

À GO,
ON LIT!



18 DÉCEMBRE 2024

MÉMOIRE DÉPOSÉ AU MINISTÈRE DES FINANCES

DANS LE CADRE DES CONSULTATIONS PUBLIQUES
PRÉBUDGÉTAIRES 2024-2025

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 |
| C'est quoi ? | 2 |
| À GO, on lit! pour la persévérance scolaire | 2 |
| AGOL en soutien à la position de la Coalition Avenir Québec, du ministère de l'Éducation et du ministère de la Culture et des Communications | 3 |
| Résultats obtenus et rayonnement..... | 3 |
| 2. La littératie : un enjeu de société majeur | 4 |
| 3. Notre demande | 5 |
| Nos objectifs | 5 |
| Financement actuel et ses limites | 5 |
| 4. Budget | 7 |
| 5. Notes et références | 8 |



AGOL.CA

    @AGOONLIT #AGOL

1. À propos d'À GO, on lit!

C'est quoi ?

Le mouvement À GO, on lit! (AGOL) a vu le jour en 2018 grâce à l'initiative du PREL (Partenaires pour la réussite éducative dans les Laurentides), une instance régionale de concertation engagée dans la réussite éducative. Le PREL, en quête de solutions pour encourager les jeunes à lire pour le plaisir, a constaté une absence notable de projets visant spécifiquement ce groupe. Ainsi, À GO, on lit! a été conçu pour combler ce vide et s'inscrire dans une stratégie globale de promotion de la persévérance scolaire. Depuis sa création, AGOL s'est répandu 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 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).

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. 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.



AGOL.CA

    @AGOONLIT #AGOL

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

Résultats obtenus et rayonnement

Depuis son lancement, À GO, on lit! a généré un impact remarquable, témoignant de sa pertinence et de son efficacité. Voici quelques faits saillants :

- Plus de 183 000 jeunes qui ont complété le quiz et qui connaissent, par conséquent, leur profil de lecteur.
- Plus de 39 millions d'impressions¹
- Plus de 315 000 sessions² engendrées sur le site web uniquement durant les périodes de campagne.
- Une communauté de plus de 17 000 abonnés qui suivent le mouvement sur les réseaux sociaux, toutes plateformes confondues.
- Plus de 4 000 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!

Au cours de l'année 2024, deux études d'impact ont été réalisées en collaboration avec la firme Léger auprès de deux publics cibles d'À GO, on lit! : soit les jeunes âgés entre 12 et 20 ans, puis les enseignants de français au niveau secondaire, à la formation générale aux adultes et à la formation professionnelle.

- Du côté de l'étude sondant les jeunes, 42% des 12-20 ans disent qu'AGOL a un impact positif sur leur opinion face à la lecture, dont 51% chez les 18-20 ans, 49% chez les lecteurs occasionnels et 27% chez les non-lecteurs. De plus, une proportion identique affirme qu'AGOL contribue à augmenter leur envie de lire. Finalement, 47% des jeunes

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

interrogés s'intéressaient aux suggestions de lecture proposées une fois leur résultat de quiz obtenus et 71% des jeunes recommanderaient le quiz à leurs amis.

- Pour les enseignants, ceux-ci affirment à 99% qu'AGOL a une influence positive sur les pratiques pédagogiques et 53% d'entre eux la qualifie d'ailleurs de forte. Des enseignants qui connaissaient déjà AGOL avant de compléter le sondage, 97% d'entre eux jugent que le mouvement peut les aider à promouvoir et encourager la lecture auprès des jeunes. Non seulement les enseignants interrogés accordent une grande valeur au mouvement, mais croient également que la collaboration avec les techniciens en documentation de leur école était plus facile à 91%, voire beaucoup plus facile pour la plus grande part à 49%. Cependant, l'étude souligne qu'À GO, on lit ! est utilisé de manière occasionnelle à 44%, alors que le mouvement a un potentiel élevé pour les enseignants et les élèves.

2. La littératie : un enjeu de société majeur

La lecture occupe une place centrale dans le développement individuel et collectif. Pourtant, les statistiques récentes dressent un portrait alarmant. Une enquête réalisée en 2012 révèle que plus de la moitié des Québécois âgés de 16 à 65 ans éprouvent des difficultés à lire des textes complexes ou longs. Chez les jeunes, en 2016, un quart des 15 à 34 ans n'avaient pas lu de livre au cours de l'année précédente. Cette réalité n'est pas sans conséquences : le niveau de littératie d'un individu a un impact direct sur plusieurs aspects de sa vie et de la société en général :

Économique : Les ménages canadiens ayant de faibles compétences en littératie ont un revenu médian 41 % inférieur à celui des ménages présentant des compétences plus élevées. Cette disparité entraîne des pertes significatives pour l'économie. Si le Québec atteignait les niveaux de littératie de l'Ontario, environ 2 milliards de dollars seraient injectés dans l'économie chaque année, soit une augmentation de 1,4 % du PIB.

Santé : La lecture agit comme un rempart contre les problèmes de santé mentale et physique. 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, elle peut prévenir la dépression et diminuer les risques de développement de maladies neurodégénératives comme la maladie d'Alzheimer.

Social : Un jeune travailleur ayant des compétences limitées en littératie coûte en moyenne 200 000 \$ à la société québécoise en raison des revenus potentiels perdus, dont 35 % proviennent des recettes fiscales.

Démocratique : Une littératie faible accroît le risque de démobilitation politique. Au contraire, encourager la lecture stimule l'engagement citoyen et améliore la compréhension des enjeux sociétaux et politiques.



AGOL.CA

    @AGOONLIT #AGOL

Culturel : La lecture joue un rôle essentiel dans la préservation et la transmission de la culture québécoise. Or, la montée en popularité des contenus numériques en anglais met en péril la promotion de la langue française, surtout chez les jeunes.

3. Notre demande

Nos objectifs

Pour les éditions de 2025 à 2028, AGOL aurait pour 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
- D'annualiser la promotion de la lecture et la production de contenus à diffuser sur les réseaux sociaux
- 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 du mouvement via un programme normé
- D'assurer le déploiement d'À GO, on lit! dans toutes les régions du Québec

En encourageant le plaisir de lire, À GO, on lit! agit directement sur les déterminants de la réussite scolaire et sociale. Avec un financement adéquat, ce mouvement peut renforcer son impact et continuer de faire une différence significative pour la jeunesse québécoise.

Financement actuel et ses limites

Notre demande au Ministère serait de disposer d'une entente triennale de financement. À GO, on lit! bénéficie actuellement de trois sources de financement :

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

Malheureusement, ce modèle de financement précaire limite la capacité du mouvement à répondre aux besoins croissants sur le terrain. Les fonds actuels ne permettent pas une préparation optimale des campagnes ni un déploiement à l'échelle de toutes les régions du Québec. Des contraintes freinent le déploiement :



AGOL.CA

    @AGOONLIT #AGOL

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. 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, 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 littérature 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 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 cause 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!

Finalement, 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.



AGOL.CA

    @AGOONLIT #AGOL

4. Budget

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

| Postes budgétaires | Budget | Description |
|--|------------------|---|
| Ressources humaines et coordination du mouvement | | |
| 1 Direction générale | 120 000 \$ | 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. |
| 1 Coordination – projet / programme - Fournisseurs de services - Production d'outils | 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. |
| 1 Chargé de projets - Administration, gestion de projet... | 70 000 \$ | Suivi des étapes prévues à l'échéancier, commande d'outils, interactions avec les acteurs terrain. Animation du comité de sélection des livres, etc |
| 1 Chargé de projet – communications | 60 000\$ | Gestion des réseaux sociaux, rédaction de communications, divers mandats de graphisme... |
| Comptabilité externe | 25 000\$ | Tenue de livres, états financiers, audits... |
| Avantages sociaux (15 %) | 54 750 \$ | |
| Frais d'opération et de déplacements | 50 000 \$ | Matériel nécessaire à la réalisation des fonctions (téléphone, besoins informatique, déplacement, repas, hébergement, loyer, etc.) |
| Total | 420 470\$ | |

| Postes budgétaires | Budget | Description |
|---|------------|--|
| Actions 2025-2026, 2026-2027 et 2027-2028 Ressources | | |
| Communication/stratégie d'influence | 110 000 \$ | 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 | 100 000 \$ | Présence de À GO, on lit ! dans chaque Salon du livre avec des activités et animations dédié aux jeunes pour favoriser leur rapprochement avec les livres. |
| À GO, on lit! Soutien aux mentors | 150 000 \$ | 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 | 40 000 \$ | 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 7 ^e édition, AGOL aura diffusé plusieurs types de contenus, soit des balados avec des résumés décoincés, des infolettres, des publications statiques sur les médias sociaux, etc. (tournage, production, publicité...) |



AGOL.CA

@AGOONLIT #AGOL

| | | |
|---|--------------------|--|
| 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. |
| 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 | 5 000 \$ | 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 1000 titres à sa 7e 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. |
| Actions pour chaque édition | 555 000\$ | |
| Ressources humaines | 420 470\$ | |
| Frais de gestion AGOL/total (7%) | 61 283\$ | |
| TOTAL ANNUEL | 1 036 753\$ | |
| TOTAL TRIENNAL | 3 110 259\$ | |

5. Notes et références

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

Léger (2024) Étude d'impact auprès des 12-20 ans. <https://www.agol.ca/wp-content/uploads/2024/06/Rapport-danalyse-Leger-X-AGOL.pdf>

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/lanalphabétisme/tout-sur-lanalphabétisme/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/Bulletin-Statistique43_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