



# World Heritage / Patrimoine Mondial

**Name:** ÖTER

**Surname:** Zafer

**Nationality of author:** Turc

**Language of thesis:** français

**Title of thesis:** Mise en tourisme du patrimoine culturel, identites a l'epreuve de la commercialisation touristique de l'artisanat d'art en turquie: le cas de görece.

**Type of thesis:** Ph.D

**Supervisor of thesis:** Christian BATAILLOU

**Institution of Supervisor:** Université de Perpignan Via Domitia, Institut Franco-Catalan Transfrontalier, Centre d'Etudes et des Recherches Catalanes, Perpignan, France.

■ **Veillez fournir un résumé en 500 mots de votre thèse ; vous pouvez joindre la table des matières ou tout autre document qui vous semble pertinent :**

**RESUME**

Le tourisme mondial s'accroît malgré toutes les menaces politiques et économiques. Tous les pays, pauvres ou riches, sont compétitifs pour acquérir les touristes qu'ils préfèrent. Après les années du tourisme de masse, le secteur du tourisme découvre les niches dans ses efforts de mercatique. La culture semble de plus en plus favorable à la prolifération des produits touristiques dans les destinations. Le tourisme de masse a laissé des impacts négatifs sur le plan naturel essentiellement. Les paysages de certaines destinations touristiques sont gravement affectés dans plusieurs pays méditerranéens. Préservation, restauration, développement durable, tourisme plus responsable, commerce équitable sont des thèmes d'importance au début du 21<sup>e</sup> siècle. Cette recherche essaie de questionner la situation de la valorisation du patrimoine culturel en Turquie, en focalisant son artisanat d'art local (la verrerie au chalumeau d'un village artisanal). La valorisation du patrimoine n'est plus limitée à la restauration des bâtiments historiques ou des œuvres artistiques. Car, le patrimoine immatériel ne cesse de gagner du terrain dans les réflexions et les actions. Cependant, la valorisation et la commercialisation des biens culturels restent en même temps un sujet contesté. Dans cette recherche, nous analyserons les opinions des artisans d'art turcs et les commerçants de l'artisanat d'art en Turquie en reliant les thèmes de valorisation et de commerce touristique.

**Mots-clés:**

Turquie, artisanat (métiers) d'art, mercatique, tourisme, valorisation, patrimoine culturel immatériel, verrerie au chalumeau.

**ABSTRACT**

World tourism continues to grow despite political and economic threats. All countries, rich or poor, are competing to attract the tourists they prefer. After years of dominance by mass tourism, the tourism sector is currently discovering new niche markets as a result of marketing efforts. Culture seems to be a useful and abundant source of innovation for new tourism products in the destinations. Mass tourism had some negative impacts on the nature especially. The landscapes of certain tourism destinations have been severely injured, mostly in Mediterranean destinations. Preservation, restoration, sustainable development, responsible tourism, fair trade are the new topics gaining importance at the beginning of the 21<sup>st</sup> century.

This research tries to question the actual situation of cultural heritage valorization efforts in Turkey. The focus of the research is on the local craft industry (glasswork with blowlamp or stove) as part of intangible cultural heritage. The cultural heritage valorization is no more considered solely as restoration of historical buildings or preservation of art works. The intangible cultural assets are gaining importance more and more in intellectual and operational domains. However, the valorization of cultural heritage and the marketing of cultural assets cause hard debates because of their inherent values. Within this study, the opinions of Turkish craftsmen and traders of traditional craft products will be analyzed in conjunction with the cultural heritage valorization and tourism shopping.

Key words: Turkey, craftwork, marketing, tourism, valorization, intangible cultural heritage, blow-lamp glasswork.

■ **Structure thématique (max. 5)**

<input type="checkbox"/>	Patrimoine archéologique	<input type="checkbox"/>	Routes et itinéraires culturels (routes, canaux, voies ferrées, fleuves, etc.)
<input type="checkbox"/>	Patrimoine construit	<input type="checkbox"/>	Patrimoine Naturel et Environnement
<input type="checkbox"/>	Architecture de terre	<input type="checkbox"/>	Patrimoine Géologique
<input type="checkbox"/>	Villes et centres historiques. Paysages urbains historiques	<input type="checkbox"/>	Forêts
<input type="checkbox"/>	Patrimoine maritime et militaire/défensif	<input type="checkbox"/>	Déserts
<input type="checkbox"/>	Patrimoine Scientifique, Astronomique, Technologique et Industriel	<input type="checkbox"/>	Biodiversité
<input checked="" type="checkbox"/>	Patrimoine Vernaculaire	<input type="checkbox"/>	Patrimoine Marin et Côtes
<input type="checkbox"/>	Patrimoine Moderne et Contemporain	<input type="checkbox"/>	Patrimoine de Montagne
<input type="checkbox"/>	Paysages Culturels	<input type="checkbox"/>	Peinture Rupestre

<input type="checkbox"/>	Patrimoine subaquatique. Archéologie subaquatique	<input type="checkbox"/>	Recherche en physique et chimie des matériaux
<input type="checkbox"/>	Patrimoine mobilier. Musées et Muséologie	<input type="checkbox"/>	Education, Formation, Jeunesse et Volontariat
<input type="checkbox"/>	Patrimoine Documentaire, Audiovisuel et Numérique. Archives	<input checked="" type="checkbox"/>	Tourisme culturel et Ecotourisme
<input checked="" type="checkbox"/>	Patrimoine Oral et Intangible	<input type="checkbox"/>	Législation (nationale et internationale), Conventions, Chartes et Déclarations
<input type="checkbox"/>	Langues et Toponymie	<input type="checkbox"/>	Impact du changement climatique sur le Patrimoine
<input type="checkbox"/>	Généalogie et Héraldique	<input type="checkbox"/>	Restauration
<input checked="" type="checkbox"/>	Autre: artisanat (métiers) d'art traditionnel		

## TABLES DES MATIERES

RESUME .....	iv
REMERCIEMENTS .....	v
SOMMAIRE .....	vi
ANNEXES .....	vii
TABLEAUX .....	vii
TABLE DES SIGLES .....	vii
INTRODUCTION .....	01

### Premier Chapitre

#### PATRIMOINE CULTUREL, ARTISANAT D'ART, TOURISME

1.1.	Patrimoine	10
1.1.1.	Types de Patrimoine	15
1.1.2.	Patrimoine Culturel	18
1.2.	Culture	22
1.2.1.	Visages de la Culture	23
1.2.2.	Économie de la Culture	26
1.2.3.	Industries Culturelles	29
1.2.4.	Produits Culturels	30
1.3.	Valorisation de la Culture	34
1.4.	Commercialisation du Patrimoine Culturel aux Touristes	41
1.4.1.	Importance du Patrimoine pour le Tourisme	43
1.4.2.	Tourisme Culturel	48
1.5.	Artisanat et Artisanat d'art	59
1.5.1.	Production Artisanale	68
1.5.2.	Artisanat d'art : Classification et Importance	73
1.6.	Relation entre Artisanat d'art et Tourisme	82
1.7.	Touriste Shopping	94
1.7.1.	Commercialisation de la Culture aux Touristes	103
1.7.2.	Souvenir et touriste art	108

**Deuxième Chapitre**  
**COMMERCE TOURISTIQUE, PATRIMOINE CULTUREL ET ARTISANAT D'ART**  
**EN TURQUIE**

2.1. Tourisme en Turquie	112
2.1.1. Offre et Demande du Tourisme Turc	118
2.1.2. Patrimoine Naturel et Culturel de la Turquie pour le Tourisme	124
2.1.3. Caractéristiques Culturels de la Turquie Moderne	132
2.1.4. Patrimoine Culturel Classé par UNESCO en Turquie	134
2.2. Patrimoine Culturel Immatériel et Artisanat d'art en Turquie	137
2.2.1. Classification de l'Artisanat d'art en Turquie	145
2.2.1.1. Artisanats d'art Turcs Traditionnels (produits utilitaires)	147
2.2.1.2. Artisanats d'art Turcs Décoratifs (œuvres / non utilitaires)	170
2.3. Valorisation et Commercialisation du Patrimoine Culturel en Turquie	175
2.3.1. Commercialisation de l'Artisanat d'Art par le Secteur Public	184
2.3.2. Commercialisation de l'Artisanat d'Art par le Secteur Privé	190
2.4. Organisation de l'Artisanat d'Art en Turquie	191
2.4.1. Guildes AHI à l'Origine de l'artisanat turc	192
2.4.2. Organisation Moderne de l'artisanat en Turquie	196
2.4.3. Formation des Artisans d'art en Turquie	198
2.5. Problèmes de Commercialisation de l'Artisanat d'art aux Touristes en Turquie	199

**Troisième Chapitre**  
**COMMERCIALISATION DE L'ARTISANAT TURC AUX TOURISTES : LE CAS**  
**DU VILLAGE « GÖRECE » (IZMIR) CENTRE DE LA VERRERIE AU**  
**CHALUMEAU EN TURQUIE**

3.1. Justification pour le paradigme et la méthodologie	211
3.2. Procédures de la Collecte des Données	217
3.3. Recherche Documentaires	218
3.3.1. Interviews Semi structurés	219
3.3.2. Etude de Cas	224

3.4. Limites de la Méthodologie	227
3.5. Révision Brève Sur la Valorisation de l'Artisanat d'Art	228
3.6. Analyse Qualitative de la Verrerie au Chalumeau	233
3.6.1. Première Etude de Cas : Village Gorece (Izmir) à l'Origine de l'Artisanat d'Art Turc de la Verrerie au Chalumeau	234
3.6.1.1. Echantillon	237
3.6.1.2. Collecte des Données	238
3.6.1.3. Résultats	254
3.6.1.4. Conclusions de la Première Etude de Cas	257
3.6.2. Deuxième Etude de Cas : Entreprise Locale (Smyrniote) Commercialisant l'Artisanat d'Art du Village Gorece	259
3.6.2.1. Echantillon	260
3.6.2.2. Procédures de la Collecte des Données	260
3.6.2.3. Résultats	261
3.6.2.4. Conclusions de la Deuxième Etude de Cas	262
3.6.3. Troisième Etude de Cas: Entreprise Stambouliote Exportatrice de l'Artisanat d'Art du Village Gorece	263
3.6.3.1. Echantillon	264
3.6.3.2. Collecte de Données	265
3.6.3.3. Résultats	267
3.6.3.4. Conclusions de la Troisième Etude de Cas	268
3.7. Conclusion Générale sur l'Analyse des Données	268
CONCLUSIONS ET IMPLICATIONS .....	283
BIBLIOGRAPHIE.....	313
TABLE DES MATIERES .....	349