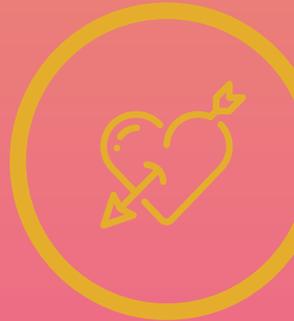


À GO ,

ON LIT !

BILAN 2019





# TABLE DES MATIÈRES

## 4 QU'EST-CE QUE ÇA MANGE EN HIVER ?

- 5 À GO, on lit!
- 6 Mission, vision, valeurs
- 6 Effets souhaités et impacts recherchés
- 8 Enjeux, orientations, objectifs, clientèles cibles, stratégies

## 10 LA CAMPAGNE

- 11 À l'écoute des besoins des jeunes
- 14 Un appel à l'action via le web
- 15 Médias sociaux
- 16 Activités de rayonnement et d'engagement
- 20 Outils promotionnels
- 22 Nos partenaires
- 26 Plus de 15 ans d'actions innovantes

## 28 RÉSULTATS

- 29 Vidéos Facebook
- 36 Totaux - Vidéos Facebook
- 36 Instagram
- 38 Statistiques site web
- 39 Audience Web

## 40 CONCOURS

- 41 Concours Facebook
- 41 Concours Instagram

## 42 STRATÉGIE PUBLICITAIRE

- 43 Retour sur la stratégie publicitaire
- 49 Campagnes numériques

## 54 COUVERTURE

- 55 Couverture médiatique
- 56 Médias traditionnels
- 58 Médias sociaux



QU'EST-CE  
QUE ÇA  
MANGE  
EN HIVER ?





Chaque année, **des milliers d'élèves** de partout au Québec et au Canada **décrochent du secondaire**. Dans les communautés plus vulnérables, le taux de décrochage scolaire peut atteindre **des proportions très inquiétantes**.

## À GO, ON LIT!

**Aider à tracer la voie pour la réussite des jeunes par le déploiement d'un mouvement positif autour du plaisir de lire**

Selon nous, les jeunes ne devraient pas faire face à ces difficultés. **Le décrochage scolaire crée un écart de réussite qui dure toute la vie et les coûts qui y sont associés tant pour l'économie, la santé et la justice sont considérables**. Notons que malgré les efforts importants déployés depuis de nombreuses années, le taux de décrochage scolaire du Québec est l'un des plus élevés au pays.

Chaque enfant qui persévère et qui obtient un premier diplôme constitue en soi une richesse pour notre société.

Nous avons une responsabilité conjointe de participer collectivement à tisser le filet social nécessaire à la réussite du plus grand nombre.



Au Québec, **64.2% des jeunes décrocheurs de 5<sup>e</sup> secondaire** ont échoué le cours de langue d'enseignement. Pour une partie des décrocheurs, ce serait **uniquement la réussite de ce cours qui les séparerait de l'obtention de leur diplôme d'études secondaires** (MEESR, 2015).

# MISSION, VISION, VALEURS

## MISSION



À GO, on lit! a pour mission de créer un mouvement collectif fort dédié à la lecture et au plaisir de lire chez les adolescents et jeunes adultes de 14 à 20 ans.

## VISION



À GO, on lit! soit un mouvement collectif fort qui permet de démontrer les bienfaits de la lecture, qu'elle est source de plaisir, d'évasion et de réussite. À GO, on lit! favorise l'engagement des jeunes et souhaite provoquer un changement de comportement positif face à la lecture à partir de leurs intérêts personnels.

## VALEURS



**INNOVATION :** basée sur l'audace, la créativité, la reconnaissance des diverses réalités des jeunes de 14-20 ans.

**DIVERSITÉ :** qui s'incarne par un souci d'offrir aux jeunes une diversité littéraire.

**ENGAGEMENT :** qui se traduit par l'action de se lier, de s'impliquer et de se mobiliser autour du plaisir de lire.

**INCLUSION :** que tous les jeunes se sentent interpellés par les messages d'AGOL, selon leurs intérêts, leur mode de vie, leur rythme, dans le respect de leur différence.

# EFFETS SOUHAITÉS ET IMPACTS RECHERCHÉS



# EFFETS SOUHAITÉS CHEZ LES JEUNES

Le mouvement À GO, on lit! contribue à ce que les adolescents et jeunes adultes de 14-20 ans du Québec :

- 01. Développent le plaisir de lire et une curiosité**  
pour la lecture en lien avec leurs intérêts.
- 02. Découvrent leur profil de lecteur**  
en complétant le quiz À GO, on lit!
- 03. Bénéficient d'un accompagnement**  
pour la réalisation d'une démarche de découverte littéraire, à partir de leurs intérêts.
- 04. Modifient leur comportement**  
de manière positive face à la lecture.
- 05. Donnent une deuxième chance** à la lecture.
- 06. Découvrent tous les bienfaits**  
de la lecture.

# IMPACTS RECHERCHÉS AUPRÈS DE LA COMMUNAUTÉ

À GO, on lit! va contribuer activement à :

- 01. Créer un mouvement collectif**  
fort dédié à la lecture chez les 14-20 ans.
- 02. Engager et impliquer les partenaires**  
des milieux sociaux, éducatifs, sportifs, privés, communautaires, politiques, etc., à diffuser, à partager et à promouvoir le mouvement À GO, on lit!
- 03. Inciter les partenaires à encourager et accompagner les jeunes**  
de 14 à 20 ans au plaisir de lire.
- 04. Mobiliser la communauté**  
à encourager et partager avec les jeunes le goût de la lecture.

# LES APPROCHES QUI GUIDENT EN TOUT TEMPS NOS INTERVENTIONS

- 01. Une approche qui favorise**  
l'engagement
- 02. Une approche collaborative**  
entre les forces vives du milieu
- 03. Une approche basée**  
sur la recherche, les pratiques prometteuses et les actions efficaces
- 04. Une attention particulière**  
aux clientèles vulnérables.

# ENJEUX, ORIENTATIONS, OBJECTIFS, CLIENTÈLES CIBLES, STRATÉGIES

## ORIENTATIONS

- **CRÉER** un mouvement qui vise à promouvoir le plaisir de lire auprès des jeunes âgés entre 14 et 20 ans.
- **PROVOQUER** un changement de comportement positif face à la lecture chez les jeunes à partir de leurs intérêts personnels.
- **DÉMONTRE**r de manière positive que la lecture peut être source de plaisir, d'évasion et d'échange.
- **DÉMONTRE**r que ce besoin est essentiel à la réussite éducative et sociale.

## OBJECTIFS

- **CRÉER** un engagement autour du plaisir de lire.
- **ENGAGER ET ACCOMPAGNER** le jeune et l'ensemble de la communauté dans un mouvement positif de lecture.
- **ACCROÎTRE ET MAINTENIR** l'intérêt pour la lecture chez les jeunes.
- **IMPLIQUER** les partenaires du milieu à participer au mouvement.
- **PROMOUVOIR** la lecture comme activité Cool!

MERCI À Québec 



## PUBLICS CIBLES

Les adolescents et les  
adultes de 14 à 20 ans

+

Les partenaires du milieu  
qui interviennent auprès  
des jeunes de 14 à 20 ans



## STRATÉGIES

**01. Créer et faire rayonner le mouvement À GO, on lit!**  
pour les jeunes de 14 à 20 ans partout au Québec.

**02. Impliquer les partenaires**  
des milieux scolaires, de l'enseignement supérieur, de la culture, des loisirs, du municipal, etc. afin que ceux-ci diffusent, partagent et fassent la promotion du mouvement À GO, on lit!

**03. Être à l'écoute**  
Être à l'écoute des habitudes de vie et des habitudes de lecture des jeunes.

**04. Actualiser la plateforme web À GO, on lit!**  
et en assurer son rayonnement.

**05. Renouveler annuellement le quiz**  
afin que les jeunes découvrent de manière ludique et cool leur profil de lecteur.

**06. Développer et déployer une campagne numérique multiplateforme**  
ciblée afin de faire découvrir leur profil de lecteur, une diversité de lecture et les messages des ambassadeurs.

**07. Bonifier les propositions de lectures**  
mises en valeur sur la plateforme web dans le cadre d'À GO, on lit! S'assurer de mettre en disponibilité ces titres chez nos partenaires.

**08. Collaborer avec des ambassadeurs de renom**  
auxquels les jeunes sont en mesure de s'associer et de s'identifier. Que ces ambassadeurs portent un message positif autour du plaisir de lire. Que les jeunes puissent s'associer et s'identifier à leur histoire et vécu.

LA

CAMPAGNE



# À L'ÉCOUTE DES BESOINS DES JEUNES

## SONDAGE AUPRÈS DES JEUNES

À GO, on lit! tient à connaître les jeunes d'aujourd'hui, ceci afin de développer ce mouvement à leur image. Ce sondage et ces groupes de discussion visent, chaque année, à mieux connaître :

Les habitudes des jeunes de 14-20 ans en matière de lecture

Leurs intérêts

Leurs relations avec les réseaux sociaux

Et qui sont les personnalités publiques « Cool »! du moment!



La lecture est  
à la réussite  
ce que le sport  
est à la santé!

Sonder nos jeunes nous permet à tous de poser un regard plus juste sur leur réalité et ainsi de faire avancer le mouvement À GO, on lit! dans la bonne direction... et surtout de leur présenter un outil qui leur plaît!

- **Printemps 2018**  
700 jeunes ont accepté de répondre à un premier sondage permettant d'orienter les actions à mettre à l'avant-scène.
- **Printemps 2019**  
1000 jeunes ont accepté de répondre à un second sondage
- **Printemps 2020**  
En cours - Nous sommes en démarche afin de recueillir le point de vue des jeunes des régions partenaires afin de pouvoir écouter et ajuster les actions portées par le mouvement À GO, on lit!

## DURÉE DE LA CAMPAGNE

Nous souhaitons qu'À GO, on lit! soit accessible aux jeunes et aux partenaires tout au long de l'année. Une intensification des activités de promotion est réalisée à l'automne de chaque année. Ainsi, la campagne sociétale (numérique et promotionnelle) du mouvement se tient sur 8 semaines de déploiement intensif coordonné avec plusieurs actions liées à la lecture et la culture partout au Québec.

**2018 – 4 octobre au 30 novembre**

**2019 – 7 octobre au 20 décembre**

**2020 – 15 octobre au 15 décembre**

# AMBASSADEURS

Les ambassadeurs À GO, on lit! sont des personnalités connues du grand public qui exercent une influence directe sur les jeunes de 14-20 ans. Les ambassadeurs ont été choisis à partir des sondages et groupes de discussion faits auprès des jeunes. Une liste de personnalités (auteurs, comédiens, sportifs, animateurs, chanteurs) aimées des jeunes, permet alors au projet de mettre sous les projecteurs, le temps de quelques semaines, 3 ambassadeurs qui agissent directement sur la diffusion du message porté par À GO, on lit!

[VIDÉOS DES AMBASSADEURS >](#)



**Kevin Raphael**

Humoriste et animateur

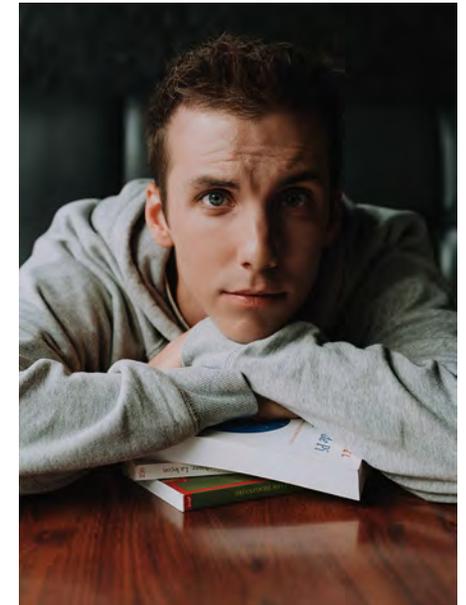
[VIDÉO DE KEVIN RAPHAEL >](#)



**Catherine Brunet**

Comédienne

[VIDÉO DE CATHERINE BRUNET >](#)



**Pier-Luc Funk**

Comédien

[VIDÉO DE PIER-LUC FUNK >](#)



## AMBASSADEURS RÉGIONAUX

Ceux que l'on nomme les « Ambassadeurs régionaux » sont des lecteurs, lectrices qui ont un profil de contre-emploi. Des gens connus de leur milieu et qui ont une certaine influence dans leurs communautés. L'ambassadeur joue un rôle très important à travers la mission d'AGOL, puisque partout où il va, quoi qu'il fasse, il atteint un large spectre de jeunes lecteurs, parents, amis, profs. Il possède une image dans laquelle les jeunes peuvent se reconnaître, s'inspirer et ainsi en être influencés.

### [VIDÉOS DES AMBASSADEURS RÉGIONAUX >](#)

#### Édition 2019

**Martine Langlois**  
Entrepreneure  
au Salon Les Barbares

**Alexandre Fillion**  
Entrepreneur au PRFO

**Zach Aller**  
Représentant Burton

**Jade Chrétien**  
Barista  
au O L'Odge Café

**Caroline Paquette  
et Roch Bertrand**  
Entrepreneurs  
à L' As des Jeux

**Charles-Antoine  
Beaulieu**  
Créateur de contenu  
chez Made In

**Daniel Coutu**  
Magicien

**Zeny Domond**  
Créateur de jeux vidéos  
chez Lonely Boy

**Alexandre Alain**  
Joueur de hockey  
du Rocket de Laval

**Jean-François  
Desrochers**  
Entrepreneur au  
Maëva Surf

**Éric Brousseau**  
Artiste/DJ sous  
le nom de DJ Seba 273

**Tommy Bouillon**  
Maçon chez  
Maçonnerie Gratton

**Annie Guglia**  
Skateuse

**Meeker Guerrier**  
Journaliste à  
Radio-Canada

## INFLUENCEURS WEB

Les influenceurs web, parfois aussi nommés Youtubeurs ou blogueurs, sont très présents sur les réseaux sociaux. Ils couvrent de multiples sujets et passions donc la diversité n'est plus à discuter. C'est donc l'une des raisons pour laquelle les influenceurs nous intéressent dans ce projet. Ils sont regardés et lus parfois par des dizaines de milliers de jeunes et leurs intérêts couvrent 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.

### [STORIES DES INFLUENCEURS WEB >](#)

# UN APPEL À L'ACTION VIA LE WEB

## QUIZ INTERACTIF

À GO, on lit! c'est un mouvement numérique multiplateforme où les jeunes sont invités à découvrir des vidéos inédites de personnalités publiques qu'ils affectionnent, à faire un quiz interactif dans le but de connaître leur profil de lecteur, et ensuite accéder à des suggestions personnalisées en fonction de leurs intérêts.

[QUIZ AVEC NOS AMBASSADEURS >](#)

## SUGGESTIONS DE LECTURE

Ces suggestions identifiées par une pastille correspondant aux cinq profils sont disponibles dans les bibliothèques publiques ou scolaires participantes. À GO, on lit! est un mouvement qui vise à promouvoir la lecture auprès des jeunes âgés de 14 à 20 ans. Des ambassadeurs nationaux, d'improbables lecteurs et des influenceurs web sont complices du mouvement. Le site web mobile dédié au mouvement À GO, on lit! permet aux jeunes de s'identifier à des styles littéraires et créer des liens avec ce projet mobilisateur.

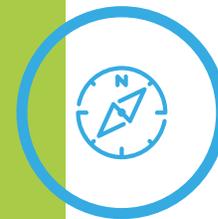
[AGOL.CA >](#)



## PASTILLES

À GO, on lit! met à l'avant-plan des pastilles

- Les pastilles du lecteur sont associées à des catégories de lecteurs que l'on retrouve sur le site web d'AGOL. Elles ont été mises à la disposition des bibliothèques publiques et scolaires et des libraires participants.
- Ces pastilles se présentent sous forme d'autocollants. Certaines bibliothèques ont mis en place des présentoirs associés aux catégories de lecteur. Une description de chaque pastille permet au jeune de retrouver facilement le style qui lui convient.



# MÉDIAS SOCIAUX

À GO, on lit! est un mouvement numérique multiplateforme. Ainsi, afin de pouvoir rejoindre les jeunes là où ils se trouvent, une stratégie numérique a été mise de l'avant permettant de créer un lien de confiance entre le mouvement et les jeunes.

Une page Facebook et une page Instagram ont été créées dès la première année du mouvement.



Une chaîne YouTube accueille toutes les vidéos produites par À GO, on lit!



Très rapidement, un engouement s'est fait sentir.



## Qualité professionnelle



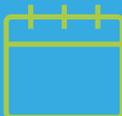
Les contenus sont de qualité professionnelle, fréquemment publiés, adaptés pour chacune des plateformes, et ce, en fonction des particularités de celles-ci (visuels, vidéos, concours, etc.)



## Contenus des influenceurs

Les contenus des influenceurs et des ambassadeurs du mouvement sont également diffusés sur les médias sociaux d'À GO, on lit! et sont relayés sur leur propre plateforme.

## Calendrier éditorial



Pour demeurer présent dans l'esprit des jeunes tout au long de l'année, des contenus pertinents sont planifiés dans un calendrier éditorial ceci en fonction des différentes périodes de l'année (ex. Noël, relâche, etc.)



## 2 000 000 abonnés

La campagne est déployée sur les réseaux sociaux et par le biais d'une campagne numérique ciblée. Plus d'une douzaine d'influenceurs web de tous les horizons, qui rejoignent ensemble plus de 2 000 000 d'abonnés, ont accepté d'endosser le mouvement et de promouvoir la campagne sur leurs plateformes.

[FACEBOOK >](#) [INSTAGRAM >](#) [YOUTUBE >](#)



# PUBLICITÉ

## 3 courts "teaser"

[HORREUR >](#)  
[AVENTURE >](#)  
[SURNATUREL >](#)

Dans le cadre de la campagne À GO, on lit! 2019, trois courtes publicités ont été créées et produites dans le but d'attirer volontairement le public des 14-20 ans sur le site [www.agol.ca](http://www.agol.ca) pour en savoir davantage.

Trois publicités, mettant en vedette 3 jeunes lecteurs, décrivant des univers correspondant aux différents types de lecteurs proposés par À GO, on lit! Horreur, aventure, surnaturel étaient donc au rendez-vous avec des séquences courtes, au message minimaliste, mais percutant. Ils ont été mis en ligne avant le début officiel de la campagne et résumaient en 6 secondes, les principaux messages et mots clés portés par la campagne À GO, on lit! Intérêt, lecture, imaginaire, passion, découverte!

# ACTIVITÉS DE RAYONNEMENT ET D'ENGAGEMENT

## 01 - LANCEMENT

Le coup d'envoi de la 2<sup>e</sup> édition du mouvement **À GO, on lit!** a été donné le **7 octobre 2019** à **Sainte-Thérèse** lors d'une soirée festive **animée par le Youtubeur PL Cloutier**. **Plus de 200 personnes**, dont plusieurs jeunes, étaient réunies pour l'occasion dans le but de célébrer la lecture. Les invités ont assisté en primeur au dévoilement des nouveaux ambassadeurs du mouvement, ils ont été invités à compléter le quiz et ainsi découvrir leur profil de lecteur, ont échangé avec des influenceurs associés à la campagne et ont pu rencontrer des auteurs connus. Cet événement avait notamment comme objectif de **démontrer aux jeunes que la lecture peut être une source de plaisir, d'évasion, de découverte et les inciter à en faire l'expérience.**



# 02 - SALON DU LIVRE DE MONTRÉAL

À GO, on lit! en partenariat avec Réseau Réussite Montréal a eu l'opportunité de pouvoir s'inscrire dans la programmation du Salon du Livre de Montréal. Ainsi, du 20 au 25 novembre 2019, un kiosque À GO, on lit! s'y est installé. Au sein de celui-ci, les vidéos des ambassadeurs ont été projetées. Une équipe géo présente au kiosque a fait passer le quiz aux jeunes présents au Salon du livre. Des articles promotionnels ont été remis aux participants. Afin d'animer le kiosque, des « Facebook live » ont été faits avec des ambassadeurs du mouvement.



**« Facebook live » avec les ambassadeurs**

**Tommy Bouillon**  
Ambassadeur et entrepreneur  
363 vues

**Kevin Raphaël**  
Ambassadeur du mouvement  
534 vues

**Éric Brousseau**  
Ambassadeur et artiste  
453 vues

**Meeker Guerrier**  
Ambassadeur et journaliste  
Problème technique de son.  
Diffusion impossible

**Annie Guglia**  
Ambassadrice et athlète  
Non disponible

**Sophie Lit**  
Partenaire du mouvement  
1,8 K vues

**Juliana Léveillé-Trudel**  
Auteure et partenaire du mouvement  
206 vues





**Le nombre d'animateurs = 9**

**Popsockets distribués par jour (réservés aux 14-20 ans)**

Mercredi 20 nov.	Jeudi 21 nov.	Vendredi 22 nov.	Samedi 23 nov.	Dimanche 24 nov.	Lundi 25 nov.	Total
167	124	90	40	60	147	628

**Pastilles distribuées par profil de lecteur sur tout le SLM**

Boho-romantico	429
Surnaturel	595
Échevelé	481
Mains moites	363
Fouineur	174
<b>Total</b>	<b>2042</b>



**Signets distribués sur tout le SLM = 2632**



## 03 - À GO, ON SE JASE!

Le 11 décembre 2019, les 3 ambassadeurs que sont Kevin Raphaël, Pierre-Luc Funk ainsi que Catherine Brunet nous ont fait l'honneur d'être présents à la Polyvalente Saint-Jérôme de la Commission scolaire de la Rivière-du-Nord. Les trois artistes et ambassadeurs se sont prêtés à un quiz ludique mettant en vedette la lecture. Défi relevé avec brio, Kevin, Pierre-Luc et Catherine ont par la suite rencontré les jeunes et pris un temps pour échanger avec eux. Les élèves de secondaire 3 et secondaire 4 étaient de l'assistance, soit un total de 450 élèves.

[MENTIMETER DE L'ÉVÉNEMENT >](#)

[VIDÉO DE L'ÉVÉNEMENT](#)



## 04 - GRAND PRIX TELUS

Les Partenaires pour la réussite éducative dans les Laurentides ainsi que La Fondation de lutte au décrochage scolaire de Montréal se sont alliés afin de pouvoir présenter un dossier de candidature à la Fondation Telus. C'est avec joie que nous apprenions en décembre dernier que le projet À GO, on lit! a retenu l'attention du jury et s'est vu octroyer la seconde place en obtenant une bourse de 20 000 \$ pour la réalisation de la 3<sup>e</sup> édition du mouvement.



Fondation TELUS  
pour un futur meilleur

## 05 - WEBINAIRE AVEC PATRICK SÉNÉCAL - 24 OCTOBRE 2019



Cet auteur de renom est venu parler de son parcours professionnel ainsi que de ses œuvres littéraires. Ce webinar a été offert aux élèves du secondaire, les élèves ont pu à ce moment échanger avec lui.

## 06 - PARTENARIATS RÉGIONAUX

Cette année, À GO, on lit! s'est adjoint de partenaires de déploiement que sont les Instances régionales de concertation en persévérance scolaire et en réussite éducative. Ainsi, les régions suivantes se sont engagées dans le déploiement d'actions régionales permettant un ancrage terrain de celui-ci auprès de leurs partenaires régionaux. La portée du mouvement s'est vue augmenter au sein de ces régions compte tenu de ce nouveau partenariat.



## 07 - ACTIVITÉS DANS LES BIBLIOTHÈQUES

Des activités de promotion du mouvement À GO, on lit! ont été faites dans chacune des bibliothèques participantes au sein des quatre régions, soit les Laurentides, Laval, Montréal et l'Outaouais. Nous tenons à souligner la superbe collaboration obtenue de ces partenaires.

**Près de 3500 jeunes rencontrés**

## 08 - ACTIVITÉS DANS LES ÉCOLES

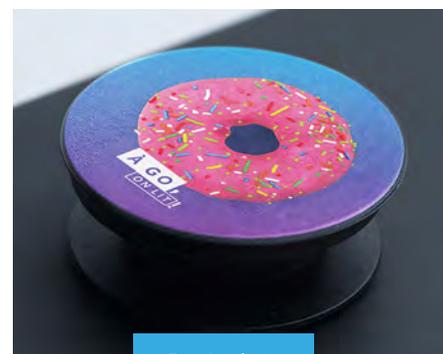
Des équipes géo ont été déployées par les IRC impliquées dans le mouvement afin de pouvoir faire découvrir aux jeunes des écoles secondaires, centres et cégeps leur profil de lecteur par le quiz À GO, on lit!

**191 bibliothèques impliquées**



# OUTILS PROMOTIONNELS

Afin de pouvoir promouvoir le mouvement auprès des jeunes et d'outiller les partenaires du milieu, nous avons cette année développé du matériel promotionnel aux couleurs du mouvement.



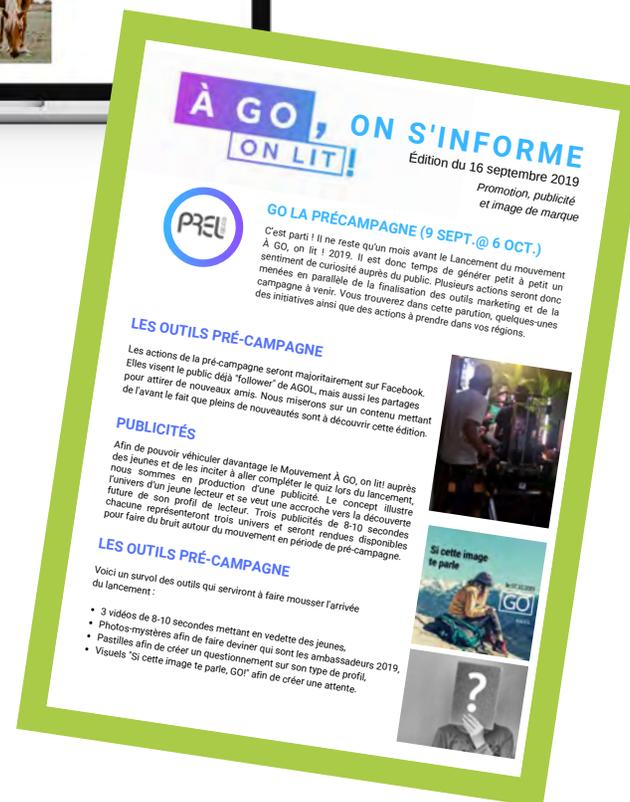
Site Web



## OUTILS DE COMMUNICATION

Divers outils de communication ont été partagés aux partenaires afin de pouvoir faire la promotion du mouvement À GO, on lit!

- À GO, on s'informe!
- Invitations
- Plateforme web
- Réseaux sociaux – calendrier éditorial
- Tournage – Calendrier de production
- Communiqué de presse
- Messages clés



# NOS PARTENAIRES

## REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier tous les partenaires pour leur contribution à la réalisation et au déploiement du mouvement À GO, on lit!

- Ministère de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur
- Regroupement Lavallois pour la réussite éducative
- Réseau Réussite Montréal
- Table Éducation Outaouais
- M. Youri Chassin, député de Saint-Jérôme et adjoint parlementaire du ministre de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur.
- Mme Sylvie D'Amour, députée de Mirabel, ministre responsable des Affaires autochtones et ministre responsable de la région des Laurentides.
- M. Éric Girard, député de Groulx, ministre des Finances et responsable de la région de Laval
- M. Mario Laframboise, député de Blainville, président du caucus du gouvernement et membre du bureau de l'Assemblée nationale
- Les petits entrepreneurs (région des Laurentides)

**Un GROS merci à l'ensemble des bibliothèques publiques et scolaires des 4 régions où AGOL s'est déployé cette année.**



## COMITÉ BIBLIO LAURENTIDES

Les Partenaires pour la réussite éducative dans les Laurentides (PREL) sont les fondateurs du mouvement À GO, on lit! Cette initiative développée dans la région des Laurentides s'appuie sur l'expertise de ressources engagées et investies dans le mouvement. Ainsi, le PREL mobilise à raison de 3 fois par année un « Comité-conseil » composée de l'ensemble des bibliothécaires (ABPQLL et Réseau biblio) de la région. Ceux-ci contribuent depuis le premier jour aux recommandations de lectures proposées sur le site À GO, on lit! et plus encore. Nous tenons à les remercier pour leur engagement et leur implication.

# COLLABORATEURS

Nous aimerions souligner l'implication des collaborateurs suivants pour la création et la réalisation de la 2<sup>e</sup> édition d'À GO, on lit!



## Alkalime

Réalisation de la publicité et de l'ensemble des vidéos - Vidéaste



## Matom Communication

Relations de presse et publics



## Glo

Stratégie numérique



## NAJ & CO

Direction artistique, graphisme, web et contenu



## Nord scène

Collaboration à la réalisation du lancement



# PARTENAIRES DU LANCEMENT

Librairie Saint-Thérèse

Éditeurs suivants : Stéphane Théroux, La Boîte de Diffusion | Josée Lecavalier, Diffusion Dimedia | David Giroux, Distribution HMH | Valérie Moreau, Distribution Prologue | David Kelly, Flammarion Ltée | Isabelle Lastrade, Gallimard Ltée | Éditeur Lucie Rhéaume, Guy Saint-Jean | Paul Deslières, Hachette Canada | Mathieu Forget, Interforum Canada | Éric Bellavance, Messageries ADP.

Les Laboratoires Biron

# ASSOCIATION DES BIBLIOTHÈQUES PUBLIQUES

C'est avec joie que nous pouvons vous partager une alliance pour la prochaine année avec l'Association des bibliothèques publiques du Québec. Ce partenariat prendra forme pour la 3<sup>e</sup> édition du mouvement.



# REMERCIEMENTS

Québec 



Merci aux députés et ministres de la région des Laurentides

- Mme Sylvie D'Amour, députée de Mirabel, ministre responsable des Affaires autochtones et ministre responsable de la région des Laurentides.
- M. Youri Chassin, député de Saint-Jérôme et adjoint parlementaire du ministre de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur.
- M. Éric Girard, député de Groulx, ministre des Finances et responsable de la région de Laval
- M. Mario Laframboise, député de Blainville, président du caucus du gouvernement et membre du bureau de l'Assemblée nationale



# PLUS DE 15 ANS D' ACTIONS INNOVANTES

## Pour soutenir la réussite éducative

À GO, on lit! a été créé par le PREL – Les Partenaires pour la réussite éducative dans les Laurentides dont la mission est de sensibiliser, de mobiliser et d'engager les jeunes, leur famille et l'ensemble des acteurs du milieu autour de la persévérance scolaire et de la réussite éducative. À GO, on lit! Le PREL s'appuie sur une équipe à l'écoute des besoins du milieu, apprenante, innovante et engagée.

[SITE WEB DU PREL >](#)



## ÉQUIPE DU PREL



**Annie Grand-Mourcel**  
Directrice générale



**Barbara Morin**  
Coordonnatrice - actions  
locales & partenariats



**Catherine Dion**  
Responsable -  
communication & marketing



**Sandra St-Jean**  
Responsable -  
contenu & transfert



**Maude Thirion**  
Agente de développement



**François Fauteux**  
Chargé de projets



**Émilie Sarrazin**  
Responsable - l'administration  
et service aux membres



**Anyklande St-Pierre**  
Soutien administratif

# CONSEIL D'ADMINISTRATION DU PREL



**Président**  
**Sébastien Tardif**  
Directeur général adjoint,  
Commission scolaire de  
la Rivière-du-Nord



**Vice-président**  
**Jean-François Lebeau**  
Directeur général adjoint,  
Commission scolaire de la  
Seigneurie-des-Mille-Îles



**Secrétaire**  
**Frédéric Greschner**  
Directeur général adjoint,  
Commission scolaire  
Sir-Wilfrid-Laurier



**Trésorière**  
**Carmen-Gloria Sanchez**  
Directrice générale Chambre  
de commerce du Saint-  
Jérôme Métropolitain



**Nadine Le Gal**  
Directrice générale,  
Cégep de Saint-Jérôme



**Jean-Pascal Baillie**  
Directeur adjoint des études,  
Cégep de Saint-Jérôme  
Poste coopté en  
cours de mandat



**Dr Éric Goyer**  
Directeur de santé publique  
des Laurentides,  
Centre intégré de la santé  
et des services sociaux  
des Laurentides



**Sylvain Hébert**  
Directeur général adjoint,  
Carrefour jeunesse-emploi  
Thérèse-De Blainville



**Dominique Guérin-  
Lajoie**  
Directrice principale  
ressources humaines Bell



**Patricia Bergeron**  
Responsable des  
communications Bell  
Poste coopté en cours  
de mandat



RÉSULTATS

# VIDÉOS FACEBOOK

## NOS 3 PUBLICITÉS

**À Go, On Lit**  
Published by Karine Cabral [?] · October 4, 2019 ·

À GO, on lit! c'est une tonne d'univers. 🌈  
Découvre où t'amènera notre première mini-pub. 😊  
<http://bit.ly/lancementagol...> See More



**3 028**  
utilisateurs atteints

**1 004**  
vidéos visionnées

**75**  
j'aime

**4**  
commentaires

**18**  
partages

**À Go, On Lit**  
Published by Karine Cabral [?] · October 5, 2019 ·

T'as aimé la publicité hier? 🎬 😊  
En voilà une deuxième.  
À GO, partage-la et inscris-toi au lancement pour plus de vidéos surprises! ... See More



**2 335**  
utilisateurs atteints

**1 029**  
vidéos visionnées

**80**  
j'aime

**9**  
commentaires

**13**  
partages

**À Go, On Lit**  
Published by Karine Cabral [?] · October 7, 2019 ·

C'est aujourd'hui le lancement! 🎉  
On est super excité. 🥳  
Pour patienter, on t'offre une dernière mini-pub. Est-ce ton univers? ... See More



**3 808**  
utilisateurs atteints

**2 404**  
vidéos visionnées

**296**  
j'aime

**28**  
commentaires

**24**  
partages

## PROMOTIONNELLE



À Go, On Lit

Published by Karine Cabral [?] · October 8, 2019 ·

Si tu penses que la lecture c'est plate, regarde cette vidéo de nos ambassadeurs! 😊📖

#lalectureestpasplate #tesintérêts #agol #agoonlit

Pierre Luc funk Catherine Brunet Kevin Raphael



**55 296**  
utilisateurs atteints

**21 483**  
vidéos visionnées

**679**  
j'aime

**83**  
commentaires

**333**  
partages

## ANNIE GUGLIA



À Go, On Lit

Published by Karine Cabral [?] · October 14, 2019 ·

Fans de skate, Annie Guglia est une de nos ambassadrices régionales. 🛹

Savais-tu que malgré son rythme de vie occupé, elle lit des tonnes de livres, et ce depuis son enfance!

Découvre ses recommandations. 😊... See More



**2 807**  
utilisateurs atteints

**788**  
vidéos visionnées

**47**  
j'aime

**1**  
commentaire

**13**  
partages

## ALEXANDRE FILLION



À Go, On Lit

Published by Karine Cabral [?] · October 20, 2019 ·

Entrepreneur dans l'âme, Alexandre Filion de @prfo\_sports a évolué et a appris beaucoup grâce aux nombreux livres. 📖

Découvre ses recommandations. 🙌

[https://www.agol.ca/ambass.../laurentides/alexandre-fillion-2/...](https://www.agol.ca/ambass.../laurentides/alexandre-fillion-2/)  
See More



**2 464**  
utilisateurs atteints

**649**  
vidéos visionnées

**28**  
j'aime

**0**  
commentaire

**17**  
partages

**43 000 VUES**

21 991 SUR YOUTUBE + 21 498 SUR FACEBOOK

[VOIR VIDÉO PROMOTIONNELLE >](#)

# CHARLES-ANTOINE BEAULIEU

**À Go, On Lit**  
Published by Later [?] · October 25, 2019 · 🌐

Pour Charle-Antoine Beaulieu, jeune Youtubeur prometteur, la lecture lui a permis de s'exprimer avec éloquence et de convaincre facilement. 😊  
Tu veux savoir comment ?  
Regarde cette vidéo. ... [See More](#)



**3 085** utilisateurs atteints  
**284** vidéos visionnées

**59** j'aime  
**6** commentaires  
**18** partages

# JEAN-FRANÇOIS DESROCHERS

**À Go, On Lit**  
Published by Later [?] · November 1, 2019 · 🌐

Jean-François de @MaevaSurf est un surfeur-lecteur. 🏄  
Partout où il surfe, il apporte des livres. 📖  
Lesquels ? Découvre-le dans sa vidéo! ... [See More](#)



**2 057** utilisateurs atteints  
**546** vidéos visionnées

**16** j'aime  
**0** commentaire  
**9** partages

# TOMMY BOUILLON

**À Go, On Lit**  
Published by IG À Go, On lit! [?] · November 12, 2019 · 🌐

Si tu penses que maçonnerie et lecture ne vont pas ensemble, écoute le partage de Tommy Bouillon de la @maçonneriegratton. Tu pourrais être surpris! #maçon #tommybouillon #maçonneriegratton #passion



**3 808** utilisateurs atteints  
**2 404** vidéos visionnées

**296** j'aime  
**28** commentaires  
**24** partages

## DANIEL COUTU

**À Go, On Lit**  
Published by IG À Go, On Lit! [?] · November 15, 2019 · 🌐

Abacadabra et Hocus pocus. La lecture a fait apparaître presque par magie la carrière de @DanielCoutuMagicien. #agol #agoonlit #danielcoutumagicien #magie



**2 046** utilisateurs atteints  
**558** vidéos visionnées

**12** j'aime  
**2** commentaires  
**5** partages

## JADE CHRÉTIEN

**À Go, On Lit**  
Published by Later [?] · November 26, 2019 · 🌐

Barista au Olodge Café Plein Air et aventurière, Jade Chretien aime lire sur des gens qui ont fait de grands exploits.

Quand on lui a parlé du mouvement elle était super emballée! Il lui ait déjà arrivé de perdre la lecture de vue, mais quand elle se remettait à lire elle se rendait compte à quel point elle appréciait.

Ça prend ces petits moments-là, s'éloigner, prendre son livre et relaxer. ... See More



**643** utilisateurs atteints  
**152** vidéos visionnées

**17** j'aime  
**2** commentaires  
**0** partage

## ALEXANDRE ALAIN

**À Go, On Lit**  
Published by Later [?] · November 29, 2019 · 🌐

**LECTURE + HOCKEY**

Il y a moyen d'associer la lecture à ton sport et trouver des lectures qui te donneront envie de prendre le temps de te ressourcer.

Le numéro 27 du *Rocket de Laval* est un «curieux lecteur», il nous en parle dans cette capsule 📖🏒



**1 510** utilisateurs atteints  
**382** vidéos visionnées

**19** j'aime  
**1** commentaire  
**7** partages

## L'AS DES JEUX

**À Go, On Lit**  
Published by Later [?] · December 6, 2019 · 🌐

Tu aimes les jeux de société? Roch et Caroline de L'As des jeux aussi!  
Aucune règle du jeu ne leur résiste.  
Pour eux, lire c'est aussi jouer. ... [See More](#)



**8 079** utilisateurs atteints      **2 143** vidéos visionnées

**82** j'aime      **8** commentaires      **24** partages

## ZENY DOMOND

**À Go, On Lit**  
Published by Najomie Cournoyer [?] · December 10, 2019 · 🌐

Jeux vidéos + lecture?  
Oh que oui! Si tu es fan de jeux vidéos, cette capsule est pour toi! Voici Zeny de Lonely Boy Studio Inc.!



**3 041** utilisateurs atteints      **679** vidéos visionnées

**24** j'aime      **1** commentaire      **18** partages

## DJ SEBA

**À Go, On Lit is with DJ Seba 273.**  
Published by Marie Meunier [?] · December 12, 2019 · 🌐

DJ Seba, rappeur et slameur est passionné de musique, oui oui! Mais savais-tu que c'est avec les livres que sa culture musicale ne cesse d'augmenter d'années en années?  
À écouter! 🎧



**1 495** utilisateurs atteints      **362** vidéos visionnées

**7** j'aime      **0** commentaire      **5** partages

## MARTINE LANGLOIS

**À Go, On Lit**  
Published by Marie Meunier [?] · December 16, 2019 · 🌐

Il est possible de marier lecture à toutes les sphères de notre vie. Comme Martine, co-proprétaire de Les Barbares à St-Jérôme, pour qui la lecture a une place de choix pour ses enfants, mais aussi pour elle afin de s'instruire en tant que parent et entrepreneure.

Les Barbares #agol #agoonlit #osezbarbares



**2 494** utilisateurs atteints  
**898** vidéos visionnées

**62** j'aime  
**4** commentaires  
**8** partages

## MEEKER GUERRIER



[Voir les statistiques](#) [Promouvoir](#)

👍 🗨️ 📄 📌

**1 149** utilisateurs atteints  
**920** vidéos visionnées

**27** j'aime  
**1** commentaires  
**6** partages

## DJ SEBA - SLM LIVE!

À Go, On Lit était en direct.  
Publié par Najomie Cournoyer [?] - 20 novembre 2019 · 🌐



**1 046**  
utilisateurs  
atteints

**454**  
vidéos  
visionnées

**26**  
j'aime  
**0**  
commentaire

**2**  
partages

## KEVIN - SLM LIVE!

À Go, On Lit était en direct.  
Publié par Dominique Éthier [?] - 21 novembre 2019 · 🌐

On est en live avec Kevin Raphael en direct du Salon du livre! 🗨



**1 355**  
utilisateurs  
atteints

**536**  
vidéos  
visionnées

**27**  
j'aime  
**1**  
commentaire

**4**  
partages

## SOPHIE LIT - SLM LIVE!

À Go, On Lit était en direct.  
Publié par Najomie Cournoyer [?] - 24 novembre 2019 · 🌐

On est en live avec SophieLit.ca au Salon du livre de Montréal!



**3 880**  
utilisateurs atteints

**1 892**  
vidéos visionnées

**112** j'aime  
**18** commentaires  
**18** partages

## JULIANA - SLM LIVE!

À Go, On Lit était en direct.  
Publié par Najomie Cournoyer [?] - 24 novembre 2019 · 🌐

Un deuxième live pour la journée au Salon du Livre de Montréal.  
Avec l'auteure, Juliana Léveillé-Trudel, du roman Niriit ainsi que co-



**639**  
utilisateurs atteints

**206**  
vidéos visionnées

**11** j'aime  
**0** commentaire  
**0** partage

## TOMMY - SLM LIVE!

À Go, On Lit était en direct.  
Publié par Najomie Cournoyer [?] - 25 novembre 2019 · 🌐

Notre dernier live de la semaine du Salon du livre de Montréal! À écouter!



**834**  
utilisateurs atteints

**363**  
vidéos visionnées

**19** j'aime  
**0** commentaire  
**2** partages

## TOTAUX - VIDÉOS FACEBOOK

2018

**101 413**  
Utilisateurs atteints

**45 670**  
Vidéos visionnées

**1 530**  
J'aime totaux FB

**241**  
Commentaires

**261**  
Partages

2019

**114 613**  
Utilisateurs atteints

**40 474**  
Vidéos visionnées

**1 879**  
J'aime totaux FB

**178**  
Commentaires

**593**  
Partages



## INSTAGRAM

PUBLICATIONS

LES PLUS .....

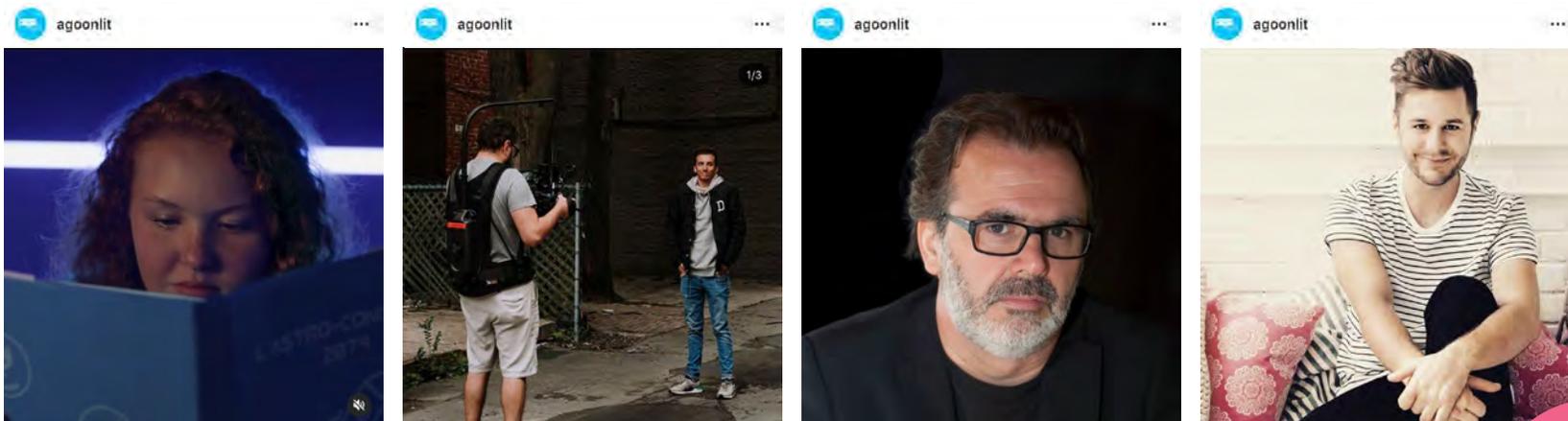
POPULAIRES

Les utilisateurs des plateformes ont déjà veilli avec celles-ci depuis le début de notre mouvement.

On doit donc être innovant!

AGOL doit et devra toujours s'adapter aux jeunes.

Tik Tok on s'en vient!



2018

2019



+ Stories quotidiennes

NOMBRE

DE PUBLICATIONS

<b>25</b> Photos	<b>13</b> Vidéos	<b>38</b> Publications au total
---------------------	---------------------	---------------------------------------

PROFIL DES ABONNÉS

<b>18-24</b> Ans	<b>85%</b> Femmes	<b>15%</b> Hommes
---------------------	----------------------	----------------------

NOMBRE

DE PUBLICATIONS

<b>30</b> Photos	<b>21</b> Vidéos	<b>51</b> Publications au total
---------------------	---------------------	---------------------------------------

PROFIL DES ABONNÉS

<b>24-34</b> Ans	<b>87%</b> Femmes	<b>13%</b> Hommes
---------------------	----------------------	----------------------

# STATISTIQUES SITE WEB

Pages vues	2018	2019
<b>Total</b>	<b>12 933</b>	<b>127 542</b>
/quiz	26%	25%
/suggestions-de-livres	-	24%
/accueil	27%	20%
/types-de-lecteur	-	5%
/trouve-tes-livres	4%	3%
/ambassadeurs	3%	2%
/evenements	-	1%
/livres/bitch-les-filles-et-la-violence	-	1%
/livres/13 <sup>e</sup> -avenue	-	0,5%
/livres/addiction	-	0,5%



Acquisition*	2018	2019
Direct	32%	40%
Recherche organique	12%	28%
Social	26%	18%
Référence	28%	6%
Display	-	1%

Social	2018	2019
Facebook	43%	48%
Instagram	42%	30%
Instagram stories	14%	20%
Youtube	-	2%
Twitter	0.11%	-

Référence	2018	2019
Instagram	20%	41%
Facebook	14%	31%
Classroom.google.com	-	6.46%
intranet.institutcanadien	-	1.3%
cspo.qc.ca	-	1%
biblio.sainte-therese.ca	0.27%	1%

\*Acquisition : lorsqu'un visiteur vient sur notre site web, de quelle façon ?

# AUDIENCE WEB

Nous ne pouvons capter les moins de 18 ans.

Top 10 Villes des utilisateurs	2018	2019
Montréal	18%	26%
Québec	7%	6%
Saint-Jérôme	4%	5%
Saint-Eustache	3%	5%
Laval	3%	4%
Gatineau	2%	3%
Sainte-Thérèse	-	2%
Blainville	3%	2%
Levis	-	2%
Sherbrooke	2%	1%
Mont-Laurier	2%	-

Système d'opérations	2018	2019
Mobile	50%	51%
Desktop	32%	37%
Tablette	17%	12%
Navigateur	2018	2019
Chrome	34%	34%
Safari	22%	28%
Android webview	9%	10%
Samsung internet	5%	2%
Edge	2.98%	2%
Firefox	2.95%	2%
Internet explorer	2.06%	2%
Opera	0.09%	0.05%

Âge	2018	2019
18-24 ans	39%	15%
25-34 ans	31%	28%
35-44 ans	12%	24%
45-54 ans	5%	16%
55-64 ans	-	12%
65 ans +	-	7%
Sexe	2018	2019
Femmes	80%	70%
Hommes	20%	30%



**31 750**  
QUIZ REMPLIS  
EN 2019

**10 075**  
quiz remplis en 2018

A series of white, wavy, concentric lines in the top right corner of the page, resembling a stylized sunburst or a decorative graphic element.

CONCOURS

# CONCOURS FACEBOOK



**DONNÉES**

26 participations  
34 commentaires  
116 j'aime  
15 partages

# CONCOURS INSTAGRAM



**2080 VUES**



# STRATÉGIE PUBLICITAIRE

# RETOUR SUR LA STRATÉGIE PUBLICITAIRE

## CIBLE



Jeunes 14-20 ans

## TYPES DE MESSAGES



## OBJECTIFS



## APPELS À L'ACTION



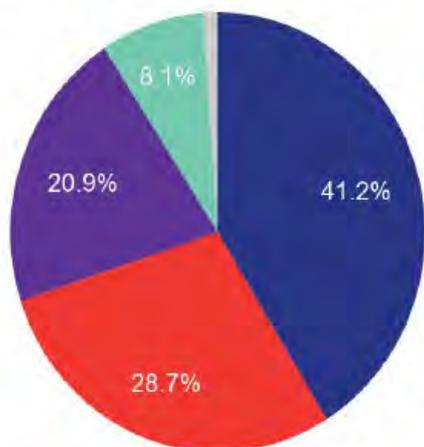
# MÉTRIQUES PRINCIPALES, 2019 CONTRE 2018



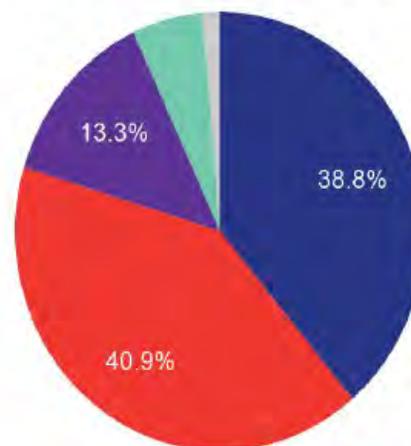
Les indicateurs de performances sont au vert sur le site de 2019 par rapport aux données de 2018. Le nombre de sessions sur le site web a presque triplé (32K contre 12K en 2018), la moyenne de durée des sessions augmente de 1 minute 30. On note aussi moins de personnes qui quittent le site web directement avec un taux de rebond qui diminue de 3%, et un nombre de pages vues qui s'approche des 4 contre 3 en 2018.

# MÉTRIQUES PRINCIPALES, 2019 CONTRE 2018

Sessions sur le site web



Engagements sur le site web



● Trafic direct ● Google - Référencement naturel ● Sites référents  
● Campagnes numériques ● Autres

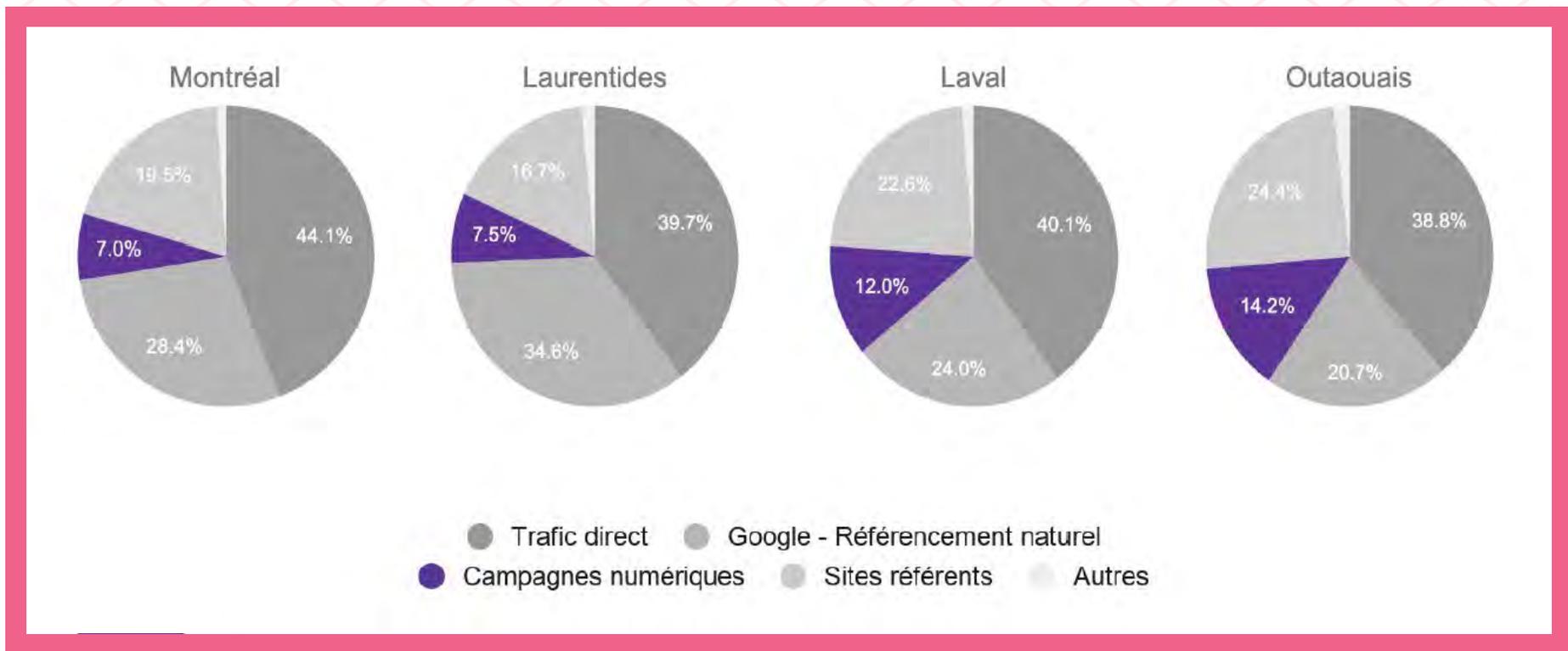
Alors que le référencement naturel sur Google (l'utilisation du moteur de recherche) correspond à 29% des sessions, il obtient 41% des clics pertinents (« suggestions de lecture » et « trouve tes livres ») ce qui lui donne le meilleur taux de conversions tous canaux confondus.

# SESSIONS PAR RÉGION



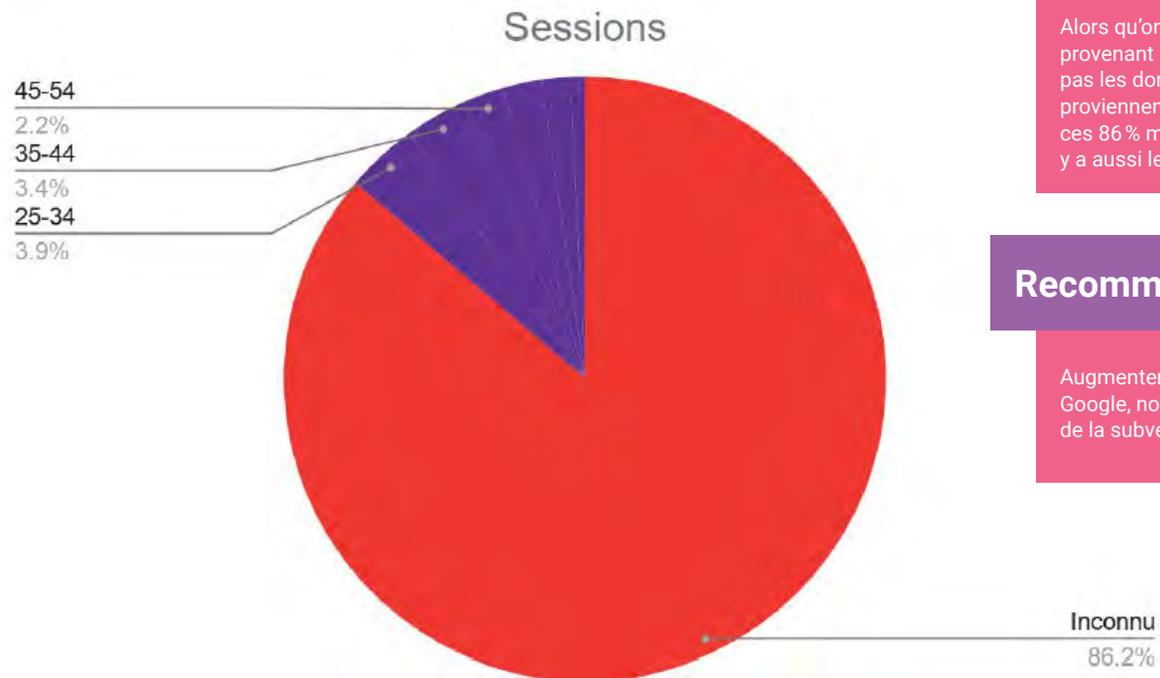
Montréal est le marché qui a obtenu le plus de sessions sur le site web (27%), suivi par les Laurentides (18%). Si l'on considère les proportions d'habitants dans chaque région, on remarque un plus grand intérêt dans les Laurentides au niveau de la campagne À GO, on lit!. Laval obtient 4% des sessions et l'Outaouais 3%.

# SESSIONS PAR CANAL PAR RÉGION



La campagne de publicité en ligne a permis un bon soutien aux marchés les plus précaires de l'Outaouais et Laval en représentant respectivement 14% et 12% des sessions sur ces marchés.

# SESSIONS PAR CANAL PAR RÉGION



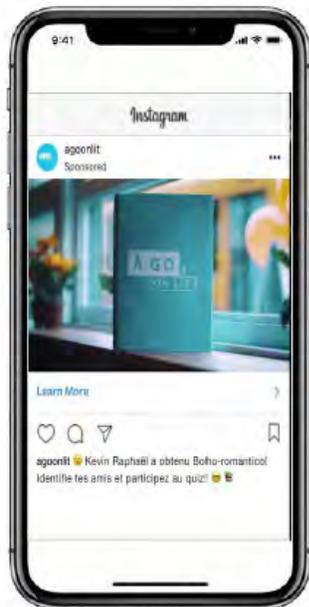
Alors qu'on ne peut pas connaître le nombre de sessions provenant de notre cible de 14-18 ans puisque Google ne collecte pas les données des moins de 18 ans, 86 %, des sessions proviennent d'âges inconnus. Les 14-18 ans se retrouvent dans ces 86 % mais on ne peut pas donner un pourcentage exact (il y a aussi les sessions en navigation privée par exemple).

## Recommandation pour l'année prochaine :

Augmenter le trafic du référencement Google, notamment en bénéficiant de la subvention Google Grants.

# CAMPAGNES NUMÉRIQUES

## EXEMPLES DE PUBLICITÉS



Annonces vidéos  
Facebook &  
Instagram



Promotion de  
publications  
Facebook



Annonces  
stories  
Instagram

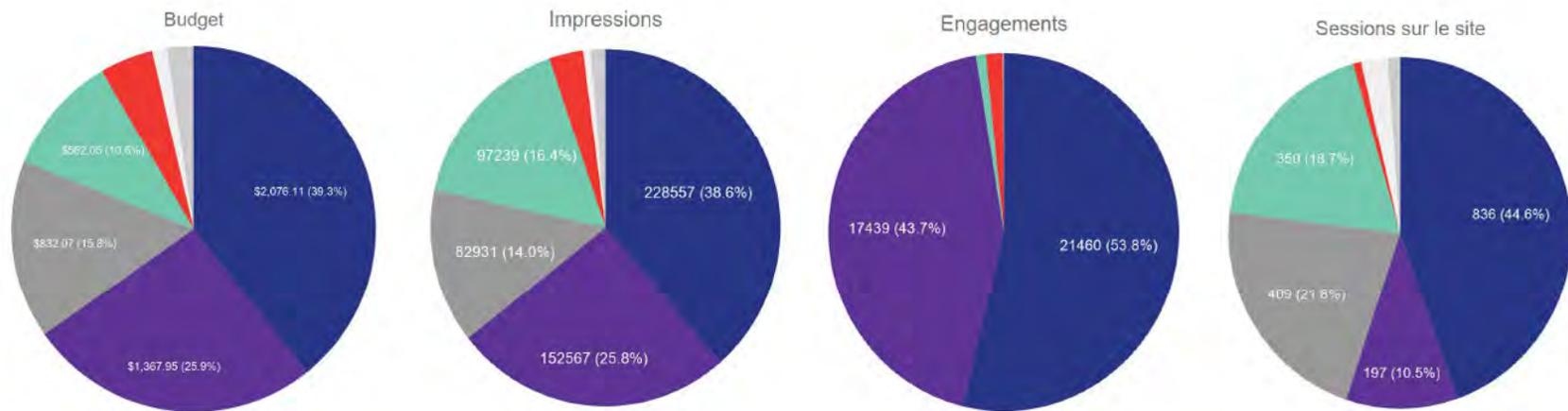


Annonces  
liens  
Facebook &  
Instagram



Annonces  
YouTube

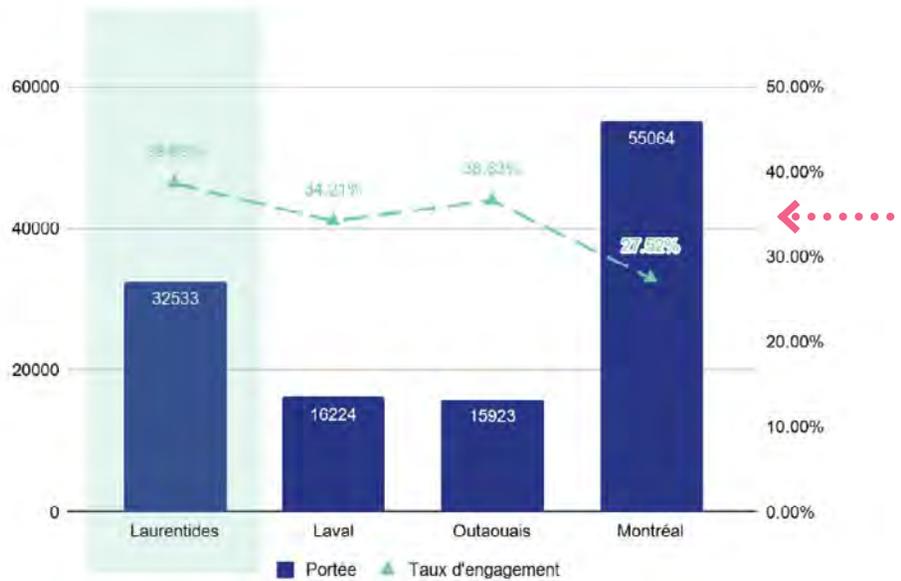
# RÉSULTATS PAR PLACEMENT



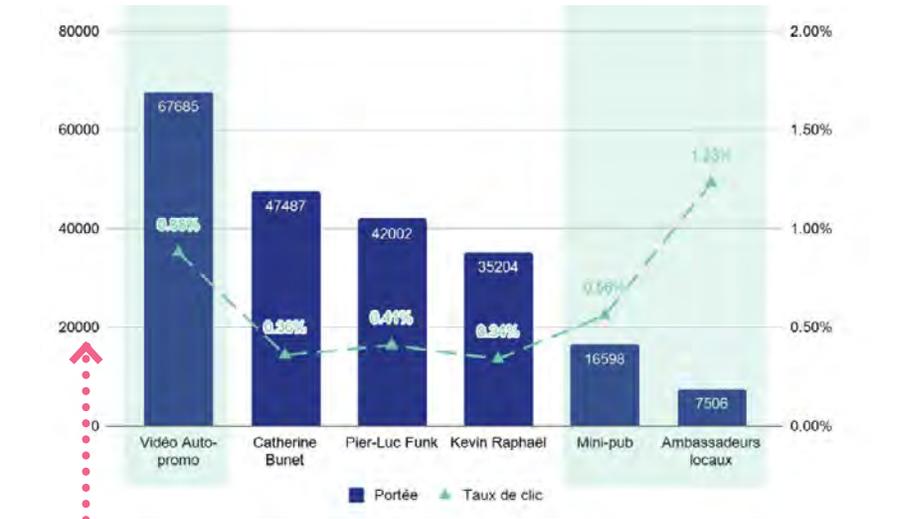
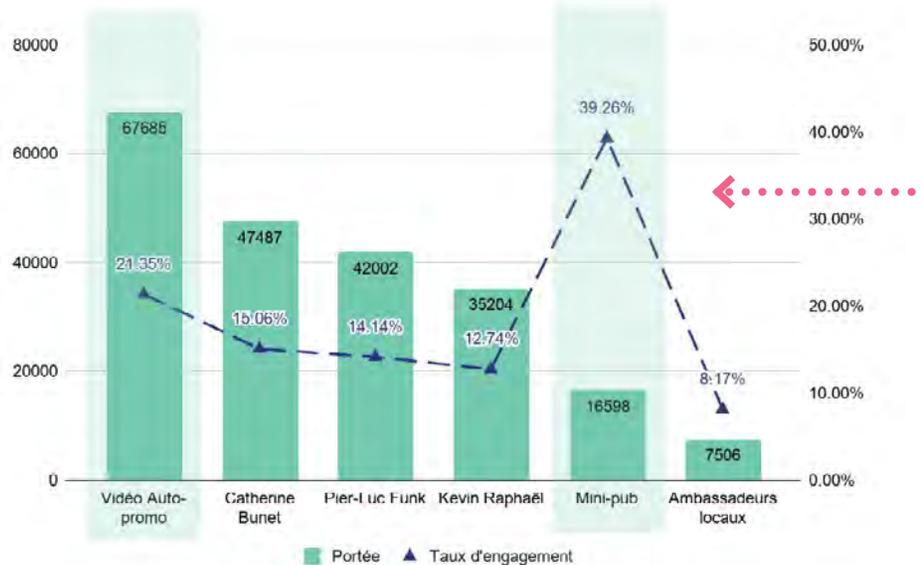
● Vidéo Facebook   
 ● Vidéo Instagram   
 ● Vidéo YouTube   
 ● Story Instagram   
 ● Promotion publication Facebook  
● Lien Facebook   
 ● Lien Instagram

Alors que la stratégie initiale était bâtie en deux volets : engagement et conversion, on s'est rapidement rendu compte que le premier volet, en plus d'obtenir de meilleurs résultats au niveau de l'engagement sur les annonces (97,5% de l'engagement), a aussi performé au niveau des sessions vers le site (71% des sessions provenant des campagnes). Ce volet a donc été priorisé durant la campagne.

# PORTÉE ET TAUX D'ENGAGEMENT



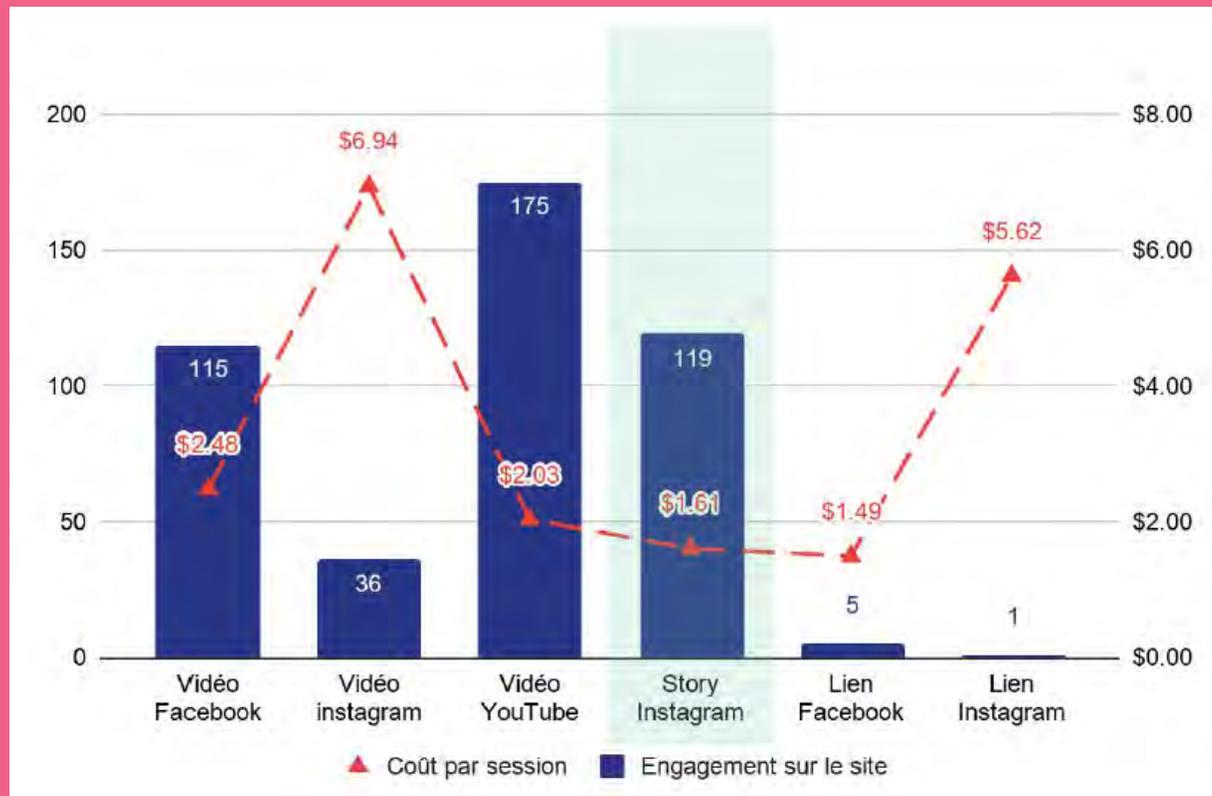
Le marché des Laurentides est celui avec le meilleur taux d'engagement sur les annonces (39% sur une moyenne de 33%) même si c'est Montréal qui a eu la plus grande portée (46% vs 27% pour les Laurentides). Laval et Outaouais, bien qu'ayant également des taux d'engagement au-dessus de la moyenne, obtiennent une part de marché plus restreinte (13% chacun).



Aussi, on remarque que les vidéos les plus courtes comme l'autopromo (30 secondes) et les mini-pubs (6 secondes) ont un taux d'engagement plus élevé que la moyenne (respectivement 21% et 39% sur une moyenne de 18%). On se rend compte qu'elles ont des taux de clics plus élevés que les vidéos longues.

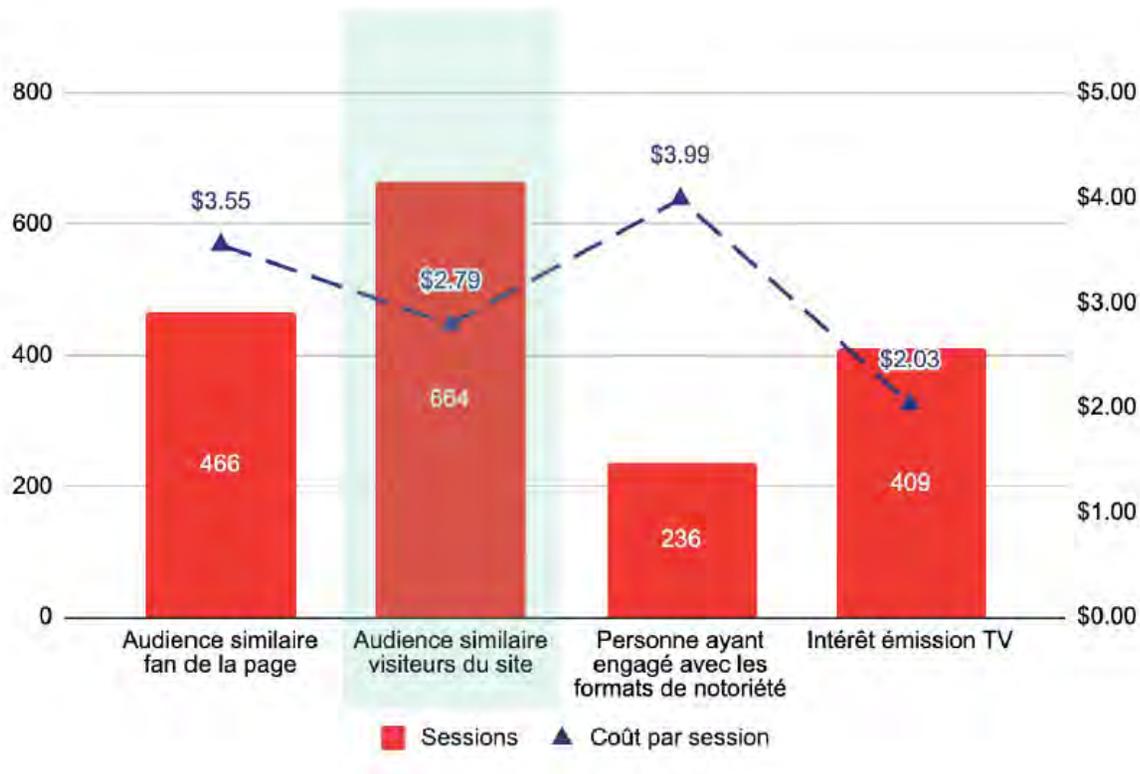
Autres faits à considérer : alors que les promotions de publication des ambassadeurs locaux n'obtiennent que peu d'engagements (taux d'engagement de 8% sur une moyenne de 18%), ce sont les contenus obtenant le meilleur taux de clics vers le site web (1,23%).

# ENGAGEMENT SUR LE SITE WEB PAR PLACEMENT



Tandis que le format vidéo est celui ayant obtenu le plus d'engagements et de sessions sur le site, on peut noter que les stories Instagram obtiennent un nombre plus élevé de clics pertinents sur le site (clics sur « suggestion de lecture » et « trouvez les livres ») que les vidéos Facebook (119 contre 115) et à un prix par session sur le site web plus bas (1,61 \$ vs 2,48 \$).

# SESSIONS ET COÛT PAR SESSION PAR CIBLAGE



Pour finir, alors qu'il a été mis en place 4 audiences dans les campagnes, l'audience des personnes similaires aux visiteurs de site web obtient sur Facebook plus de sessions sur le site web à un coût plus bas (2,80 \$ contre une moyenne de 3,00 \$). L'audience «intérêt émission TV» est celle qui a été utilisée pour les campagnes YouTube

Sortir un panel de vidéos courtes (6/15/30 secondes) afin d'avoir un message percutant, donnant envie aux utilisateurs de voir la suite de la vidéo ou de visiter le site web.

Laisser tomber les formats habituellement de «conversion» telle que l'image lien, pour se focaliser sur les formats vidéos et stories.

Augmenter le ciblage par audience similaire, notamment en allant chercher les audiences similaires de partenaires.

Travailler les campagnes des ambassadeurs locaux afin de les pousser davantage.

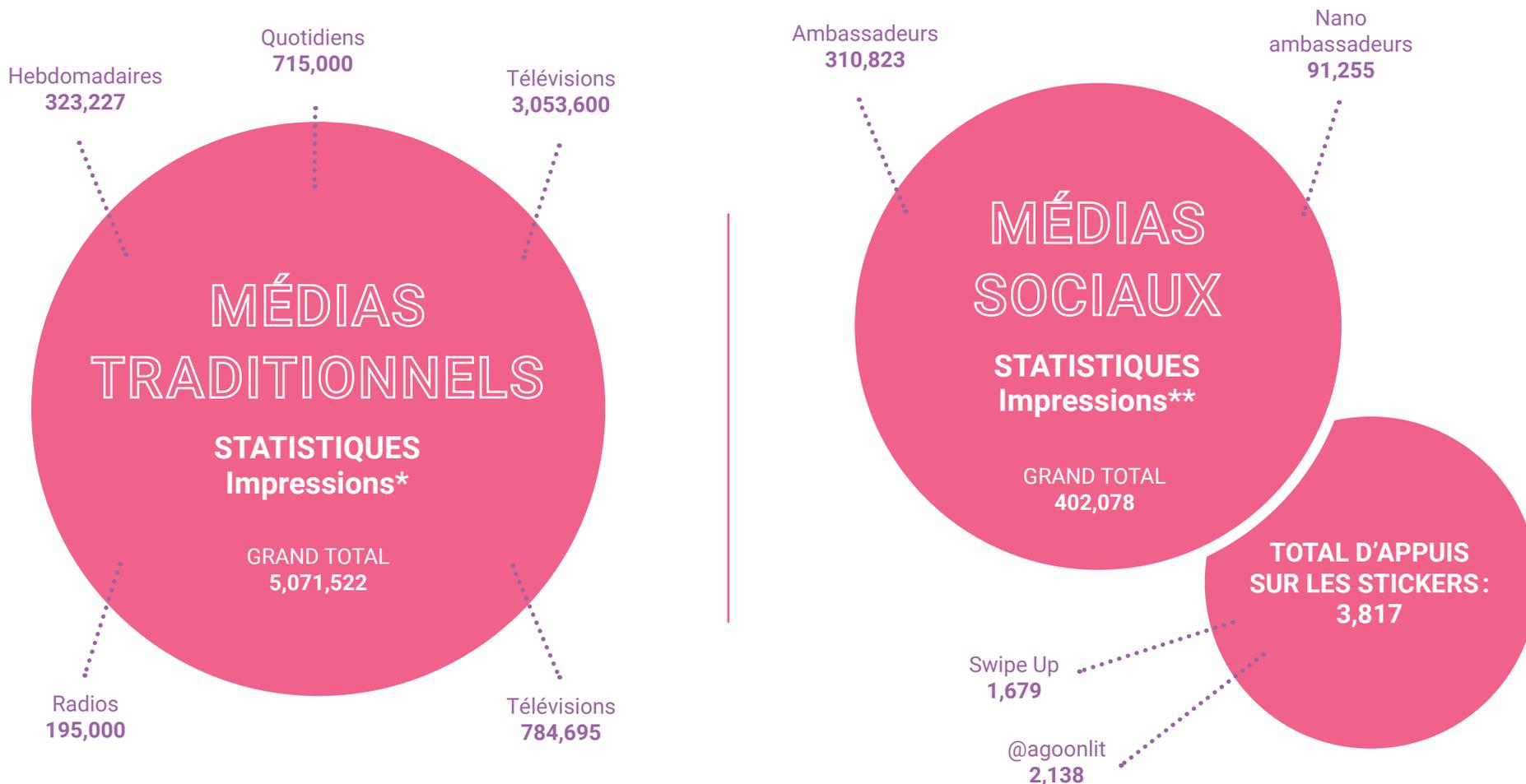
# COUVER- TURE



# COUVERTURE MÉDIATIQUE

À GO, on lit! a attiré l'intérêt des médias des régions participantes et aussi les grands médias nationaux. C'est avec grande fierté que le mouvement, pour sa deuxième année d'implantation seulement, s'est retrouvé à l'avant-scène.

## Bilan de la 2<sup>e</sup> édition du mouvement À GO, on lit!



\* L'impression signifie le nombre de fois qu'une publication a été vue et lue.

\*\* L'impression signifie le nombre de fois qu'une publication a été vue par un abonné ou un non-abonné au compte de l'influenceur.

# MÉDIAS TRADITIONNELS

## HEBDOMADAIRES

**L'information du Nord Sainte-Agathe**  
2 octobre  
27,900 impressions

**L'information du Nord Sainte-Agathe**  
9 octobre  
10,000 impressions

**L'information du Nord Mont-Tremblant**  
9 octobre  
27,163 impressions

**L'information du Nord Vallée de la Rouge**  
9 octobre  
14,139 impressions

**L'Écho de la Rive-Nord**  
10 octobre  
10,000 impressions

**MAG**  
21 octobre  
5,000 impressions

**Courier Laval**  
23 octobre  
15,000 impressions

**The Suburban**  
30 octobre  
50,000 impressions

**The Suburban**  
30 octobre  
50,000 impressions

**Le Bulletin**  
30 octobre  
38,764 impressions

**Nord Info**  
5 novembre  
15,000 impressions

**Le Nord**  
18 décembre  
110,261 impressions  
(Imprimé et en ligne)

## QUOTIDIENS

**La Presse**  
11 novembre  
715,000 impressions  
(Tablette et en ligne)



**SOCIÉTÉ**  
**KEVIN RAPHAËL A LONGTEMPS EU PEUR DES LIVRES**

MARIE ALLARD  
LA PRESSE

À l'école, Kevin Raphaël a été obligé de lire le roman fantastique *Artemis Fowl*. « Oh my God, *Artemis Fowl* ! », se souvient-il en grimaçant. C'était ennuyeux ? « C'était trop gros pour où j'étais rendu, répond l'animateur et humoriste. Quand les autres avaient lu 20 pages, j'en avais lu trois. Le sportif en moi s'est dit : "Ce n'est pas pour toi, la lecture, va voir ailleurs." J'étais dans la catégorie de gens à qui les livres font peur. »

Aujourd'hui, l'animateur du *Kevin Raphaël Show* à TVA Sports (re)lit : « Je lis des biographies sportives et je suis tombé dans les romans policiers, dit-il. C'est moi qui les choisis. Je décide quand je lis, quand j'arrête, et je fais mes propres scénarios de films en lisant. Dans ma tête, je suis un réalisateur... »

Kevin Raphaël est l'un des porte-parole du mouvement À GO, on lit ! qui vise à promouvoir la lecture chez les jeunes de 14 à 20 ans. L'objectif de cette campagne : provoquer un changement de comportement positif chez ceux qui n'aiment pas lire, en partant de leurs intérêts. Pas question de leur imposer un livre avec des fées (couscous, *Artemis Fowl*) s'ils adoraient le sport ou les enquêtes.

**CINQ PROFILS DE LECTEURS**

Un quiz est proposé sur le site d'À GO, on lit !, pour déterminer le type de lecteur qui nous ressemble le plus parmi cinq profils (Boho-Romantico, Échevelé, Supernaturel, Mains-moites et Fouineur). Des suggestions de lecture – personnalisables en ajustant divers critères – sont ensuite offertes. Il ne reste qu'à se rendre dans une bibliothèque scolaire ou municipale participante pour emprunter un livre de la sélection, identifié par une pastille. La formule rappelle les pastilles de goût de la SAQ, avec une autre forme d'ivresse et d'éventuelle dépendance.

« Moi, je suis Boho-Romantico », précise avec franchise Kevin Raphaël. Vit-il bien avec cette étiquette ? « Oh oui, dit-il. Les séries d'amour, j'aime ça. »

Son premier coup de cœur littéraire a néanmoins été un roman de hockey, *Le Match des étoiles* de François Gravel, dévoré alors qu'il était encore enfant. « Je l'ai lu 150 fois, indique Kevin Raphaël. Je pense que je l'ai encore chez moi. Je ne l'ai jamais rapporté à la bibliothèque... »

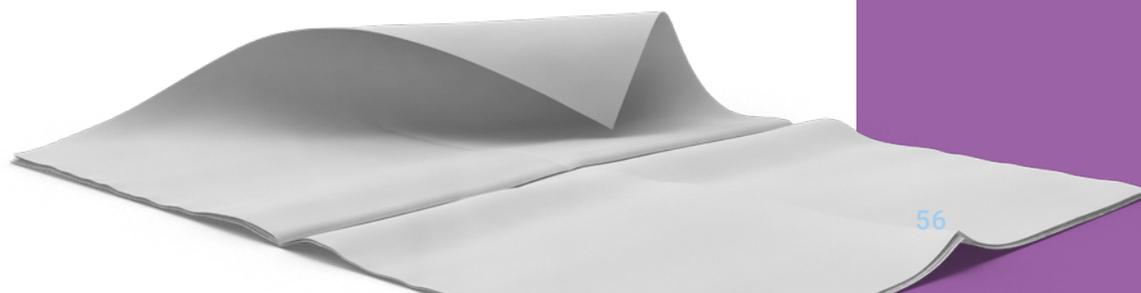
**TASSER SON TÉLÉPHONE**

Aujourd'hui, les jeunes (comme les adultes) sont souvent hypnotisés par leur celluleulaire, plus que par les pages d'un roman. Kevin Raphaël le sait, puisqu'il côtoie des élèves du secondaire à titre d'entraîneur de football, à Laval. « Quand les kids me disent : "Coach, je n'ai pas le temps de lire", je réponds : "T'as en masse de temps. T'as pas de factures à payer. Tu finis l'école chez vous. C'est parce que tu joues à *Fortnite* que t'as pas le temps !" Moi, j'ai fait des chroniques à *Vlog* sur TVA, en plus de se produire comme humoriste. Ça me fait du temps de lire. La biographie de Jackie Robinson, je l'ai lue en une semaine, et ça me déconnecte. C'est le fun. »



**QUOTIDIENS**  
Impressions  
715,000

**HEBDOMADAIRES**  
Impressions  
323,227



## TÉLÉVISIONS

### NousTV

25 septembre  
**25,000** impressions (Live)

### TVBL

7 novembre  
**30,000** impressions  
(Live et en ligne)

### TVA Nouvelles

11 novembre  
**305,000** impressions  
(Live et en ligne)

### TVA Nouvelles

16 novembre  
**305,000** impressions  
(Live et en ligne)

### Salut Bonjour

20 novembre  
**2,038,600** impressions

### ICI Radio-Canada Télé

20 novembre  
**350,000** impressions  
(Live et en ligne)

**TÉLÉVISIONS**  
Impressions  
3,053,600

## RADIOS

### CFLO FM

10 octobre  
**26,000** impressions  
(Live et en ligne)

### ICI Radio-Canada Première

10 octobre  
**128,800** impressions  
(Live et en ligne)

### CHIP-FM

30 octobre  
**15,000** impressions (Live)

### CIME FM

27 novembre  
**305,000** impressions  
(Live et en ligne)

**RADIOS**  
Impressions  
195,000

## WEB

### MSN

8 octobre  
**50,000** impressions

### Hollywood PQ

10 octobre  
**389,000** impressions

### Commission scolaire de Laval

16 octobre  
**ND** impressions

### Grenier aux nouvelles

18 octobre  
**22,000** impressions

### Isarta Infos

18 octobre  
**61,000** impressions

### Le Réseau d'information Municipale

23 octobre  
**40,000** impressions

### Salut Bonjour

20 novembre  
**222,000** impressions

### Journal Le Nord - Facebook

12 décembre  
**695** impressions

**WEB**  
Impressions  
784,695



# MÉDIAS SOCIAUX

## AMBASSADEURS

### Pier-Luc Funk

Post Instagram  
8 octobre  
**91,515** impressions

### Catherine Brunet

Post Instagram  
8 octobre  
**87,425** impressions

Story  
8 octobre  
**349** Swipe Up  
**298** @agoonlit  
**14,291** impressions

Story  
22 octobre  
**178** Swipe Up  
**83** @agoonlit  
**13,800** impressions

Story  
30 octobre  
**175** @agoonlit  
**18,191** impressions

Story  
12 novembre  
**60** @agoonlit  
**18,400** impressions

Story  
11 décembre  
**60** @agoonlit  
**13,000** impressions

Post Facebook  
22 octobre  
**131** appuis sur le lien  
vidéo  
**5,539** impressions

Post Facebook  
24 octobre  
**42** appuis sur le lien  
vidéo  
**3,444** impressions

### Kevin Raphael

Post Instagram  
5 octobre  
**12,051** impressions

Post Instagram  
21 novembre  
**10,180** impressions

Post Instagram  
11 décembre  
**2,100** impressions

Story  
8 octobre  
**2,667** impressions

Story  
11 novembre  
**3,473** impressions

Story  
21 novembre  
**10,180** impressions

AMBASSADEURS  
Impressions  
**310,823**



**NANO AMBASSADEURS**

**KARL HARDY**

Post Instagram  
8 octobre  
**8,431 impressions**

Story  
2 octobre  
**13 Swipe Up**  
**168 @agoonlit**  
**3,602 impressions**

Story  
24 octobre  
**254 Swipe Up**  
**108 @agoonlit**  
**3,135 impressions**

**ÉMILE ROY**

Story  
8 octobre  
**405 Swipe Up**  
**305 @agoonlit**  
**3,995 impressions**

**JESSIE GÉLINAS**

Story  
8 octobre  
**600 Swipe Up**  
**491 @agoonlit**  
**8,077 impressions**

**ANDRÉANNE LAPOINTE**

Story  
8 octobre  
**420 Swipe Up**  
**705 @agoonlit**  
**9,525 impressions**

**STEELORSE**

Story  
8 octobre  
**0 Swipe Up**  
**160 @agoonlit**  
**5,595 impressions**

**ROSALIE BONENFANT**

Post Instagram  
8 octobre  
**257 @agoonlit**  
**52,497 impressions**



**NANO AMBASSADEURS**  
Impressions  
**91,255**

# À GO, ON POURSUIT LE MOUVEMENT

3<sup>e</sup> édition - octobre 2020

Partenaires pour la réussite éducative  
dans les Laurentides

45, rue Saint-Joseph, local 200  
Sainte-Thérèse (Québec) J7E 4X5  
Tél. 450 434-7735

[PREL.QC.CA](http://PREL.QC.CA)

**PREL**  
qc.ca

