serait de disposer d'une entente quinquennale de financement telle que vous nous le proposiez lors de votre visite à nos bureaux, accompagné de votre ancien attaché politique, M. Patrick Morin, avant les dernières élections.

À GO, on lit! bénéficie actuellement de trois sources de financement :

- Pour la mission :
 - Le ministère de l'Éducation via une entente annuelle,
 - Les instances régionales de concertation en réussite éducative déployant le mouvement
- Pour les projets de développement
 - Une subvention du Secrétariat à la jeunesse via une entente qui prendra fin en mars 2024

Or, cette méthode de financement n'est pas viable à long terme, car :

1. Les besoins financiers d'À GO, on lit! augmentent.

Face au succès des dernières éditions du mouvement, AGOL ressent de besoins majeurs sur le terrain et souhaite développer des actions étendues sur toute l'année scolaire plutôt qu'à l'automne seulement. Or, les fonds pour soutenir la mission augmentent.



AGOL.CA

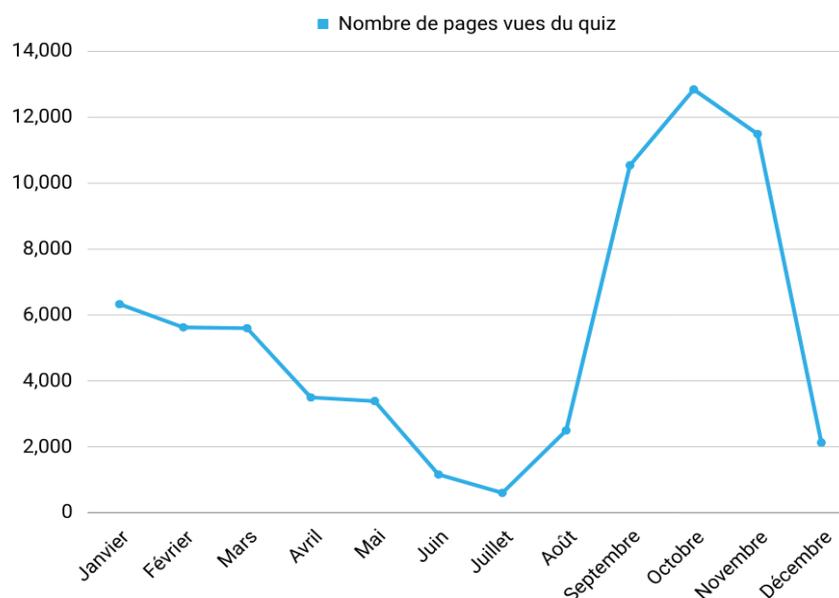


@AGOONLIT #AGOL

De plus, le soutien financier des IRC est précaire et limitant, car les IRC participantes déploient et financent la mission. Cependant, les IRC doivent faire des choix dans leurs actions comme elles ont des budgets limités, ce qui cause une limitation dans le déploiement. Finalement, comme une contribution pour soutenir AGOL est demandée aux IRC participantes, celles qui n'ont pas les ressources n'adhèrent pas, ayant pour conséquence un déséquilibre interrégional pour le déploiement du mouvement.

2. *Il existe un décalage important entre le financement annoncé et disponible versus les besoins des jeunes et des mentors.*

En effet, on remarque une hausse fulgurante de l'utilisation d'À GO, on lit! dès la rentrée scolaire en septembre (voir le diagramme plus bas), alors que la campagne commence en octobre. Le financement, habituellement disponible à l'été, ne permet pas une préparation plus rapide et un début optimal de la campagne à venir. De plus, il serait crucial de continuer à promouvoir À GO, on lit! pendant tout le calendrier scolaire, soit de janvier à juin.



3. *La planification sur le long terme est impossible à plusieurs niveaux.*

Bien entendu, avec des ententes de financement annuelles, AGOL ne peut pas planifier son développement à long terme, ainsi que créer des engagements avec ses partenaires nationaux. À GO, on lit! est sollicité par de nombreux d'entre eux pour entreprendre des actions communes sur plusieurs années. Or, aucune réponse n'est possible de la part d'AGOL et des opportunités pour faire avancer la littératie auprès des jeunes sont ainsi manquées.

De plus, le renouvellement des ententes annuelles crée un phénomène d'auto-cannibalisation des ressources humaines dédiées au projet. En effet, le temps passé



AGOL.CA





 @AGOONLIT #AGOL

pour renouveler le financement du soutien à la mission ne permet pas de développer des actions et diversifier des sources de financement pour des projets. La situation dans son ensemble cause donc un usage des fonds publics qui n'est pas optimal.

4. *La stabilité des fournisseurs de services est précaire.*

En effet, la sollicitation à la dernière minute des firmes prestataires qui contribuent à la mise en œuvre du mouvement (ex. site web, production vidéo, achats publicitaires...) et sans la possibilité de créer des engagements pluriannuels causent par le fait même des prix plus élevés et la qualité des livrables plus difficile à garantir.

5. *Il y a un risque accru de démobilisation de l'équipe d'À GO, on lit!*

Enfin, la méthode de financement actuelle ainsi que tous les aspects démontrés plus haut cause une démobilisation de la très petite équipe d'À GO, on lit!, actuellement en plein emploi. En effet, l'équipe opérationnelle d'À GO, on lit! compte deux personnes. Ainsi, le départ d'une personne équivaut à une énorme perte du savoir-faire qui permet à AGOL d'avancer et de se développer.

3. Budget

Budget annuel d'opération du mouvement d'À GO, on lit !

Actions	Budget	Description
Ressources humaines La direction générale du PREL assure actuellement cette fonction en plus de sa fonction de base.	100 000 \$	Gouvernance de l'organisme (conseil d'administration), gestion des ressources humaines, financières et matérielles, relations publiques et partenariales au niveau provincial et canadien, recherche de financement et développement stratégique.
Coordination – administration - Administration & comptabilité - Affaires corporatives	90 000 \$	Coordination : administration des budgets, rédaction et suivi des ententes contractuelles, coordination des fournisseurs de services, développement et actualisation de partenariats, mise en place du mouvement, affaires corporatives. Relations avec toutes les régions du Québec et partenariats nationaux.
Coordination – projet / programme - Fournisseurs de services - Production d'outils	90 000 \$	
1 Chargé de projets	65 000 \$	Suivi des étapes prévues à l'échéancier, commande d'outils, rédaction des infolettres, interactions avec les acteurs terrain. Animation du comité de sélection des livres +++
1 Chargé de projets	65 000 \$	Soutien aux régions pour les animations réalisées par les IRC.
Sous-total	410 000 \$	Coût en ressources humaines pour l'implantation du mouvement à travers le Québec.
Avantages sociaux (15 %)	61 500 \$	
Frais d'opération et de déplacements	50 000 \$	Matériel nécessaire à la réalisation des fonctions (téléphone, informatique, déplacement, repas, hébergement, loyer, etc.)
Total	521 500 \$	



ACTIONS	Budget	DESCRIPTION
Communication/stratégie d'influence	80 000 \$	Enjeu de la planification stratégique. Sensibilisation, développement et mise en œuvre de stratégies de contenu et de communication pour rejoindre la cible. Déploiement d'actions par les IRC qui sont porteuses du projet À GO, on lit! dans chaque région du Québec et elles permettent de rejoindre les jeunes et les mentors de leur région (Salons du livre, kiosques dans les écoles, diffusion sur leurs plateformes...)
À GO, on lit! dans les Salons du livre du Québec	50 000 \$	Présence de À GO, on lit ! dans chaque Salon du livre avec des activités et animations dédiés aux jeunes pour favoriser leur rapprochement avec les livres.
À GO, on lit! Soutien aux mentors	50 000 \$	À GO, on lit ! s'adresse également aux adultes entourant les jeunes, comme les enseignants, bibliothécaires, intervenants... Depuis 2021, les mentors ont leur section au sein du site web, où ils peuvent récupérer du matériel tel que fiches d'activités. Développement de guides pédagogiques pour les enseignants – outils mis à leur disposition. Capsules auprès de mentors pour déployer des actions dans leurs milieux.
À GO, on lit! Ambassadeurs	35 000 \$	Une liste de personnalités (auteurs, comédiens, sportifs, animateurs, chanteurs...) aimées des jeunes permet au projet de mettre sous les projecteurs, le temps de quelques semaines, des vedettes qui jasant de leur lien privilégié avec la lecture ou l'inverse, en démontrant qu'ils sont démunis face à trop de livres, trop de choix et qui ne savent pas comment réintroduire la lecture dans leur quotidien.
À GO, on lit! Production de contenu	80 000 \$	Afin d'attirer les jeunes vers la plateforme web et pour effectuer un changement de perception positif de la lecture, AGOL créer un contenu vidéo et statique diffusé sur les réseaux sociaux. À sa 6 ^e édition, AGOL aura diffusé plusieurs types de contenus, soit des balados avec des auteurs, des résumés décoincés, des infolettres, des publications statiques sur les médias sociaux, etc. (tournage, production, publicité...)
À GO, on lit! Créateurs de contenu	20 000 \$	Les créateurs de contenu ou influenceurs sont très présents sur les réseaux sociaux. Ils couvrent de multiples sujets et des passions. Ils sont regardés et lus par des dizaines de milliers de jeunes et les intérêts de ceux-ci passent par une gamme tout aussi variée qu'il existe de lecteurs. Ils discutent de leurs intérêts avec un langage qui rejoint les jeunes, souvent dans un environnement dans lequel les jeunes se reconnaissent.
ACTIONS	BUDGET	DESCRIPTION
À GO, on lit! Le site web	50 000 \$	La plateforme web se renouvelle annuellement afin d'évoluer avec les jeunes. Grâce à un quiz ludique disponible sur le site, les jeunes peuvent découvrir leur profil de lecteur et leurs intérêts. Une pastille leur est alors attribuée et les dirige vers des suggestions de lecture et un style littéraire en lien avec leurs intérêts. C'est donc un véritable appel à l'action qui permet aux jeunes de se mettre en mode découverte et de choisir des livres qu'ils aimeront.
À GO, on lit! Suggestions lecture	25 000 \$	Avec leur pastille de lecteur en main, les jeunes peuvent sélectionner des suggestions de lecture. Ils peuvent filtrer leur recherche selon le type de document souhaité, le nombre de pages, leur niveau de lecteur, l'âge recommandé, la disponibilité sous format numérique, puis leurs intérêts (mots-clés). Les suggestions de lecture sont sélectionnées par un comité de bibliothécaires et techniciens en documentation œuvrant au public comme au scolaire. La sélection d'AGOL compte plus de 900 titres à sa 6 ^e édition. Sur le site Internet, les jeunes peuvent par la suite consulter un répertoire des bibliothèques et de librairies de leur région, où ils peuvent vérifier la disponibilité des livres.
Mesure d'impact (en route vers une mesure d'impact / effet)	40 000 \$	Création et suivi d'indicateurs d'évaluation de la portée du mouvement et mise en place d'une mesure d'impact.
Actions pour chaque édition	430 000 \$	
Ressources humaines	521 500 \$	
Frais de gestion AGOL/total (7%)	66 605\$	
TOTAL	1 018 105\$	

4. Notes et références



AGOL.CA

@AGOONLIT #AGOL

CDEACF (2021) Dossier spécial PEICA. <https://cdeacf.ca/dossier/peica>

Fondation Lire pour réussir. «Qu'est-ce que la littératie?» [<https://lire-reussir.org/la-litteratie/>], 2019

Fondation pour l'Alphabétisation (2021). Les conséquences de l'analphabétisme au Québec. <https://fondationalphabetisation.org/lanalphabetisme/tout-sur-lanalphabetisme/les-consequences/>

Hilhorst, S. & Speight, T. (2018). "It's no exaggeration to say that reading can transform British society..." A Society of Readers, Londres, Demos.

Langlois, P. (2018). La littératie comme source de croissance économique. Analyse économique réalisée par Pierre Langlois, M.Sc. Sciences économiques pour la Fondation pour l'alphabétisation et le Fonds de solidarité FTQ, Montréal.

Statistique Canada (2016). Le lien entre les compétences et le faible revenu.

Ministère de l'Éducation (2015). Bulletin statistique de l'éducation : Les décrocheurs annuels des écoles secondaires au Québec.

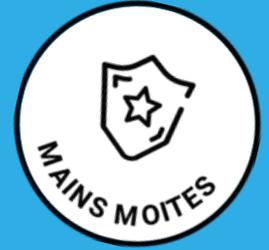
https://www.education.gouv.qc.ca/fileadmin/site_web/documents/PSG/statistiques_info_decisionnelle/BulletinStatistique43_f.pdf



AGOL.CA

    @AGOONLIT #AGOL

À GO,
ON LIT!



POUR PLUS D'INFORMATIONS

VALÉRIE PICHOT

Directrice générale

À GO, on lit!



dg@agol.ca



514-603-2869

AGOL.CA

    @AGOONLIT #AGOL