



S'ÉLEVER GRÂCE À LA PAIRAGOGIE

(et créer de la valeur intrinsèque)



Team Link
Ensemble pour réussir

CONTENU

1

FONDEMENTS

2

RESSORTS

3

EFFICACITÉ

4

ENTREPRISE APPRENANTE

INTRODUCTION

La pairagogie, ou pédagogie entre pairs, consiste en des interactions porteuses d'apprentissage.

D'un format historiquement vertical de la formation, elle fait éclore l'horizontalité.

Chaque participant apporte son savoir, ses expériences et c'est l'ensemble du groupe qui grandit.

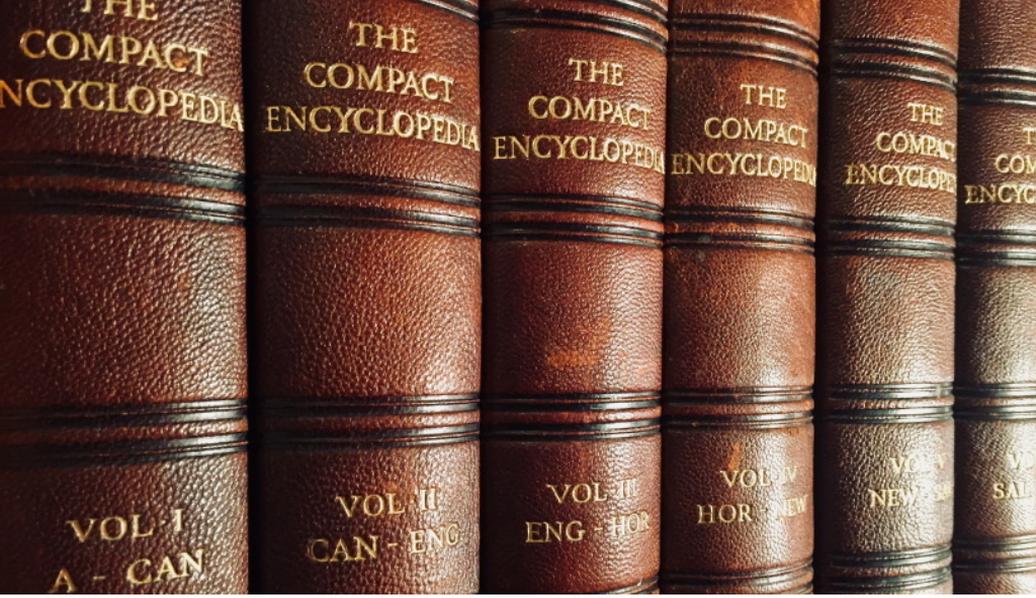
Aussi ancienne que l'humanité, la pairagogie prend une nouvelle dimension grâce aux nouvelles technologies.

Son principe basé sur l'intelligence collective est aujourd'hui créateur de valeur intrinsèque et déterminant dans les organisations.

CHAPITRE

1

FONDEMENTS



DES ENCYCLOPÉDIES À LA VISIO ZOOM

La **pairagogie** est ancienne. À vrai dire, elle remonte à la nuit des temps.

En **constatant** que la foudre provoquait des feux dans les forêts, les premiers Hommes décidèrent **ensemble** de collecter des brindilles à enflammer.

L'observation, l'échange d'idées et la coconstruction de **solutions logiques** étaient déjà à la base de cet évènement qui changea l'histoire.

La pairagogie ressurgit avec brillo à d'autres occasions. Citons notamment l'élaboration, sous l'égide de **Diderot et d'Alembert**, des fameuses Encyclopédies, également appelées "**Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers**".



Ce furent ainsi plus de **160 contributeurs**, la *Société des gens de lettres*, qui produisirent 17 volumes de textes et 11 volumes de planches. Un véritable chef-d'œuvre de partage de connaissances et de magnificence des savoirs.

Plus récemment, la pairagogie fût notoirement utilisée en médecine. Dans les années 1950, le psychanalyste Michaël Balint y recourut dans le cadre de la formation de médecins.

Il réunissait ainsi une douzaine de médecins 2 heures par semaine et proposait un "**séminaire de discussion**" de soignants.

La finalité ? Trouver les solutions pour **améliorer** la pratique médicale.



“

« Les individus qui créent de nouvelles connaissances produisent en même temps un apprentissage organisationnel, qui permet de cristalliser cette connaissance au niveau collectif, en formant une communauté épistémique. Cette cristallisation s'effectue à travers la circulation de “bonnes pratiques”, c'est-à-dire celles qui favorisent la circulation des connaissances. L'innovation dépend donc essentiellement d'un cadre social auto-incitatif dont la première motivation est la mise en commun des connaissances. »

Cohendet, P., Créplet, F., Dupouët, O. (2003).

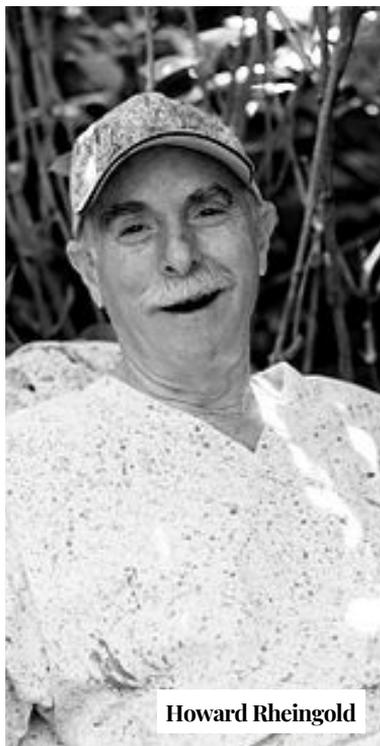
« Innovation organisationnelle, communautés de pratique et communautés épistémiques : le cas de Linux ».

Revue française de gestion, 146(5), 99-121.

Les fers de lance aujourd'hui

Depuis le début de la décennie 2010, c'est l'américain **Howard Rheingold**, enseignant-chercheur à l'université de Stanford (USA), qui est en pointe sur le sujet.

Il est notamment l'auteur des "Communautés virtuelles" en 1993 et du "**Manuel de la Pairagogie**" en 2012. À travers ses ouvrages, il promeut une révolution sociale utilisant l'internet pour coopérer entre humains et amplifier l'**intelligence collective**.



Howard Rheingold



En France, ce sont notamment **Denis Cristol**, chercheur à l'Université Paris X Nanterre, et **Jean-Noël Saintrap**, coordonnateur au GRETA du Limousin, qui sont les principaux représentants de ce courant.





Et le **coach** dans tout cela ? Il joue un **rôle clé**.

Il définit d'abord, en lien avec le management, les **objectifs d'apprentissage**.

De là, il va structurer l'atelier en dressant une **feuille de route** menant à ces derniers.

Pendant la session, son rôle est **triple** :

- **pousser** les participants à la réflexion à partir de mises en situation
- les **guider** vers les bons choix
- **synthétiser** les échanges et les logiques qui en ont découlées.

Le coach diffuse son contenu de manière ascendante - *des équipes vers lui* -, à l'inverse du formateur dont la pédagogie est descendante - *de ce dernier vers les participants* -.

Le coach recherche constamment l'**adhésion**, moteur puissant d'apprentissage.

“

Il y a une montée en puissance ces dernières années du coaching dans les entreprises, avec la prise de conscience que Je ne peux pas forcément apprendre tout tout seul.



Patrick Adam, ancien DRH Galeries Lafayette



*Revivez l'interview
de Patrick Adam sur les bienfaits
de la pairagogie en entreprise.*

Source : RadioLearning

CHAPITRE

2

RESSORTS



ENFANCE ET ÂGE ADULTE

L'apprentissage à l'âge adulte est **différent** de celui de l'enfance.

Jeunes, notre cerveau agit comme une **éponge** et absorbe facilement l'information sans préjugé. Les **cours magistraux** sont de ce fait adaptés, car un maximum de savoirs peut être transmis en un minimum de temps.

Adultes, cette façon d'enseigner passe plus difficilement. Riches d'expériences et plus ancrés dans des certitudes, nous avons besoin d'**adhérer** au contenu proposé. Sans quoi, un certain scepticisme prendra place et freinera la bonne **assimilation**.

De nombreux chercheurs ont étudié les **besoins spécifiques** des adultes en termes pédagogiques au cours des trente dernières années. Leur constat est sans appel : la **confrontation des points de vue** doit tenir une place centrale pour que l'adulte puisse construire son propre raisonnement.





Les **chercheurs américains** Malcolm Knowles et Stephen Brookfield ont mis en évidence trois axes fondamentaux :

- les adultes ont besoin de **diriger** eux-mêmes leur apprentissage
- ils doivent pouvoir y porter un **regard critique**
- ils doivent pouvoir se référer à leurs **propres expériences** lorsqu'ils apprennent de nouvelles choses

La pédagogie permet de répondre à ces besoins. Elle offre une **liberté à chacun** et permet de centrer les échanges sur les **réalités quotidiennes** des participants.



“

La pairagogie, c'est apprendre les uns des autres. Ce n'est pas s'apprendre les uns à côté des autres. C'est s'apprendre en réciprocité.



DENIS CRISTOL

Auteur du livre "Apprendre à apprendre ensemble. Initiation à la pairagogie"



Écouter l'interview de Denis Cristol
sur la mise en œuvre
d'une pairagogie efficiente.

Source : Callimedia

CHAPITRE

3

EFFICACITÉ



PERFORMANCE ET RÉTENTION AUGMENTÉES

Des études ont été menées pour connaître les **bénéfices** de cet apprentissage.

En 2020, aux Philippines, des chercheurs ont **comparé** deux classes d'étudiants de Terminale sur leurs progrès en mathématiques.

L'une d'entre elles recourait à la **pairagogie** quand l'autre poursuivait le mode standard. En résultat :

- la classe bénéficiant de la pairagogie connut une **performance globale de +40%**
- son taux de **réretention d'informations** après deux semaines fut de **+16%**

L'étude complète est accessible [ici](#).



En 2013 au Mexique, une expérience d'apprentissage **entre pairs** a révélé la capacité des participants, à la fin du projet, à :

- recevoir des **commentaires externes** sur leur travail et pas uniquement de la part de l'enseignant
- développer leur **pensée critique**
- utiliser la **technologie** en tant qu'outil d'apprentissage important

L'étude complète est accessible [ici](#).



Outre les vertus pédagogiques, le Cairn souligne le fait qu'"apprendre ensemble procède d'une **visée émancipatrice**"*.

Le mode interactif permet en effet à chacun de prendre la **parole** et de faire part de son ressenti d'égal à égal.

*article accessible ici.

CHAPITRE

4

ENTREPRISE APPRENANTE



CRÉER DE LA VALEUR INTRINSÈQUE

Les entreprises **regorgent d'expertise**. Malheureusement, elles n'en n'ont souvent pas conscience.

Ou, devrait-on dire, elles n'exploitent pas ce **potentiel** riche et à disposition.

Prenons le cas d'une force de vente itinérante. Chaque commercial/e, isolé/e sur son secteur, emmagasine une multitude de **connaissances et d'expériences**. Ses interactions quotidiennes avec les clients font de lui/elle un/e véritable expert/e du marché.

Pourtant, ce **trésor d'informations** reste fréquemment cantonné au/la commercial/e lui/elle-même.

C'est ainsi que le Marketing crée parfois des campagnes qualifiées d'"**hors sol**", le Bureau d'Etudes des produits "**hors marché**" ou encore le SAV des réponses "**hors cadre**".



La **paraigogie** peut offrir plusieurs niveaux de réponses pour tirer profit de cette valeur intrinsèque.

D'une part, nous l'avons vu, en créant une interaction porteuse d'apprentissage au sein d'**équipes homogènes**. Pour reprendre notre exemple, des ateliers regroupant une force de vente amènent à confronter les points de vue et les expériences de chacun et sont, ainsi, source de **créativité**. S'ouvrir à d'autres angles de vue sera en effet **enrichissant** pour le participant et donc pour l'entreprise.

En outre, l'adhésion du groupe aux solutions retenues permet d'**uniformiser** les bonnes pratiques, résultant immédiatement à un service client amélioré.

D'autre part, la paraigogie **interservices** fait bénéficier chacun, de la même façon, de l'expertise des autres. Cela **enrichit** l'approche de chacun et contribue à créer une valeur intrinsèque immédiate sur **l'ensemble des postes**.



Les entreprises les plus **innovantes** encouragent les échanges entre pairs.

L'exemple des grandes firmes américaines telles que **Google** ou **Apple** est caractéristique : de nombreux **espaces communs** sont créés et des pauses collectives favorisées pour créer de **l'échange**.

Celui-ci **diffuse** la connaissance au sein de l'entité et est porteur d'innovation. Chacun, à son niveau, porte un regard différent sur les sujets et peut trouver des **solutions nouvelles** à un problème existant.

Une aubaine créatrice de **valeur intrinsèque**, de sentiment de **valorisation** et d'**appartenance** des équipes.



“

Les salariés sont incités à réfléchir à ce qu'ils font, comment ils le font et surtout pourquoi ils le font.”



SALIMA BENHAMOU

Économiste à France Stratégie

(Dépt. Travail, Emploi et Compétences)



Regarder l'interview de Salima Benhamou sur les clés pour devenir une entreprises apprenante

Source : Youtube @XerfiCanal

CONCLUSION

La pairagogie n'est pas nouvelle, mais elle prend une nouvelle dimension avec les technologies d'aujourd'hui.

La communication à distance est devenue évidente et il devient facile d'interagir et de partager ses savoirs.

À l'opposé du format vertical de la pédagogie classique, cette méthode horizontalise les rapports entre coachs et participants.

Tous sont traités d'égal à égal, les pairs, et apportent leur pierre à l'édifice. Celui-ci, insufflé par les nombreuses interactions sous l'impulsion du coach, permet de déployer le potentiel de chacun et de l'entreprise globalement.

Efficace, peu coûteuse et source d'épanouissement, la pairagogie colle aux nouvelles attentes des salariés et convertit les entités en entreprises apprenantes.

UNE ÉQUIPE À VOS CÔTÉS

Votre entreprise dispose d'une équipe commerciale en B2B ?

*Nous avons sondé les acheteurs français
et alignons vos commerciaux sur leurs attentes.
Nos coachings de 2 heures sont 100% interactifs.*

Parmi les thématiques :

- ✓ Créer un climat de confiance en rendez-vous
- ✓ Devenir le conseiller privilégié de ses prospects
- ✓ Adopter une approche d'expert
- ✓ Performer en rendez-vous en toute circonstance
- ✓ User de son influence sociale positivement

**DÉCOUVREZ
NOS COACHINGS**



Des coachs en activité



Julien Pibourret
Expert LinkedIn
& social selling 



Richard Rufenach
Expert en vente B2B
& entrepreneuriat 



Hasnia Muman-Berkhli
Experte
en posture commerciale 



Bénéficiez d'une prise en charge par l'Etat grâce à notre certification Qualiopi