

「2017 지역문화 대표브랜드 선정」 사업 추진계획

□ 추진배경

- 지역의 문화브랜드화 사업들 중 우수 브랜드를 선정하여 특화된 지역 문화 발전 유도 및 지역 문화 발전모델 발굴·확산
- 지역의 문화브랜드 사업이 문화적이고 장기적인 관점에서 추진되지 못하고 있어 국가적 차원에서 지역문화브랜드 발굴·육성 지원 필요

사업개요

- 사업명 : 지역문화 대표브랜드 육성
- 사업기간 : '12년부터~계속(단년도 계속사업)
- 17년예산 : 100백만원(지자체 경상보조)
- 사업내용 : 지역의 우수 문화브랜드를 공모·선정, 인센티브 사업비 지원을 통해 지역별 특색있는 문화브랜드 육성·지원

□ 공모개요

- 신청주체 : 지자체(시·도 및 시·군·구)
- 브랜드 범위 : 지역의 중장기 문화기본계획에 따라 추진 중인 지역문화 자원을 활용한 프로그램 중심의 문화브랜드 사업
 - * 제외사업 : 지역축제, 자연경관 및 특산물브랜드화 사업, 단기적 일회성 사업 등
- 시상 규모 : 대 상1(장관상, 5천만원), 최우수 1(장관상, 3천만원), 우수상1(장관상, 2천만원)
- 선정 방법 : 전국 지자체 대상 공모 후 심사위원회 구성·선정
 - 2단계 심사 : 서면심사 → 현지실사
 - 심사 기준 : 문화브랜드의 소재의 고유성, 지역의 대표성, 지역 주민 참여, 브랜드의 창의성 및 브랜드 상품성 등

□ 추진일정

- 공모 및 접수(8월-9월) → 서류심사 및 현장실사(9월-10월) → 브랜드 최종 선정(11월 초) → 시상 및 사업비 지원(11월 말)

□ 2016년도 브랜드 선정결과

- 대 상 : 완주군 「삼례문화예술촌」 / 최우수상 : 포항시 「포항, 스틸 라이프(steel life)」 / 우수상 : 광명시 「광명업사이클아트센터」

참 고

2016년 지역문화 대표브랜드 선정 결과

□ 대 상 : 완주군 『삼례문화예술촌』

《브랜드 개요》

- 일제강점기 삼례양곡 창고를 근대문화유산('13년 문화재청 등록)보존하고 리모델링하여 복합문화공간으로 조성



《선정사유》

- 도심공동화 지역의 양곡창고를 복합문화공간으로 조성하여 지역경제 활성화에 기여한 대표적 문화재생 사업
- * 기관 및 지자체 견학(213회, 18천여명)
- 근대문화유산과 문화예술이 어우러지는 프로그램 운영으로 완주군 인근의 문화 거점



□ 최우수상 : 포항시 『포항, 스틸라이프(steel life)』

《브랜드 개요》

- 철강도시라는 정체성을 기반으로 철(鐵)을 소재로 포항운하-영일대 해수욕장-시립미술관을 잇는 스틸 아트 웨이(steel art way) 조성



《선정사유》

- 스틸 아트 웨이(steel art way)가 지역 주민들의 문화공간으로 활성화 되어 있어 산업도시의 성공적인 문화모델 사례
- 포항운하 인도를 따라 조성된 스틸 조각 작품은 크루즈를 타고 예술작품을 감상하는 '아트웨이 크루즈 투어'는 포항을 찾는 관광객들에게 큰 인기가 있는 명소



□ 우수상 : 광명시 『광명업사이클아트센터』

《브랜드 개요》

- 자원회수시설(쓰레기소각장) 유휴공간을 리모델링하여 전시와 공연, 교육을 진행하는 복합문화공간으로 조성



《선정사유》

- 문화환경이 열악했던 광명시의 첫 복합문화 공간으로 시민들과 함께 문화프로그램을 개발하고 만들어가는 광명시의 대표적 문화거점 공간
- 폐자원에 예술적 가치를 더해 새로운 가치를 창조하는 전국 최초의 업사이클 거점 공간

