

도시특화전략, 심플하게 문화와 산업을 연계하라

- 창조도시에 대한 오해와 도시브랜드의 진정성 -



원도연

원광대학교 교수
dywon21@hanmail.net



1999년 파리 도심에 오랫동안 방치되었던 리블리 59번지의 정부소유 건물을 세명의 예술가가 무단으로 점거했다. 쓰레기로 가득 찼던 건물이 이 유쾌한 무법자들의 아틀리에로 바뀌었고, 시민들과 함께 하는 미술공간으로 발전했다.

볼로냐와 창조도시

가

가

1



볼로냐 장인공방 거리에서 만난 구두장인. 평생 동안 침없이 구두를 만들었고 그 구두는 명품의 반열에 섰다.

5

가

“

,

,

”

가

가

가.

가

2000

,

가

가

가

, () .

가

가 .

도시의 특화발전과 브랜드전략: 문화도시와 축제
, 2000

‘ , ’

.

. 90

,

가

90

.



전주 한옥마을은 전주의 도시브랜드로 자리잡은 성공적인 사례다. 도시경관과 개발, 관광산업이 연계된 성공모델의 하나다. 전주 한옥마을의 겨울.

