

## **Аналітична записка з питань порівняльного законодавства щодо правового регулювання ярмаркової торгівлі в державах-членах Європейського Союзу\***

***Анотація.** Аналітична записка присвячена правовому регулюванню та розвитку ярмаркової торгівлі в державах-членах Європейського Союзу. Зокрема, висвітлено підходи до економічних і податкових моделей, що застосовуються органами місцевого самоврядування (муніципалітетами) для організації та розвитку ярмаркової торгівлі за участі безпосередніх виробників сільськогосподарської та крафтової продукції. Розкрито культурологічну й туристичну складову у розвитку ярмаркової торгівлі.*

***Ключові слова:** ярмарок, ярмаркова торгівля, виставка, податкові стимули, крафтова продукція.*

### **Вступ**

Торговельні ярмарки є важливим інструментом розвитку економічної діяльності, оскільки сприяють розширенню ринків збуту, розвитку міжнародної співпраці та культурного обміну. Такі заходи, як правило, мають періодичний характер і можуть бути орієнтовані на окремі галузі або види продукції. Окрему роль відіграють місцеві ярмарки й гастрономічні фестивалі, які створюють додаткові можливості для фермерів і малих виробників представляти власну продукцію безпосередньо споживачам, розширювати канали її реалізації та популяризувати місцеві сільськогосподарські товари.

Функціонування ярмарків у державах-членах Європейського Союзу (далі – ЄС, Союз) ґрунтується на поєднанні місцевих традицій із фундаментальними свободами внутрішнього ринку, що визначають межі повноважень національних законодавчих органів та органів місцевого самоврядування (муніципалітетів) під час визначення правил організації та розвитку ярмаркової торгівлі, зокрема податкових стимулів і правил доступу для виробників сільськогосподарської та крафтової продукції.

У сучасних умовах розвитку коротких ланцюгів постачання й посилення ролі локальних економік ярмаркова торгівля набуває нового значення як інструмент підтримки малих виробників, фермерських господарств і крафтового сектору. Вона сприяє не лише диверсифікації каналів збуту продукції, але й формуванню сталих локальних ринків, які поєднують економічні, соціальні та культурні функції. У багатьох державах-членах ЄС ярмарки інтегруються у ширші політики регіонального розвитку, продовольчої безпеки й туризму, а також використовуються як інструмент стимулювання місцевого підприємництва та зміцнення соціальної згуртованості громад.

## Основна частина

### *1. Правове регулювання проведення ярмарків у ЄС.*

Правовою основою ярмаркової діяльності на рівні ЄС є передусім статті 34–36 та 56 Договору про функціонування Європейського Союзу (далі – ДФЄС), які встановлюють заборону будь-яких обмежень на імпорту товарів і надання послуг між державами-членами. У контексті ярмаркової торгівлі це зумовлює заборону дискримінації. Так, органи місцевого самоврядування не можуть надавати преференції виробникам винятково на підставі їхньої місцевої приналежності та створювати штучні бар'єри для суб'єктів з інших регіонів ЄС. Додатковим регуляторним інструментом є Директива 2006/123/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 12 грудня 2006 року про послуги на внутрішньому ринку<sup>1</sup>, згідно з якою ярмаркова діяльність класифікується як послуга, що вимагає від муніципалітетів забезпечення прозорих, об'єктивних і недискримінаційних дозвільних процедур.

Поряд із цим, стаття 49 ДФЄС гарантує свободу підприємницької діяльності, що надає самозайнятим особам та мікропідприємствам право безперешкодно здійснювати господарську діяльність у будь-якій державі-члені ЄС. Це забезпечує крафтовим виробникам рівний доступ до торгових площ незалежно від держави їхнього походження в межах ЄС, за умови відповідності продукції стандартам Союзу.

Важливим аспектом муніципального регулювання є дотримання балансу між підтримкою дрібних виробників і загальноєвропейськими правилами щодо державної допомоги. Зокрема, застосування муніципалітетами фінансових пільг, таких як знижені ставки оренди чи податкові преференції, легітимізується через механізм Регламенту Комісії (ЄС) 360/2012 від 25 квітня 2012 року про застосування статей 107 та 108 Договору про функціонування Європейського Союзу до допомоги *de minimis*, наданої суб'єктам господарювання, які надають послуги, що становлять загальноєкономічний інтерес<sup>2</sup>. Цей інструмент дозволяє місцевим органам надавати допомогу самозайнятим виробникам без спеціального погодження з Європейською Комісією, якщо загальна сума такої підтримки не перевищує встановлені ліміти (зокрема, до 300 000 євро протягом трирічного періоду), що створює правове підґрунтя для цільового субсидіювання участі крафтових виробників у ярмаркових заходах без порушення принципів вільної конкуренції.

На розвиток цих положень Європейська Комісія ухвалила Роз'яснювальне повідомлення щодо застосування правил єдиного ринку до сектору ярмарків та виставок SEC/97/2338 від 5 серпня 1998 року<sup>3</sup> (далі –

<sup>1</sup> Directive 2006/123/EC of the European Parliament and of the Council of 12 December 2006 on services in the internal market. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:32006L0123>

<sup>2</sup> Commission Regulation (EU) 2023/2832 of 13 December 2023 on the application of Articles 107 and 108 of the Treaty on the Functioning of the European Union to *de minimis* aid granted to undertakings providing services of general economic interest. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02023R2832-20231215>

<sup>3</sup> Commission interpretative communication concerning the application of the Single Market rules to the sector of fairs and exhibitions SEC/97/2338 final. Official Journal C 143, 08/05/1998, P.0002. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN-ES/TXT/?from=EN&uri=CELEX%3A51997SC2338>

повідомлення Комісії SEC/97/2338). Згідно з положеннями цього документа заборонено встановлення будь-яких кількісних обмежень, тобто норм, які б лімітували обсяг або асортимент продукції крафтових виробників з інших держав-членів. Важливим елементом правового регулювання є принцип взаємного визнання технічних стандартів, згідно з яким органи місцевого самоврядування не мають права вимагати повторної сертифікації товарів, якщо вони вже відповідають нормам держави-члена походження або загальноєвропейським вимогам. Свобода надання послуг і транскордонна діяльність забезпечуються через усунення будь-якої дискримінації за ознакою місцезнаходження, що прямо забороняє організаторам ярмарків встановлювати підвищені тарифи оренди чи додаткові збори для учасників, зареєстрованих в інших юрисдикціях ЄС. Водночас самозайнятим виробникам гарантується право на тимчасову професійну діяльність без необхідності повної реєстрації бізнесу в державі-члені, де проводиться ярмарок.

Основним актом права ЄС, який встановлює юридичну основу для проведення різного роду підприємницької діяльності, є Директива 2006/123/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 12 грудня 2006 року про послуги на внутрішньому ринку, яка регулює загальні положення, що сприяють здійсненню свободи підприємницької діяльності для постачальників послуг та вільному руху послуг, зберігаючи при цьому їх високу якість. Послуги, на які поширюється дія цієї Директиви, стосуються широкого кола видів діяльності, ідеться також про послуги, що надаються як підприємствам, так і споживачам, такі як роздрібна торгівля та організація ярмарків. Вона також передбачає обмеження на запровадження складних процедур отримання дозволів та ліцензування і дискримінаційних вимог.

Утім, безпосередньо проведення торговельних ярмарків регулюється внутрішнім законодавством кожної держави-члена та деталізується на рівні муніципалітетів.

## 2. Фінансові та податкові стимули для заохочення участі в ярмарках у державах-членах ЄС.

У практиці окремих держав-членів ЄС (зокрема, Франції, Польщі, Німеччини, Італії) локальні акти муніципалітетів чітко розмежують формати торгівлі, оскільки від типу заходу залежить рівень податкових пільг та розмір орендної плати, а також суб'єктів, залучених до організації ярмаркових заходів, і категорії виробників, які можуть брати в них участь. Муніципалітети класифікують заходи за тривалістю та метою:

- регулярні щотижневі ринки, що проводяться 1–3 рази на тиждень та передбачають стабільні пільги для місцевих виробників<sup>4</sup>;
- тематичні / сезонні ярмарки, як-от різдвяні<sup>5</sup>, великодні, кінні<sup>6</sup>, ярмарки збору врожаю тощо, що організуються як культурно-туристичні події. Преференції тут часто надаються у вигляді безкоштовного обладнання (наприклад, дерев'яних будиночків), щоб зберегти естетику заходу;
- ринки фермерів / виробників – спеціалізований формат, де перепродаж продукції суворо заборонений. Це «зона максимальних пільг», де муніципалітет може повністю скасувати збір, розглядаючи захід як підтримку продовольчої безпеки громади<sup>7</sup>;
- тимчасові виставки з правом торгівлі – короткострокові заходи (1–3 дні), де акцент робиться на презентації крафтової продукції у межах поєднання майстер-класів та продажів<sup>8</sup>.

Окрім того, природа фінансових стимулів і механізмів підтримки безпосередніх виробників сільськогосподарської та крафтової продукції у державах-членах ЄС суттєво залежить від організаційно-правової форми управління ярмарковим заходом. У моделі прямого муніципального управління міська влада самостійно встановлює тарифи та впроваджує пільги через відповідні рішення про місцеві збори<sup>9</sup>, що є найбільш сприятливим варіантом для самозайнятих осіб, оскільки пріоритетом муніципалітету в цьому випадку є сталий розвиток території, а не отримання комерційного прибутку.

У випадках, коли управління здійснюється через муніципальні підприємства (комунальні структури)<sup>10</sup>, преференції зазвичай реалізуються

<sup>4</sup> Marché des producteurs de pays. Site web Ville de Lyon. URL: <https://www.lyon.fr/lieu/marches-de-lapres-midi/marche-des-producteurs-de-pays> ; Targowisko Stary Kleparz. Strona internetowa Spółka Kupiecka "Stary Kleparz". URL: <https://starykleparz.com/stary-kleparz.html>

<sup>5</sup> Wrocławski Jarmark Bożonarodzeniowy. Strona internetowa Pianoforte Agencja Artystyczna. URL: <https://www.jarmarkbozonarodzeniowy.com/> ; Krakow Christmas Market. URL: <https://krakowchristmas.com/krakow-christmas-market-dates/>

<sup>6</sup> Useful information for attending Appleby Horse Fair. URL: <https://applebyfair.org/useful-information-attending-appleby-horse-fair>

<sup>7</sup> Targ Pietruszkowy. URL: <https://targpietruskowy.pl/>

<sup>8</sup> Salon International de l'Agriculture. Paris. Les produits de nos régions et du monde au Salon International de l'Agriculture. URL: <https://www.salon-agriculture.com/fr-FR/a-voir/decouverte-produits>

<sup>9</sup> The Markets of the Mediterranean. Management Models and Good Practices. URL: <https://ajuntament.barcelona.cat/mercats/sites/default/files/2022-06/angl%C3%A8s%20compleert.pdf> ; Les marchés de Paris. URL: <https://www.paris.fr/pages/les-marches-parisiens-2428>

<sup>10</sup> Institut Municipal de Mercats de Barcelona. URL: <https://ajuntament.barcelona.cat/mercats/en/institute/institut-municipal-de-mercats-de-barcelona>

через диференційовані комерційні прайси, які попередньо затверджуються міською владою з урахуванням соціальної значущості крафтового сектору. При залученні приватних операторів на умовах концесії муніципалітет зберігає регуляторний вплив шляхом закріплення у договорі обов'язкових квот (наприклад, резервування 20 % торгових місць) для місцевих виробників за зниженою ціною, що гарантує доступ до ринку навіть за комерційної моделі організації.

Найбільш автономною є модель функціонування ярмарків під егідою асоціацій виробників, де місто надає площу на символічних умовах (наприклад, 1 євро на рік), що дозволяє суб'єктам господарювання застосовувати принципи самоврядування та мінімізувати операційні витрати учасників до рівня собівартості утримання торгового майданчика<sup>11</sup>.

Практична реалізація підтримки малих виробників у межах ярмаркової торгівлі на муніципальному рівні трансформується у формування системи спеціальних фінансових і податкових стимулів, що мають на меті зниження економічних бар'єрів для доступу на ринок. Важливість застосування таких інструментів підтримки й заохочення зумовлена специфікою крафтового сектору, мікро- та малих підприємств і сільськогосподарських виробників, у яких операційні витрати на одиницю продукції, пов'язані з логістикою та дотриманням адміністративних процедур, є значно вищими порівняно з великими суб'єктами мережевої торгівлі. З огляду на це, використання диференційованих податкових механізмів та адресних фінансових інструментів є не просто формою субсидування, а необхідним заходом забезпечення пропорційності регулювання, на якому наголошує Європейська Комісія у повідомленні Комісії SEC/97/2338. Це дозволяє органам місцевого самоврядування створювати конкурентне середовище, де знижені ставки місцевих зборів, пільгова орендна плата за торгові площі та специфічні преференції для самозайнятих осіб слугують своєрідними компенсаторними механізмами, що збалансовують обмежені ресурси і можливості малого бізнесу та сприяють диверсифікації локальних ринків.

На практиці в більшості держав-членів ЄС сформувалася трирівнева структура правового регулювання ярмаркової діяльності, яка забезпечує поєднання загальнодержавних стандартів із принципом муніципальної автономії. Така архітектура правового регулювання дозволяє гнучко адаптувати фіскальне навантаження до потреб сільськогосподарських і крафтових виробників.

Перший рівень базується на гармонізованому із правом ЄС національному законодавстві, яке виконує роль рамкового регулювання. Загальнодержавні законодавчі акти переважно делегують органам місцевого самоврядування виключне право на організацію торгових заходів та встановлення спеціальних місцевих зборів. На цьому етапі визначаються межі дискреційних повноважень муніципалітетів, зокрема встановлюються

---

<sup>11</sup> Marchés des Producteurs de Pays. URL: [https://www.bienvenue-a-la-ferme.com/recherche?categories\[\]=products&market\\_start\\_day=2024-01-17&sales\\_model\[\]=market](https://www.bienvenue-a-la-ferme.com/recherche?categories[]=products&market_start_day=2024-01-17&sales_model[]=market)

граничні межі ставок або перелік категорій осіб, які можуть претендувати на підтримку.

Другий рівень – це муніципальні нормативно-правові акти (такі, як *Satzung* у Німеччині, *Règlement* у Франції або *Uchwała* у Польщі), які формують статутну основу ярмаркової торгівлі. Цими актами муніципалітети не лише регламентують порядок проведення заходів, а й визначають правові підстави для впровадження пілг. Саме на цьому рівні закладається основа диференціації учасників, де безпосередні виробники крафтової та сільськогосподарської продукції виокремлюються як пріоритетні суб'єкти, що потребують стимулювання.

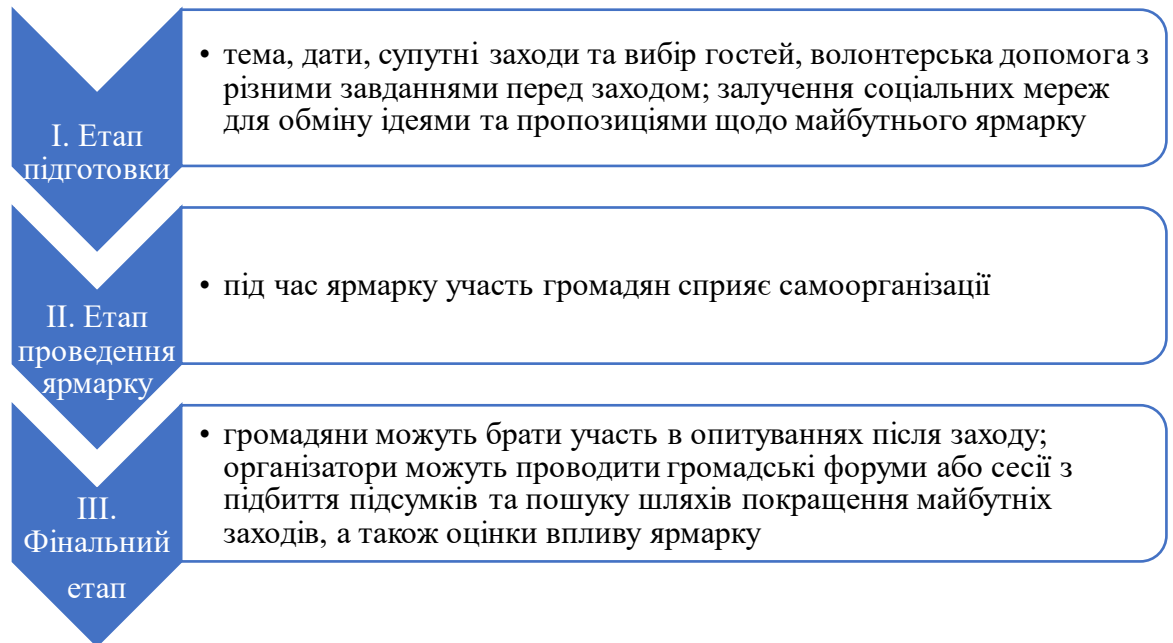
Завершальним елементом регулювання ярмаркової діяльності є спеціальні акти про тарифи і збори, які мають характер операційних фінансових документів. Вони фіксують конкретний розмір орендної плати та зборів за зайняття торгових площ, а також конкретизують механізм застосування знижок. Така деталізація дозволяє муніципалітетам оперативного реагувати на ринкову кон'юнктуру, встановлюючи, наприклад, знижені ставки для самозайнятих осіб або сезонні преференції для виробників первинної продукції, що забезпечує практичну реалізацію політики сприяння мікро- та малому бізнесу на місцевому рівні.

### ***3. Моделі партнерства між муніципалітетами та самозайнятими виробниками в державах-членах ЄС.***

Грецькі дослідники<sup>12</sup> визначають, що загалом партисипативне планування торговельних ярмарків розуміється як модель активного залучення громадян до процесу прийняття рішень, щоб забезпечити відповідність заходу потребам та очікуванням усіх залучених сторін. Сприяючи співпраці й залученню, організатори торговельних ярмарків можуть створювати більш інклюзивні, ефективні та успішні заходи. Окрім того, партисипативне планування з безпосередньою участю суспільства посилює почуття співвідповідальності громадян, тим самим зміцнюючи аргументи на отримання згоди місцевих жителів. На їх переконання, участь громадян може бути визначена на трьох основних етапах планування та проведення ярмарку таким чином:

---

<sup>12</sup> Dimitris Kourkouridis, Ioannis Frangopoulos, Nikos Kapitsinis. Urban governance and participatory planning in organizing and planning trade fairs. The case of Thessaloniki trade fair. *Cities*. Volume 154, November 2024. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2024.105374>



Так, наприклад, щороку в м. Салоніки (Греція) проводиться безліч торгових ярмарків, присвячених різним галузям промисловості, таким як сільське господарство, харчова промисловість та туризм. Ці ярмарки мають значний вплив на економіку, суспільство та культуру міста, а також підвищують роль і статус міста як мегаполісу балканського регіону<sup>13</sup>.

#### **4. Організаційно-правові вимоги до ярмаркової діяльності в державах-членах ЄС.**

**Грецьке законодавство**, зокрема Закон № 4849/2021 про організацію та ведення торгівлі на свіжому повітрі (далі – Закон)<sup>14</sup>, демонструє інституціоналізацію окремих елементів партисипативного та багаторівневого управління через розподіл повноважень між муніципалітетами, визначення квот для різних категорій продавців і створення електронного реєстру, а саме Інтегрованої інформаційної системи «Відкритий ринок» O.P.S.A.A. (далі – O.P.S.A.A.). Зокрема, за допомогою O.P.S.A.A. забезпечується безперервне функціонування ярмаркової торгівлі та її моніторинг<sup>15</sup>.

Торговельні ярмарки відносяться до короткострокових ринків, які є організованими ринками просто неба з чітко визначеною обмеженою тривалістю. Відповідно до статті 10 Закону продавці мають отримати відповідний сертифікат. Компетентний орган публікує повідомлення, яке повинно містити для короткострокових ринків щонайменше: нумерацію

<sup>13</sup> Dimitris Kourkouridis, Ioannis Frangopoulos, Nikos Kapitsinis. Urban governance and participatory planning in organizing and planning trade fairs. The case of Thessaloniki trade fair. *Cities*. Volume 154, November 2024. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2024.105374>

<sup>14</sup> Νόμος 4849/2021 - Αναμόρφωση και εκσυγχρονισμός του ρυθμιστικού πλαισίου οργάνωσης και λειτουργίας του υπαίθριου εμπορίου, ρυθμίσεις για την άσκηση ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων και την απλούστευση πλαισίου δραστηριοτήτων στην εκπαίδευση. URL: <https://www.e-nomothesia.gr/kat-emporeio/ypaithrio-emporio-laikes-agores/nomos-4849-2021-phek-207a-5-11-2021.html>

<sup>15</sup> Καταγραφή των αδειούχων πωλητών υπαίθριου εμπορίου στο Ολοκληρωμένο Πληροφοριακό Σύστημα «Ανοικτή Αγορά» (Ο.Π.Σ.Α.Α.) του νόμου 4849/2021 (Α' 207) (9/2/2024). URL: <https://www.pkm.gov.gr/katagrafi-ton-adeiouchon-politon-ypaithriou-eboriou-sto-olokliromeno-pliroforiako-systima-anoikti-agera-o-p-s-a-a-tou-nomou-4849-2021-a%CE%84-207-9-2-2024>

розподілених позицій та перелік продуктів, які дозволено продавати на них; розмір плати, що сплачується за весь період ярмарку; спосіб та час внесення плати.

Компетентними органами для організації короткострокових ринків є муніципалітети, у межах яких вони проводяться (стаття 34 Закону). Тривалість торговельних ярмарків не може перевищувати п'яти днів поспіль, за винятком традиційних торговельних ярмарків, які проводяться один раз на рік і можуть тривати до семи днів. Великодні ярмарки можуть тривати до п'ятнадцяти днів поспіль. Різдвяні ярмарки можуть тривати до тридцяти днів поспіль.

На короткострокових ринках фізичні та юридичні особи повинні мати:

- а) сертифікат річної діяльності на короткострокових ринках;
- б) або ліцензію виробника-продавця та професійного продавця, що працює на вуличних ринках;
- в) або дозвіл на ведення стаціонарної або пересувної торгівлі.

Для розподілу торговельних місць між продавцями на короткостроковому ринку муніципалітет публікує повідомлення. Місця розподіляються між категоріями продавців за такою квотою:

- а) 75 % місць – власникам сертифікатів річної діяльності на короткострокових ринках;
- б) 10 % місць – власникам ліцензій виробника-продавця та професійного продавця, які працюють на ярмарках до 4 днів на тиждень;
- в) 10 % місць – власникам дозволу на ведення стаціонарної або пересувної торгівлі;
- г) 5 % місць – власникам ліцензії ремісника-художника.

Слід відзначити, що дані, які вносяться до О.Р.С.А.А., визначено у статті 56 Закону. До дати початку короткострокового ринку і на основі остаточного списку місць муніципалітет виносить рішення про схвалення проведення ярмарку (короткострокового ринку), яке публікується в О.Р.С.Р.А., на вебсайті муніципалітету та на дошці оголошень. Вищезазначене рішення містить щонайменше таку інформацію: а) ім'я та прізвище кожного продавця; б) роль, яку він представлятиме на ринку; в) товари, які будуть продаватися на ярмарку.

Таким чином, поєднання партисипативного планування та моделі міського управління формує комплексний підхід до організації ярмаркової торгівлі, який поєднує економічні, соціальні та просторові аспекти розвитку міста. Водночас регуляторна конструкція демонструє баланс між адміністративним контролем і можливістю залучення різних суб'єктів до ярмаркової діяльності. Такий підхід дозволяє розглядати ярмаркову торгівлю не лише як форму підприємницької активності, а й як інструмент міського розвитку та територіальної конкурентоспроможності. Отже, регулювання ярмаркової торгівлі в Греції має такі особливості: базується на національному законодавстві; передбачає отримання дозволів або ліцензій для продавців; місцеві органи влади здійснюють адміністративне управління, а саме, визначають графік проведення ярмарків, розміщують оголошення про них на

різних ресурсах; передбачає створення електронної системи подачі заявок, ліцензій та реєстрацій.

Закон про регулювання торгівлі *Німеччини* (далі – Торговельні правила)<sup>16</sup> визначає декілька видів торговельної діяльності, які мають ознаки ярмарку. Торговельні правила містять Розділ IV «Торговельні ярмарки, виставки, ринки». Торговельний ярмарок – це тимчасовий захід, який зазвичай повторюється регулярно, і на якому основна кількість учасників демонструє свої основні пропозиції (товари чи послуги) та продає переважно зразки комерційним перекупам – комерційним або оптовим покупцям. Організатор ярмарку може дозволити кінцевим споживачам здійснювати покупки у певні дні протягом певних годин роботи такого ярмарку.

Одним із видів ярмарку є щотижневий ринок. Це регулярно повторювана, обмежена у часі подія, на якій продавці пропонують на продаж один або декілька з наступних видів товарів:

1) харчові продукти, за винятком алкогольних напоїв (алкогольні напої дозволені, якщо вони вироблені з винограду або фруктів та овочів власного виробництва. Також дозволено продаж спирту для виробництва лікерів та міцних напоїв із фруктів, рослин та іншої сільськогосподарської сировини, якщо сировина не ферментується первинним виробником);

2) фрукти та овочі, інша продукція сільського та лісового господарства, а також рибальства;

3) сире м'ясо, за винятком великої худоби.

Із метою адаптації щотижневого ринку до змін в економічній ситуації та місцевих потреб споживачів уряди земель можуть передбачити, що, на додаток до вищевказаних товарів, певні товари щоденного вжитку можуть пропонуватися до продажу на всіх або окремих щотижневих ринках. Торговельними правилами також передбачено такий вид торгівлі, як спеціалізований ринок. Це, як правило, регулярно повторювана, обмежена у часі подія, на якій продавці пропонують на продаж окремі види товарів.

Компетентний орган, на прохання організатора, визначає тему, дату, години роботи та місце проведення для кожного виду ярмарку. На прохання та за умови, що це не суперечить суспільному інтересу, публічні фестивалі, щотижневі ринки, спеціалізовані ринки та щорічні ярмарки можуть бути організовані на довший період або проводитися на постійній основі, а торговельні ярмарки та виставки можуть проводитися два роки.

Організатор ярмарків може стягувати плату лише за надання торговельної площі та кіосків, а також за користування комунальними послугами та іншими послугами, включаючи утилізацію відходів. Окрім того, організатор може вимагати внесок на покриття витрат на рекламу публічних фестивалів та ярмарків.

<sup>16</sup> Gewerbeordnung. Gewerbeordnung in der Fassung der Bekanntmachung vom 22. Februar 1999 (BGBl. I S. 202), die zuletzt durch Artikel 34 des Gesetzes vom 4. Februar 2026 (BGBl. 2026 I Nr. 33) geändert worden ist. URL: <https://www.gesetze-im-internet.de/gewo/BJNR002450869.html#BJNR002450869BJNG000902301>

AUMA – це Асоціація німецької виставкової індустрії, яка об'єднує всі зацікавлені сторони у проведенні виставок. Заснована в 1907 році, Асоціація представляє інтереси майже 70 членів на національному та міжнародному рівнях. До них належать усі великі та середні виставкові компанії, низка спеціалізованих організаторів виставок та інші провідні асоціації у цій сфері.

Мережу регіональних торговельних та споживчих ярмарків доповнюють міжнародні й національні торговельні виставки. Регіональні торговельні та спеціалізовані ярмарки, а також ярмарки дозвілля та хобі довели свою актуальність. Для місцевих жителів вони є центральними місцями зустрічей, обміну інформацією та джерелами натхнення. Вони відображають тенденції та потреби, а також демонструють інновації, що створюються в регіоні.

Так, наприклад, у м. Мюнхен понад 40 щотижневих ринків та фермерських ринків проводяться по всьому місту. Більше 120 продавців з усіх харчових секторів постачають мешканцям Мюнхена свіжі продукти. Ці щотижневі ринки та фермерські ринки є мюнхенською традицією вже понад 40 років<sup>17</sup>.

### **5. Культурна й туристична складові у розвитку ярмаркової торгівлі в державах-членах ЄС.**

Також варто зауважити, що ярмарки забезпечують збереження частини культурної спадщини<sup>18</sup>. З огляду на те, що збереження культурної спадщини передбачає підтримку як матеріальних, так і нематеріальних компонентів, особливої уваги потребує забезпечення сталості нематеріальних форм соціальної поведінки у процесі збереження цих традицій для майбутніх поколінь<sup>19</sup>.

Щотижневі ринки, ярмаркова торгівля, тимчасові базари тощо<sup>20</sup> є одними з найдавніших форм ринків у світі та невід'ємною частиною культури й регіональної економіки в багатьох державах<sup>21</sup>. Ярмаркова торгівля віддавна забезпечувала середовище для обміну товарами та спілкування місцевих мешканців. На цій основі відбувався розвиток міст, які забезпечували відповідну інфраструктуру для проведення ярмарків. Водночас ярмарки

<sup>17</sup> Direkt um die Ecke – Qualität zu angemessenen Preisen. *Webseite des offiziellen Stadtportal*. URL: <https://stadt.muenchen.de/infos/wochenmaerkte.html>

<sup>18</sup> Гірний О.О. Зародження архітектури київських ринків: простори історії, обміну й архітектурного мислення. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*. 2025. № 74. С. 319–328. URL: <https://archinform.knuba.edu.ua/article/view/350147/337761>

<sup>19</sup> Karatas, L. Conservation status of intangible cultural heritage after restoration: Case study of Mardin Spice Bazaar. *Cultural Heritage and Science*. 2022. Vol. 3, no. 2. P. 30–36. URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2594208>

<sup>20</sup> Берковський В., Решетченко В. Ярмарок. Енциклопедія історії України Том 10: Т-Я. / Редкол.: В.А. Смолій (голова) та ін. К. : Наук. думка, 2013. С. 755-776. URL: <http://history.org.ua/LiberUA/978-966-00-1359-9/978-966-00-1359-9.pdf>

<sup>21</sup> Реєнт О. Загальні тенденції розвитку, найголовніші осередки та реверсні особливості української торгівлі в XIX – на початку XX ст. Проблеми історії України XIX – поч. XX ст. 2017. Випуск 26. *Вебсайт Наукової електронної бібліотеки періодичних видань НАН України*. URL: <https://nasplib.isofts.kiev.ua/server/api/core/bitstreams/5b5c4479-66ec-4eb0-987f-5ce36781ec95/content> ; Marktverwaltung. *Website of the Bezirksamt Spandau von Berlin*. URL: <https://www.berlin.de/ba-spandau/politik-und-verwaltung/aemter/ordnungsamt/marktverwaltung/>

вплинули і на вигляд та планування міського простору, де для ринку відводилося важливе місце в центральних районах міста з легким доступом до них мешканців і торговців.

Окремо слід виділяти тематичні ярмарки, присвячені важливим подіям у житті суспільства (громадські заходи<sup>22</sup>, релігійні свята тощо), що є важливим із погляду підтримки місцевих традицій та ідентичності.

З економічного погляду, ярмарки нині розглядаються також у межах стратегій<sup>23</sup>, пов'язаних зі сталим розвитком та створенням коротких ланцюгів постачання продуктів харчування (short food supply chains, SFSCs) або альтернативних продовольчих мереж (alternative food networks, AFNs)<sup>24</sup> для забезпечення населення якісною, свіжою, здоровою та доступною їжею.

Більшість держав-членів ЄС включають підтримку розвитку локальних фермерських ринків та ярмарків до своїх стратегій регіонального розвитку відповідно до Спільної сільськогосподарської політики ЄС (CAP), що підтримує динаміку й економічну життєздатність сільських районів<sup>25</sup>. Так, наприклад, у Франції прийнята Національна стратегія продовольства, харчових продуктів та клімату (SNANC)<sup>26</sup>, яка об'єднує політику в галузі харчування, продовольства та клімату, а також на рівні регіонів і муніципалітетів впроваджуються місцеві продовольчі політики, що передбачають ширше залучення місцевих фермерів до ланцюгів постачання продуктів<sup>27</sup>.

Із культурологічного погляду, як це підкреслюють С. Вайвадайте та Е. Навіцкене<sup>28</sup>, значення місцевого ринку можна визначити через поєднання сукупності економічних, суспільних, територіальних та культурних аспектів.

<sup>22</sup> Цілі організації виставок та ярмарків. Вебсайт «Виставки в Україні». URL: <https://agroc.com.ua/dovidka/reference/tsili-orhanizatsii>

<sup>23</sup> The 28 CAP Strategic Plans underway: summary of implementation in 2023-24. June 2025 – update. Website of the European Commission. URL: [https://agriculture.ec.europa.eu/document/download/693bd246-94a9-4d34-b82a-fb14546adccb\\_en?filename=csp-implementation-executive-summary\\_en%282%29.pdf](https://agriculture.ec.europa.eu/document/download/693bd246-94a9-4d34-b82a-fb14546adccb_en?filename=csp-implementation-executive-summary_en%282%29.pdf) ; Supplemental Nutrition Assistance Program (SNAP). Website of the Economic Research Service of the U.S. Department of Agriculture. URL: <https://www-tx.ers.usda.gov/topics/food-nutrition-assistance/supplemental-nutrition-assistance-program-snap>

<sup>24</sup> Török A., Kovács S., Maró G., Maró Z. Understanding the relevance of farmers' markets from 1955 to 2022: A bibliometric review. *Journal of Agriculture and Food Research*. Volume 16, June 2024, 101108. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2666154324001455>

<sup>25</sup> Rural development. Website of the European Commission. URL: [https://agriculture.ec.europa.eu/cap-my-country/rural-development\\_en](https://agriculture.ec.europa.eu/cap-my-country/rural-development_en)

<sup>26</sup> Stratégie nationale pour l'alimentation, la nutrition et le climat 2025/2030. Website of the Ministère de l'Agriculture, de l'Agro-alimentaire et de la Souveraineté alimentaire. URL: <https://agriculture.gouv.fr/telecharger/153019>

<sup>27</sup> Pahun, J., Fouilleux, E. Organisational troubles in policy integration. French local food policies in the making. *Review of Agricultural, Food and Environmental Studies*. 2022. Vol. 103. P. 247–269. <https://doi.org/10.1007/s41130-022-00174-2>

<sup>28</sup> Vaivadaite S., Navickienė E. The Potential of Food Markets in the Contemporary City: A Systematic Literature Review. *Architecture and Urban Planning*. 2024, Vol. 20, Issue 1. Website of the Architecture and Urban Planning. <https://doi.org/10.2478/aup-2024-0010>



Рис. 1.

Поняття «мультикультурність» у цьому контексті охоплює не лише етнічне різноманіття продавців, асортимент продовольчих товарів і культурних артефактів, мовну палітру, традиційний одяг, ритуали та звичаї, а й сукупність історичних наративів, які стають доступними через безпосередню взаємодію. Ярмарки демонструють можливість гармонійного співіснування різних культур<sup>29</sup>. У цьому сенсі вони виконують функцію середовища для безпосереднього ознайомлення з мовним і гастрономічним різноманіттям<sup>30</sup>, традиційними ремеслами й локальними продуктами<sup>31</sup>. Взаємодія туристів із продавцями створює можливості для передачі знань про історію товарів, технології їх виготовлення та культурний контекст споживання. Деякі ярмарки, своєю чергою, працюють у формі культурно-розважальних заходів (туристичних атракцій), як, наприклад, ярмарок Святого Варфоломія у Вільнюсі<sup>32</sup> чи популярні в Німеччині Weihnachtsmarkt<sup>33</sup>, що, як правило, проводяться на міських площах, часто в історичному центрі (див. Рис. 2).

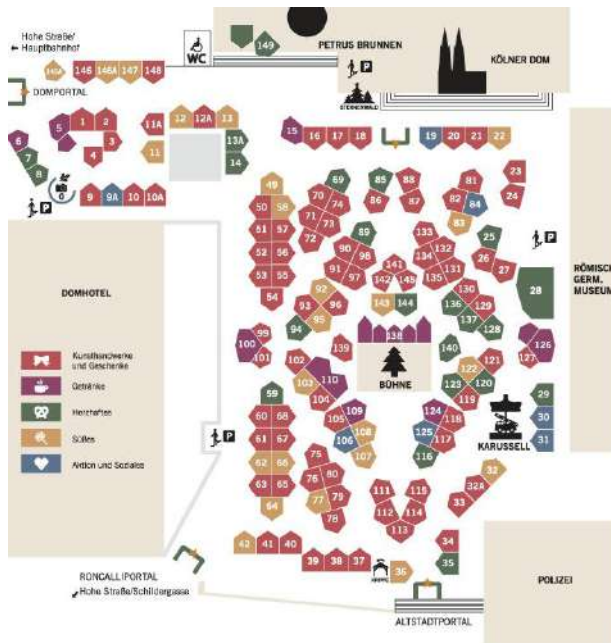
<sup>29</sup> Vaivadaite S., Navickienė E. The Potential of Food Markets in the Contemporary City: A Systematic Literature Review. *Architecture and Urban Planning*. 2024. Vol. 20, Issue 1. <https://doi.org/10.2478/aup-2024-0010>

<sup>30</sup> Там само.

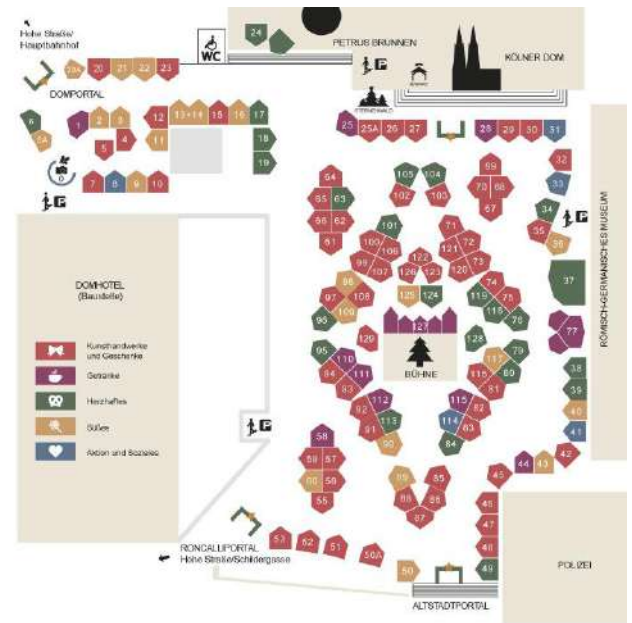
<sup>31</sup> World Tourism Organization (2012). Global Report on Food Tourism, UNWTO, Madrid. *Website of the UNWTO*. URL: [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-09/food\\_tourism\\_ok.pdf](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-09/food_tourism_ok.pdf)

<sup>32</sup> Šv. Baltramiejaus mugė. Website of the Vilnius Senamiesčio Atnaujinimo Agentūra. URL: <https://www.vsa.lt/sv-baltramiejaus-muge-2/>

<sup>33</sup> Spennemann D., Parker M. "Endlich wieder Strietzeln": the restart of German Christmas markets after the COVID-19 pandemic. *International Journal of Event and Festival Management*. 15 August 2025. Volume 16, Issue 4. P. 509-529. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-09-2024-0120>



Köln 2019 (151 stalls and attractions)



Köln 2023 (131 stalls and attractions)

Рис 2<sup>34</sup>.

Оформлення торговельних місць у національному чи автентичному стилі переважно належить до компетенції самих продавців або організаторів ярмарків, які можуть визначати певну тематику оформлення, у межах діючих загальних санітарних<sup>35</sup> (чистота, освітлення), архітектурних (накриття тентом) та безпекових норм<sup>36</sup>.

Для підтримки участі локальних сільськогосподарських виробників та виробників готової крафтової продукції органи місцевого самоврядування можуть установлювати квоту місць на ринку та проводити спеціалізовані події місцевого значення, як, наприклад, «Тиждень органічної продукції в районі Веттерау»<sup>37</sup> (Гессен, Німеччина). Також у Німеччині на рівні регіональних чи муніципальних органів можуть складатися туристичні маршрути еко-туризму (включають знайомство з місцевою продукцією) та інтерактивні карти місцевих ринків і продавців<sup>38</sup>. Подібний підхід існує також у Франції<sup>39</sup>.

У Франції завдяки активній участі громадськості відбувається підтримка локальних ринків та виробників і відродження виробництва місцевих

<sup>34</sup> Spannemann D., Parker M. "Endlich wieder Strietzeln": the restart of German Christmas markets after the COVID-19 pandemic. *International Journal of Event and Festival Management*. 15 August 2025. Volume 16, Issue 4. P. 509-529. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-09-2024-0120>

<sup>35</sup> Ventes et marchés de plein air : quelles sont les obligations des vendeurs? *Website of the Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes*. URL: <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/les-fiches-pratiques/ventes-et-marches-de-plein-air-queelles-sont-les-obligations-des>

<sup>36</sup> Marktverordening. *Website of the Overheid.nl*. URL: [https://lokaleregelgeving.overheid.nl/CVDR2653/1?utm\\_source=chatgpt.com#artikel\\_12](https://lokaleregelgeving.overheid.nl/CVDR2653/1?utm_source=chatgpt.com#artikel_12)

<sup>37</sup> BioWoche im Wetteraukreis feiert Jubiläum. *Website of the Wetteraukreis, der Kreisausschuss*. URL: <https://wetteraukreis.de/nachrichten/news-detail/biowoche-im-wetteraukreis-feiert-jubilaeum>

<sup>38</sup> Interaktive Karte mit Direktvermarktern im Wetteraukreis. *Website of the Wetteraukreis, der Kreisausschuss*. URL: <https://wetteraukreis.de/direktvermarkter>

<sup>39</sup> Tarn-et-Garonne Tourisme. *Website of the Tarn-et-Garonne Tourisme*. URL: <https://www.tourisme-tarnetgaronne.fr/>

традиційних продуктів<sup>40</sup>, які підтримуються на державному та громадському рівнях (наприклад, АМАР<sup>41</sup>).

### **Висновки**

Аналіз правового регулювання ярмаркової діяльності в державах-членах Європейського Союзу свідчить про формування комплексної багаторівневої системи управління, у межах якої поєднуються норми права ЄС, національне законодавство та муніципальні нормативно-правові акти. На рівні ЄС ключове значення мають положення Договору про функціонування Європейського Союзу та Директиви 2006/123/ЄС про послуги на внутрішньому ринку, які встановлюють принципи недискримінації, свободи підприємницької діяльності та вільного руху товарів і послуг.

Практика держав-членів ЄС демонструє, що ключову роль у розвитку ярмаркової торгівлі відіграють органи місцевого самоврядування, які визначають правила доступу до торгових площ, встановлюють місцеві збори та впроваджують фінансові стимули для підтримки фермерів, самозайнятих осіб і крафтових виробників. Використання диференційованих тарифів, пільгової орендної плати, квотування місць для виробників або підготовка відповідної інфраструктури на пільгових умовах дозволяє зменшувати економічні бар'єри доступу на ринок для малих суб'єктів господарювання, не порушуючи водночас правил конкуренції та державної допомоги ЄС.

Важливою характеристикою європейської моделі є також поєднання економічної функції ярмарків із ширшими цілями розвитку територій. У багатьох державах-членах ярмаркова торгівля інтегрується у політики підтримки коротких ланцюгів постачання продовольства, розвитку сільських територій, туризму й збереження культурної спадщини. У результаті ярмарки виконують роль не лише торговельних майданчиків, а й соціально-культурних просторів, що сприяють формуванню локальної ідентичності, розвитку гастрономічного туризму та зміцненню взаємодії між виробниками і споживачами.

Окремої уваги заслуговують інституційні інструменти організації ярмаркової діяльності, зокрема використання електронних реєстрів, чітке квотування торгових місць для різних категорій продавців, а також механізми партисипативного планування за участю місцевих громад і асоціацій виробників. Такі підходи сприяють підвищенню прозорості розподілу торгових місць, ефективному моніторингу діяльності учасників.

Досвід держав-членів ЄС свідчить, що ефективне регулювання ярмаркової торгівлі ґрунтується на поєднанні принципів економічної свободи, підтримки малого підприємництва та активної ролі муніципалітетів у формуванні локальної економічної політики. Для України вивчення такого досвіду може бути корисним у контексті вдосконалення правового

---

<sup>40</sup> Giovanangeli A. Local French Food Initiatives in Practice: The Emergence of a Social Movement. *PORTAL Journal of Multidisciplinary International Studies*. July 2013. Vol. 10, no. 2. <https://doi.org/10.5130/portal.v10i2.3026>

<sup>41</sup> QU'EST-CE QU'UNE AMAP? *Website of the Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne*. URL: <https://miramap.org/amap/>

регулювання ярмаркової торгівлі, зокрема шляхом запровадження більш гнучких механізмів муніципального управління, стимулювання участі фермерських і крафтових виробників у локальних ринках, а також інтеграції ярмаркових заходів у ширші стратегії регіонального розвитку, підтримки сільських територій та розвитку гастрономічного туризму.

*Дослідницька служба  
Верховної Ради України*

*\* Цей документ підготовлений Дослідницькою службою Верховної Ради України як довідковий інформаційно-аналітичний матеріал. Інформація та позиції, викладені у документі, не є офіційною позицією Верховної Ради України, її органів або посадових осіб. Цей документ може бути цитований, відтворений та перекладений для некомерційних цілей за умови відповідного посилання на джерело.*