

BILAN 2022



À GO,
ON LIT!

TABLE DES MATIÈRES

C'EST QUOI AGOL?

À GO, on lit! pour la persévérance scolaire.....	4
Mission, vision, valeurs.....	5
Effets souhaités et impacts recherchés.....	6
Enjeux, orientations, objectifs, clientèles cibles, stratégies.....	7
Stratégie de contenu.....	9

LA CAMPAGNE

2022: enfin un retour vers la normale.....	11
Ambassadeurs.....	12
Créateurs de contenu web.....	13
Un appel à l'action via le web.....	14
Stratégie mentor.....	16

Rayonnement du mouvement.....	17
Activités dans les régions.....	21
Outils promotionnels.....	33
Nos partenaires.....	35
Nos collaborateurs.....	36
Notre comité de sélection.....	37
L'équipe À GO, on lit!.....	38

RÉSULTATS

Contenu de la campagne.....	41
Ambassadeurs.....	42
Autopromotion.....	44
Listes de lecture.....	45
Infolettres.....	47
Créateurs de contenu.....	48
Statistiques des réseaux sociaux ...	50

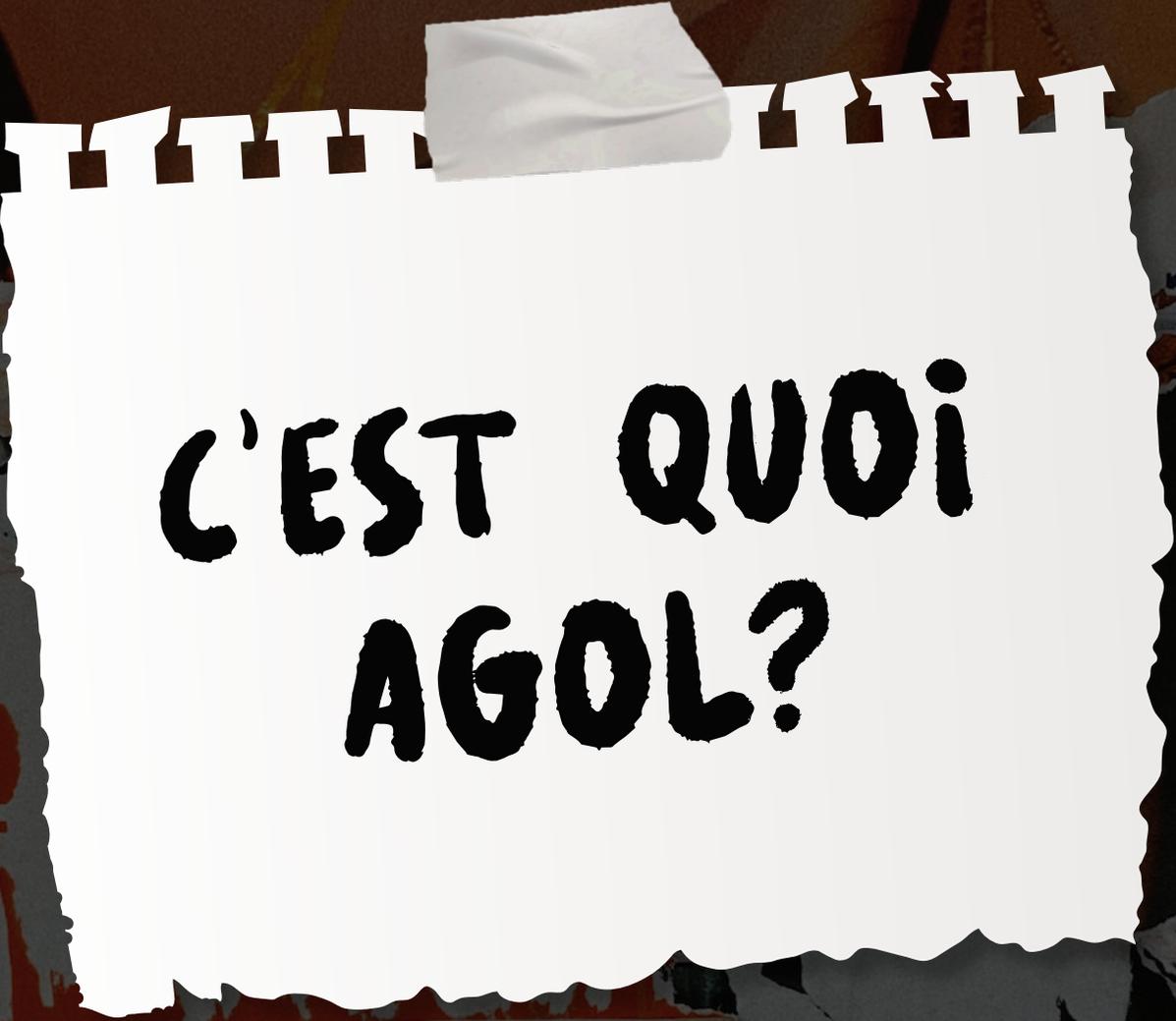
Concours.....	53
Statistiques du site web.....	55
audience web.....	56
Statistiques du quiz.....	57
Ressources.....	58

STRATÉGIE PUBLICITAIRE

Métriques sommaires, 2022 vs 2021.....	60
--	----

COUVERTURE MÉDIATIQUE

Médias.....	67
Conclusion.....	69



**C'EST QUOI
AGOL?**

À GO, ON LIT! POUR LA PERSÉVÉRANCE SCOLAIRE

Aider la réussite des jeunes par le déploiement d'un mouvement autour du plaisir de lire.

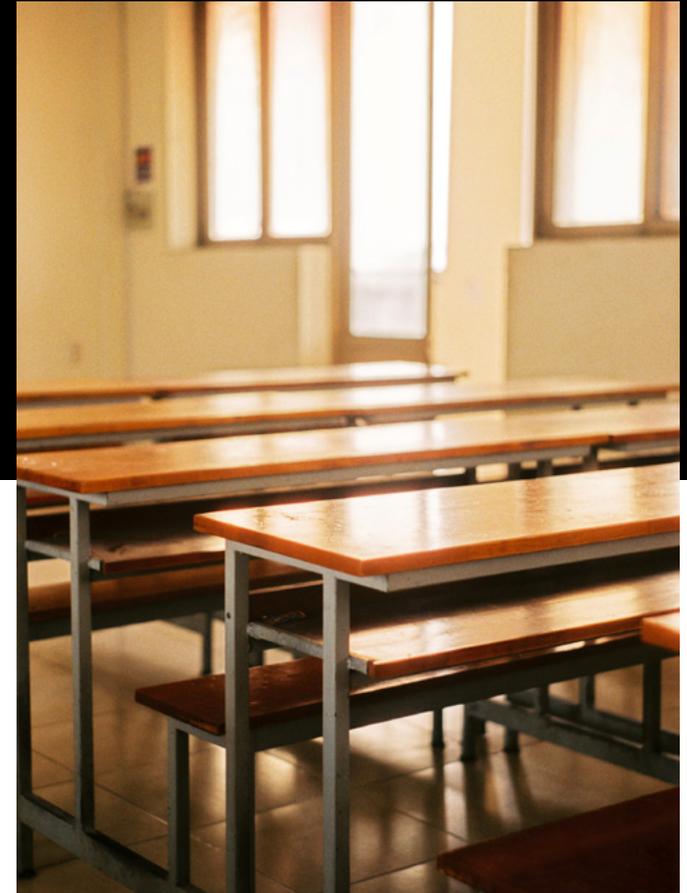
La lecture et la persévérance scolaire sont deux enjeux intimement liés. En effet, pour la majorité des élèves qui décrochent en cinquième secondaire, c'est leur échec en français qui les éloigne de leur diplôme. C'est l'une des conclusions du document intitulé « Les décrocheurs annuels des écoles secondaires du Québec », mis en ligne en 2015 sur le site du ministère de l'Éducation. Depuis ce rapport, ce sont des statistiques qui s'apparentent à **64% DE DÉCROCHEURS** qui avaient échoué leur cours de français.

Le décrochage scolaire et un faible niveau de littératie créent 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. Par exemple, le revenu médian des ménages canadiens ayant de faibles compétences en littératie était 41 % moins élevé que pour ceux

ayant les compétences les plus élevées selon **La Lecture, une priorité nationale!** De plus, les plus récents résultats du Programme pour l'évaluation internationale des compétences des adultes (**PEICA, 2016**) démontraient que 53 % de la population québécoise âgée entre 16 et 65 ans n'atteignait pas le niveau 3 en littératie, soit le seuil jugé nécessaire pour comprendre des textes plus longs et plus complexes.

Nous savons que lire pour le plaisir permet de meilleurs résultats dans la langue d'enseignement ainsi que dans l'ensemble des matières et favorise la réussite éducative. Or, le plaisir de lire décline à mesure que les jeunes avancent dans leur scolarité.

À GO, on lit! est une solution!



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.

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

Qu'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.

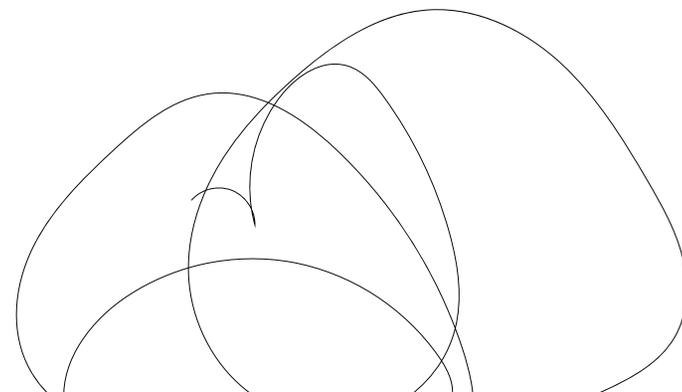
VALEURS

INNOVATION: basée sur l'audace, la créativité, la reconnaissance des diverses réalités des jeunes de 14 à 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 à 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.

ORIENTATIONS

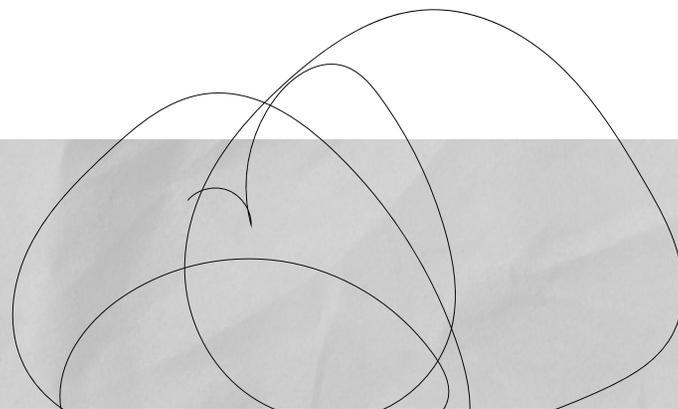
- **CRÉER** un mouvement qui vise à promouvoir le plaisir de lire auprès des jeunes âgés entre 14 et 20 ans.
- **PROVOQUER** un changement de comportement positif face à la lecture chez les jeunes à partir de leurs intérêts personnels.
- **DÉMONSTRER** de manière positive que la lecture peut être source de plaisir, d'évasion et d'échange.
- **DÉMONSTRER** 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 une activité cool!



**ENJEUX, ORIENTATIONS,
OBJECTIFS, CLIENTÈLES
CIBLES, STRATÉGIES**



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 milieu municipal, etc. afin que ceux-ci diffusent, partagent et fassent la promotion du mouvement À GO, on lit!

03. Être à l'écoute des habitudes de vie et 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 leur faire découvrir leur profil de lecteur, une diversité de lecture et les messages des ambassadeurs.

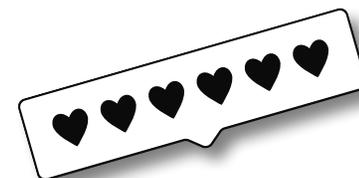
07. Bonifier les propositions de lectures

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

08. Collaborer avec des ambassadeurs de renom

auxquels les jeunes sont en mesure de s'identifier.

Que ces ambassadeurs portent un message positif autour du plaisir de lire. Que les jeunes puissent s'identifier à leur histoire et à leur vécu.



STRATÉGIE DE CONTENU

La stratégie de contenu se décline en trois axes

Ces trois orientations permettent ainsi de réinventer la façon de parler de lecture aux jeunes, de la déconstruire et décomplexer, d'effectuer des suggestions de livres en fonction des intérêts des jeunes ainsi que de créer un désir d'appartenance à une communauté qui voit la lecture différemment. Vous retrouverez dans la section Résultats le détail des contenus produits.

NOTORIÉTÉ

Positionner AGOL comme une source d'inspiration rafraîchissante auprès des jeunes entre 14 et 20 ans pour favoriser un changement positif de leur perception et de leur comportement envers la lecture.

APPRÉCIATION

Engager la cible en tissant une connexion émotionnelle durable, qui l'amènera à accroître et à maintenir son intérêt pour la lecture au quotidien, sous toutes ses formes.

CONVERSION

Outiller, éduquer (sans donner de leçon) et accompagner la cible dans l'intégration concrète de la lecture à sa vie, en ralliant les partenaires du mouvement autour d'une vision commune.



LA CAMPAGNE

13 OCTOBRE AU 1^{ER} DÉCEMBRE

2022 : ENFIN UN RETOUR VERS LA NORMALE



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 l'espace de plusieurs 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

Printemps 2020 – 1^{er} mai au 15 juillet

Automne 2020 - 15 octobre au 15 décembre

2021 - 14 octobre au 14 décembre

2022 - 13 octobre au 1^{er} décembre

La campagne 2022 s'est déroulée bien différemment des deux dernières campagnes en contexte pandémique. En effet, la tombée des mesures sanitaires et le retour des activités en présentiel ont permis à la campagne de s'introduire davantage dans les écoles et les organismes. Ce renouveau coïncide avec la création de la corporation À GO, on lit! en février 2022, ce qui permet au mouvement de grandir encore plus. De plus, le mouvement tend vers une annualisation afin de maintenir les réseaux sociaux vivants et de parler de lecture à l'année, tout en maintenant sa grande campagne automnale.

Encore une fois, 12 Instances régionales de concertation en persévérance scolaire et en réussite éducative ainsi que leurs partenaires respectifs se sont associés au mouvement et ont relayé les différentes publications permettant d'orienter les jeunes vers le site www.agol.ca pour y découvrir leurs profils de lecteur et des suggestions de lecture selon leurs intérêts.

Afin de faire rayonner encore plus la marque, nous nous sommes fièrement associés à des partenaires clés du milieu du livre, tel que l'Association des bibliothèques publiques du Québec, l'Association des Libraires du Québec, les librairies Archambault, Communication Jeunesse, les Libraires.ca, le Regroupement des bibliothèques collégiales du Québec et les librairies Renaud-Bray, qui ont également fait connaître À GO, on lit! aux jeunes et aux adultes significatifs. De plus, nous avons conclu une entente avec l'Association des professeur.e.s de français du Québec afin de se rapprocher davantage du milieu de l'enseignement.

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 et 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

Animateur télé, commentateur sportif et humoriste, Kevin fait partie de l'équipe d'À GO, on lit! pour une cinquième saison consécutive. C'est notre joueur étoile.



**SARAH-MAUDE
BEAUCHESNE**

Sarah-Maude est autrice et comédienne bien connue pour Coeur de slush et les Fourchettes.



DAVID BEAUCAGE

Humoriste et créateur du balado Drette sul'tape, David nous fait pleurer de rire avec ses chansons loufoques!

CRÉATEURS DE CONTENU WEB

Les créateurs de contenu, parfois aussi nommés influenceurs, sont très présents sur les réseaux sociaux. Ils couvrent de multiples sujets et passions dont 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 CRÉATEURS DE CONTENU >



**WILLIAM
BERNAQUEZ**
1.6k abonnés



**JESSYCA
DAVID**
9k abonnés



**ROX
DERAGON**
12,5k abonnés



**ANAS
HASSOUNA**
36,7k abonnés



**LUCAS
HUARD**
10.6K abonnés



**ANNE
LAROCHE**
39,3k abonnés



**BENJAMIN
LOISELLE**
14.2K abonnés



**EMILIE
OUELLETTE**
122,7k abonnés



**JAY
SCOTT**
26,4k abonnés



**MARIANNE
SPEAR**
2,9k abonnés

UN APPEL À L'ACTION VIA LE WEB

QUIZ INTERACTIF

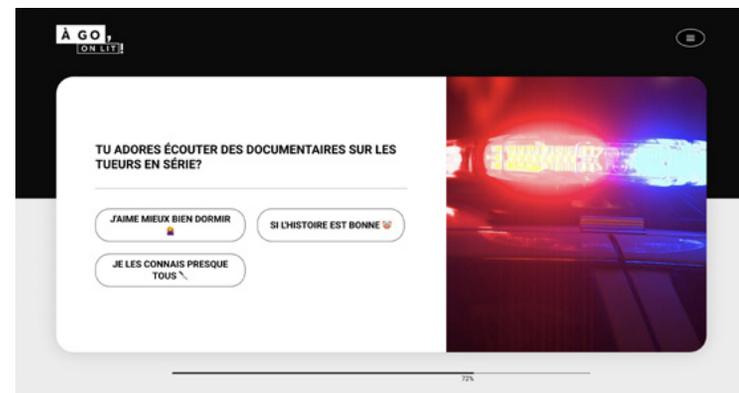
Grâce à la stratégie sur les médias sociaux, les jeunes de 14 à 20 ans sont invités à remplir un quiz interactif dans le but de connaître leur profil de lecteur et ensuite accéder à des suggestions personnalisées en fonction de leurs intérêts. Afin de suivre les tendances, de rester à jour aux yeux des jeunes, et d'assurer l'exactitude des résultats, le quiz est réinventé à chaque édition.

En répondant à nos 20 questions du nouveau quiz, il en résulte la pastille dominante de lecteur, mais aussi grâce à l'ajout d'un diagramme en radar, les jeunes sont au fait de leurs scores des 4 autres pastilles thématiques. Si les goûts changent, les intérêts en lecture peuvent sûrement changer aussi! De plus, les jeunes peuvent obtenir des listes de lecture thématiques en fonction de leur résultat. Nous avons également inséré quelques questions afin d'obtenir plus d'informations sur les répondants, comme leur âge et leur force de lecteur.

QUIZ >

MÉDIAS SOCIAUX

Afin de 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. Des pages Facebook, Instagram et TikTok ont été créées et une chaîne YouTube accueille toutes les vidéos produites par À GO, on lit!



SUGGESTIONS DE LECTURE

Les suggestions de lecture sont sélectionnées par un comité de bibliothécaires et techniciennes en documentation oeuvrant au public comme au scolaire et collégial. La sélection d'AGOL compte plus de 750 titres à la fin de la 5^e édition. Ces suggestions identifiées par une pastille correspondant aux cinq profils sont disponibles dans les bibliothèques publiques, collégiales et scolaires participantes.

AGOL.CA >



PASTILLES

Les pastilles de lecteur sont associées à des catégories de lecteurs et de genres littéraires que l'on retrouve sur le site web d'AGOL. Ces pastilles se présentent sous forme d'autocollants et sont mises à la disposition des bibliothèques publiques, collégiales et scolaires ainsi que des librairies participantes. Certains partenaires apposent les autocollants sur les documents faisant partie de la sélection d'À GO, on lit! et créent des présentoirs qui y sont dédiés.

TYPES DE LECTEURS >



RÉPERTOIRE DES BIBLIOTHÈQUES ET DES LIBRAIRIES

Les jeunes, une fois un livre sélectionné, peuvent consulter le répertoire de bibliothèques sur le site web afin de connaître celle la plus près. Les jeunes sont redirigés par la suite vers le catalogue de la bibliothèque pour réserver leur document. Depuis 2021, À GO, on lit! a également intégré les adresses des librairies Renaud-Bray, Archambault et les librairies associées aux Libraires.ca et l'ALQ pour ceux qui préfèrent acheter leurs livres plutôt que les emprunter.



STRATÉGIE MENTOR

Dans l'optique d'impliquer dans le mouvement les adultes entourant les jeunes, tels que les enseignants, les bibliothécaires et les libraires (appelés mentors), À GO, on lit! a développé plusieurs outils spécifiquement destinés à cette clientèle afin de leur offrir du contenu de qualité et qui répond à leurs attentes.

Recueil d'activités pas pédagogiques

Afin de faciliter l'incorporation du mouvement en classe, À GO, on lit! a développé en 2021, en collaboration avec Réseau Réussite Montréal et le PREL, un recueil d'activités ludiques à essayer avec des élèves de 3e, 4e et 5e secondaire, de la formation générale aux adultes, de la formation professionnelle et les étudiants au collégial. Les fiches n'ont aucune prétention pédagogique et leur objectif premier est d'assurer le plaisir de lire à travers un angle ludique, tout en ayant une volonté de s'arrimer avec les programmes d'enseignement du français des différents niveaux scolaires visés. En 2022, le recueil a été bonifié avec de nouvelles activités et a été mis davantage de l'avant via les réseaux sociaux.

Section mentors

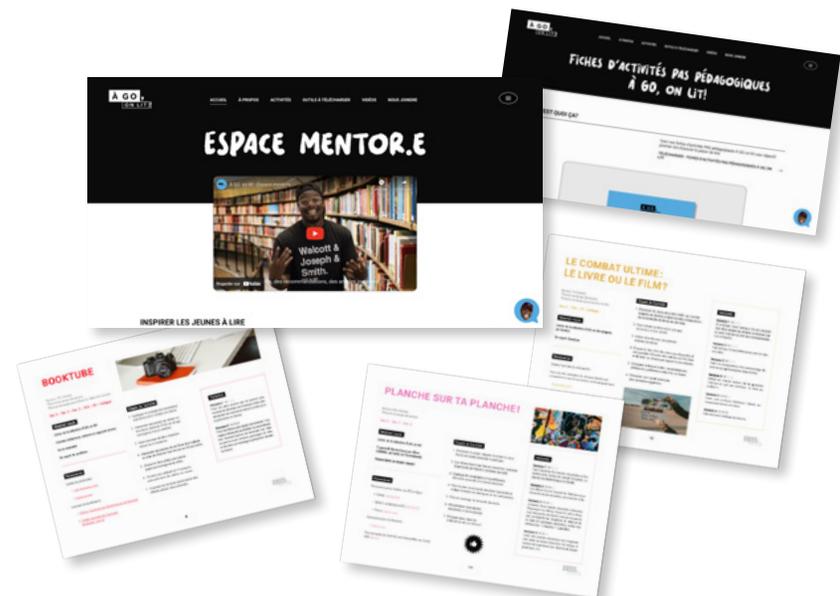
La section destinée aux mentors, créée en 2021 afin de donner accès facilement au matériel tel que des affiches imprimables, des signatures courriel, des bandeaux Facebook, des vidéos destinées aux mentors et des fiches d'activités, a été revue afin d'être plus volumineuse et plus ergonomique. De plus, notre partenariat avec Communication Jeunesse a permis d'héberger dans cette section les activités du groupe LivroAdo une fois de plus. Finalement, une courte vidéo mettant en vedette Kevin Raphael est incluse afin de remercier les mentors pour leur participation au mouvement.

Infolettre mentor

Afin de s'adresser directement aux mentors de lecture, AGOL a mis sur pied une infolettre À GO, on s'inspire! en 2022. Celle-ci comprend des ressources pour ces derniers et du contenu spécifiquement créé pour eux.

Page Facebook

Face à l'arrivée de nouvelles plateformes et le vieillissement observable des abonnés de la page Facebook d'AGOL, cette dernière a été dédiée exclusivement aux mentors en 2022.



Réseau réussite
Montréal

RAYONNEMENT DU MOUVEMENT

À GO, ON S'JASE!

Afin d'offrir la possibilité aux jeunes de rencontrer nos ambassadeurs, plusieurs rencontres virtuelles ou présentielles ont eu lieu :



- **14 octobre** : Salon du livre de l'Estrie avec Kevin Raphael
- **21 octobre** : Bibliothèque Guy-Bélisle de Saint-Eustache avec Kevin Raphael
- **31 octobre** : Bibliothèque du Cégep de Valleyfield avec Kevin Raphael
- **11 novembre** : Maison des jeunes de Coaticook avec Kevin Raphael
- **17 novembre** : École secondaire La Pocatière avec Kevin Raphael
- **22 novembre** : Bibliothèque du Cégep de Saint-Jean-sur-Richelieu avec Kevin Raphael
- **23-24 novembre** : Salon du livre de Montréal avec Sarah-Maude Beaudesne et Kevin Raphael
- **29 novembre** : École secondaire La Source avec Kevin Raphael

L'ASSOCIATION DES LIBRAIRES DU QUÉBEC

Le partenariat avec l'Association des libraires du Québec (ALQ) a permis de faire rayonner le mouvement! Nos trois ambassadeurs ont participé au mouvement #lireenchoeur sur Instagram, tout comme à la dernière édition. Les ambassadeurs nous ont donc invités dans leur univers littéraire en répondant à quelques questions en stories et en présentant leurs suggestions littéraires. De plus, nous avons présenté le mouvement aux libraires membres du comité promotion et rayonnement de l'ALQ en octobre. Du matériel promotionnel a été distribué aux librairies intéressées.

Salon du livre de Montréal

L'Association a généreusement invité À GO, on lit! à participer à son kiosque au SLM les 23, 24 et 25 novembre pour les matinées scolaires. Les ambassadeurs étaient également de la partie et l'équipe a eu l'occasion de faire faire aux jeunes le quiz en plus de rencontrer des mentors de lecture.



COMMUNICATION JEUNESSE

À GO, on lit! s'est fièrement associé à Communication Jeunesse pour une deuxième année. Ce partenariat a permis à AGOL d'être mentionné dans l'infolettre LivroAdo, dans son magazine CJ, qu'est-ce qu'on lit? ainsi que d'avoir une visibilité sur les réseaux sociaux et sur le site web de Communication Jeunesse. Les activités LivroAdo sont également hébergées sur le site web d'À GO, on lit! ce qui bonifie l'offre envers les mentors.



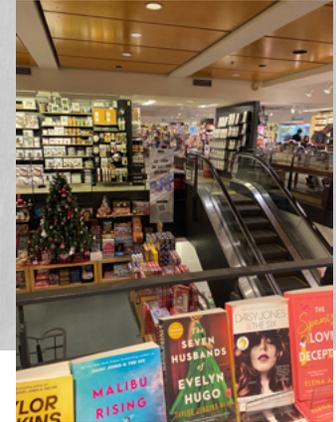
LES LIBRAIRES

Dans le cadre de notre entente avec les Libraires, plusieurs pages thématiques AGOL ont été créées sur leur site web selon les différents types de clientèles (collectivités et particuliers) et plusieurs infolettres envoyées à ces différents groupes faisaient la promotion du mouvement. Un article du numéro 133 de la revue est dédié à AGOL, plusieurs publications Facebook ont été réalisées pour faire connaître le mouvement et un concours était commandité par la coopérative.

RENAUD-BRAY

Dans la foulée de notre partenariat avec ces librairies, 11 succursales Renaud-Bray des quatre coins du Québec ont effectué de l'affichage en magasin dès novembre. De plus, des publications ont été effectuées sur la page Facebook de Renaud-Bray et un concours en a été lancé en collaboration avec l'entreprise.

Renaud-Bray



L'ASSOCIATION DES BIBLIOTHÈQUES PUBLIQUES DU QUÉBEC

L'Association des bibliothèques publiques du Québec (ABPQ) a permis de rejoindre ses 317 membres via un courriel promotionnel. De plus, une page de l'extranet a été dédiée à À GO, on lit! et permet à ses utilisateurs de télécharger quelques outils numériques à l'image d'AGOL.



ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DES PROFESSEUR.E.S DE FRANÇAIS

Dans une volonté de se rapprocher des enseignants, AGOL s'est lié avec l'Association québécoise des professeur.e.s de français. Dans la foulée de ce partenariat, AGOL a présenté le mouvement lors du congrès annuel de l'AQPF.

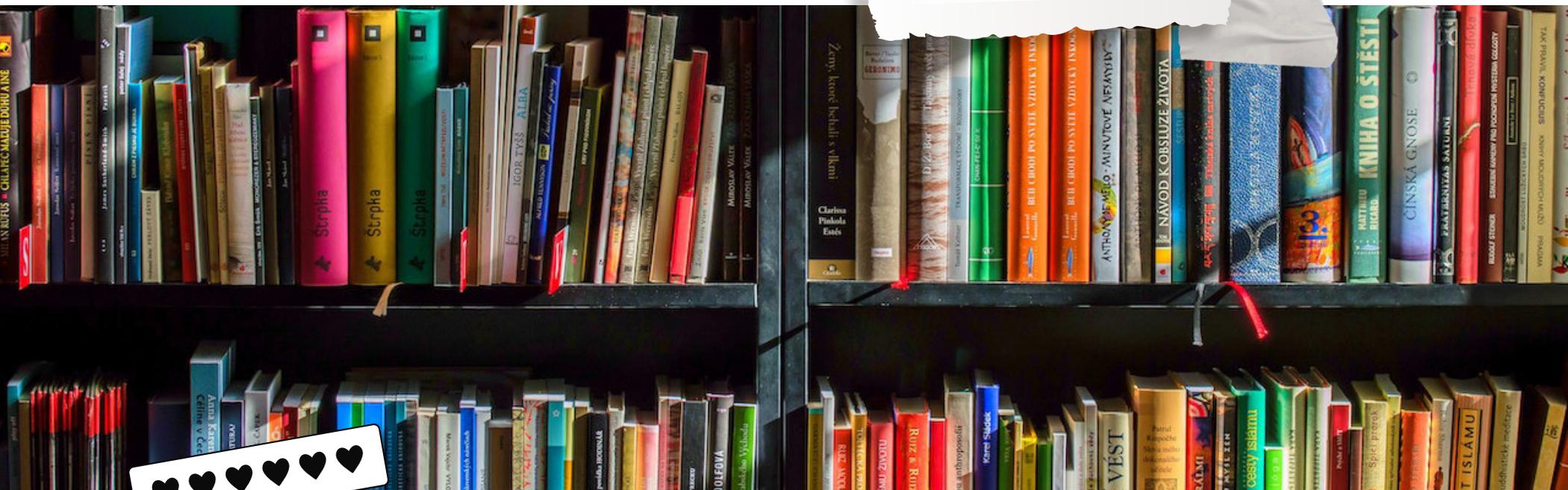
LA LECTURE: PRIORITÉ NATIONALE

À l'occasion de la Journée mondiale du livre et du droit d'auteur, le 23 avril 2022, la Table interprofessionnelle Livres Québec a interpellé les différents partis politiques afin qu'ils ajoutent à leur plateforme électorale un engagement à faire de la lecture une priorité nationale pendant une année, au minimum. À GO, on lit! est un des 50 organismes signataires de cette lettre ouverte.

[VOIR LA LETTRE >](#)

REGROUPEMENT DES BIBLIOTHÈQUES COLLÉGIALES DU QUÉBEC

Le Regroupement des bibliothèques collégiales du Québec (REBICQ) a communiqué à ses membres les informations de la campagne à son lancement.



ACTIVITÉS DANS LES RÉGIONS

Les 12 régions du Québec qui ont participé à cette édition ont déployé le mouvement auprès de leurs partenaires respectifs. Voici quelques exemples du travail de certaines instances régionales de concertation et les actions qu'elles ont posées dans leurs régions respectives.

ABITIBI-TÉMISCAMINGUE

Pour sa deuxième année de participation à la campagne, Action Réussite Abitibi-Témiscamingue a pris part à un éventail d'activités diversifiées.

Tout d'abord, Action Réussite a participé au Salon du livre l'Abitibi-Témiscamingue et a fait la promotion du mouvement via un kiosque avec les livres de la Boîte à lire et en distribuant du matériel promotionnel. En tout, près de 7 500 personnes ont assisté à ce rendez-vous littéraire, dont 38 groupes du secondaire (732 élèves). De plus, l'IRC a participé au tournage **d'une capsule** présentant la campagne avec les jeunes Paparapsys en collaboration avec la corporation du Salon du livre de l'Abitibi-Témiscamingue.

Dans le cadre de la campagne, Action Réussite a distribué du matériel promotionnel à ses partenaires 2021 et à ses 21 nouveaux en 2022 totalisant : 13 écoles secondaires, 4 bibliothèques et Réseau Biblio qui compte 54 bibliothèques sur le territoire, 11 maisons des jeunes et locaux de jeunes en milieu rural, 5 carrefours Jeunesse emploi, 4 librairies et CISSAT.

À l'école secondaire La Source de Rouyn-Noranda, une rencontre À GO, on s'jase! a eu lieu avec le groupe classe de madame France Paradis et Kevin Raphael.

Action Réussite a profité d'événements régionaux pour faire la promotion d'À GO, on

lit!, comme aux soirées du Cabaret des mots, où l'on offrait des couvertures et lampes de lecture en collaboration avec les maisons des jeunes, les bibliothèques municipales et l'auteur Samuel Larochelle. De plus, un kiosque a été installé au Colloque régional Sors du cadre pour les intervenants et les jeunes, où environ 160 intervenants et 90 jeunes ont été rencontrés.

Finalement, une entrevue radiophonique à Ça vaut le retour d'ICI Première Abitibi a eu lieu avec Andréa Gaudet Demontigny, agente régionale de développement!

Action Réussite



BAS SAINT-LAURENT

La Démarche COSMOSS et ses partenaires se sont mobilisés pour déployer le mouvement au Bas-St-Laurent par le biais d'initiatives audacieuses et diversifiées. En plus d'avoir partagé le mouvement sur les réseaux sociaux, la plupart des bibliothèques municipales et scolaires de la région ont monté des présentoirs À GO, on lit! comportant plusieurs suggestions de lecture en lien avec les profils de lecteur AGOL.

COINS LECTURE, RUELLE LITTÉRAIRE ET CONCOURS AGOL

À la bibliothèque de l'École secondaire de Trois-Pistoles, les jeunes qui empruntaient un livre de la sélection À GO, on lit! recevaient des articles thématiques et étaient éligibles à un concours offrant plusieurs chèques-cadeaux pour l'achat de livres. Une collaboration avec le Réseau BIBLIO a permis également de bonifier l'offre de livres dans les classes de français des écoles secondaires du territoire. Ces actions ont aussi été combinées à des tirages et remises de produits AGOL. Une ruelle littéraire a aussi habité les murs du Centre de formation générale des adultes de Rimouski-Neigette.

À GO, ON S'JASE! À L'ÉCOLE POLYVALENTE DE LA POCATIÈRE

Un moment unique pour les jeunes, des échanges et beaucoup de questions sur les livres dans le cadre du À GO, on s'jase! avec Kevin Raphael tenu le 17 novembre à l'École polyvalente de La Pocatière. Cet événement a rassemblé 140 élèves de 3e, 4e et 5e secondaire! TVA Rivière-du-Loup a même écrit un article sur le sujet!



CHRONIQUES À LA RADIO

Pour toute la durée de la campagne, des jeunes de 14 à 20 ans ont partagé leur passion pour la lecture sur les ondes d'Info-Réveil de Radio-Canada. Marianne Vaillancourt a eu l'occasion d'aller présenter ses coups de cœur et Simon Roy, élève de Je raccroche! a livré un témoignage inspirant et un message clé: une fois qu'on découvre le type de lecture qui nous passionne, on ne peut faire autrement que de dévorer des livres! La campagne s'est terminée en grande alors que Yucca Martinoli Toanen alias El Yuc, a offert un slam sur la lecture et un plongeon dans l'univers d'AGOL!

ACTIVITÉS DANS LES LIBRAIRIES DE RIMOUSKI

À la Librairie l'Alphabet, un atelier a été tenu par Jean-Benoit Voyer le 22 octobre afin de présenter la création d'un manga Webtoon. Le 28 octobre, une Soirée Astro-littéraire a eu lieu à la Librairie Boutique Vénus. Une soirée imprimée de l'ambiance de l'Halloween où les participant.e.s pouvaient mieux connaître leur type de lecteur associé à leur carte du ciel, et voir si les astres étaient alignés pour eux côté lecture! Au BuroPro Citation, le 1er décembre, il était possible de partir à la découverte des sorties MANGAS pour 2022 avec Alexandre Marchand.

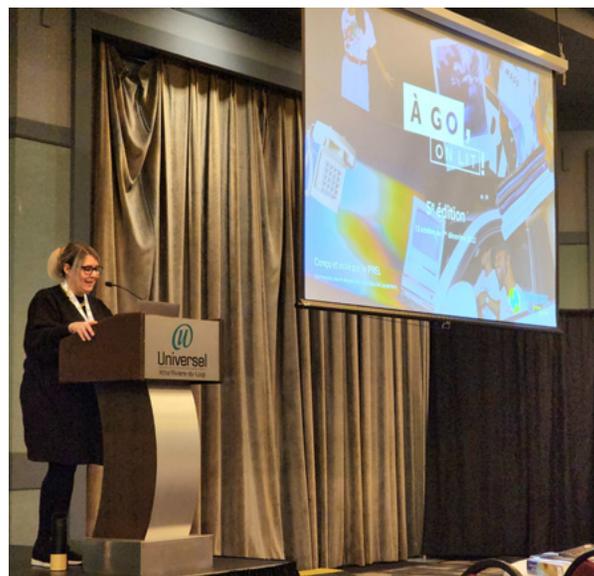


BOUGE TON QUIZ! ET SALON DU LIVRE

Tout au long de la campagne, il était possible de participer au concours BOUGE TON QUIZ dans Rimouski-Neigette. Les bibliothèques municipales, scolaires et des librairies participantes ont érigé des coins À GO, on lit! qui regorgeaient de suggestions de lecture (Centre de services scolaire des Phares, Réseau BIBLIO Bas-Saint-Laurent, Ville de Rimouski, Librairie-Boutique Vénus, Librairie L'Alphabet, Buropro Citation, Librairie L'hibou-Coup). Les jeunes visiteurs étaient alors invités à participer au quiz pour courir la chance de gagner l'un des quatre ensembles de cinq livres offerts par les librairies partenaires. En outre, à l'occasion du Salon du livre, La Bibliothèque Lisette Morin et la Ville de Rimouski ont tenu un kiosque À GO, on lit!

COLLOQUE EN LECTURE

Enfin, le mouvement AGOL a été mis de l'avant lors du Colloque en lecture de la Démarche COSMOSS Bas-St-Laurent tenu à Rivière-du-Loup le 10 novembre. Lors de l'évènement, axé sur la transmission du plaisir de lire, une présentation du mouvement et des outils pour les mentors a été réalisée. Le kiosque AGOL a permis d'échanger avec les participants et de distribuer des signets et des outils pour les mentors.



CAPITALE-NATIONALE

2022 a été une belle année pour l'animation de la campagne A GO, on lit! sur le territoire de la Capitale Nationale.

Cette année, une nouvelle stratégie de mobilisation a été mise en place pour rallier les partenaires du territoire autour du plaisir de lire. L'équipe a fait le choix de cibler les bibliothèques scolaires en priorité. Ainsi, l'IRC a mobilisé les techniciennes en documentation au sein des écoles afin de construire un réseau d'alliées pour animer la campagne, partager les outils d'animation et susciter l'intelligence collective pour que chaque milieu puisse mettre en place une action. Pour ces rencontres collectives, l'instance régionale a collaboré avec PRÉCA.

En parallèle, l'IRC Capitale-Nationale a également mobilisé les bibliothèques municipales à travers le Réseau Biblio et L'Institut Canadien de Québec (ICQ). Un travail de communication en continu

a également été réalisé de février jusqu'à la fin de l'année 2022 pour créer un sentiment de communauté autour de la campagne À GO, on lit! Plusieurs infolettres ont été partagées, en plus de publications sur Facebook. L'équipe a également partagé les informations de la campagne à tous les services de communication des Centres de services scolaires.

RÉSULTATS DE CETTE MOBILISATION :

Plusieurs animations et activités réalisées pendant la campagne!

ACADÉMIE SAINTE-MARIE

L'Académie a réalisé plusieurs actions, dont l'installation d'un babillard Bookflix-AGOL, d'un mur d'affiches et d'un présentoir de livres cachés avec des pastilles AGOL. De plus, des speed datings avec les classes ont eu lieu!

MAISON DES JEUNES DE SAINTE-BRIGITTE-DE-LAVAL

La maison des jeunes a organisé une belle activité en partenariat avec une bibliothèque municipale et la jeune autrice de 13 ans, Tania Plamondon. Tania est venue partager son parcours avec d'autres jeunes.

L'INSTITUT CANADIEN DU QUÉBEC

Un présentoir réseau sur la liste bibliographique de À GO, on lit! a été mis en place pour le mois de novembre. Un écran dynamique sur la campagne a été installé et une sélection thématique AGOL sur Prêtnumérique.ca a été mise de l'avant pour toute la période de la campagne.

LIBRAIRIE BAIE-SAINT-PAUL

La librairie a reçu du matériel promotionnel dans le cadre du partenariat avec l'ALQ. Elle a également fait des publications sur sa page Facebook invitant les jeunes à faire le quiz.



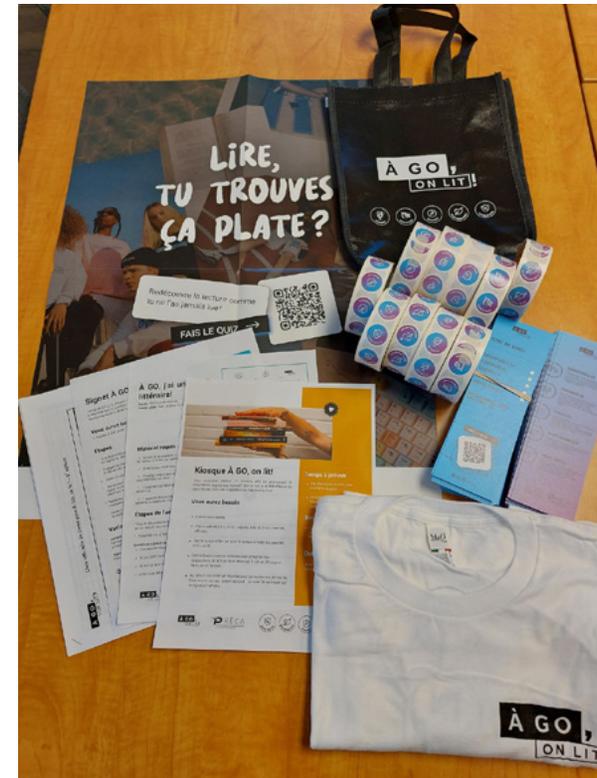
« Le speed dating se passe super bien jusqu'à présent. L'activité est appréciée par les profs et les élèves. Beaucoup d'emprunts. Certains élèves venaient à la bibliothèque pour la première fois et ont été agréablement surpris! » témoigne Marianne Bureau, technicienne en documentation à l'Académie Sainte-Marie.



CHAUDIÈRE-APPALACHES

La stratégie régionale AGOL de PRÉCA s'est principalement déployée autour des bibliothèques et des techniciennes en documentation des écoles secondaires. Une première rencontre de mobilisation avec celles-ci a permis de leur faire connaître la campagne et les outils mis à leur disposition pour faire vivre AGOL dans leur bibliothèque et leur école. Une deuxième rencontre axée sur le partage d'expériences et d'idées d'animations avait comme objectifs d'inspirer leurs pratiques et d'encourager leur participation à la campagne. PRÉCA leur a également fourni un kit AGOL incluant 3 fiches d'activités et des supports visuels pour faire rayonner la campagne dans leur école. Enfin, au cours de la campagne, pour maintenir la mobilisation et les tenir informés, l'IRC leur a envoyé un courriel aux 2 semaines.

Des échanges avec elles ont permis de connaître leurs initiatives et de les mettre en valeur sur les différentes plateformes de communication de PRÉCA. Une infolettre thématique AGOL a été envoyée à ses abonnés et des publications sur la page Facebook de l'instance régionale ont été faites. PRÉCA a soutenu la participation de 14 techniciennes en documentation ou bibliothécaires scolaires à cette édition d'AGOL et l'équipe est très fière de leur engagement. Plusieurs ont témoigné d'activités invitant les membres du personnel de l'école à prendre part au mouvement et celles-ci sont d'excellents agents multiplicateurs pour AGOL dans leur milieu.



ESTRIE

R3USSIR a organisé un lancement estrien lors du Salon du livre de l'Estrie, durant lequel 150 jeunes ont pu participer à l'animation de Kevin Raphael.

Dans une atmosphère décontractée et survoltée à la fois, cet ambassadeur généreux a nourri la curiosité des adolescents en partageant ses anecdotes de lecteur. La tenue du kiosque sur 4 jours a permis à toute l'équipe de R3USSIR de faire partie du mouvement en faisant faire le quiz à tous les jeunes qui se présentaient.

Tout au long de la campagne, une centaine de partenaires ont été mobilisés pour faire vivre le mouvement auprès des jeunes.

Chacun a pu donner ses couleurs au mouvement, que ce soit en installant des coins À GO, on lit!, en réalisant des concours, ou encore en tenant un évènement À GO, on s'jase!

Plusieurs actions de communication ont également été réalisées afin de promouvoir AGOL et de maximiser l'engagement: communiqué, réseaux sociaux, infolettres, courriels et distribution de matériel promotionnel.



LAURENTIDES

Les Partenaires pour la réussite éducative dans les Laurentides (PREL) a tenu différentes initiatives afin de mobiliser les organismes, le milieu scolaire et les bibliothèques afin que tous prennent part à la campagne d'À GO, on lit!. Dans un premier temps, les informations concernant le déploiement de la 5^e édition ont été transmises aux tables de concertation, aux comités jeunesse, aux organismes communautaires et aux bibliothèques municipales, scolaires et collégiales lors de rencontres et par l'entremise d'infolettres. Les bibliothèques ont d'ailleurs pris part à AGOL en installant des présentoirs de livres selon les types de lecteurs. De belles présentations qui donnent le goût de lire!

Dans un deuxième temps, des activités pour le milieu scolaire et les bibliothèques ont été offertes. C'est ainsi que 9 kiosques ont été organisés dans des écoles secondaires et au Cégep de Saint-Jérôme. De plus, douze « matchs littéraires » ont eu lieu. Une nouveauté cette année a été réalisée : une soirée VIP à la bibliothèque Guy-Bélisle de Saint-Eustache.

Ainsi, 17 jeunes résidants de la ville et de la Maison des jeunes ont eu la chance de découvrir leur type de lecteur en faisant le quiz et de trouver des livres s'y rattachant, mais surtout de s'entretenir avec Kevin Raphael. Un webinaire a eu lieu le 23 novembre en compagnie d'Emmanuel Lauzon, auteur de romans de la collection Tabou des Éditions de Mortagne. Toutes ces activités ont permis de rejoindre un peu plus de 950 jeunes et une soixantaine de mentors. Finalement, une entrevue à la Télévision des Basses-Laurentides a eu lieu avec la directrice Valérie Pichot.

Avec l'annualisation du mouvement, plusieurs actions sont prévues au courant de l'année 2023, dont un À GO, on s'jase! avec Kevin Raphael dans une école secondaire de la région. Aussi, les enseignants de français au secondaire du Centre de services scolaires de la Rivière-du-Nord seront rencontrés lors d'un Salon consacré aux activités littéraires. Finalement, des kiosques et matchs littéraires auront lieu à différents moments afin de poursuivre la mission d'AGOL.



« Je vois mes élèves non-lecteurs se trouver d'eux-mêmes un livre dans les choix AGOL suite au quiz, pour moi c'est une victoire. Ils comprennent mieux la façon de se choisir un livre en fonction des goûts et non de la grosseur du livre. » Maryse Tanguay, technicienne en documentation école secondaire Émilien-Frenette

PREL **WEBINAIRE**
Parcours atypique d'auteur :
Emmanuel Lauzon
DATE ET HEURE
23 novembre à 13 h 30
CONFÉRENCIER
Emmanuel Lauzon
Auteur et conférencier



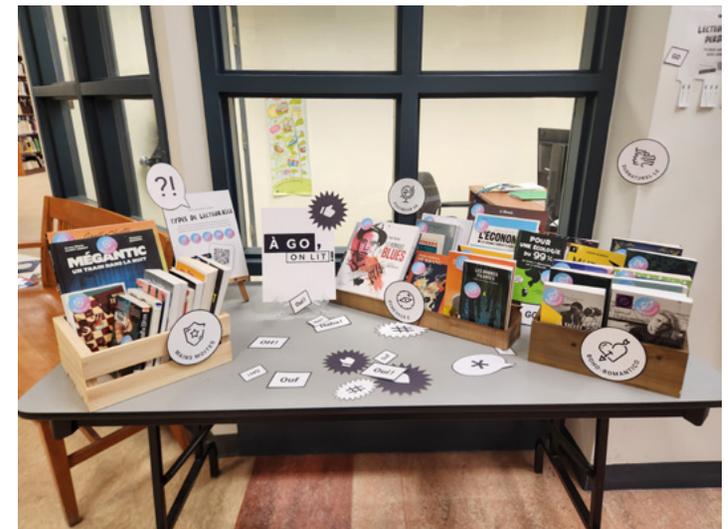
MONTÉRÉGIE

L'IRCM – Instance régionale de concertation en persévérance scolaire et réussite éducative de la Montérégie a fait connaître le mouvement et a mobilisé ses partenaires, tout d'abord, par l'entremise de lettres de présentation et de courriels informatifs acheminés aux bibliothèques scolaires et municipales, aux directions des services éducatifs des centres de services scolaires (CSS) et aux directions des études des établissements collégiaux. L'IRCM a également partagé des outils servant au déploiement de la campagne aux partenaires.

De plus, la campagne 2022 a été marquée par la distribution gratuite de 2 500 signets, 110 000 pastilles autocollantes et 289 chandails aux 145 bibliothèques des CSS, CS, cégeps et des municipalités de la Montérégie.

Pour cette édition, une page a été créée sur son site Internet, plusieurs publications ont été diffusées sur sa page Facebook, LinkedIn et dans ses infolettres. L'IRCM a aussi tenu un concours qui a donné lieu à deux rencontres virtuelles À GO, on s'jase! de 45 minutes chacune, avec l'ambassadeur Kevin Raphael et le Cégep Saint-Jean-sur-Richelieu ainsi que le Cégep de Valleyfield. Le communiqué de presse a été envoyé aux médias de la région.

Plusieurs partenaires de la Montérégie ont pris part à ce mouvement en créant de beaux présentoirs, en soulignant la campagne sur leurs propres plateformes numériques, en organisant l'activité À GO, on s'jase, etc.

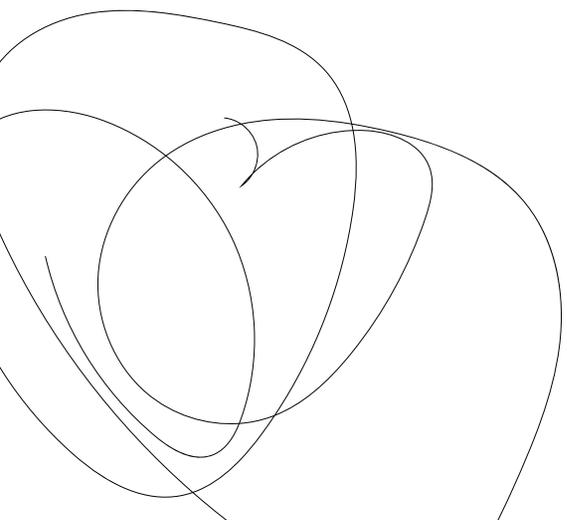


MONTRÉAL

Réseau réussite Montréal (RRM) a mobilisé cette année les 5 commissions scolaires et centres de services scolaires de l'Île de Montréal, ainsi que le réseau des 45 bibliothèques de Montréal, 3 bibliothèques publiques de villes liées et 7 bibliothèques collégiales.

Une rencontre de mobilisation le 4 octobre 2022, enregistrée et distribuée par la suite, a permis de présenter la campagne À GO, on lit!, les outils ainsi que la refonte de la section Mentor-e-s. La campagne a été animée dans les bibliothèques scolaires, publiques et collégiales avec des kiosques thématiques et des publications sur les réseaux sociaux.

Par exemple, le réseau des bibliothèques de Montréal a partagé comme tous les ans des capsules de suggestions de lecture sur Facebook et Instagram!



Certaines bibliothèques ont utilisé la campagne pour dynamiser leurs réseaux sociaux : les bibliothèques de l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie ont de nouveau animé un Duel de livres durant toute la durée de la campagne : les abonné-e-s devaient voter pour leur livre préféré jusqu'à ce qu'un livre vainqueur soit désigné. Cette année, c'est Heartstopper d'Alice Oseman qui a remporté les honneurs!

Enfin, la campagne a été aussi mise à l'honneur par le Club de lecture virtuel interbibliothèque de Montréal pour la rencontre du mois d'octobre.



NORD-DU-QUÉBEC

Le Groupe neurones est honoré d'avoir participé au mouvement d'À GO, on lit! cette année. Dans le cadre de la campagne, l'organisation a mis en place un ensemble d'actions qui se sont déployées principalement dans 3 milieux : les bibliothèques municipales, les bibliothèques scolaires ainsi que les maisons des jeunes de la région.

Les bibliothèques étaient encouragées à monter un kiosque AGOL et mettre les livres de leur sélection en évidence dans leur établissement. Les bibliothèques de la région ont bien répondu à l'appel. Plusieurs d'entre elles ont monté un kiosque À GO, on lit! pour présenter la sélection littéraire qu'elles ont sur leurs tablettes. Elles y ont affiché le matériel promotionnel AGOL distribué par le Groupe neurones. L'école de la Porte-du-Nord de Chibougamau a bondi sur l'occasion et a préparé un magnifique kiosque au sein de sa bibliothèque scolaire.

En ce qui concerne les maisons des jeunes de la région, elles ont reçu des boîtes de livres de la sélection AGOL 2022 ainsi que des lampes de lecture, des signets et des sacs réutilisables à l'effigie du mouvement. Le Groupe neurones a également partagé aux intervenants des outils pour exploiter le matériel distribué, tel que le recueil d'activités pas pédagogiques. La participation soutenue de la maison des jeunes de Chibougamau et de Matagami a fait honneur à ce mouvement cette année. Ils donnent l'exemple dans la région à ceux et celles qui voudraient se joindre au mouvement dans les prochaines années. Il est important de mentionner que ces deux maisons des jeunes recevront la visite en virtuel de Kevin Raphael à la suite du concours d'À GO, on s'jase!

GRUPE
neurones



OUTAOUAIS

L'équipe de la Table Éducation Outaouais (TÉO) a été très occupée pour cette 5e édition de la campagne d'À GO, on lit! Tout d'abord, à la rencontre précampagne du Comité de rayonnement AGOL, 8 représentants d'établissements scolaires étaient présents. Lors de cette rencontre, des prix de présence furent remis. L'équipe de la TÉO a visité 8 écoles secondaires et centres de la formation générale aux adultes, mobilisant ainsi 19 mentors, soit 5 techniciennes en documentation, 9 enseignants, 3 directions d'école et 2 techniciennes en loisirs. Leurs rétroactions et leur enthousiasme face au mouvement conjugués aux échanges avec les quelque 650 jeunes rencontrés ont grandement nourri les réflexions de l'équipe afin de poursuivre la mission du mouvement.

Cette année encore, un lancement régional de la campagne À GO, on lit! a été organisé. Le tout s'est déroulé à la bibliothèque Donald-Charron le 13 octobre 2022. Une très belle collaboration entre l'équipe de la bibliothèque de la Ville de Gatineau et l'école secondaire de La Cité du Centre des services scolaire des Portages-de-l'Outaouais a permis de faire de cet événement un succès.

D'autre part, une rencontre avec la Chef de section, expérience usagers de la bibliothèque de la Ville de Gatineau et de deux bibliothécaires a eu lieu pour mettre en place des moyens afin d'être proactif dans la campagne AGOL. Ça promet! De plus, une rencontre avec la directrice générale du Réseau BIBLIO de l'Outaouais a permis de mieux saisir les obstacles qui ralentissaient la mise en œuvre du mouvement. Afin de mieux soutenir ce partenaire, la TÉO offrira une formation aux bénévoles du Réseau BIBLIO de l'Outaouais en septembre prochain.

Nous aimerions souligner l'engagement extraordinaire de l'école secondaire du Mont-Bleu (CSSPO). Cette année, tous les élèves de 3e et 5e secondaire connaîtront leur type de lecteur. Les élèves finissants recevront en cadeau un livre en lien avec leur pastille. Des activités AGOL auront lieu tout au long de l'année.

Enfin, l'équipe de la TÉO confirme la présence d'un kiosque À GO, on lit! lors du Salon de livre de l'Outaouais 2023 du 23 au 26 février prochain.



SAGUENAY-LAC-SAINT-JEAN

Cette année au Saguenay–Lac-Saint-Jean, À GO, on lit! a gagné du terrain avec 57 bibliothèques publiques partenaires (7 principales bibliothèques publiques et 50 bibliothèques publiques membres du réseau Biblio SLSJ) ainsi que 13 bibliothèques scolaires, dont une en formation générale des adultes et une au collégial.

Du 29 septembre au 2 octobre, l'équipe du CRÉPAS participait aussi, pour la première fois, au Salon du livre du SLSJ de retour en présentiel, afin d'y présenter AGOL. L'évènement a connu un vrai succès avec plus de 1 000 jeunes qui ont visité le coin douillet AGOL, dont plusieurs ont fait le test sur place, bien installés dans les poufs. Ce fut aussi l'occasion de rencontrer plusieurs partenaires des milieux scolaires et des bibliothèques avec qui l'équipe a pu discuter du mouvement, en plus de remettre une trousse spéciale « mentor.e » à une quarantaine d'entre eux.



De belles initiatives ont également été menées par nos partenaires, par exemple de mini-salons du livre dans les écoles secondaires, la création de sacs thématiques surprises remis aux jeunes selon leur profil de lecteur et plusieurs magnifiques présentoirs à l'entrée des bibliothèques scolaires et publiques.

Le CRÉPAS a aussi distribué 750 affiches AGOL (trois modèles différents) aux partenaires et mentor.es, en plus de 75 recueils d'activités pas pédagogique. Finalement, l'instance régionale a fait 13 publications Facebook du 28 septembre au 25 novembre 2022, générant 11 797 impressions et 1 374 interactions. Une autre belle édition!



Bibliothèque du Séminaire de Chicoutimi : Dans le cadre du cours de français de quatrième secondaire, les élèves devaient se choisir un roman parmi une présélection d'environ 275 œuvres et remplir au préalable le quiz « À GO, on lit! » pour déterminer leur type de lecteur.

OUTILS PROMOTIONNELS

Afin de promouvoir le mouvement auprès des jeunes et d'outiller les mentors, nous avons distribué du matériel promotionnel aux couleurs du mouvement auprès d'une multitude d'écoles, de bibliothèques, d'organismes et de librairies grâce à nos partenaires et via nos concours.

186 roll-up



56 767 signets



409 lampes de lecture



50 casquettes



1 346 sacs réutilisables



500 porte-clés en lanière



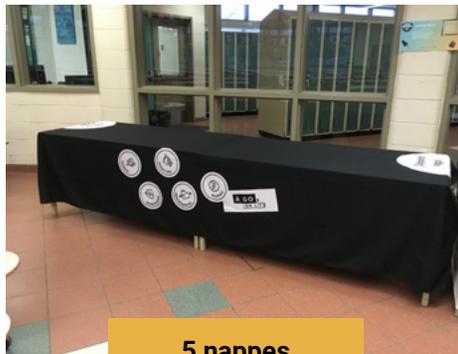
388 chandails



134 popsockets



5 nappes



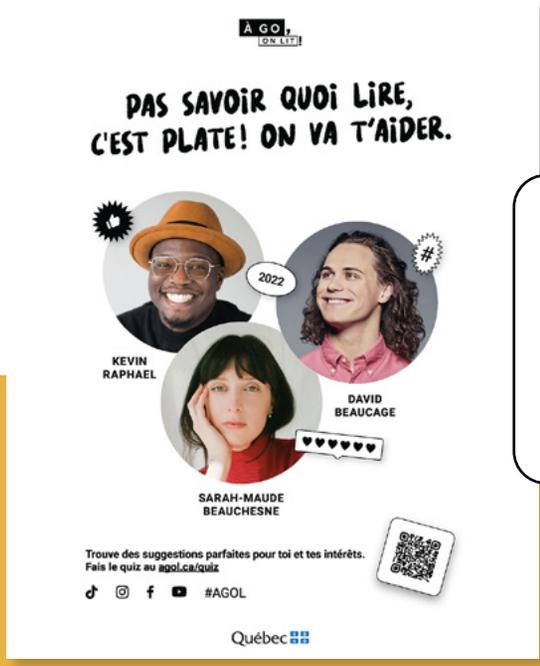
55 couvertures



3 361 rouleaux de 100 pastilles



2 423 affiches



210 recueils d'activités imprimés

Plusieurs outils promos numériques sont disponibles sur le site web.

EXPLORER LES OUTILS >

NOS PARTENAIRES

À GO, on lit! a été rendu possible
grâce à la participation financière du
Ministère de l'Éducation du Québec

Québec 

REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier tous nos partenaires pour leur contribution
à la réalisation et au déploiement d'À GO, on lit!

PARTENAIRES IRC

- Action Réussite Abitibi-Témiscamingue
- Communauté ouverte et solidaire pour un monde outillé, scolarisé et en santé (COSMOSS)
- Conseil régional de prévention de l'abandon scolaire Saguenay-Lac-Saint-Jean (CREPAS)
- Groupe neurones NDQ (Nord-du-Québec)
- IRC Capitale-Nationale
- IRC Montérégie
- Partenaires pour la réussite éducative en Chaudière-Appalaches (PRECA)
- Partenaires pour la réussite éducative dans les Laurentides (PREL)
- R3USSIR (Estrie)
- Regroupement lavallois pour la réussite éducative (RLPRE)

- Réseau réussite Montréal (RRM)
- Table Éducation Outaouais (TEO)

D'AUTRES PRÉCIEUX PARTENAIRES

- Association des bibliothèques publiques du Québec
- Association des libraires du Québec
- Archambault
- Association québécoise des professeur.e.s de français
- Communication Jeunesse
- Les libraires
- Regroupement des bibliothèques collégiales du Québec
- Renaud-Bray

Un GROS merci
à l'ensemble des
bibliothèques
publiques, collégiales
et scolaires des 12
régions où AGOL s'est
déployé cette année.



NOS COLLABORATEURS

Nous aimerions souligner l'implication des collaborateurs suivants pour la création et la réalisation de la 5^e édition d'À GO, on lit!



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



Bras Gauche
agence créative
Direction artistique, graphisme, web et contenu



Glo
Stratégie numérique



La Cursive
Maison de contenu



Nat Corbeil
Agence de promotion et de communication

NOTRE COMITÉ DE SÉLECTION

Le comité de sélection, composé de bibliothécaires et techniciennes en documentation oeuvrant au collégial, public et scolaire, effectue le choix des livres de la sélection À GO, on lit!

Nous aimerions remercier le travail des membres du comité de sélection pour la détermination des 150 nouveaux livres choisis pour la 5e édition d'À GO, on lit!



Irazema del Valle Sanchez

Bibliothécaire scolaire
au Centre de services
scolaire de la Rivière-du-Nord



Nadia Guay

Bibliothécaire scolaire
au Centre de services
scolaire des Mille-Îles



Mélanie Morest

Technicienne en
documentation à la
Bibliothèque Guy-Belisle



Chantal Paquin

Coordonnatrice service
technique et technologique
des Bibliothèques
de Saint-Jérôme



Isabelle Sauvé

Technicienne en
documentation au
Cégep de Saint-Jérôme



Annie Grand-Mourcel

Directrice générale
jusqu'au 31 mars



Valérie Pichot

Directrice générale



Émilie Sarrazin

Coordonnatrice de
l'administration et des
affaires corporatives

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. Depuis la création de
la corporation À GO, on lit! en février 2022, le
mouvement se distingue de plus en plus du PREL.

[SITE WEB DU PREL >](#)



Barbara Morin

Coordonnatrice des
programmes et services



Julie Bissonnette

Chargée de projet
À GO, on lit!



Alexandra Pouliot

Chargée de projet



L'ÉQUIPE À GO, ON LIT!

CONSEIL D'ADMINISTRATION D'À GO, ON LIT!

Président



Sébastien Tardif
Centre de services scolaire
des Laurentides

Vice-présidente



Anny Reddy
Doctorante

Trésorière



**Anne-Sophie
Parenteau**
Bell Textron Canada Itée

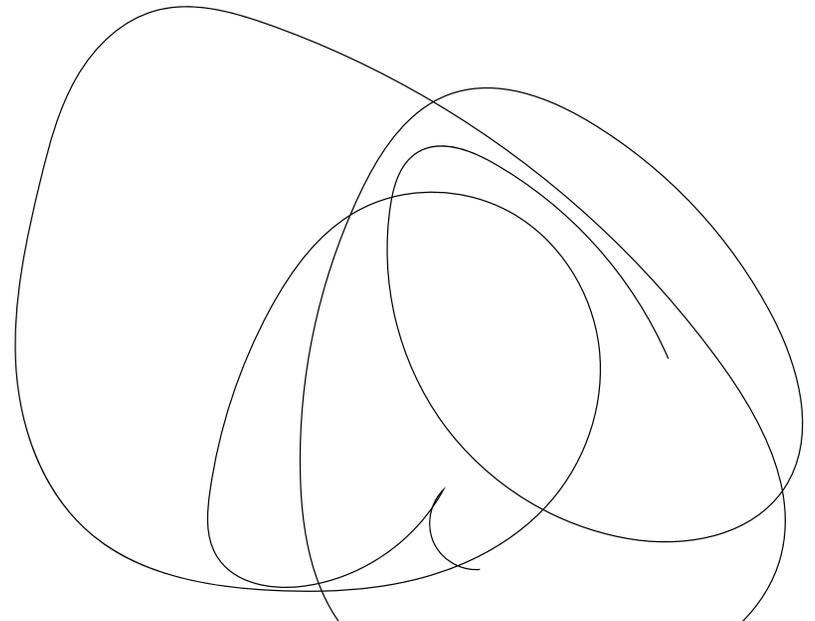
**À GO,
ON LIT!**



Eve Lagacé
Administratrice,
Association des
bibliothèques publiques
du Québec



Véronique Allard
Administratrice,
Cégep de Saint-Jérôme





RÉSULTATS

CONTENU DE LA CAMPAGNE

5 types de contenu ont été réalisés avec nos ambassadeurs :

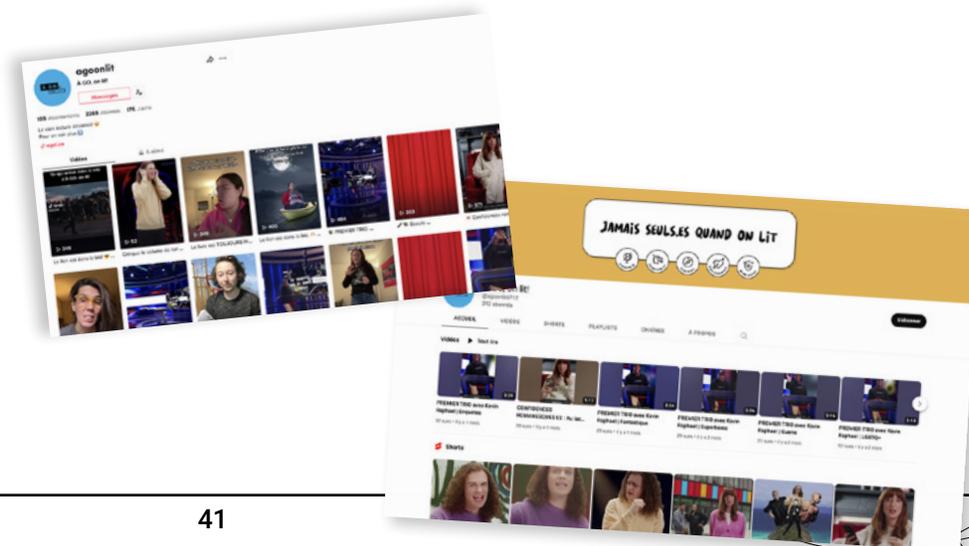
- **L'Autopromotion**, où une publicité de 30 secondes met en vedette les ambassadeurs. Elle se veut plus publicitaire, tout en gardant la tonalité sarcastique de la marque. Deux versions de cette vidéo ont été produites : une qui s'adresse aux jeunes et une qui interpelle plutôt les mentors.
- **Les Premiers Trios**, où Kevin Raphael reprend les codes des chroniques sportives dans lesquelles il excelle pour mousser des choix de lecture autour d'une thématique précise.
- **Les Résumés chantés**, où David Beaucage résume en chanson des livres qu'il recommande.
- **Les Confidences romanesques**, où Sarah-Maude Beauchesne répond à des questions que des jeunes lui adressent en prodiguant des conseils et en proposant un livre qui fait écho à leurs préoccupations ou à leurs expériences.
- **Les vidéos promotionnelles de listes de lecture**, où nos ambassadeurs présentent une liste thématique de la sélection AGOL.

3 types de contenu ont été réalisés par l'équipe AGOL :

- **Les infolettres destinées aux jeunes**, où l'on récapitule les publications récentes d'AGOL et où l'on met de l'avant des listes de lecture thématiques. Les infolettres sont agrémentées d'un éditorial de Kevin.
- **L'infolettre destinée aux mentors**, où l'on fait la promotion des outils disponibles pour eux sur la section mentor du site web.
- **Des publications statiques** occasionnelles.

3 types de contenu ont été réalisés par nos créateurs de contenu :

- **Des résumés décoincés**, où les créateurs de contenu résument des livres à leur manière.
- **POV, quand tu lis**, où les créateurs de contenu créent des sketches sur des insights forts autour de la lecture.
- **Les stories du quiz**, où les créateurs de contenu font le quiz et appellent leurs abonnés à le remplir aussi.



AMBASSADEURS

Ces statistiques ont été recueillies pour la durée de la campagne, soit du 13 octobre au 1^{er} décembre

Premiers trios - Kevin Raphael



6 vidéos

15 248 vues totales

612 j'aime

10 commentaires

34 partages



[VOIR LES VIDÉOS >](#)

Confidences romanesques - Sarah-Maude Beuchesne



3 vidéos

24 268 vues totales

870 j'aime

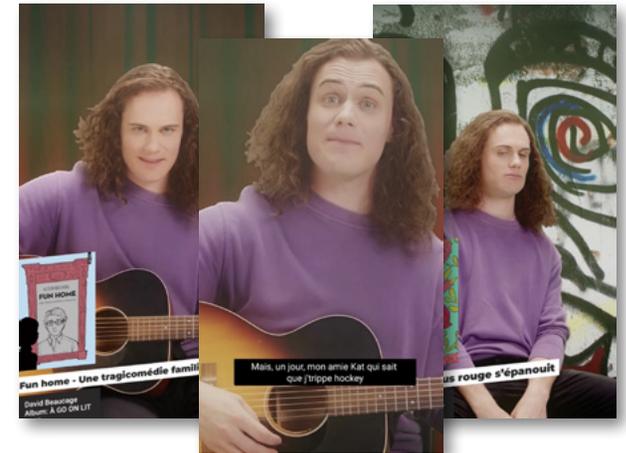
5 commentaires

48 partages



[VOIR LES VIDÉOS >](#)

Résumés chantés - David Beaucage



3 vidéos

6 344 vues totales

188 j'aime

5 commentaires

18 partages



[VOIR LES VIDÉOS >](#)

AMBASSADEURS

Ces statistiques ont été recueillies du
13 octobre jusqu'en février 2023

Premiers trios - Kevin Raphael



6
vidéos

151 858
vues
totales

853
j'aime

12
commentaires

45
partages



[VOIR LES VIDÉOS >](#)

Confidences romanesques - Sarah-Maude Beuchesne



3
vidéos

25 047
vues
totales

872
j'aime

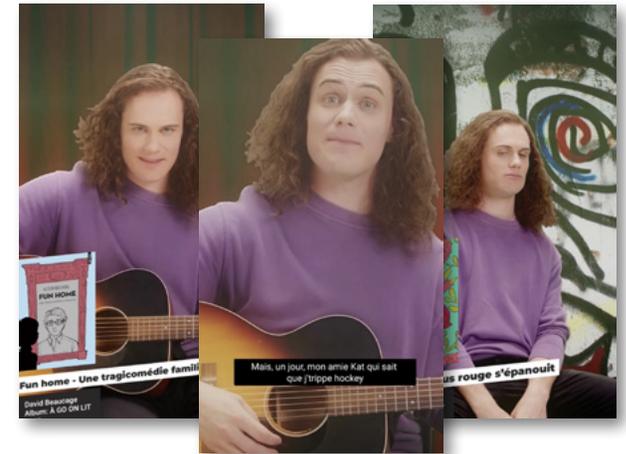
7
commentaires

51
partages



[VOIR LES VIDÉOS >](#)

Résumés chantés - David Beaucage



3
vidéos

101 707
vues
totales

415
j'aime

5
commentaires

27
partages



[VOIR LES VIDÉOS >](#)

AUTOPROMOTION



Jeunes

13 octobre
date de
publication

0:32
durée en
minutes

52,7k
vues sur
YouTube

0:31
durée moyenne
de visionnage

98.3%
% moyen
de vidéo regardée



[VOIR LA VIDÉO >](#)

Mentors

13 octobre
date de
publication

0:33
durée en
minutes

114
vues sur
YouTube

0:23
durée moyenne
de visionnage

71%
% moyen
de vidéo regardée

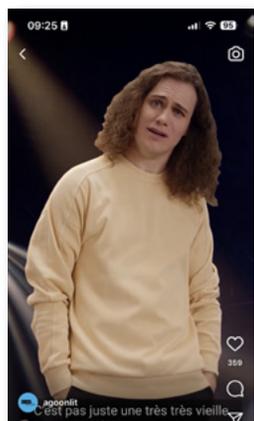


[VOIR LA VIDÉO >](#)

LISTES DE LECTURE

Ces statistiques ont été recueillies du **13 octobre jusqu'en février 2023**, car certaines vidéos de listes de lecture ont été publiées après la campagne

Liste de lecture - J'aurais voulu être un artiste



54 032
personnes
atteintes

372
j'aime

16
partages

1 308
vues

1
commentaire

36
enregistrements



[VOIR LA VIDÉO >](#)

Liste de lecture - Plus mort que vivant



1 565
personnes
atteintes

40
j'aime

10
partages

1 612
vues

1
commentaire

2
enregistrements



[VOIR LA VIDÉO >](#)

Liste de lecture - La maison des exclus



2 810
personnes
atteintes

65
j'aime

10
partages

2 398
vues

0
commentaire

2
enregistrements



[VOIR LA VIDÉO >](#)

Liste de lecture - Décibel



907
personnes
atteintes

27
j'aime

1
partage

1 095
vues

0
commentaire

2
enregistrements



[VOIR LA VIDÉO >](#)

Liste de lecture - Miroir



658
personnes
atteintes

21
j'aime

1
partage

799
vues

3
commentaires

0
enregistrement



[VOIR LA VIDÉO >](#)

Liste de lecture - BFF



640
personnes
atteintes

27
j'aime

3
partages

773
vues

0
commentaire

3
enregistrements



[VOIR LA VIDÉO >](#)

Liste de lecture - Supernova



517
personnes
atteintes

16
j'aime

2
partages

598
vues

0
commentaire

1
enregistrement



[VOIR LA VIDÉO >](#)

INFOLETTRES

C'est parti!



19 octobre
date de
publication

2 754
destinataires

621
d'ouvertures*

77
de clics**

David et Pony te gâtent



26 octobre
date de
publication

2 695
destinataires

720
d'ouvertures

257
de clics**

Sarah-Maude est là pour t'épauler



16 novembre
date de
publication

2 684
destinataires

559
d'ouvertures

69
de clics**

Ça achève la gang



28 novembre
date de
publication

2 666
destinataires

567
d'ouvertures

42
de clics**



À GO, on lit! au service des mentors Infolettre - Mentors

30 novembre
date de
publication

84
destinataires

69
d'ouvertures*

6
de clics**

*Nombre total d'ouvertures d'un email.
Ex. un individu ouvre 3 fois le courriel,
il sera comptabilisé 3 fois.
** Nombre total de clics. Ex. un
individu qui clique 3 fois un lien,
il sera comptabilisé 3 fois.

CRÉATEURS DE CONTENU

15 120 impressions
totales sur Instagram!

PUBLICATIONS INSTAGRAM

Jay Scott

19-oct

Type de contenu	Quiz IG
Impressions totales	10 700
Clics sur un lien*	203
Redirections vers la page IG d'AGOL	133

Lucas Huard (asianqc)

25-oct

Type de contenu	Quiz IG
Impressions totales	1 563
Clics sur un lien	69
Redirections vers la page IG d'AGOL	36

Anas Hassouna

29-oct

Type de contenu	Quiz IG
Impressions totales	1 330
Clics sur un lien	N/A
Redirections vers la page IG d'AGOL	N/A

Rox Deragon

14-nov

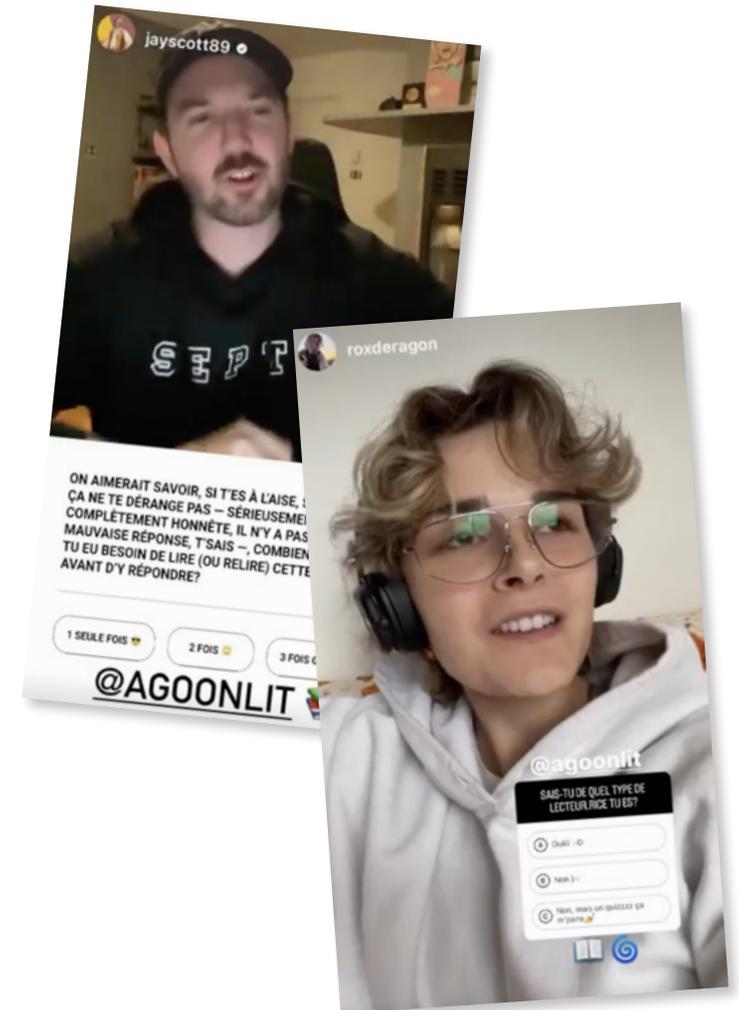
Type de contenu	Quiz IG
Impressions totales	902
Clics sur un lien	100
Redirections vers la page IG d'AGOL	33

Benjamin Loïsele (2watt)

30-nov

Type de contenu	Quiz IG
Impressions totales	625
Clics sur un lien	36
Redirections vers la page IG d'AGOL	5

*Clics sur un lien, c'est un « Swipe up ». Cela permet, lorsque l'on glisse l'écran vers le haut, d'accéder à une page web mise en lien dans la story.



PUBLICATIONS TIKTOK

23 325 vues totales
sur TikTok!

Anne Larouche

23-Oct

Type de contenu	POV
Vues	17 314
Commentaires	21
J'aime	2 301
Partages	12
Enregistrements	60

Marianne Spear

31-oct

Type de contenu	Résumé déc.
Vues	1 717
Commentaires	8
J'aime	124
Partage	1
Enregistrements	13

Jessyca David

04-nov

Type de contenu	POV
Vues	1 212
Commentaires	9
J'aime	88
Partage	0
Enregistrements	8

William Bernaquez

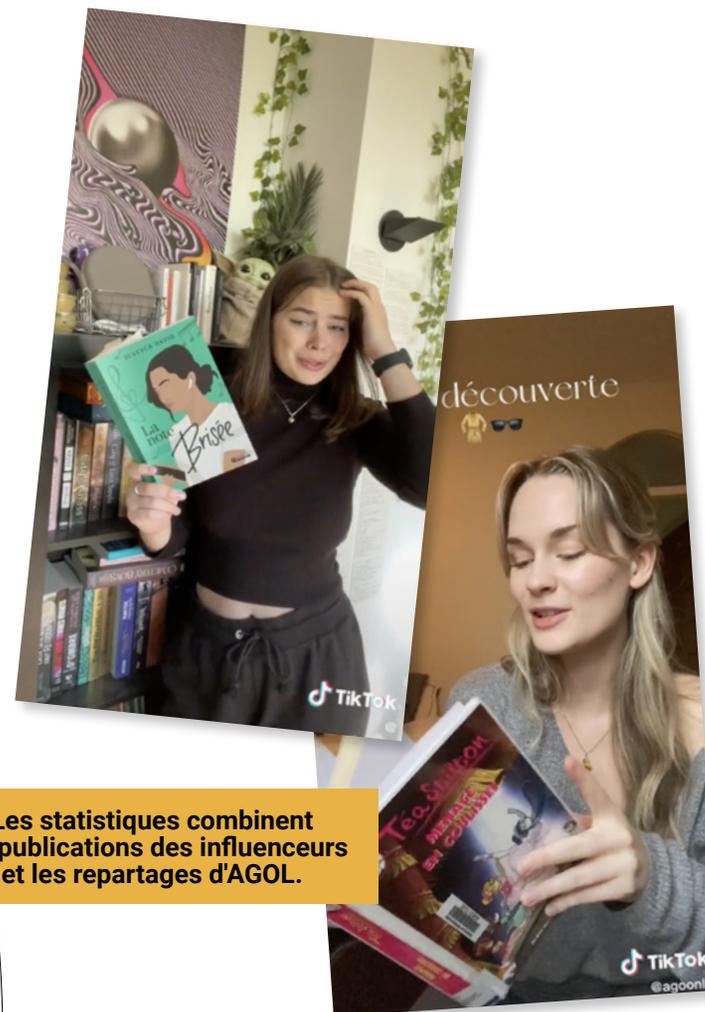
20-nov

Type de contenu	Résumé déc.
Vues	877
Commentaires	7
J'aime	33
Partage	1
Enregistrement	1

Emilie Ouellette

26-nov

Type de contenu	Résumé déc.
Vues	2 205
Commentaires	10
J'aime	165
Partages	2
Enregistrements	12



Les statistiques combinent
les publications des influenceurs
et les repartages d'AGOL.

STATISTIQUES DES RÉSEAUX SOCIAUX

La page Facebook est maintenant dédiée aux mentors!

FACEBOOK

2022

2021

554 870
Utilisateurs atteints

1 195
J'aime totaux de la page FB

80
Commentaires

361
Partages

39
Publications totales

158 649
Utilisateurs atteints

4 673
Abonnés de la page

4 200
J'aime totaux de la page FB

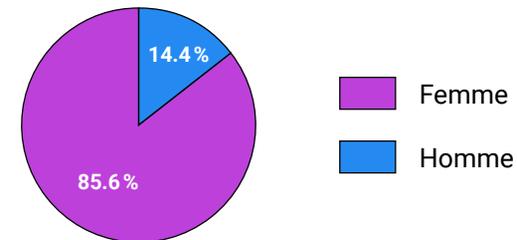
69
Commentaires

130
Partages

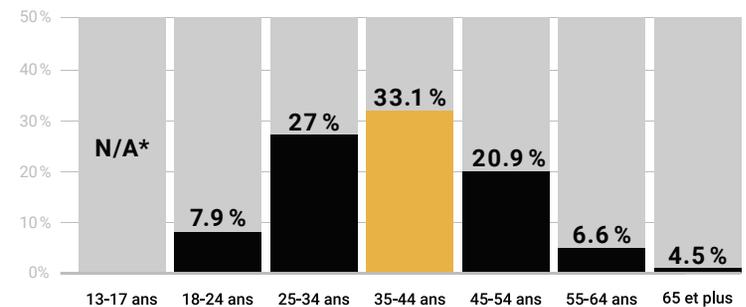
24
Publications totales

RENSEIGNEMENTS SUR LES ABONNÉS

Genre des abonnés en date du 1^{er} février



Âges des abonnés en date du 1^{er} février



*Facebook ne donne pas accès à cette information

INSTAGRAM



2022

RENSEIGNEMENTS SUR LES ABONNÉS

2021

524 258
Utilisateurs atteints

4 810
Abonnés de la page

258
Commentaires

284
Partages

171
Publications totales



444 239
Utilisateurs atteints

5 261
Abonnés de la page

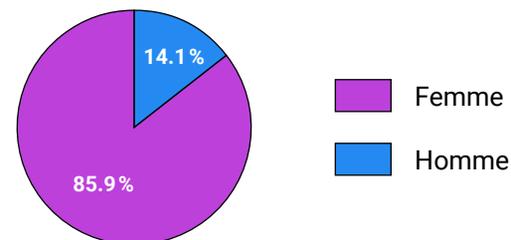
4 201
Mentions J'aime
sur les publications

378
Commentaires

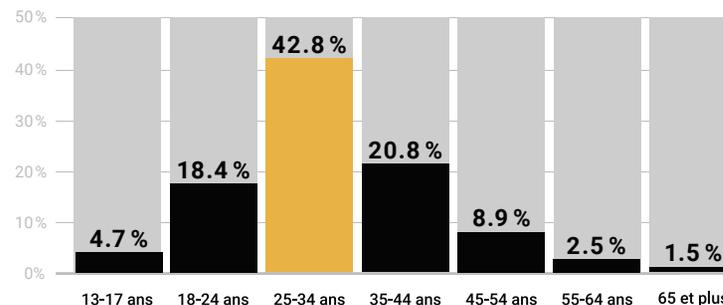
650
Partages

153
Publications totales

Genre des abonnés en date du 1^{er} février



Âges des abonnés en date du 1^{er} février





2022

2 272
Abonnés du compte

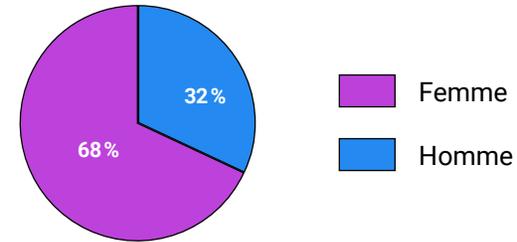
13 786
Vues totales

17 000
J'aime totaux TK

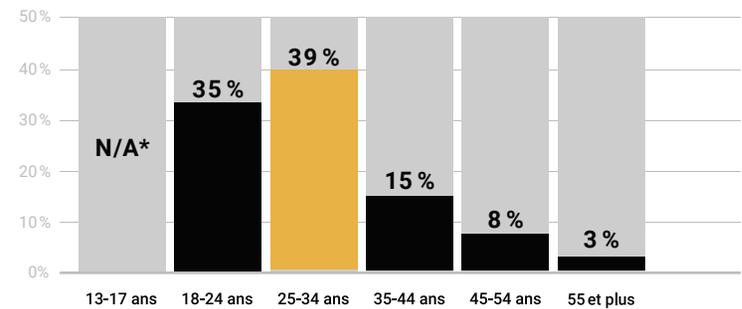
65
Publications totales

RENSEIGNEMENTS SUR LES ABONNÉS

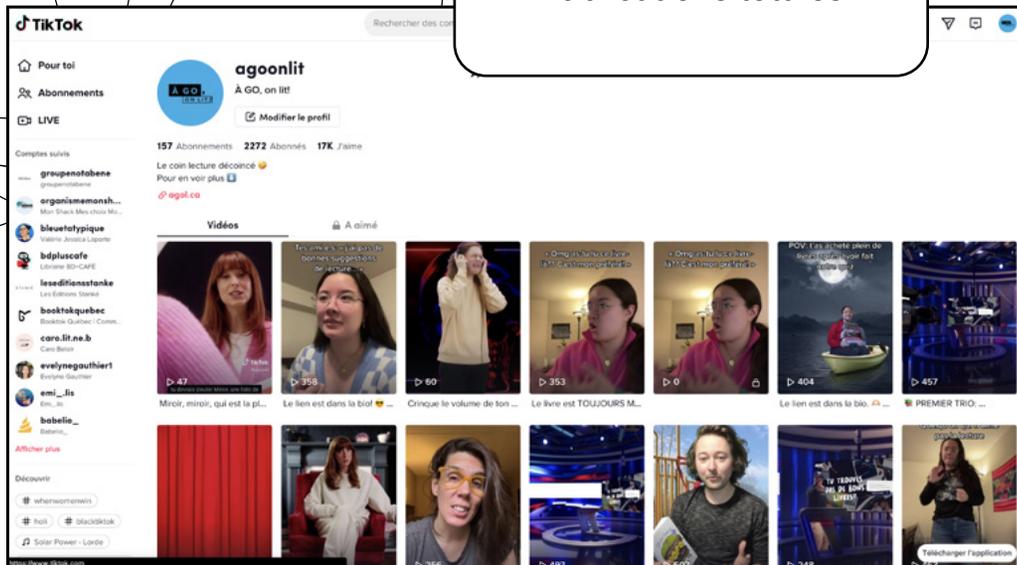
Genre des abonnés en date du 1^{er} février



Âges des abonnés en date du 1^{er} février



*TikTok ne donne pas accès à cette information



CONCOURS

Afin d'encourager l'engagement sur Instagram, d'inciter les jeunes à faire le quiz et de donner de la visibilité à nos partenaires, plusieurs concours ont été lancés sur la plateforme au courant de la campagne. Comment y participer? Les internautes devaient s'abonner à la page d'AGOL, faire le quiz et inscrire en commentaire leur pastille de lecteur. Pour certains concours, nous demandions également de s'abonner aux pages du partenaire qui offre le prix et de taguer un ami.

Merci à nos partenaires qui nous ont fourni les prix!

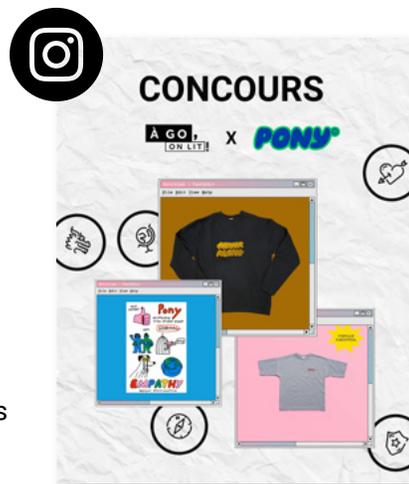


Renaud-Bray

CONCOURS 1: PONY

25 oct. - 2 nov.

L'heureux gagnant de ce concours a remporté le chandail Never alone, le t-shirt No normal et la feuille de collants « Crise existentielle » de l'artiste Pony.



CONCOURS 2: RENAUD-BRAY

16 nov. - 23 nov.

Pour ce concours, les jeunes pouvaient gagner une carte-cadeau d'une valeur de 50\$. Il fallait partager notre publication en story et suivre notre compte.



122
participations
totales

2 094
impressions

9
partages

126
likes

8
enregistrements
de publications

122
commentaires

320
participations
totales

4 238
impressions

320
partages

360
likes

26
enregistrements
de publications

85
commentaires

CONCOURS 3: LES LIBRAIRES

24 nov. - 1^{er} déc.

5 chanceux.ses ont eu la chance de gagner un panier de livres d'une valeur de 50 \$! Il fallait remplir le quiz et commenter leur type de lecteur.rice.



98
participations
totales

3 075
impressions

6
partages

138
likes

15
enregistrements
de publications

98
commentaires

CONCOURS 4: RENAUD-BRAY

21 nov. - 28 nov.

Un concours pour les mentors! Il fallait simplement s'abonner à notre infolettre. Ils couraient la chance de gagner une carte-cadeau chez Renaud-Bray.



19
participations
totales

1 522
impressions

13
partages

30
likes

N/A
enregistrements
de publications

14
commentaires

**Il y a eu un total de 559 participations aux concours.
C'est près du double de la dernière édition!**



STATISTIQUES DU SITE WEB

La campagne 2022 était d'une plus courte durée: 13 octobre - 1^{er} décembre

Pages vues	2019	Automne 2020	2021	2022
Total	127 542	171 246	398 227	176 405
/quiz/	25%	23,1%	34,36%	60,04%
/suggestions-lecture/	24%	12,9%	27,58%	21,22%
/accueil/	20%	13,5%	13,70%	9,77%
/espace-mentor/	-	-	2,10%	3,43%
/biblios-librairies/	3%	2%	1,51%	1,21%
/types-lecteur-rice/	5%	2%	5,37%	1,17%
/ambassadeur-rice-s/	2%	0,4%	2,28%	1,00%
/balados/	-	-	9,97%	0,24%
/videos/	-	7,9%	4,39%	0,21%
/outils-promos-numeriques/	-	-	0,46%	0,46%
/fiches-dactivites-pas-pedagogiques/	-	-	0,5%	0,17%

Acquisition*	2019	Automne 2020	2021	2022
Direct (taper le URL)	40%	22%	22,67%	64,4%
Recherche organique (par mots-clés sur un moteur de recherche)	28%	10,7%	19,99%	15,4%
Social (réseaux sociaux)	18%	19,6%	9,91%	9,7%
Référence (autres sites Web qui nous réfèrent)	6%	4%	4,72%	9,1%
Display (publicités)	1%	1,6%	0,03%	0,04%
Autres	-	-	-	1,36%

Social	2019	Automne 2020	2021	2022
Facebook	48%	34,3%	56,9%	46,08%
Instagram	30%	27%	27,74%	8,64%
Instagram stories	20%	38,3%	2,34%	2,37%
YouTube	2%	-	0,67%	0,22%
Snapchat	-	2,5%	0,07%	39,53%
TikTok	-	-	12,92%	2,87%

Référence	2019	Automne 2020	2021	2022
Classroom.google.com	6.46%	58%	36,71%	30,38%
linkin.bio	-	-	8,92%	3,71%
teams.microsoft.com	-	3,7%	6,77%	3,8%

*Acquisition: De quelle façon un internaute visite notre site web.



AUDIENCE WEB



Top 10 villes des utilisateurs	2019	Automne 2020	2021	2022
Montréal	26%	21%	22,68%	19,27%
Québec	6%	7%	7,36%	4,39%
Laval	4%	4%	4,17%	2,46%
Saint-Jérôme	5%	2%	4,11%	2,01%
Gatineau	3%	2%	3,54%	2,10%
Sherbrooke	1%	5%	3,40%	2,97%
Saguenay	-	-	2,58%	1,48%
Sainte-Thérèse	2%	-	2,20%	7,51%
Longueuil	-	-	2,09%	1,79%
Trois-Rivières	-	-	1,95%	0,96%

Système d'opérations	2019	Automne 2020	2021	2022
Mobile	51%	73%	64,94%	52,31%
Desktop	37%	21%	30,42%	36,37%
Tablette	12%	5%	4,64%	11,31%

Navigateur	2019	Automne 2020	2021	2022
Chrome	34%	22%	29,67%	32,11%
Safari	28%	25%	57,43%	38,90%
Android webview	10%	21%	7,58%	10,18%
Samsung internet	2%	1%	1,31%	4,67%
Edge	2%	1%	2,69%	2,50%
Firefox	2%	0,6%	0,77%	0,69%
Internet Explorer	2%	0,3%	0,15%	0,03%

Âge	2019	Automne 2020	2021	2022
18-24 ans	15%	18%	26,51%	27,40%
25-34 ans	28%	30%	23,08%	18,98%
35-44 ans	24%	20%	20,27%	21,32%
45-54 ans	16%	14%	16,60%	14,72%
55-64 ans	12%	8%	8,42%	9,6%
65 ans +	7%	7%	6,12%	7,97%

Sexe	2019	Automne 2020	2021	2022
Femmes	70%	59,3%	65,83%	59,8%
Hommes	30%	40,7%	34,17%	40,2%

On remarque une augmentation des jeunes de 18-24 ans qui fréquentent le site web. Google ne récolte pas les données des mineurs, alors nous ne savons pas si cette hausse est observable aussi chez les moins de 18 ans.

En 2022, il y a eu plusieurs augmentations :

66 775
sessions
(+8.94%)

1,40
session par
utilisateur
(+13.83%)

00:03:58
Durée moyenne
des sessions
(+6.06%)

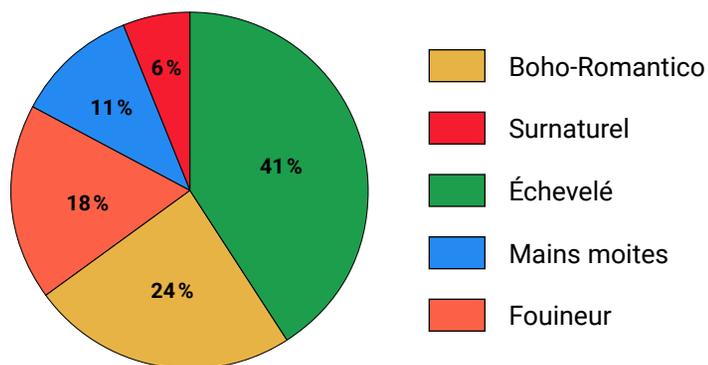
STATISTIQUES DU QUIZ

Le taux de conversion
du quiz est à 72 %!

WOW!

Afin d'obtenir plus d'informations sur les répondants du quiz, le questionnaire a été bonifié en 2021 afin d'interroger les répondants sur leur âge, leur genre et sur leur force de lecteur.

Proportions des pastilles principales



Proportions des forces de lecteurs autodéclarées	2022
Débutant	6.0%
Intermédiaire	24.3%
Avancé	69.9%

Quiz	2019	Automne 2020	2021	2022
Nb de pages vues*	31 886	39 558	136 816	50 545
Nb de quiz remplis	-	-	31 882	36 276

*Une page vue est définie comme l'affichage d'une page du site. En d'autres mots, à chaque fois qu'un internaute ouvre une page, c'est compté comme une vue.

Proportions de genres	2022
Femme	60.18%
Homme	34.60%
Non-binaire	5.22%

Proportions d'âges	2022
13 ans ou moins	31.79%
14-17 ans	40.34%
18-20 ans	4.56%
21 ans et plus	23.32%

Palmarès des listes de lecture les plus populaires :

- Liste 1 : Pause pipi
- Liste 2 : J'aurais voulu être un artiste
- Liste 3 : Torture

RESSOURCES

Les outils disponibles dans la section mentor ont été téléchargés 1 152 fois!

Téléchargements des outils numériques	2022
Affiches	176
Pastilles	139
Listes de livres	122
Logo	106
Bandeaux	65
Idées de déploiement en bibliothèque	63
Guide graphique	52
Modèles de publication	43
Signatures	35
Autocollants	30
Modèle de PowerPoint	23
Idées de promotion en bibliothèque	12
En-tête de lettres	7

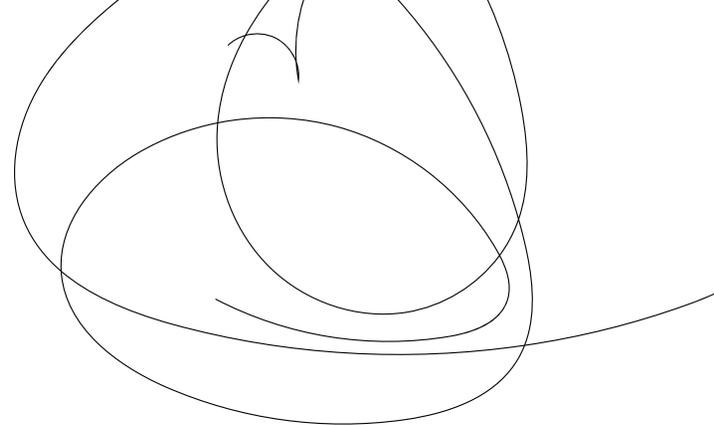
Téléchargements des articles	2022
7 raisons (scientifiques) de lire un livre	17
Lire pour le plaisir	14
Les bienfaits de la lecture	9
Kevin Raphael a longtemps eu peur des livres	4
Les jeunes lecteurs et lectrices du 21 ^e siècle. Fiche 6	4
Résultats de l'étude «les jeunes français et la lecture»	2

Téléchargements des activités	2022
Recueil complet	76
Parce qu'il faut bien commencer par le commencement!	19
Activité de CJ : La bibliothèque, dans le coin lecture, avec une encyclopédie	14
Booktube	12
Activité de CJ: Et le livre gagnant est...	12
Activité de CJ: De la lecture...en pot?	11
Un emoji vaut mille mots	9
Activité de CJ: Lumière, caméra, action!	8
C'est de la lecture à mes oreilles	7
À GO, j'ai un match littéraire!	7
Laisse donc ta signature	6
Dessine-moi un logo	5
Se le faire raconter, ce n'est pas pareil!	5
À GO, on fait un rallye!	5
Combat des livres	4
Activité de CJ: Tout le monde dehors!	4
Ben franchement! Ils n'ont pas ce livre là?!	3
Le combat ultime: le livre ou le film	3
Planche sur ta planche!	3
Slam-moi ton histoire	3
J'ai bien écouté le Préambule!	3
Activité de CJ: Objection!	3
Activité de CJ: Gala Littéraire	3
Mon top 1	2
Activité de CJ: Des lectures pour l'apocalypse climatique	2

A collage background featuring a hand holding a pen on the left, a torn piece of paper at the top, and various torn paper scraps in shades of brown, white, and blue. In the center, a white notebook page with a perforated top edge is displayed. The page contains the text 'STRATÉGIE PUBLICITAIRE' in a bold, black, hand-drawn font.

STRATÉGIE PUBLICITAIRE

MÉTRIQUES SOMMAIRES, 2022 VS 2021



-51%

4 480 642 IMPRESSIONS

sur la période du 13 octobre
au 1^{er} décembre.



+21 %

33 639

SESSIONS SUR LE SITE
WEB ENGENDRÉES
PAR LA PUBLICITÉ

+154 %

1min 34

DURÉE MOYENNE D'UNE
SESSION ENGENDRÉE
PAR LA PUBLICITÉ

Non seulement le nombre de sessions a augmenté en comparaison à l'an dernier, mais la qualité est améliorée grâce aux durées moyennes des sessions! La baisse du nombre d'impressions peut s'expliquer par la réduction du montant investi en publicité pour cette édition.

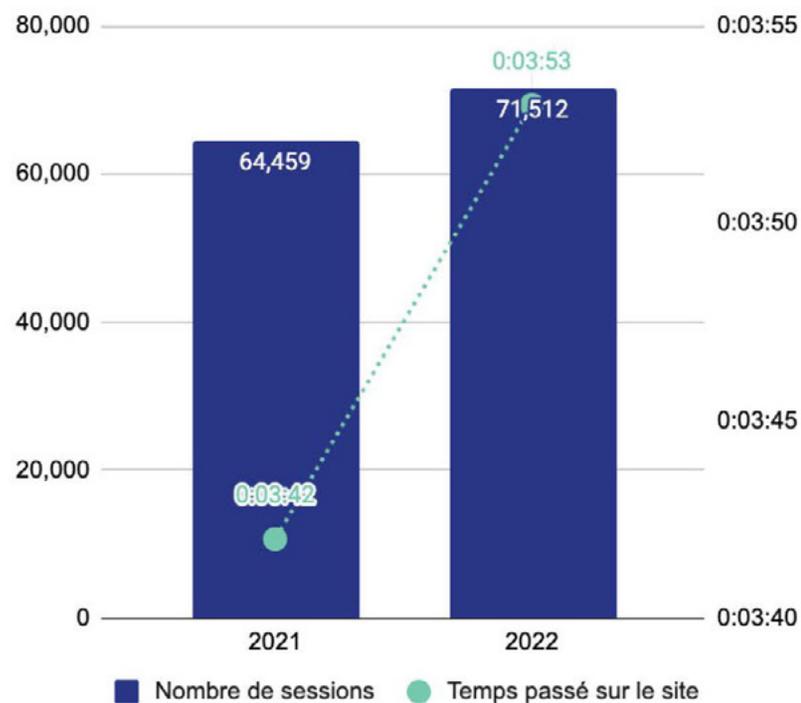
Lexique

- **Durée moyenne d'une session**: la durée moyenne de l'arrivée de visiteurs à leur départ des pages web.
- **Impression**: Il s'agit de la fréquence de diffusion d'une annonce. Une impression est comptabilisée chaque fois que l'annonce est diffusée sur une page de résultats de recherche ou sur un autre site du Réseau Google.
- **Session**: l'ensemble des interactions d'un utilisateur dans un laps de temps donné sur un site web. Dans Google Analytics, les sessions sont donc la somme de l'ensemble des sessions individuelles initiées par des visiteurs.

SESSIONS ET TEMPS PASSÉ SUR LE SITE

11% plus de visites et 5% plus de qualité

Ensemble du site web | Sessions et temps passé sur le site web, 2022 vs 2021



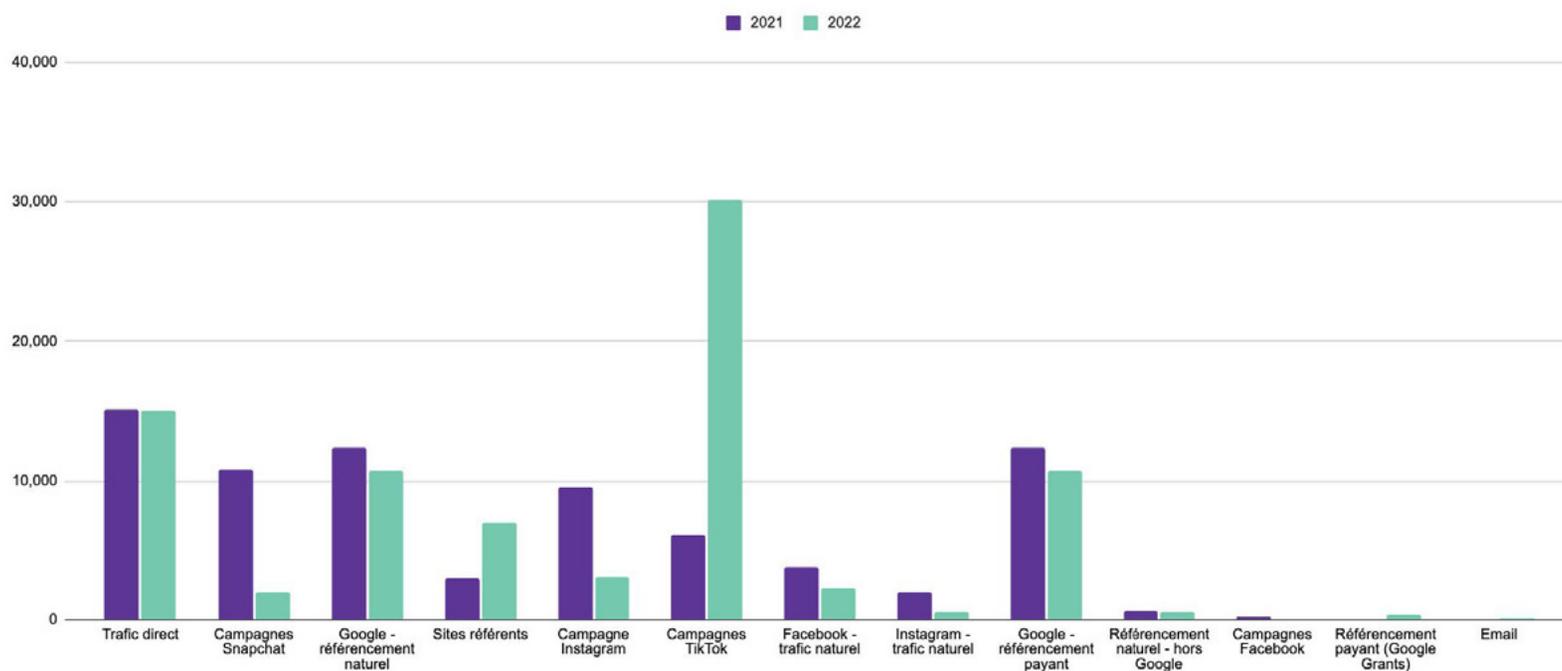
Données de la campagne
du 13 octobre au 9 décembre

Le site web est généralement plus fréquenté et les internautes y passent plus de temps qu'en 2021.

SESSIONS PAR CANAL, 2022 VS 2021

Un virage marqué vers TikTok

Ensemble du site web | Sessions par canal, 2022 vs 2021



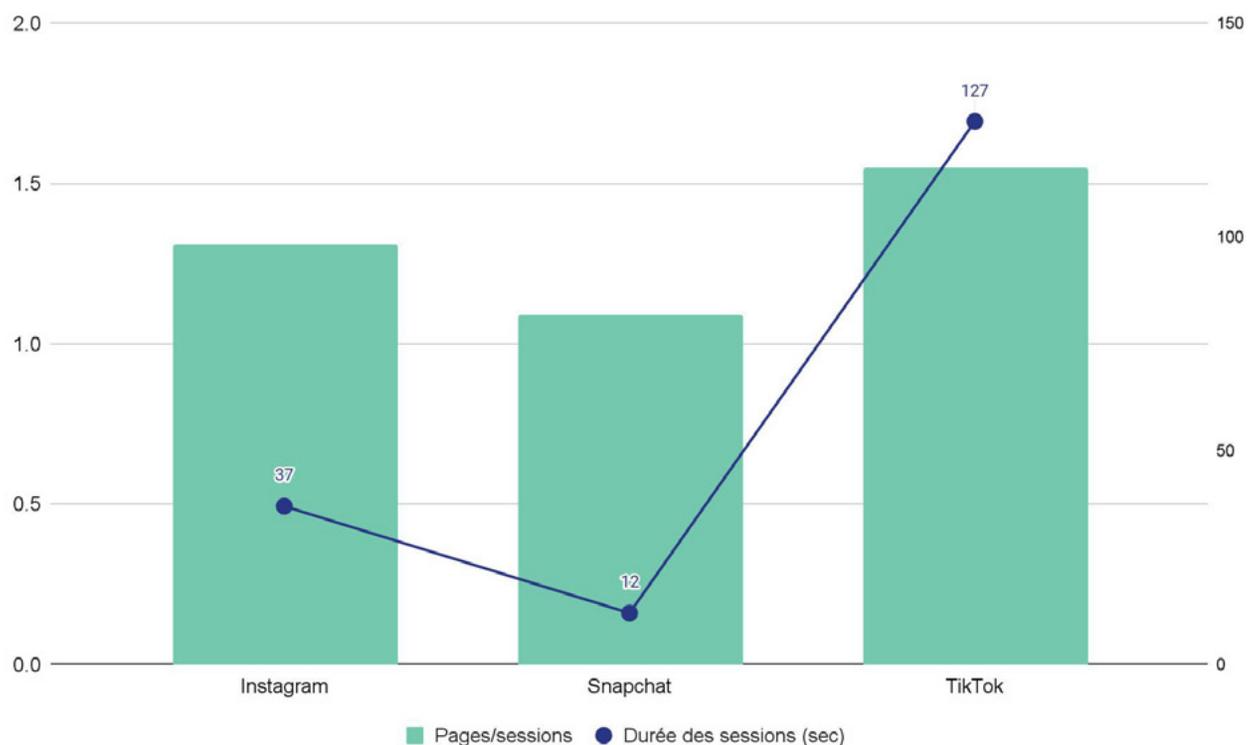
Les campagnes publicitaires TikTok entraînent de loin le plus de sessions sur le site web.

Données de la campagne du 13 octobre au 9 décembre

DURÉE DES SESSIONS ET PAGES/SESSION PAR CANAL

Des sessions plus qualifiées via TikTok

Résultats des campagnes | Durée des sessions et pages/session par canal



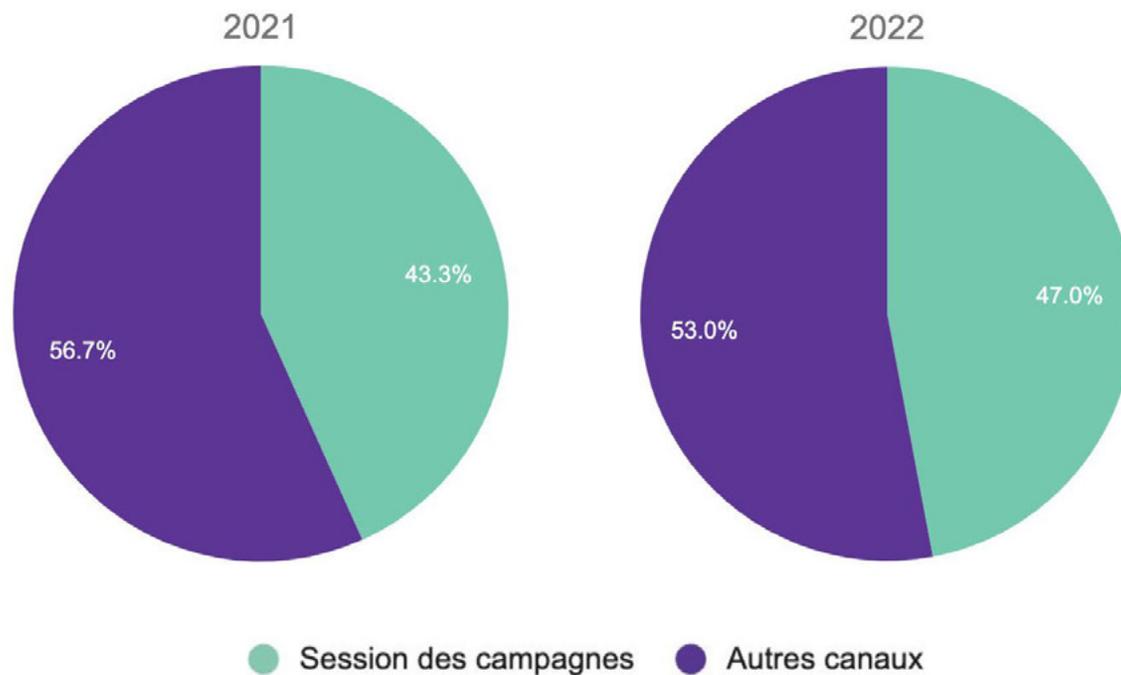
Données de la campagne
du 13 octobre au 9 décembre

Non seulement les campagnes TikTok entraînent le plus de sessions, mais elles sont également plus qualifiées, avec un nombre de pages consultées et une durée de session plus élevés que sur Instagram et Snapchat.

TRAFIC WEB PROVENANT DES CAMPAGNES

Plus de trafic en provenance des campagnes

Résultats des campagnes | Proportion du trafic web provenant des campagnes



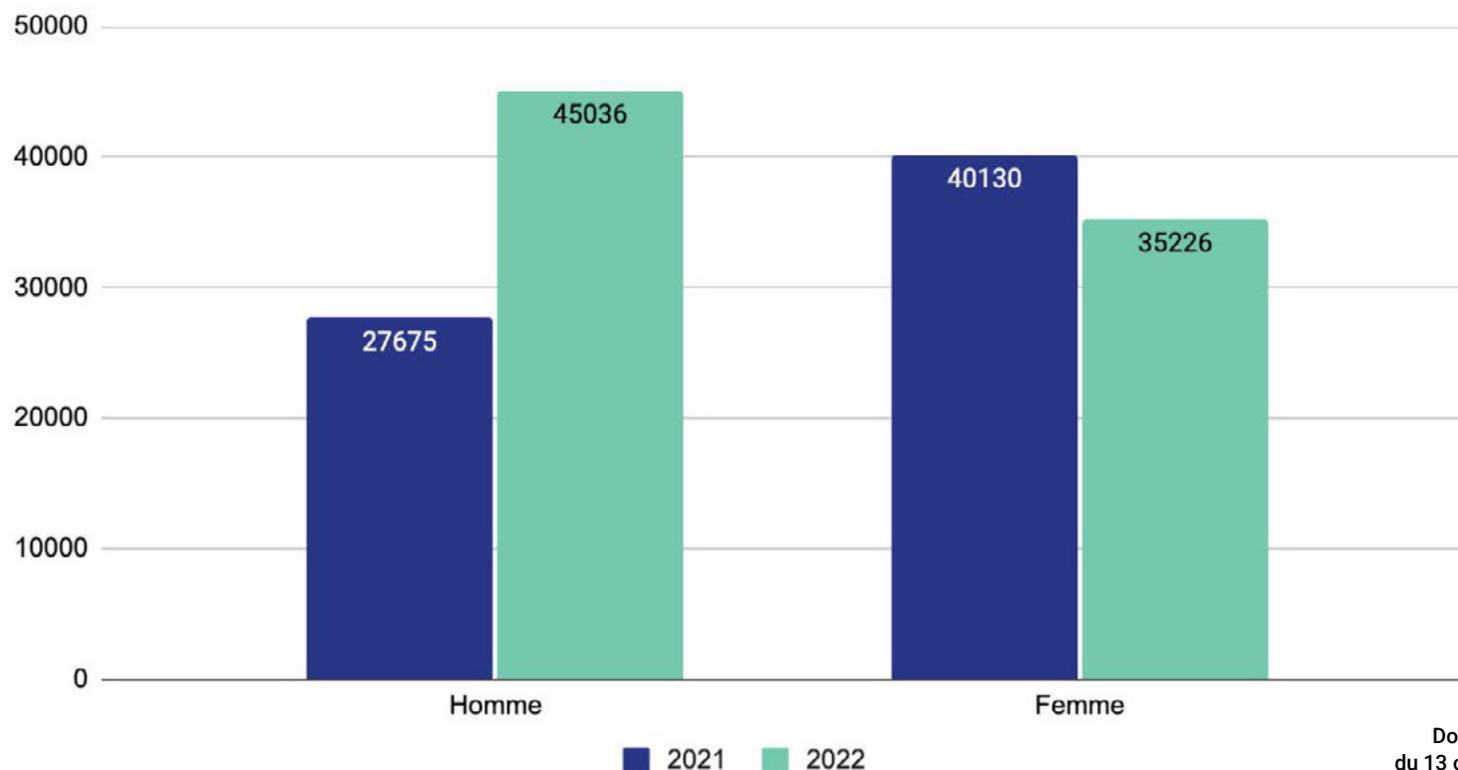
Données de la campagne
du 13 octobre au 9 décembre

Près de la moitié des sessions sur le site web
proviennent de la publicité.

CLICS PAR GENRE, PAR ANNÉE

Un intérêt qui se développe du côté masculin

Résultats des campagnes | Clics par genre, par année



On remarque une hausse des clics sur les publicités du côté des hommes, ce qui nous indique que plus de garçons sont portés à se rendre sur le site web. C'est un phénomène généralisé sur toutes les plateformes utilisées pour la publicité.



**COUVERTURE
MÉDIATIQUE**

MÉDIAS

COMMUNIQUÉS

À GO, on lit! Un mouvement positif autour du plaisir de lire pour les jeunes du québec
13 octobre 2022

Retour sur la 5^e édition du mouvement À GO, on lit!
8 décembre 2022

IMPRIMÉS / WEB

Le Citoyen

26 septembre 2022 • Audrey-Anne Gauthier

Cabaret des mots : spécial ados - « À GO, on lit! » du 11 au 14 octobre

La Presse

1er octobre 2022 • Laila Maalouf

Campagne - Lancement d'À GO, on lit!

Vie de parents

6 octobre 2022 • André Maccabée

À GO, on lit!

Courrier Laval

15 octobre 2022 • Rédaction Laval

Le RLPRE s'associe à la cinquième campagne À GO, on lit!

Journal le soir

16 octobre 2022

« À GO, on lit! » est de retour

Revue Les libraires

17 octobre 2022 • Josée-Anne Paradis

Quel type de lecteur es-tu?

Le Citoyen

19 octobre 2022 • Audrey-Anne Gauthier

À GO, on lit! Stimuler le plaisir de la lecture chez les jeunes de 14 à 20 ans

Le Droit numérique

27 octobre 2022 • Isabel Authier

Sarah-Maude Beauchesne, mordue de lecture

Info Dimanche

5 novembre 2022

À GO, on lit! : un mouvement positif autour du plaisir de lire pour les jeunes

Le Progrès de Coaticook

8 novembre 2022

« À GO, on lit! » : la Maison des jeunes de Coaticook recevra la visite de Kevin Raphael

Magazine CJ, qu'est-ce qu'on lit?

21 novembre 2022

CJ, qu'est-ce qu'on lit? Novembre 2022

TVA Nouvelles

22 novembre 2022 • Francis Gallant

5^e édition de la campagne À GO, on lit! : Mieux s'outiller pour apprécier la lecture



RADIO

Rouge FM iHeartRADIO

5 octobre 2022

Véronique et les Fantastiques -
Mention

ICI Radio Canada Première Rimouski

13 octobre 2022

Info-Réveil

CHAA FM 103.3

14 octobre 2022 • Josée Bournival

Libre comme l'air

CKMN 96.5

17 octobre 2022

FLO 96.5 - Mention

Radio-Canada OhDio

17 octobre 2022 • Vanessa Limage

Ça vaut le retour - Entrevue

Rouge FM iHeartRADIO

26 octobre 2022

Véronique et les Fantastiques -
Chronique avec Kevin Raphael

Radio-Canada Bas-Saint-Laurent

27 octobre 2022

Info-réveil

Radio-Canada Bas-Saint-Laurent

3 novembre 2022

Info-réveil

Radio-Canada Montréal

7 novembre 2022

Le 15-18 -
Entrevue avec Kevin Raphael

Radio-Canada Bas-Saint-Laurent

10 novembre 2022

Info-réveil

Radio-Canada Bas-Saint-Laurent

17 novembre 2022

Info-réveil

Radio-Canada Bas-Saint-Laurent

24 novembre 2022

Info-réveil

Radio-Canada Bas-Saint-Laurent

8 décembre 2022

Info-réveil

CJSO

13 décembre 2022 • Alex Trudel

Émission du matin -
Entrevue avec Kevin Raphael

CKIA

16 décembre 2022

Julie lit au lit -
Entrevue avec Kevin Raphael



TÉLÉS

TVA

14 octobre 2022

Salut Bonjour - Mention

ICI Radio-Canada

17 octobre 2022 • Sébastien Diaz

On va se le dire - Entrevue

TVA

22 octobre 2022

Salut Bonjour Weekend - Entrevue

TVBL

2 novembre 2022

Entrevue avec Valérie Pichot

Télé-Québec

19 novembre 2022 • Marc Labrèche

Cette année-là - Mention (38:50)

TVA

22 novembre 2022

TVA Nouvelles Rivière-du-Loup



La 5^e édition d'À GO, on lit! fut un succès encore une fois!

Nous sommes sans cesse éblouis par le succès d'AGOL, qui repose en grande partie sur nos partenaires.

Beaucoup de chemin a été parcouru depuis la création du mouvement: après 5 éditions, ce sont des centaines de milliers de jeunes qui connaissent leurs profils de lecteurs grâce au quiz. Ils sont davantage outillés pour se choisir des livres à leurs goûts et la sélection de livres proposés sur le site d'À GO, on lit! est maintenant à plus de 700 documents. La notoriété du mouvement ne cesse de grandir au point où nous avons accumulé plus de 34 millions d'impressions sur les réseaux sociaux seulement!

Nous sommes aussi ravis d'apprendre que 79 800 quiz ont été remplis entre la fin de la 4^e édition en décembre 2021 et le début de la 5^e édition en octobre 2022. Nos efforts entraînent donc une consultation du site web en dehors de la campagne automnale. AGOL taille de plus en plus sa place et est une ressource utilisée par les mentors de lecture, qui font vivre le mouvement dans leurs milieux respectifs à l'année.

À GO, on est en route pour la 6^e édition!

- L'ÉQUIPE



CONCLUSION

À GO, ON POURSUIT LE MOUVEMENT

6e édition - 2023

À GO, on lit!

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

AGOL.CA