
PROJET « CHEONGJU, VILLE DE CULTURE FAÇONNÉE GRÂCE AU POUVOIR POPULAIRE »



**PARTICIPATION ASCENDANT COMMUNAUTÉ
TRADITION INDUSTRIES CRÉATIVES EMPLOIS
RENOUVELLEMENT PROMOTION DÉMOCRATIE
JEUNESSE**

1. Contexte

Cheongju est une ville située au centre de la République de Corée du Sud. Elle est apparue le 1er juillet 2014, suite à la fusion entre Cheongju-si (ville) et Cheongwon-gun (communauté rurale), résultat d'un vote populaire et d'une concertation du bas vers le haut (*bottom-up*).

En raison de la beauté de ses paysages naturels, de ses rivières et de ses montagnes, Cheongju est souvent considérée comme une « ville à la vie verte », une ville propre et tranquille, qui honore les valeurs des droits humains. L'image de la ville est également fortement liée à la culture, à la création

et à l'éducation, car elle est le lieu de naissance du premier livre imprimé par caractères métalliques amovibles, le « Jikji ».



2. Cheongju et la culture

Les politiques de la ville de Cheongju tournent autour de plusieurs cibles : « une économie locale riche », « une ville heureuse et sûre pour sa population », « partager l'espoir et le bien-être de chacun·e », « une administration honnête axée sur les personnes » et « un développement mutuel et équilibré ».

La fusion entre Cheongju-si et Cheongwon-gun en 2014 a entraîné plusieurs problèmes socioéconomiques, le déplacement de personnes d'autres régions ainsi que des conflits internes en raison des différences culturelles entre les communautés, et un environnement culturel inadapté.

AUJOURD'HUI, CHEONGJU PROMEUT ACTIVEMENT LES PROJETS D'ARTS ET DE CULTURE ET EST DEVENUE UNE VILLE DE RENOMMÉE INTERNATIONALE POUR LA CULTURE ET LES ARTS EN ACCUEILLANT DES ÉVÉNEMENTS, COMME « LA BIENNALE D'ARTISANAT DE CHEONGJU », « LE FESTIVAL MONDIAL DE CULTURE OUVERTE (BETTER TOGETHER 2017) » ET LE « FESTIVAL DES BAGUETTES ».

En outre, les changements démographiques ont mené à des problèmes urgents tels que le vieillissement de la population, la pénurie de logements, le chômage des jeunes, etc. Pour aborder ces problèmes fondamentalement, la ville de Cheongju a décidé d'établir une « plateforme culturelle ».

Elle a été installée dans une ancienne usine de tabac et dans l'entrepôt Dongbu de la zone de Naedeok-dong, un bâtiment de grande valeur pour le patrimoine industriel. Plus importante usine de cigarettes

de l'époque en Corée, elle a fermé ses portes en 1999. Pour préserver ce bâtiment et l'activité dans une zone désormais tombée en décrépitude, les habitant·e·s du quartier se sont réuni·e·s pour inscrire le destin de l'usine à l'agenda politique. 20 débats avec la société civile ont été



organisés pour parvenir à un « consensus public » sur les façons potentielles d'utiliser l'usine, telles que des expositions sur l'histoire de l'ancienne usine de tabac, l'organisation de concerts pour les ancien·ne·s ouvrier·ère·s, etc.

3. Objectifs et mise en œuvre du projet

1.1. Objectif principal et objectifs spécifiques

- Partager les ressources culturelles entre personnes, lieux et secteurs ;
- Connecter les gens à la culture et à la créativité ;
- Établir une culture d'habitat auto-perpétué, ravivé via les arts et la population ;
- Résoudre les conflits sociaux avec la culture et les arts, vers une communauté culturelle heureuse.

1.2. Développement du projet

Principales actions réalisées

Le projet « Cheongju Ville de Culture façonnée grâce au pouvoir populaire » a été initié en 2016 par la ville de Cheongju, aux côtés de la population locale. Le but était de restaurer l'ancienne usine et d'en faire un lieu joyeux, culturel et durable. Avec un budget annuel de 750 millions de wons, le projet englobe plusieurs activités :

Tout le monde à Cheongju est propriétaire, faisons donc ensemble

Le réseau Culture civique (forum/salon Ville de culture) fournit un espace aux personnes pour leur permettre d'exprimer leurs points de vue sur les politiques culturelles locales. 3 forums, 3 fictions sociales et 10 salons d'humanités ont été organisés, réunissant un total de 770 participant·e·s. Depuis,

les opinions des gens ont été intégrées à la politique culturelle et la sensibilisation culturelle a été consolidée.



En outre, en coopération avec les institutions locales, le programme de repas sociaux « discussion de sensibilisation autour d'un casse-croûte », est organisé tous les mois. À cette occasion, les institutions locales coopèrent pour accueillir des projets et événements culturels. Un réseau de 16 organisations a été ainsi établi, réunissant des organisations civiles et artistiques locales, des centres de bien-être pour personnes âgées, des centres de réhabilitation communautaires, des instituts d'enseignement, etc.

Former des personnes talentueuses pour une société future heureuse

Le programme vise à former et soutenir les habitant·e·s talentueux·ses et renforcer l'écosystème culturel local. Les individus créatif·ve·s formé·e·s par le biais de ce programme peuvent travailler comme responsables de projet dans les secteurs culturels à Cheongju.

Des ateliers éducatifs ciblent tout particulièrement les étudiant·e·s tout récemment diplômé·e·s des universités, en vue de renforcer leurs capacités culturelles au travers du réseautage, du mentorat et du soutien professionnel. 30 à 40 étudiant·e·s sont formé·e·s chaque année. 6 programmes artistiques et culturels ont donc été mis en œuvre par les ancien·ne·s bénéficiaires du programme, parmi lesquels « le Journal de la culture », qui documente la consommation de la culture des habitant·e·s de Cheongju, ainsi que des start-ups. Certain·e·s bénéficiaires ont été embauché·e·s par des institutions locales.

Concernant les adolescent·e·s, des activités éducatives, créatives et culturelles sont menées une fois par semaine pour 45 jeunes locaux·les chaque année. Le contenu de ces activités touche à la musique, aux arts, au théâtre, à la vidéo, tou-te·s inspirées par la région, accroissant par-là l'amour et l'estime que les adolescent·e·s ressentent envers leur territoire. Certaines adolescent·e·s ont également effectué des échanges culturels avec Niigata, une Ville de Culture de l'Asie orientale située au Japon.



Enfin, pour les enfants, le programme vise à accroître leur sensibilité culturelle au travers de visites de sites culturels locaux, en étroite collaboration avec leurs familles, afin de stimuler le dialogue sur la culture au sein des familles. Au total, 32 enfants ont participé à une dizaine de visites.

Redynamiser les installations industrielles fermées au travers des arts

L'ancienne usine de tabac et l'entrepôt de Dongbu accueillent désormais des festivals locaux toute l'année :

- **La Biennale d'artisanat de Cheongju** est organisée tous les deux ans, et permet de partager les valeurs de l'artisanat traditionnel, vieux de 5000 ans. Pendant 40 jours, le festival accueille des foires artisanales, des salons artistiques, etc. En 2017, le secteur des médias a été invité, avec l'usage de 64 projecteurs sponsorisés par Epson Korea, combinant ainsi l'artisanat dynamique et statique. La biennale a attiré 350 000 visiteur·se·s (dont 17 000 étranger·ère·s), 4 000 œuvres ont été exposées par 780 créateur·rice·s de 18 pays, et les ventes totales du salon se sont élevées à 610 millions de wons. Il faut souligner que 11 artistes représentant la région ont été désigné·e·s comme co-responsables de l'événement, pour mieux refléter les caractéristiques régionales de cette biennale « glocale ».
- **Le Festival des baguettes** est un événement international organisé depuis 2015 par les gouvernements de Corée, du Japon et de Chine, en partenariat avec la société civile. Pendant 10 jours, des activités sont proposées autour de la thématique des baguettes : exposition, cours, performances, forum, etc., afin d'explorer les possibilités de développement des baguettes. En 2017, il a accueilli 53 000 visiteur·se·s (dont 3 000 étranger·ère·s).
- **Le Festival mondial de culture ouverte (Better Together 2017)** est un événement co-organisé par la ville de Cheongju et le World Culture Open (WCO), un réseau d'activistes œuvrant pour le bien commun. 500 designers culturel·le·s de 50 pays se sont réuni·e·s et ont partagé leurs visions sur le thème « Concevoir une culture de la compassion et de la



- paix ». Cet événement particulier a permis d'établir Cheongju comme leader de la culture mondiale, et ainsi faire connaître au monde la transformation de la ville.
- **Le Festival des populations culturelles** est un festival axé sur les personnes, dont le but est de réveiller l'estime de soi des acteur·rice·s culturel·le·s locaux·les. Il est organisé conjointement avec des clubs d'amateur·rice·s, des artistes professionnel·le·s locaux·les, l'orchestre local et des festivals de saxophones. Le programme, qui a attiré 11 000 visiteur·se·s, propose des projections de films, d'opéra et de musique sur le mur extérieur de l'usine de tabac, dans une atmosphère inclusive.

IL S'AVÈRE DIFFICILE D'ÉLARGIR LE PROGRAMME EN RAISON D'UN BUDGET LIMITÉ. DE PLUS, LA CENTRALISATION DE L'OFFRE CULTURELLE DANS LES ZONES MÉTROPOLITAINES COMPLIQUE L'ATTRAIT QUE PEUVENT SUSCITER LES PETITES VILLES COMME CHEONGJU POUR LES INSTITUTIONS ET LES ACTEUR·RICE·S CULTUREL·LE·S.

Enfin, le bâtiment est également utilisé comme installation culturelle ouverte 24h/24 et 7j/7 pour différentes activités : club de la culture, spectacles, cours et conférences pour les habitant·e·s, expositions, etc.

Résoudre les conflits et rétablir la communauté grâce aux arts

« Arts, veuillez prendre soin de Cheongju » est un projet de stratégie d'intégration sociale visant à résoudre les problèmes locaux et sociaux grâce aux arts et à la culture. Il englobe 4 initiatives bénévoles :

- « Wolhajeongin » : organiser des événements culturels pour faire face au faible taux de natalité et de mariages (4 couples ont été formés grâce à cette initiative).



- « Les personnes de Sachang-dong » : résoudre le problème de communication entre les entreprises locales et les jeunes artistes autour de l'université par le biais de la co-organisation de projets culturels communs.
- « Un jour différent pour les un-e-s et les autres » : lutter contre les préjugés envers les personnes handicapées.
- « Prendre soin du Parc central de l'art » : transformer le parc d'un district où régnait la criminalité en un lieu de culture et d'art.

LES PROGRAMMES DE MÉCÉNAT POUR SOUTENIR LES ACTIVITÉS CULTURELLES DANS LA RÉGION ONT ÉGALEMENT AUGMENTÉ (VIA DES DONATIONS PHYSIQUES, PAR EXEMPLE D'INSTRUMENTS DE MUSIQUE OU DES CONTRIBUTIONS FINANCIÈRES JUSQU'À 10 MILLIONS DE WONS).

4. Impacts

1.1. Impacts directs

Impacts sur le gouvernement local

Le programme renforce la capacité de Cheongju à soutenir et mettre en œuvre, aux côtés de la société civile, 18 programmes bénévoles civils qui s'intègrent à l'écosystème culturel.

Impact sur culture et les acteur·rice·s culturel·le·s locaux·les

Le programme a entraîné une augmentation de 66 % de la fréquence de la consommation culturelle, en créant un cercle vertueux dans l'écosystème culturel.



Impact sur le territoire et la population

L'intégration de la culture dans les vies des personnes a accru leur qualité de vie et leur bonheur. Le programme a également créé des possibilités d'emploi pour les jeunes locaux·les, outre le fait d'aider à résoudre les problèmes locaux et sociétaux.

1.2. Évaluation

L'évaluation a été réalisée au travers d'un questionnaire en ligne envoyé aux participant·e·s du projet, puis par l'analyse externe d'un·e chercheur·se, à l'aide du logiciel statistique SPSS. Le questionnaire a été rempli par 1 600 personnes sur 27 262, fin 2017.

Il a souligné que 95,8 % des répondant·e·s ont considéré que le programme avait accru la créativité et la capacité de planification locales, et leurs propres compétences ont également été améliorées. 95,8 % d'entre eux/elles ont déclaré être désormais plus sensibilisé·e·s à la culture locale et avoir une plus grande estime de soi.

Concernant l'usage de l'entrepôt de Dongbu et de l'ancienne usine de tabac, 91,4 % ont considéré que le lieu était bien adapté aux spectacles, 91,7 % l'ont considéré comme adéquat aux activités éducatives et culturelles et 77,8 % aux projections de films.

1.3. Facteurs clés

- La promotion des industries créatives locales, au travers d'une plateforme bénévole pour résoudre les problèmes sociaux grâce à la culture et aux arts, a été essentielle à la revitalisation de la société locale, et moteur du développement et de la croissance durables locaux.
- La création d'un lieu à disposition des personnes pour entreprendre leurs différentes activités culturelles a été fondamentale pour établir la démocratie culturelle et améliorer les conditions de vie au sein de la communauté.

- La considération apportée aux ressources et caractéristiques régionales dans la conception du programme a été un facteur important pour stimuler l'amour et l'estime des personnes envers leur région, pour susciter chez eux/elles de la fierté d'habiter Cheongju.

1.4. Continuité

Actuellement, la ville de Cheongju apporte un soutien administratif et budgétaire et la Fondation pour la promotion de l'industrie culturelle de Cheongju (une institution d'expert·e·s des arts et de la culture locale) met en œuvre le projet en coopération avec les agents locaux·les, les médiateur·rice·s et la population. D'ici à 2020, le centre Ville de Culture sera établi, et géré par un·e directeur·rice privé·e.

Pour veiller à la continuité de ce projet (administration, budget, etc.), une ordonnance Ville de Culture sera promulguée avant 2020 et un protocole d'entente pour la coexistence locale sera conclu entre le gouvernement local et central. De plus, des débats ouverts pour la promotion de « Ville de Culture » seront organisés chaque année au travers de forums et des réseaux culturels civiques.

Le gouvernement essaie également de suivre une approche du bas vers le haut (*bottom-up*) en introduisant « le système de fonds civils pour la culture ». Ce système permet aux personnes de lever des fonds supplémentaires pour le fonctionnement du projet, afin que le système soit maintenu par les personnes indépendamment de la suspension possible du soutien budgétaire de la part du gouvernement.

5. En savoir plus

Cheongju a été candidate à la troisième édition du Prix international CGLU-Ville de Mexico-Culture21 (novembre 2017 - mai 2018). En juin 2018, le jury a publié son rapport final et demandé à la Commission Culture de CGLU de promouvoir ce projet comme exemple de bonne pratique de la mise en œuvre de l'Agenda 21 de la Culture.

Cette fiche a été rédigée par Shin Hyeon-jeong, directeur assistant, ville de Cheongju, Chungcheongbuk-do, République de Corée du Sud.

Contact : bkperfume@korea.kr / cheonnun@korea.kr

Site Internet : <http://www.cheongju.go.kr>