



## PROGETTO ME.T.A.V.I.E

*I mestieri antichi legati alla transumanza nell'alto Tirreno, tra valorizzazione del territorio, innovazione tecnologica ed eccellenze naturali e culturali*

**PROGRAMMA COMUNITARIO MARITTIMO  
ITALIA FRANCIA 2014-2020**



## **Componente T1 OUTPUT T.1.1 Piano di formazione. Moduli formativi Transfrontalieri**

Gruppo di lavoro  
Maurizio ZACCHEROTTI  
Jerome FRANCHI  
Milena MASTINU



La cooperazione al cuore del Mediterraneo  
La coopération au coeur de la Méditerranée

## PREMESSA

---

Toscana, Sardegna e Corsica sono tre regioni del Mediterraneo molto simili dal punto di vista dell'identità culturale delle popolazioni che hanno origini lontane legate all'attività pastorale quindi alla transumanza.

Riportare alla luce le tradizioni, i mestieri, le professioni che hanno accompagnato la pratica della transumanza e allo stesso tempo creare opportunità d'inserimento professionale ai giovani attraverso formazione, scambio interculturale/intergenerazionale e coinvolgimento di attori locali è l'obiettivo più importante del presente piano formativo nell'ambito del progetto **INTERREG METAVIE**.

Gli studenti selezionati nelle tre regioni saranno coinvolti in attività formative per promuovere la nascita di nuove economie che, a partire dai luoghi e dai "mestieri del passato", stimoleranno la filiera turismo-ambiente-cultura.

## ANALISI

---

Il presente piano formativo è stato costruito partendo dall'analisi del contesto locale nelle tre regioni e calato poi su scala europea. In particolare è stata effettuata un'attenta analisi delle contesto territoriale mettendo in relazione l'estensione di ogni regione con il numero di abitanti, quindi la densità e non ultimo con le caratteristiche geomorfologiche.

Questi dati sono serviti per dare un'idea del contesto in cui i ragazzi andranno ad operare per sviluppare al meglio gli obiettivi del piano formativo che vuole essere un punto di partenza per raccontare i luoghi a rischio spopolamento e i mestieri in via di scomparsa legati alla fruizione responsabile del territorio.

In seconda battuta è stata realizzata un'attenta ricerca dei dati storici riferiti alla transumanza nelle tre regioni interessate dal progetto. Il tutto relazionato all'attuale situazione del comparto ovicaprino.

L'ultima fase di analisi del presente piano formativo è stata quella di sovrapporre all'attuale contesto paesaggistico (urbano, rurale e naturale) le antiche mappe raffiguranti le vie della transumanza per poter individuare almeno due (2) possibili vie da valorizzare, su cui poter realizzare gli obiettivi del piano.

## OBIETTIVI DEL PIANO

---

- sviluppo di competenze riferite alla promozione e valorizzazione del territorio e delle tradizioni locali come nello specifico "della transumanza";
- sviluppo di competenze relative dell'eco-turismo a favore dei giovani e dei locali attivando un circuito virtuoso che mette in relazione i soggetti coinvolti e le dinamiche delle sfere sociali, etiche, economiche, legate all'ambiente stesso;

- sviluppo di competenze tecniche riferite all'utilizzo degli elementi base di esplorazione del territorio ed elaborazione di percorsi turistici in aree naturali;
- sviluppo di competenze riferite allo sviluppo di modelli partecipativi che mettano in relazione comunità locali e specifici portatori di interesse. La partecipazione è lo strumento principale per valorizzare ciascuna attività che il progetto porterà avanti e renderle sostenibili nel lungo periodo, tenendo conto, sia a livello teorico che pratico, dell'orientamento transfrontaliero;
- sviluppo degli elementi base di comunicazione e marketing in ambito turistico.

## ATTIVITA'

---

### Lezioni frontali

Realizzate in classe, le lezioni prevedono l'utilizzo di presentazioni in power point. Al fine di rendere le lezioni più coinvolgenti saranno invitati (in base alle disponibilità) i rappresentanti/esperti delle aziende presenti nei territori selezionati. L'obiettivo è quello di far conoscere le realtà aziendali e l'attività sviluppate dalle medesime.

### Escursioni

Le escursioni serviranno ai ragazzi per verificare in campo la fattibilità dei percorsi individuati e registrare la traccia. Durante le escursioni sarà inoltre interessante, ove possibile, andare a visitare le aziende coinvolte durante le lezioni. Per l'occasione i ragazzi redigeranno una sorta di diario di bordo per l'annotazione delle particolarità e dei dati storico/ambientali presenti sul percorso. Tali dati saranno utilizzati per l'elaborazione del piano di marketing e promozione turistica dei percorsi. Le restanti due lezioni serviranno per l'elaborazione dei dati GPS su piattaforma Gis e Google Earth relativi ai due percorsi.

### Laboratori

I laboratori di marketing serviranno per definire i prodotti promozionali da realizzare e inserire in rete. Sarà inoltre organizzato un laboratorio di formazione giornalistica durante il quale gli studenti prepareranno delle interviste da fare ai responsabili del progetto e ai rappresentanti delle aziende presenti sui territori dove insistono i percorsi della transumanza. Le interviste che saranno successivamente registrate in modalità HD saranno messe in condivisione tra i partner di progetto per la realizzazione di un video PROMO di progetto relativo dei percorsi della transumanza realizzati.

## CRONO-PROGRAMMA

---

Il piano prevede un totale di 48 ore di cui:

- **Una lezione frontale (3 ore)** dedicate allo sviluppo del tema legato alla transumanza nelle tre regioni (Corsica, Toscana, Sardegna).
- **Una lezione frontale/laboratorio (3 ore)** dedicata alla conoscenza dei luoghi selezionati dove sviluppare i due sentieri. Studio delle emergenze ambientali, geografia dei luoghi, conoscenza delle principali realtà aziendali presenti lungo i sentieri individuati e coinvolgimento di portatori d'interesse.
- **Tre escursioni/ sopralluoghi (8 ore ciascuna - Totale 24 ore)** sullo sviluppo delle tecniche di georeferenziazione, mappatura e verifica in campo dei percorsi individuati.
- **9 ore di marketing e promozione per** lo sviluppo di un piano di marketing e promozione turistica dei percorsi ipotizzabili in 2 lezioni frontali da 4 ore totali e una mattinata/laboratorio da 5 ore con la presenza di un esperto.
- **9 ore di comunicazione per lo sviluppo** di un piano di comunicazione, elaborati video e mini-guida nonché aggiornamento piattaforme social, ipotizzabili in una lezione frontale introduttiva da una ora e 2 appuntamenti durante le escursioni da 4 ore ciascuno.

## MONTE ORE

---

n° 8 lezioni/laboratori in aula (o eventualmente in azienda) (24 ore)

n° 3 escursioni nei percorsi individuati (24 ore)

### Scambi visite studio con gli studenti:

dal 20 al 23 aprile 2020 in Toscana dal 21 al 26 settembre 2020 in Corsica-Sardegna

**Visite guidate da sviluppare singolarmente nelle singole regioni di progetto in sinergia con le scuole coinvolte al fine di inaugurare e promuovere il percorso sulla transumanza:**

Metà ottobre 2020 prova itinerario per la comunità con inaugurazione del percorso

## PRODOTTI

---

- Piano di marketing e comunicazione
- Realizzazione del sentiero con eventuale cartellonistica
- Video promozionale e aggiornamento social
- Mini-guida pdf online con tracciati su Google

## VALUTAZIONE

---

La valutazione dell'apprendimento degli studenti avverrà in base al loro grado di attenzione mostrato in classe e durante le ore di attività outdoor. In particolare l'organizzazione delle visite-scambio, saranno importanti occasioni di valutazione del grado di apprendimento del percorso di formazione.

Al termine del percorso di formazione gli studenti saranno invitati a produrre delle brevi relazioni del lavoro svolto che saranno utilizzate durante le visite guidate programmate per inaugurare e promuovere i percorsi della transumanza realizzati nelle tre regioni coinvolte dal progetto.



MARITTIMO-IT FR-MARITIME

Fondo Europeo di Sviluppo Regionale



**Interreg**



MARITTIMO-IT FR-MARITIME

Fondo Europeo di Sviluppo Regionale



## PROJET M.E.T.A.V.I.E.

*Les métiers anciens liés à la transhumance  
dans le haut bassin tyrrhénien  
Entre valorisation du territoire, innovation technologique et  
domaines d'excellence naturels et culturels*

PROGRAMME COMMUNAUTAIRE MARITIME  
ITALIE – FRANCE 2014-2020



## Composante T1 OUTPUT T.1.1. Plan de formation Modules de formation transfrontaliers

Groupe de travail  
Maurizio ZACCHEROTTI  
Jérôme FRANCHI  
Milena MASTINU



REGIONE AUTONOMA DI SARDEGNA  
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA



La cooperazione al cuore del Mediterraneo  
La coopération au coeur de la Méditerranée

## PREAMBULE

---

La Toscane, la Sardaigne et la Corse sont trois régions du bassin Méditerranéen dont les identités culturelles présentent de nombreuses similitudes, notamment dues aux origines anciennes de leurs populations liées au pastoralisme et donc à la transhumance.

Le plan de formation du projet **INTERREG M.E.T.A.V.I.E.** vise en premier lieu à remettre à l'honneur les traditions, les savoir-faire et les métiers qui ont accompagné la pratique de la transhumance d'une part, et d'autre part à créer des opportunités d'insertion professionnelle pour les jeunes, par la formation, par les échanges interculturels/intergénérationnels et par l'implication des acteurs locaux.

Les élèves sélectionnés dans les trois régions sont appelés à participer à des ateliers de formation afin de promouvoir de nouvelles réalités économiques qui, fondées sur les sites et « métiers du passé », dynamiseront la filière tourisme-environnement-culture.

## ANALYSE

---

L'élaboration de ce plan de formation s'est basée sur une analyse des contextes locaux dans les trois régions, ajusté ensuite à l'échelle européenne. En particulier, une analyse approfondie du contexte territorial a été effectuée afin de mettre en relation l'étendue de chaque territoire avec le nombre d'habitants et ses caractéristiques géomorphologiques.

Ces données nous ont permis de mieux saisir le contexte auquel les jeunes vont être confrontés lorsqu'ils devront, sur le terrain, mettre en place les activités du plan de formation sensé être le point de départ de la mise en valeur de ces zones menacées de dépeuplement et des métiers liés à une exploitation responsable des territoires mais en voie de disparition.

En second lieu, une recherche rigoureuse a été menée afin de récupérer des données sur l'histoire de la transhumance dans les trois régions concernées par le projet. Le tout évidemment en rapport avec la situation actuelle du secteur ovin et caprin.

Le dernier volet de cette analyse préalable a consisté en la superposition de l'actuelle situation paysagère (urbaine, rurale et naturelle) avec les cartes anciennes présentant les chemins de transhumances, en vue d'identifier au moins deux (2) chemins qui puissent être valorisés et permettent la réalisation des objectifs du plan de formation.

## OBJECTIFS DU PLAN

---

- Développer les compétences nécessaires à la promotion et la valorisation du territoire et des traditions locales, liées en particulier à la transhumance ;
- Développer les compétences en rapport à l'éco-tourisme, en faveur des jeunes et des structures qui ont mis en place des circuits vertueux impliquant les personnes participant au projet et les dynamiques émanant des sphères sociales, éthiques et économiques qui soient en lien avec l'environnement ;



- Développer les compétences relatives à l'utilisation des éléments basiques de l'exploration d'un territoire et à l'élaboration de parcours touristiques dans les zones naturelles ;
- Développer les compétences pour la création de modèles participatifs qui mettent en relation les communautés locales et certains acteurs concernés. La participation est le principal moyen pour valoriser les différentes activités du projet et faire en sorte qu'elles soient durables dans le temps, en tenant compte sur un plan théorique comme pratique de l'orientation transfrontalière ;
- Acquérir les éléments de base de la communication et du marketing dans le domaine touristique.

## ACTIVITES

---

### Leçons en classe

Ces leçons prévoient l'utilisation de présentations PowerPoint. Afin de stimuler la participation, des représentants et experts des exploitations situées sur les zones sélectionnées seront invités à participer (selon les disponibilités). Cela vise à faire connaître les réalités du terrain et les activités menées par ces exploitations.

### Excursions

Les excursions permettront aux élèves de vérifier *in situ* la faisabilité des parcours identifiés et d'enregistrer leur tracé. Par ailleurs ces excursions offriront l'opportunité de visiter les exploitations qui ont participé aux leçons en classe. Dans ce cadre, les élèves rédigeront une sorte de carnet de bord où seront reportées les particularités et les données historiques et environnementales trouvées sur le parcours. Ces informations serviront à l'élaboration du plan de marketing et promotion touristique de ces parcours. Les deux leçons restantes serviront à l'enregistrement des données GPS des deux parcours sur la plateforme Gis et sur Google Earth.

### Ateliers

Les ateliers dédiés au marketing permettront de décider des supports promotionnels à réaliser et mettre en réseau. Par ailleurs, un atelier de formation journalistique sera organisé durant lequel les étudiants prépareront des interviews destinées aux responsables du projet et aux représentants des exploitations présentes sur les territoires où passeront les parcours de la transhumance mis en place.

## CALENDRIER

---

Le plan de formation comprend un total de 48 heures réparti comme suit :

- **Une leçon en classe (3 heures)** qui développera le thème de la transhumance dans chacune des trois régions (Corse, Toscane, Sardaigne).

- **Une leçon en classe / atelier (3 heures)** qui permettra de mieux connaître les sites choisis pour le tracé des deux sentiers. Etude sur les urgences environnementales, sur la géographie des lieux, sur la connaissance des principales activités présentes tout au long des sentiers sélectionnés et sur l'implication des acteurs.
- **Trois excursions / visites de repérage (8 heures chacune – Total de 24 heures)** sur le développement des techniques de géoréférencement, cartographie et vérification sur le terrain des parcours identifiés.
- **Neuf heures dédiées au marketing et à la promotion** pour le développement d'un plan de marketing et promotion touristique des différents parcours possibles, réparties en deux leçons en classe d'un total de 4 heures et un atelier d'une matinée sur 5 heures en présence d'un expert.
- **Neuf heures dédiées à la communication** afin de mettre en place un plan de communication, du contenu pour la vidéo et le mini-guide ainsi que la mise à jour des comptes sociaux, qui pourrait être réparties entre une leçon introductive en classe d'une durée d'1 heure, et 2 rencontres à l'occasion des excursions comptabilisant 4 heures chacune.

## DUREE

---

Total de 8 leçons / ateliers en classe (ou –éventuellement- dans les exploitations) (24 heures)

Total de 3 excursions sur les parcours identifiés (24 heures)

### **Séjour d'échange et d'étude avec les élèves :**

Du 20 au 23 avril 2020 en Toscane, et du 21 au 26 septembre 2020 en Corse et Sardaigne.

**Visites guidées à mettre en place par et pour chacune des régions du projet, en synergie avec les écoles participantes afin d'inaugurer et promouvoir le parcours de la transhumance :**

Mi-octobre 2020 - test de l'itinéraire pour la communauté avec inauguration du parcours.

## PRODUITS

---

- Plan marketing et de communication
- Mise en place du sentier avec éventuelle signalétique associée
- Vidéo de promotion et mise à jour sur les réseaux sociaux
- Mini-guide pdf en ligne avec tracés sur Google

## EVALUATION

---

L'apprentissage effectif des élèves sera évalué en fonction de leur degré d'attention en classe et à l'occasion des activités hors classe. L'organisation des visites d'échange permettront tout particulièrement d'évaluer le niveau d'acquisition de compétences à la suite du parcours de formation.

A l'issue du parcours de formation, les élèves seront conviés à écrire un bref compte-rendu du travail effectué, qui serviront pour les visites guidées prévues à l'occasion de l'inauguration des parcours de la transhumance dans les trois régions impliquées dans le projet.