프랑스의 재래시장 운영 제도
- 그 활성화 정책을 중심으로

서론

인터넷으로 언제든 원하는 상품을 신속하게 구입할 수 있는 시대에, 재래시장의 존재는 시대착오적으로 들릴지도 모른다. 실제로, 백화점이나 슈퍼마켓과 같은 중대형 매장과의 경쟁에서 밀려나면서, 프랑스의 재래시장 시스템은 수십 년 전부터 침체의 길을 걷고 있다. 새로운 시장이 형성되는 일은 더욱 힘들어지고, 반면 기존에 존재했던 시장이 문을 닫는 경우가 많아졌다.

Ascheres-le-Marche 구조물 시장

그러나 다른 한편에서는, 시장을 근대화시키고 활성화시키려는 노력이 프랑스의 각 지역 단체와 행상인들, 그리고 지역 주민들을 중심으로 전개되고 있다.[1] 흔히 전근대적인 유통 구조의 대표적인 예로서 간주되고 있는 재래시장을 촉진시키고자 하는 노력이 있다면, 그것은 재래시장이 그 지역의 직간접적인 고용의 기회를 창출할 수 있는 동시에, 그 지역의 경제 발전에 효과적인 역할을 담당할 수 있기 때문일 것이다. 많은 도시들의 경우를 살펴보면, 그 도시의 상업과 주변 영역의 발전 상황은 그 도시의 시장이 어떠한가를 통해 파악할 수 있다. 실제로 마을과 도시 자체를 형성시켰던 것은 시장이었고, 도시의 경제가 만남과 교환으로부터 발생한다는 사실을 증명했던 것 역시 시장이었다.

하지만, 재래시장의 활성화 움직임을 이렇게 경제적인 측면에서만 바라보는 시각은 단편적이다. 적어도 프랑스인들에게 있어 재래시장은 특별한 의

1) 그 대표적인 예로서 2000년에 시작된 유럽의 행상인 전문 살롱, <Mercato>가 있다. 이 살롱에는 제조, 운반, 계량 기계, 금전 등록기, 물품 보관, 냉동 자재, 포장, 청소, 위생 등 행상에 관련된 모든 분야들이 참여한다.

미를 지니고 있는 장소이기 때문이다. 단순히 물건을 사고팔고 그래서 얼마의 이익이 창출되는 공간으로서가 아니라, 재래시장은 프랑스인들의 전통적이고 문화적인 자산이다. 시장은, 크고 작은 도시와 마을에 활기를 불어넣어 주면서, 직접적인 교환과 만남의 장소로서 그 고유하고 상징적인 역할을 담당한다. 삭막하고 무미건조한 도시 속에서 살아 움직이는 생동감을 느낄 수 있는 인간적인 공간이 있다면, 그곳이 바로 시장일 것이다.

따라서 본보고서는 프랑스의 경제와 문화, 그리고 프랑스인들의 삶 자체와 떼어놓고 생각할 수 없는 재래시장이 갖는 특수성을 통해 첫째, 그것이 어떤 식으로 조직되고 운영되고 있는지 그 행정과 관리 시스템을 파악하고자 한다. 둘째, 구체적으로 파리의 경우 재래시장이 전개돼왔던 양상과 파리 시내 곳곳에 존재하는 다양한 시장들의 유형, 그리고 그 관리 체계를 분석할 것이다. 마지막으로, 프랑스의 재래시장이 장기간에 걸쳐 침체되고 있는 원인이 어디에 있는지, 동시에 관련 행정 당국은 그러한 문제를 극복하고 재래시장을 활성화시키기 위해 어떠한 노력을 하고 있으며 어떠한 대안을 마련하고 있는지를 알아볼 것이다.

제 1 . 프랑스 재래시장의 구조

1. 재래시장의 유형과 관리

(1) 재래시장의 현황

1) 공유지로서의 재래시장

우리가 흔히 재래시장이라고 부르는 프랑스의 시장(marche)[2]은 '행상(commerce ambulant)' 또는 '비고정 상업(commerce non sedentaire)'의 상행위가 이루어지는 장소를 가리킨다. 따라서 재래시장에서의 상업 유형은 '고정 상업(commerce sedentaire)'과는 다르다. 고정 상업은 상인이 자신의 가게를 소유하거나 임대해서 상행위를 하는 것인 반면, 행상은 행정 관청(일반적으로 기초자치단체의 시장(市長))에 의해 허가된 특정 장소에서의 상행위를 말한다.

행상(commerce ambulant)의 정의는 1969년 1월 3일 시행법 69.3호에 의거하고 있는데, 공도(voie publique : 지하철, 기차역, 해변가, 도로 주변이나 쇼핑센터와 같은 구역 등), 방문 판매가 이루어지는 사유지, 차량을 이용한 순환 판매지에서의 상행위도 포함한다. 거기에 특정한 장소와 날짜에 정기적으로 열리고 있는 '견본시장(foire)'이나 각종 축제가 열릴 때 만들어지는 시장, 그리고 '노천 시장(marche de plein air)', '구조물 시장(halle)'등으로 크게 나뉘는 재래시장이 들어가는 것이다.

시장의 여러 종류 가운데, 축제 때 열리는 시장의 경우와 마찬가지로 'foire'라고 하는 견본 시장은 연중 확정된 단기간에만 특정한 상품들을 판매하기 위해서 열리는데, 그로 인해 재래시장보다 훨씬 많은 고객층들이 한꺼번에 집중적으로 몰리게 된다. 행상인들이 이렇게 특수한 형태의 시장에 참여한다고 할지라도 본 보고서의 성격상 이 두 시장을 제외하고 전통적인 재래시장, 즉 구조물 시장과 노천 시장의 경우만을 다룰 것이다.

재래시장을 포함한 공유지에서 장사를 하는 행상인들의 기본적인 특징은, 행상이란 단어의 의미가 그렇듯이, 개인 소유의 상점을 갖지 않는 다는 것이다. 다시 말해, 이들은 자신들이 장사를 하는 자리에 대한 소유권을 갖지 못하며, 상업적인 임대인도 될 수 없다. 대신 시장(市長)과 같은 공권력에 의해 부여된 허가로 인해 그 자리에서 장사를 할 수 있는 것이다. 따라서 장

2) 라틴어 'mercatus', 'mercari'라는 말에서 기원한 시장(marche)의 의미는 '구입하다'였다. 한동안 'marched', 'marchi' 또는 'marci'라고 불리다가 현재처럼 marche라고 불리기 시작한 것은 15세기부터였다고 한다.

이 끝나면 장사가 이루어졌던 장터는 다시 공유지로서의 원상태로 돌아가게 된다.

이것은 재래시장의 땅, 구조물 시장의 건물이 원칙적으로 지역자체단체의 공유물에 귀속되기 때문이다. 다시 말해, 지역단체의 소유이며, 공공의 목적과 서비스를 위해 사용되며, 또는 특별한 정비의 대상이 되는 자산은 공공의 영역에 속한다는 것이다. 따라서 누구도 개인적인 목적을 위해 공공 영역에 속하는 것을 임의로 사용할 권한이 없다. 이렇게 공유지는 시효에 의해 소멸되지 않고 동시에 양도 불가능하기 때문에, 재래시장의 상태는 그곳에서 장사를 하는 상인들의 입장에서 볼 때 '불안정'하다고 할 수 있다. 행상인들은 따라서 공유지의 점유에 관한 취득권을 요구할 법률상의 이유가 없다.[3)]

2) 재래시장의 경제적 위치

현재 프랑스에는 약 7 000개의 시장이 존재하고 있는데, 그 가운데 75퍼센트 이상이 노천 시장의 형태로서, 평균적으로 6개의 기초자치단체(꼬뮌, commune)에 하나씩 분포해 있다.[4)]

일드프랑스 지역에는, 특수 시장이나 임시 시장을 제외하고도 약 600-700여 개의 시장이 있다. 일드프랑스에서 한가지 특징적인 현상은 1970년이래 상당히 많은 재래시장이 창설됐다는 점이다. 주로 Seine-et-Marne과 Yvelines과 같이 인구밀도가 높은 지역을 중심으로 지난 30년 동안 240여 개의 재래시장이 새로 생겨났다.[5)]

프랑스의 재래시장에서 일하고 있는 상인들의 규모 면에서 보자면, 50명 이하의 상인들로 구성된 시장이 45% 가량이고, 50-100명 사이가 38%, 나머지가 100명 이상의 상인들로 이루어져 있다.

대부분의 시장들은 크게 식료품과 비식료품으로 대별되는 상품을 팔고 있다. 행상조합국가연맹(FNSCNS)의 보고에 따르면, 판매되는 상품들 가운데 큰 비중을 차지하는 것은 역시 식료품인데, 전체 상품들 가운데 식료품이 55%, 의류가 25%, 그리고 나머지가 꽃, 책, 피혁 제품, 골동품 등과 같은

3) 이러한 규칙에 하나의 예외적인 경우가 존재한다. 1789년 이전에 세워진 구조물 시장이 그에 해당하는데, 이 시장들은 오늘날에도 여전히 개인 소유로 남아있다. 예를 들어, 파리 16구에 위치한 'Dufrenoy 구조물 시장'에는 약 12개의 상점들이 있는데, 따라서 이곳의 상인들은 상업적인 소유주로서의 혜택을 보면서 장사를 하고 있다.

4) 이것은 바이오 시장, 크리스마스 시장, 꽃 시장 등과 같은 특수 시장은 제한 수치이다.

5) Note rapide sur l'economie, n° 179, 2000년 6월

기타 상품들이다. 식료품은 과일과 야채류가 25%로 가장 많고, 어류가 21%, 가금류, 토끼 고기와 조류 고기가 17%, 유제품이 10%, 정육점 취급 상품들이 7%, 기타가 20%에 해당한다.

재래시장이 프랑스 경제 전체에 차지하는 부분은 무시할 수 없을 것이다. 2001년, 55 000개의 사업 등록체(생산업자들과 수공업자들을 제외한)와 100 000 명의 개별 상인들은 세금을 공제한 46억 유로의 수익을 기록했다. 특히 어시장과 야채 과일 시장이 판매 수익의 거의 3분의 1을 차지한다.[6)]

프랑스 전역에 걸쳐, 현재 행상 인구는 200 000명이 넘는다. 그 가운데, 50 000명이 '오락장(fetes foraines)'이라는 특수한 장에서, 나머지 135 000명이 일반적으로 재래시장이라고 불리는 곳에서 상업 활동을 하고 있다. 이 135 000명 중 약 85 000명만이 순전히 시장에서 일을 하는 수치이다. 말하자면, 시장의 상인들 가운데 85 000명을 제외한 나머지 5 000명은, 그 절반 정도가 행상인이란 직업 외에도 가게를 소유한 고정 상인(commercant sedentaire)으로서의 직업을 겸하고 있고, 나머지 절반이 농부, 어부 등 생산업과 제조업을 겸해서 자신이 생산한 물건을 직접 시장에 갖고 나와 판매하고 있다.[7)] 순수하게 행상이 차지하는 경제적 효과를 산출하는 것은 쉽지 않은데, 그 이유는 이처럼 상인들이 행상 외의 직업을 동시에 갖고 있기 때문이다.

개별 상인이 실현하는 년 평균 수입은 45 000 유로에서 152 449 유로 정도인데, 고용인 몇 명을 두고 사업을 하는 오래된 상점의 경우에는 228 673 유로라고 한다. 부문별로 비교했을 때, 식료품을 취급하는 상점이 확실히 높은 수입을 내고 있다. 일반적으로 한 명의 고용인을 두고 사업을 하는 상점의 년 평균 수입은 230 000-300 000 유로 정도다.

3) 재래시장의 고객

재래시장에서 기본적으로 자주 장을 보는 사람들은 40대 이상으로 보통 은퇴한 사람들이 많다. 소비자의 거의 절반가량이 60세 이상이고 반면 4%만이 30세 미만으로 나타났다.[8)] 그리고, 30%의 세대가 재래시장을 찾고

---

6) "Le commerce non sedentaire: des atouts pour l'avenir", "Actualites, Concurrence, Consommation et Repression des Fraudes"의 부록, DGCCRF, n°141, 2001년 3월.

7) Elizabeth Vinay, Vendez sur les marches, APCE, 2004.

8) "Au coeur des quartiers, au rythmes des saisons, les marches de Paris", 파리 상공회의소, 2001년 10

있고, 12%의 사람들이 일주일에 두 번씩 정기적으로 재래시장에서 장을 본다.[9)]

보통 사람들이 재래시장을 찾는 이유는 71%에 해당하는 사람들이 즐거움 때문이라고 하는데, 재래시장이 도시인들에게 남아있는 몇 안 되는 인간적인 교감을 느낄 수 있는 장소이기 때문이다. '상업화 분배연구회(CECOD)'에 의하면, 대형 매장의 경우와는 정반대로, 재래시장에서 장을 보는 사람들 가운데 90%가 신선한 공기를 마시면서 장보는 것을 즐긴다고 한다.

이런 이유 외에 재래시장을 찾는 사람들의 동기로는 상품의 질이 좋고 다양하며, 특히 대형 매장에서보다 신선한 채소와 과일을 살 수 있다는 점이다. 재래시장은 많은 양의 재고를 두고 판매하지 않고 그날그날 남은 물건들을 모두 처리하기 때문에 항상 고객에게 신선한 상품을 보증할 수 있다.

한편, 재래시장에서는 상점들끼리 즉석에서 가격경쟁을 하기 때문에 싼 가격에 물건을 살 수 있다는 이점도 무시할 수 없다.

파리와 같이 대도시에 거주하는 사람들이 중간 규모의 다른 도시에 사는 사람들보다 훨씬 자발적으로 재래시장에서 장보는 것을 즐긴다고 한다. 말하자면, 지역에 따라 재래시장이 서로 다른 발전의 양상을 보이고 있는 셈이다. 이러한 현상은, 서민적인 곳이 있는 반면 경제적으로 다른 지역보다 풍족한 곳이 있거나 혹은 거주민들의 연령대가 전반적으로 높은 지역이 있는 것처럼, 지역의 성향과 소비자들의 유형이 상이하기 때문이다. 이런 지역 특성들이 결국 그곳에 위치한 시장의 발전과 기능에 실질적인 영향을 미치게 된다.

비교적 경제적으로 여유가 있는 지역에서는 재래시장을, 물건을 구입하는 곳으로서의 일차적인 목적보다는 오히려 산책을 즐기는 장소로 여기는 사람들이 많다고 한다. 이런 현상은 장이 서는 날의 날씨가 어떤가에 따라 분명해지는데, 날씨가 좋지 않으면 눈에 띄게 재래시장에 오는 사람들이 줄기 때문이다. 반면, 서민들이 많이 사는 지역에서는 사람들이 꾸준하게 시장에서 장을 보고 있는 편이다.

월.

9) "Etat des lieux des marches forains en Ile-de-France", Note Rapide sur l.economie, n° 79, I.A.U.R.I.F., 2000년 6월.

일반적으로 고정적인 고객들을 확보하고 있는 시장을 무엇보다 싼 가격에 물건을 구입하고자 하는 소비자들이 많은 시장과 대조시키고 있다. 첫 번째 유형의 소비자가 많은 시장에서는 신규 행상들이 좀처럼 비는 자리를 구하기 어렵고, 두 번째 유형의 시장에서는 상점들끼리 경쟁이 치열하기 때문에 상인들이 이런 분위기에 재빨리 적응하지 않으면 경영에 실패할 가능성이 높다고 한다.

4) 재래시장의 매력

① 소비자의 입장에서 본 재래시장의 장점

고객들의 유형을 보면 그들이 재래시장에서 기대한 것들, 즉 재래시장만이 갖는 장점들이 무엇인지를 파악할 수 있다. 시장을 활성화시키기 위한 여러 가지 행정적이고 재정적인 노력들에 앞서, 시장이 이미 갖고 있는 기본적인 장점들을 더욱 촉진시키는 것 역시 결과적으로 시장의 발전을 위해 필요한 과제가 될 것이다.

☞ **가격과 신선도**: 이 두 요소는 재래시장에서 살 수 있는 상품들, 특히 과일과 야채류의 가장 큰 매력이다. 사실 다른 유통 구조에 비해 이것이 재래시장의 특수성을 대표하는 요소일 것이다. 비식료품에 비하여 식료품을 취급하는 상인과 수공업자들의 비율, 그리고 식료품의 판매 실적이 월등히 높다는 사실은 재래시장에서 가격과 신선도에 대한 중요성을 드러내는 지표가 된다.

☞ **흥겨운 분위기**: 소비자들 전체가 얘기하는 또 다른 재래시장의 매력은 그곳에서 인간적인 교감을 형성할 수 있다는 것이다. 일견 추상적인 요소라 생각할 수 있지만, 실제로 재래시장의 상당수 고객들이 활기 넘치는 축제 분위기를 즐기기 위해 시장을 찾는다는 사실을 생각하면, 결과적으로 많은 소비자를 유인하는 가장 중요한 요소라 할 수 있다.

가끔씩 새롭고 신기한 물건들을 발견할 수도 있고, 그 동안 소식을 몰랐던 이웃들과 잠시 수다를 떨 수도 있고, 입담 좋은 상인들의 조언을 들으면서 물건을 고르는 재미를 느낄 수 있는 곳이 있다면 그곳이 재래시장이다. 시장에 간다는 것은 복잡하고 삭막한 도시 생활에서 잊고 살았던 구수한 시골 토양, 그것만이 줄 수 있는 독특함, 그리고 시골 사투리와 다시 연결하고 싶어하는 욕구이다.

☞ **위치**: 동네에 있는 가게들처럼 자신이 사는 집 혹은 직장 근처라는

지리적 잇점 역시 무시할 수 없다. 보통 재래시장은 그 발생 기원에서도 알 수 있지만, 지하철 역 근처처럼 접근하기 편리한 곳에 위치해 있다.

☞ **상품의 선택**: 다른 대형 매장에 비해 특히 식료품의 경우 선택의 폭이 훨씬 넓은 편이다. 생활 습관의 변화로 인해 갈수록 금방 요리해서 먹을 수 있도록 준비해놓은 음식들을 파는 시장들이 늘고 있는데, 다양하고 먹음직스럽게 준비해놓은 식품들이 재래시장에 확실히 많은 편이다.

☞ **가격**: 과일, 야채의 가격대는 할인하는 경우를 제외하면 대형 매장보다 저렴하게 구입할 수 있다.

② 상인들의 입장에서 본 재래시장의 장점

IAURIF가 재래시장의 상인들을 대상으로 조사한 바에 의하면[10], 재래시장에서의 상업 활동이 주는 긍정적인 면들은 다음과 같다.

☞ 고객과의 직접적인 접촉 (27%)

☞ 상품의 질 보장 (26%)

☞ 수익성 (21%)

☞ 가격의 안정 (14%)

상인들 입장에서 고객과의 관계는 가장 중요한 요소로 나타나는데, 사실상 많은 상인들은 소비자와의 우호적이고 인간적인 관계에서 일의 즐거움을 얻고 있으며, 또 그것을 적절하게 좋은 수익을 내는데 이용할 줄 알아야 한다고 주장한다. 소비자와 상인 사이에 직접적인 관계 형성은 소비자에게도 물건을 사면서 즐거움을 느낄 수 있는 계기일 뿐 아니라, 상인에게도 상품의 판매를 촉진시키고 꾸준한 고객층을 확보할 수 있도록 허락하는 중요한 요인으로 작용한다.

(2) 재래시장의 관리

산업과 상업의 영역에 속하는 공공 서비스로서 재래시장의 관리는 지

10) "Les marches forains d'Ile de France", Contrat d'objectifts Etat-IAURIF, 2000년 5월.

역 단체가 직접 경영할 수도 있고 공공 서비스의 양도 계약 형식으로 사설 관리인에게 위임할 수도 있다. 후자를 '대표 관리(gestion deleguee)'라고 하는데, 이 대표 관리는 다시 3가지 유형으로 분류된다.

프랑스에서 계약에 의한 임명 형식 가운데, 현재 대표 관리의 가장 유력한 형식은 공공 서비스의 '양도(concession)', 즉 관의 인가 방식이다. 하지만, 1994년까지만 해도 프랑스 전역에 걸쳐 80%의 재래시장들이 관의 직접 관리 형태로 운영되었기 때문에 인가를 통해 재래시장의 관리를 시청이 직접 관리하지 않고 제 3자에게 양도하는 것은 비교적 최근에 생겨난 방식이라 할 수 있다.

일드프랑스에서도 사정은 마찬가지인데, 부록의 표 1에서 확인할 수 있는 것처럼 55% 가량의 재래시장들이 양도(concession)의 형태로 관리되고 있고, 23%가 직접 관리, 나머지 21%가 임대(affermage)되어 운영된다.[11]

재래시장은 원칙적으로 시의 책임에 속하는 산업과 상업의 성격을 가진 공공 서비스에 해당하다. 그래서 그것이 어떤 형식으로 관리되느냐에 상관없이, 특히 재래시장의 내부 규칙과 자릿세를 정하는데 있어 지역 단체가 결정적인 역할을 하고 있다.

1) 관리 유형

① 관의 직접 관리

관이 재래시장을 운영하는 형태는 다시 직접 관리, 독립 채산 보조금을 받는 관리, 그리고 법인과 독립 채산 보조금 지원을 받는 관리의 세 가지 형태로 나뉜다. 직접 관리를 제외한 나머지 두 관리 형태는 지역단체 직업총람(CGCT)의 조항 R.2221-1에서 조항 R.2221-97의 규정을 따른다.

관의 경영은 상인들에 대한 서비스 이용과 자리 배치의 조건들을 결정하는 내부 규정을 갖고 있다. 'placier'라고 불리는 전대인이 시장(市長)의 감독 하에 재래시장의 자릿세를 징수하고 재래시장의 자리를 배당한다.

② 대표 관리

11) Etude l'AURIF, 2000년 5월, p. 47/ Commerce non sedentaire pour un environnement juridique plus sur, p. 25. 부록 표 1 참조.

대표 관리란 기초자치단체가 재래시장 운영과 이용을 맡아서 담당할 주체를 자유롭게 선택하는 방식을 말한다. 지역 단체가 재래시장을 대표 관리 시스템으로 운영하려면 1993년 1월 29일 <Sapin 법>에 근거하여 수임자를 선택할 때 의무적으로 입찰을 거쳐야 한다.

◆ 관의 인가-공공 서비스의 양도(concession)

기초자치단체는 한 회사와 계약을 맺어 그 회사에게 시장의 관리를 위임할 수 있다. '양수인(concessionnaire)'이라 불리는 사람, 즉 관의 허가를 받은 자는 구조물 시장을 건설하는 일을 맡고 그 시장의 개발을 시행하기 위해 필요한 설치들을 실현하게 된다. 아울러 이렇게 실현된 재래시장의 운영과 설비 시설의 관리를 양수인이 담당한다. 재래 새장의 상인들은 양수인에게 부과금을 지불하는데, 이것이 양수인의 수입원이 된다. 모든 시장의 관리는 양수인이 전적으로 책임을 진다.

◆ 임대 관리 (affermage)

'Fermier'라고 불리는 사람, 즉 임차인은 이미 모든 설비 시설이 갖춰진 재래시장의 개발을 담당한다. 즉 임차인은 양수인과는 달리 기초자치단체에 의해서 이미 재래시장의 형태와 설비 등이 실현된 상태에서 그 시장을 맡아 관리하는 것이다. 임차인은 재래시장의 운영과 설비의 보존과 유지를 책임진다. 만약 큰 공사가 있는 경우에는 그 공사가 완성될 때까지 모든 일을 책임지지만 공사에 대한 비용은 공공 단체에게 돌아간다. 임차인의 수입은 양수인과 같이 행상인에게서 징수하는 부과금으로 발생한다.

◆ 관리인회 (gerance)

'Gerant', 즉 관리인은, 앞의 두 가지 계약에 의한 관리 형태와는 달리, 기초자치단체의 재정적인 책임 아래 재래시장을 운영한다. 따라서 양수인과 임차인이 시장의 경영과 관리에 관한 모든 책임을 지는 반면 이 관리인은 그렇지 않다. 관리인은 모든 장비와 설비들을 무상으로 사용하게 되고 상인들로부터 자릿세를 징수하며 도급으로 보수를 받는다.

참고로 일드프랑스의 경우, 대표 관리 시스템은 부록의 표 1에서 다시 확인할 수 있는 것처럼 매우 집중된 현상을 보이고 있다. 왜냐하면 8개의 대표 관리사가 일드프랑스의 재래시장들 가운데 95%를 서로 분배해서 관리하고 있으며, 그 대행사들 가운데 2개사(LOMBARD & GUERIN과 GERAUD)가 절반 이상의 시장들을 관리하고 있기 때문이다.[12)]

12) 부록 표 1번 참조

대행사들 가운데 LOMBARD & GUERIN의 경우를 좀더 자세히 알아보면, 이 회사는 4명의 위원으로 구성된 대표 위원회와 관리부서를 갖고 있는 인적 회사다. 총 45명의 전대인과 함께 200여명의 개발 인력들이 일드프랑스를 중심으로 한 150개 이상의 구조물 시장과 노천 시장을 관리하고 그 행정에 관한 업무를 담당한다.

주요 업무 내용

◆ 시장 상황을 조사하고 분석한다.

◆ 상인들을 모집하고 이들에게 자리를 배정하며, 시의회에서 가결한 자릿세를 징수한다.

◆ 재래시장에 필요한 모든 장비와 설치 서비스를 제공한다.

- 도로법에 부합하는 운반 차량과 트레일러
- 조립 가능한 천막 골조와 천막, 방수 포장, 덮개
- 위생 규정에 맞는 냉장 냉동고

◆ 폐장 직후 시장의 청소를 담당한다.

◆ 시장의 활성화를 위해 상인들과 연합하여 자체 경비로 효과적인 프로그램들을 개발한다. 재래시장 중심에 골동품이나 중고품 코너를 만들거나 시식회를 연다거나 특정한 주제를 가진 행사들을 개최해서 시장의 활기를 조성하고 고객들의 관심을 모은다. 이런 행사들은 시장 자신이 갖고 있는 고유한 특성과 역사에 부합하도록 조직되기 때문에 시장의 정체성을 형성하는 데 도움이 된다.

2) 시장 유형에 따른 관리 내용

이것은 관에 의한 직접 경영이든 관과 계약을 맺어 재래시장의 관리를 위임한 대표 관리에 의한 것이든, 재래시장의 운영과 관리를 맡은 주체와 상인들이 각각 담당해야 될 관리의 내용을 다룬 것이다. 기본적으로 각 자치단체가 정한 재래시장 내부 규정과 1995년 5월 9일 법령-"소비자에게 직접 판매되는 식료품의 위생 규칙"을 근거하고 있다[13].

① 노천 시장(Marche de plein vent)

◆ 공동체 관리

시청 혹은 계약에 의해 성립된 대표 관리자, 즉 '수임자(delegataire)'가

13) 재래시장 내부 규정과 1995년 5월 9일 법령-소비자에게 직접 판매되는 식료품의 위생 규칙에 대한 자세한 내용은 제 3절에서 다룰 것이다.

관리 주체가 되어 담당하는 부분을 공동체 관리라고 한다. 이들이 맡아서 처리하는 관리의 내용은 차후 더 자세히 다룰 예정이지만 기본적으로 재래시장의 관련 법규정을 근거로 하고 있다.

- 시장의 위치와 자리 배치에 관한 사항

재래시장의 새로운 위치를 선택할 경우에는, 큰 도로가 근접한 곳처럼 주변에 오염 요소가 많은 장소나 바람이 심하게 부는 지역을 피하고 재래시장의 바닥 공사에는 청소가 용이한 자재를 선택해서 사용한다.

Brest의 노천 시장

식료품을 취급하는 모든 상인(정육점, 돼지고기 전문 가게, 반찬 가게, 치즈 가게, 제과점, 생선 가게 등)을 집결하여, 이들이 수도와 전기 시설이 공급되는 가장 가까운 곳에 위치하도록 자리를 배정한다.

- 수도 시설

재래시장에 공급되는 물에 관해서는, 식수 가능해야 하고 온수와 냉수로 분리돼야 한다. 각 상인과 수도 시설 사이의 최대 거리는 25m로 하고, 하나의 수도 시설에 할당된 상인의 최대 수는 8명으로 정한다. 한편, 각 수도 시설마다 충분한 수도량이 있는지 확인한다. 쾌적한 수도 시설을 마련하기 위해서, 각 상인들이 수도 시설까지 움직여야 되는 동선과 시간, 그리고 접근의 용이성이 어떠한가와, 한 수도 시설을 얼마나 많은 상인들이 사용하는가를 미리 고려한다. 상인들이 접근하기 쉽도록 하기 위해서, 한 수도 시설에 여러 개의 수도꼭지를 연결해서 설치할 수 있다. 수도 시설은 여러 개의 유연한 호스가 연결될 수 있도록 설계돼야 한다. 또한 장이 서는 날 상인들만이 사용할 수 있도록 한다. 공공 시설의 사적인 사용을 막기 위해 수도 공급을 차단할 수 있는 장치를 사용하는 것을 권장한다. 사용된 물은 진열장들 사이에 오염의 원인이 되지 않도록 특별히 유의해서 처리한다.

- 전기 시설

위생 규정이 정한 보관 온도를 상인들이 지키도록 하기 위해서, 충분한 전력과 충분한 수의 전기 공급 시설을 갖추어야 한다. 이 전기 시설이

안전 상태에 있도록 수시로 점검한다.

만약 전기 시설을 새로 설치해야 되는 경우라면, 시장 관리자는 상인들의 개인적인 조명 장치를 위한 전력 공급으로도 이 시설이 사용될 수 있도록 고려하고 조명 장치가 안전 사고의 위험의 여지가 없는지 점검한다.

예를 들어, 상인 한 명이 차지하는 4m 길이의 시장 자리를 위해서는, 만약 그 상인이 취급하는 상품이 냉장고를 필요로 하는 종류라면, 4kW의 전력을 예상해야 한다. 공급 전압의 종류에 따라서 기술자들로 하여금 필요한 전력의 양을 계산하도록 한다. 시장 관리자는 재래시장에 설치돼있는 전선이 추락의 위험이 없는지 점검한다.

차량의 접근을 위해서는, 상인들로 하여금 자신의 차량을 주차시키고 필요한 경우 전원을 연결시킬 수 있도록 전기 시설이 갖춰진 위치를 고려해야 한다. 이 경우, 상인들의 차량이 쉽게 진열장에 물건을 공급할 수 있도록 진열장에 가능하면 가장 가까운 위치를 선택한다.

노천 시장에서 전기 시설과 같은 공공 설비가 사적인 목적으로 사용되는 것을 막기 위해서 전기 차단 장치를 고려하도록 한다.

- 화장실

화장실은 기본적으로 상인들 전용으로 설치되는데, 뚜껑이 달린 변기와 세면대, 그리고 액체 비누와 화장지, 휴지통을 구비해야 한다. 장이 설 때 항상 사용 가능하도록 개방하고 늘 청결 상태가 유지되도록 관리하며 상인들에게는 무료로 제공한다.

화장실이 없는 재래시장의 경우, 지역 단체는 다른 공공 기관(시청, 학교)의 화장실을 개방해서 이용할 수 있도록 조치를 취한다. 이때 지역 단체가 화장실에 필요한 모든 시설과 청결 유지를 담당한다.

- 오물 처리와 청소

장이 끝나자마자, 시 혹은 대표 관리 수임자는 장에서 나온 모든 오물들을 처리해야 한다. 미처 치우지 못한 오물들은, 처리될 때까지 가능하면 햇빛을 피한 곳에서 뚜껑이 달리 쓰레기통에 임시로 분리해놓아 유해한 곤충이나 동물들이 접근하지 못하도록 한다. 청소는 비식용수로 한다.

- 기타 설비

악천후와 주위 환경으로부터 기인할 수도 있는 오염으로부터 식료품을 보호하기 위한 설비를 갖출 필요가 있는데, 상점 위에 치는 차양은 항상 완벽한 상태를 유지하고, 될 수 있으면 밝은 색상으로 해서 특히 여름철에 천막 밑의 기온이 올라가는 것을 방지할 수 있게 한다.

천막의 안쪽이 바깥쪽 부분에 있는 오염으로 더러워지는 것을 막기 위해서 천막을 말기 전에 한번 둘로 접어서 말도록 하고, 항상 청결한 상태를 유지하도록 주의한다. 시장 관리자는 상인들로 하여금 한 달에 한 번씩 차양 청소를 해주도록 지시한다.

◆ 개인적인 관리

시와 수임자가 행하는 재래시장의 관리 외에 상인들 각자가 담당해야 될 개인적인 관리가 있다. 공동체 관리자 즉 시와 수임자는 필요한 경우 상인들이 따라야될 위생 방침 가이드를 마련해서 상인들이 참조할 수 있도록 한다.

기본적으로 상인들은 판매 상품, 특히 식료품의 운반, 저장, 제조 시 위생 규정들을 준수해야 한다. 따라서 상인들은 위생상의 위험 사고들을 방지하기 위해 규정이 정해놓은 장비와 설비들을 갖춰야 한다.

만약 상점의 진열장에 수도 시설이 미치지 않는다면, 상인들은 수통을 구비해놓고 있어야 한다. 여기에 액체 비누, 화장지를 필수적으로 갖추고 있어야 하며, 필요한 경우 손톱의 오물을 닦아내는 솔도 준비하도록 한다.

청소의 경우, 상인은 최소한 큰 두통의 물을 갖고서 한통은 솔로 세척제를 사용해서 닦아내는데 나머지 한통은 헹구는데 사용하도록 한다. 만약, 진열대까지 수도관이 미치지 않는 경우, 상인은 한 개 이상의 호스를 사용해서 수도장에 연결해 자신의 진열대를 청소한다. 상인들 전체가 진열장이 오염되지 않도록 주의하면서 상점의 설비 시설과 자재 도구들을 청소하도록 한다.

상품 진열장의 마감재로 식료품과의 접촉에 적당한 재료를, 즉 미끄럽고 썩지 않으며 청소와 살균이 용이한 재료를 선택해야 한다. 아울러 식료품을 적당한 온도에서 보호할 수 있고 유지할 수 있어야 한다.

소비자에게 직접 전달되는 식료품 위생에 관한 ‘1995년 5월 9일 법령’이 진열대와 진열창의 최소 높이에 대한 제한을 두지 않았다는 점을 상기한다면, 소비자나 주변 환경으로부터 예상되는 오염의 가능성을 고려해야 한다.

주변 환경으로부터의 식료품 보호를 위해서는, 공동체 관리자가 아직 천막과 같은 보호 장치를 준비하지 않은 상태거나 혹은 기존의 보호 장치가 상점의 모든 자리를 다 보호할 수 없는 상태라면 악천후와 주위 환경으로부터 기인할 수 있는 오염으로부터 식료품을 보호하기 위한 장비를 갖춰야 한다. 바람이 심하게 불 경우에는 측면 보호대를 설치하고 항상 청결한 상태를 유지하도록 관리한다.

한편, 소비자들은 진열대에 놓여진 상품들을 마음대로 다루는 것이 금지돼 있다. 만약 상인이 소비자가 상품을 만지도록 방관하고 있다가 문제가 발생할 경우 그것은 상인의 책임으로 돌아간다.

식료품들 사이 오염이 번지는 것을 막기 위해서 상인은 종류가 서로 다른 상품들을 따로 분류해 놓도록 한다.

규정이 정해놓은 온도로 상품을 보관하기 위해서는, 냉장 설비가 갖춰진 진열장이나 상품을 차가운 상태에서 보관할 수 있는 다른 방법(얼음 이용)을 이용하거나, 가능한 한 오랫동안 상품을 냉동차에 두고 필요할 때마다 진열장에 넣는다거나 외부의 모든 가능한 열기(조명, 햇빛...)로부터 상품을 보호하는 방법들을 권고한다. 따라서, 사용되는 조명 시스템이 안전에 적합하며 상품을 덥게 하지 않는지 확인하도록 한다.

② 구조물 시장(실내 시장)

Belfort 구조물 시장 내부

구조물 시장의 공동체 관리자는 노천 시장과 같이 시나 수임자가 관리 주체이며 관리 내용 역시 노천 시장과 대동 소이하다.

약간의 차이가 있는 것을 지적하면, 시장이 건물 안에 위치하기 때문에 바닥뿐 아니라 벽 역시 청소가 용이한 마감재를 사용하고, 수도 시설의 경우 특별히 정육점과 상품의 기본 내용이 고기류, 생선류와 연관된 경우 개별적으로 한 개의 수도꼭지를 사용할 수 있도록 준비해 준다.

화장실은 상인 10명당 한 개꼴로 배치하고 장이 끝나면 공동체 관리자가 청소를 담당하는데, 뚜껑이 달린 통 안에 쌓아둔 오물들을 신속하게 비우고 정기적으로 닦아줘야 하며, 폐쇄된 특정 지점에 이 통들을 배치시켜 놓는다. 이 지점 역시 청결 상

태가 유지되도록 규칙적으로 청소를 한다. 장이 끝나고 공동체 관리자가 전체적인 청소를 담당하는데, 이때 세척제를 사용해서 기름기를 제거하도록 한다.

공동체 관리자가 진열장 설비를 책임지는 경우에는, 노천 시장과 마찬가지로 식료품 접촉에 이상이 없는 매끄럽고 고른 자재와 썩지 않고 청소와 살균이 편리한 자재로 마감을 한 진열장을 선택하고, 식료품 보호와 온도 유지에 문제가 없는 설비를 고른다.

2. 재래시장의 상인

(1) 행상인의 정의

재래시장에서 상행위를 하는 주체는, 공유지 또는 대부분 지역 사회에 소속된 특정 장소에서 물건을 파는 '행상인(commercant non sedentaire)'이다. 따라서 행상인은 우리가 흔히 알고 있는 재래시장 외에도 행정적으로 분류해 놓은 여러 범주들을 포함하는 장소에서 상업 활동을 하는 사람 모두를 가리키는 포괄적인 용어이다.

관련 행정기관은 행상인을 다시 'commercant ambulant'과 'forain'으로 구분하기도 한다. commercant ambulant이 되기 위해서는 최소한 6개월 이상 고정된 거주지의 소유주이거나 임대인이어야 한다. 자연인의 경우 자기 소유의 가구를 갖추고 있는 거주지여야 한다는 조건이 있다. 다시 말해 한 곳에서의 거주 기간이 6개월을 초과한다고 해도 가구가 갖춰진 호텔이나 차량주택과 같은 경우는 포함되지 않는다. 법인의 경우에는 회사가 6개월 이상 고정된 곳에 계속 주재하고 있어야 한다. 반면, 고정된 거주지가 없는 사람인 경우에는 forain으로서 행상을 할 수 있다.

commercant ambulant과 forain 사이에는, 상업 허가증의 유효 기간과 그것을 취득하는 데 제출하는 서류가 약간 다르다는 점 외에, 상업 활동을 하는 데 있어 별다른 차이가 없다.

한편, 재래시장의 상인은 '가입 상인(abonne)'과 '비가입 상인(volant)'으로도 구분된다. 이 둘 사이의 차이는, 전자가 한 시장에 고정된 상점 자리를 점유하고 장사를 하는 반면, 후자는 시장에서 자리가 비는 경우 일시적으로 그 자리에서 장사를 한다는 점이다.

이렇게 재래시장의 상인에 대해서 여러 가지 명칭들이 존재하긴 하지만, 모두가 한 곳에 정착하지 않고 '이동을 하는 상인'이란 의미를 지니고 있다. 재래시장의 상인을 이렇게 부르는 이유는, 자신의 가게를 소유하거나 임대해서 '고정된' 장소에서 장사를 하는 상인(commercant sedentaire)과는 달리, 이들은 그 날 판매할 물건을 풀고 같은날 장이 끝나면 다시 물건을 꾸리는 식으로, 보통 한 장소를 벗어나 이동을 하면서 장사를 하기 때문이다.

프랑스의 재래시장에서 일하는 상인들의 경우에는 전통적인 수공업 활동과 연계되는 경우가 많은데, 이런 종류의 상업에는 행상을 하고자하는 사람은 최소한의 자격 조건을 만족시켜야 한다. 보통, 제과점, 전통 아이스크림 가게, 생선 가게, 반찬 가게, 푸주간 등이 그러한데, CAP(직업 자격증)이나 BEP(중학교육 전기 수료증) 혹은 그에 상응하는 자격증을 갖고 있어야 한다. 만약 그렇지 못하다면, 그 직업에 연관된 곳에서 독립된 직업이나 봉급자로서 3년 동안 일한 경험을 증명해야만 한다.[14)]

그밖에 재래시장에서 행상을 하기 위해 일반적으로 충족해야 될 조건으로는, 성인이어야 하며, '경영 금지' 대상이 아니어야 하며, 중대한 형벌의 대상(3개월 이상 징역)이 아니어야 하며, 상업 활동을 할 수 없는 직종(즉 공무원이나 국가 대행 기관원)에 속하지 않아야 된다는 것 등이 있다.

재래시장의 상인들은 'Rungis MIN'이 포함되어있는 국익 시장인 MIN(Marches d'interet national), 농부, 그리고 (식료품) 도매상인들이나 파리에 있는 'Sentier 시장'(의복류)으로부터 판매할 물건들을 공급받고 있다. 특히 Rungis M1IN은 232 헥타의 면적을 자랑하는 세계에서 가장 규모가 큰 공급 시장이다. 이 곳의 상품들이 1 800만 유럽인들(1 200만 프랑스인들 포함)에게 공급되고 있고, 그 곳에서 11 840명의 사람들이 일을 하고 있으며, 22 000명에 달하는 구매자와 고정 가입자들을 갖고 있다. 2000년 총 수익은 60억 5천2백1십만 유로였다.

(2) 행상인이 되기 위한 절차

재래시장에서 상행위를 할 수 있는 자격을 얻기 위한 절차는 파리와 파리를 제외한 지역간에, 상인이 장사를 하기 위해 그가 소속된 지역을 떠나

14) 상업과 수공업 발전에 관한 1999년 7월 5일 법(Raffarin 법), 1998년 4월 2일 시행령.

느냐 아니냐에 따라, 그리고 상인의 형태가 commercant ambulant인지 forain인지에 따라서 차이가 있다.[15]

1) 파리 외곽 지역과 지방의 경우

① 기본 절차

- ◆ 재래시장에서 판매를 할 수 있는 자리가 있는지 여부를 확인하기 위해 그 지역의 전대인과 시청에 문의
- ◆ 사업체를 만들고 도청에서 필요한 절차를 밟기 이전에 신규사업체에 대한 가능한 재정 지원이 있는지 문의
- ◆ 도청에 (상점)설치 신고: 1달 유효한 임시증명서(attestation provisoire) 발급
- ◆ 상업회사명부(RCS)나 직업총람(RM)에 사업자 등록을 위해 CFE(Centre de formalite des entreprises)에 등록
- ◆ 특정한 상품의 판매에 필요한 허가를 얻기 위한 절차
- ◆ 사업자 등록과 K bis[16] 획득 (CFE에 서류를 제출한 후 2일에서 10일 후).
- ◆ 최종 직업증(행상 허가증)을 발급 받기 위해, 도청에 K bis를 갖고서 새로운 절차를 밟음

② 예비 신고(declaration prealable)

자신의 거주지가 속해 있는 기초자치단체를 벗어나 행상을 하기 위해서는 먼저 상인의 거주지(회사의 경우 본사)가 속해있는 도청에 예비 신고를 거쳐야만 한다. 재래시장의 자리를 획득한다고 확신하거나 혹은 선택한 자리에서 상업 활동 허가를 확보한 이후에 이 절차를 밟도록 한다.

이 예비 신고 절차는 다음과 같은 경우는 포함하지 않는다.

---

15) 국적에 관해서는, 프랑스인일 경우 아무런 문제가 되지 않으며, 외국인일 경우라도 '외국 상인증'과 프랑스 체류증을 갖고 프랑스에 5년 이상 정기적으로 거주했다는 증명서와 6개월 이상 고정된 거주지를 갖고 있다는 증명서를 제출하면 된다. 단 외국인의 경우에는 프랑스인에게만 한정되어 있는 특정 영역을 선택할 자격이 없다. 물론, 유럽 연합에 속한 나라나 프랑스와 협정을 맺은 나라의 국적 소지자들은 1997년 12월 31일 조항 97-1332에 의거하여 프랑스인과 동일한 권한이 주어지며 동일한 조건으로 행상을 할 자격이 있다.

16) 어떤 지역에서는 K bis 발급이 다른 지역보다 훨씬 빠른 경우도 있다. 앞으로 신규 사업자 등록을 위한 절차가 인터넷을 통해 이루어질 예정이다.

☞ 상인의 활동이 행상(ambulant이나 forain)으로 간주되지 않을 때,

☞ 파리에서 행상 활동을 하는 상인들,

☞ 자신이 직접 생산한 상품을 판매하는 농부나 어부,

개인 사업체를 만들고자 하는 commercant ambulant의 경우는 신분증과 거주 증명서를 제출한다. 회사의 경우는, 법률상의 절차, 본사의 목표와 장소를 나타내는 정관, 법적 대표의 신분증, 거주 증명서, 출생, 국적 증명서를 제출한다.

예비 신고를 마치면 도청은 commercant ambulant에게는 '임시증명서'(attestation provisoire)를 forain에게는 '순환 임시증명서'(attestation provisoire de circulation)를 발급하게 된다. 이 임시증명서는 30일만 유효하기 때문에 지체없이 CFE에 등록해서 'K bis 증명서', 즉 CEF에 등록했다는 증명서를 획득해야 한다. 그런 다음 다시 도청에 가서 최종 직업증을 발급 받는다. 만약 30일이 경과하면 최종 직업증을 받을 수도 임시증명서를 갱신할 수도 없게 된다.

③ 상업회사명부(RCS)나 직업총람(RM)에 등록

임시증명서를 지참하고 CFE[17]에 가서 상공회의소(상업회사명부)나 직업회의소(직업총람)에의 등록을 요청한다.

개인 사업체를 만들기 위해 들어가는 행정적 비용은 상공회의소의 상업회사명부 등록 번호를 받는데 44 유로, 40시간 관리 교육에 190 유로(자격증이 있는 사람을 제외하고 수공업과 관련된 상인의 경우 의무적이다.), 직업회의소의 직업총람에 등록하는데 105 유로 정도가 소요된다.

④ 최종 직업증 획득

최종 직업증은 commercant ambulant을 위해서는 일명 '3면 카드

17)) CFE는 사업자 등록을 요청하기 위해 필요한 모든 서류를 제출하는 곳이다. CFE는 이렇게 모아진 서류들을 다시 다른 기관들에게 전달하여 신규 사업체의 형성을 알리게 된다. CFE에 제출하는 서류는 출생 증명서나 국적 증명서, 형사처벌을 받지 않았다는 사실을 증명하는 신고서, 혼인 증명서, 도청에서 발급한 행상 임시 허가증 사본 등이다. 이 서류들을 접수하고 난 후 CFE는 신규 사업자 등록 임시허가증을 발급한다. 동시에 CFE는 가족 보조금, 의료 보조금, 은퇴 보조금을 지급하는 여러 사회 복지처에 의무적인 가입을 실시하고 세무서에 이를 보고하게 된다.

'(carte trois volets)라고 불리는 행상허가증(carte permettant l'exercice d'activite non sedentaire)과 forain의 경우에는 특별순환증(livret special circulation)을 말한다.

최종 직업증은 오직 임시증명서를 발급 받고 나서, 그리고 CFE에 상인의 사업자 등록이 완결되고 나서 요청할 수 있다. 최종 직업증은 도청이 발급한다.

이렇게 최종 직업증을 발급 받은 후 상인은 재래시장에서 상행위를 시작할 수 있게 된다.

⑤ 직업증의 갱신

2년 기한이 끝나면 다시 도청에서 직업증의 유효신청을 해야한다. 만약 주거주지나 직업, 행상 활동, 혹은 법적 대표의 내용이 변경될 경우 새로운 직업증을 신청해야 한다. 아울러, 직업증이 최종 만기(행상허가증은 10년, 특별순환증은 5년)일을 넘기면 역시 다시 새로운 직업증을 발급 받아야 된다.

Commercant ambulant과 forain의 차이는 결국 그들이 얻는 직업증이 각각 행상허가증과 특별순환증이라는 점, 그리고 각 직업증의 유효 기간이 다르다는 점과 직업증을 발급 받기 위해 제출하는 서류가 조금씩 차이가 난다는 것이다. 그리고 forain의 경우 보증금조로 150 유로의 돈(만약 차량을 이용한 장사일 경우 보증금 액수가 올라간다.)을 지불해야 한다. 이 돈은, 만약 forain이 지불면제나 직업세, 수입세 혹은 소득세의 면세 대상임을 증명하면 환불된다.

한편, 1969년 1월 3일 693법의 조항 1과 1985년 10월 1일의 공문에 의거하면, 도청에 임시증명서와 최종 직업증을 취득하기 위해 신고하는 절차는 오직 행상 행위가, 상인이 거주하는 지역을 벗어난 곳에서 이루어질 경우에만 요구되는 것이다. 다시 말하면, 만약 상인이 자신의 거주지 안에 위치한 시장에서 장사를 원한다면 원칙적으로 행상허가증이 없어도 가능하다는 것이다. 하지만, 시청이 종종 신규 사업자들로 하여금 도청이나 군청에서 카드 발급을 종용하고 있는데, 특히 파리 외곽지역이 그러하다. 어쨌든 이 행상허가증은 무료로 발급되기 때문에 만약 이 직업증을 갖고 있다면 보다 유연하게 지역을 옮기면서 장사를 할 수 있기 때문에 될 수 있으면 직업증을 만들도록 권고하고 있다.

2) 파리의 경우

절차는 파리 외곽지역이나 지방과 동일하다. 다만 '파리시장증' (Carte des marches parisiens)을 추가로 취득해야 한다. 이 증을 만들기 위해서는 신청인의 신상 정보와 함께 출생 증명서, 거주 증명서, 국적, 판매할 상품 목록, 호적 등본 등 필요한 서류를 제출해야 한다.

기본 절차

- ☞ 파리의 재래시장에 소속된 전대인 혹은 대표 관리사의 양수인과 접촉
- ☞ 신규 사업체에 가능한 재정 지원 의뢰
- ☞ 신청인의 거주지가 속한 도청에서 필요한 절차를 밟음
- ☞ CFE에 서류 공탁 및 등록
- ☞ 특정한 상품 판매에 필요한 허가를 얻기 위한 절차를 밟음
- ☞ K bis 증명서 획득
- ☞ 도청에서 최종 증명서 획득
- ☞ 직업증 발급을 위해 파리 지역 재래시장 사무소(Bureau des Marches de Quartiers de Paris)에 필요한 절차를 밟음(노천 시장의 경우)
- ☞ 직업증 발급을 위해 GIE에서 필요한 절차를 밟음(구조물 시장인 경우)
- ☞ '파리시장증' 획득

파리에 거주하는 상인이 파리에서 장사를 하고자 할 경우 원칙적으로 도청에 신고 절차를 거칠 필요가 없다. 하지만 현실적으로 파리의 재래시장에 남아있는 자리들이 거의 없고 대기자들이 많기 때문에 파리 경찰국(prefecture de la police de Paris)에서 행상허가증을 발급 받는 것이 유리하다.

3) 특수한 경우

① 가게를 소유한 고정 상인(commercants sedentaires)

행상과는 달리 자신의 가게를 소유한 고정 상인 역시 행상들과 마찬가지로 재래시장에서 장사를 할 수 있다. 만약 상인의 사업체가 있는 기초자치단체에서 열리는 재래시장의 자리를 얻고자 할 경우에는 상인 등록 K bis 초본만 있으면 되지만, 다른 지역의 재래시장에서 장사를 하고자 할 경우에는 행상의 경우처럼 똑같은 절차를 거쳐야 한다.

② 비가입 상인(volant)

재래시장에 '가입(abonne)'하지 않고서도 자리를 배당 받아서 장사를 하는 것이 가능한데, 흔히 'commercants journalier', 혹은 'volant'이라고 불리는 비가입 상인들이 그에 해당한다.

비가입 상인은 가입 상인이 휴가 중이거나 여러 이유로 장사를 하지 않는 동안 시장에서 빈자리가 생길 때마다 임시로 그 자리에서 판매를 할 수 있다. 또는 가입된 상인들의 고정된 자리 주변에 자리를 설치하고 장사를 하는 경우도 있다. 비가입 상인으로서 장사를 하기 위해서는 장이 서는 그날 그날 전대인에게 비는 자리가 있는지 문의하고 자리를 신청해야 한다.

전대인은 지역에 따라 정해진 방식(제비 뽑기, 선착순, 참여도, 또는 판매 행위 유형, 그리고 전대인에게 주는 팁...이것은 일반적으로 금지되어 있지만 관례적으로 행해지고 있다)에 따라 비가입 상인에게 자리를 제공한다. 보통 자리를 얻는 일이 쉽지 않기 때문에 비가입 상인들은 장이 서기 전 새벽부터 필요한 장비와 팔 물건들을 챙겨서 시장에 가 전대인이 자리를 배정해주길 기다려야 한다.

한편, 파리에서는 식료품 판매가 오직 가입자의 고정된 자리에서만 허가되고, 비가입 상인에게는 금지되어 있다.

재래시장의 상인들은 대부분 고정된 자리에서 장사를 하는 가입 상인들이 대부분이고 비가입 상인들은 많지 않다. 하지만 비가입 상인들이 많으면 많을수록 시 입장에서는 유리하다고 할 수 있는데, 그 이유는 시장에서 비는 자리를 이들이 메울 수 있다는 점과 함께 가입된 상인들이 이미 지불한 자릿세에다 비가입 상인들로부터도 자릿세를 거둬들일 수 있어 이중으로 수익을 올릴 수 있기 때문이다. 다시 말해, 가입된 상인들이 결석하게 될 경우, 그 이유가 어떻든 간에 이미 지불한 자릿세에 대해서는 환불이 되지 않는다는 것이다.

4) 자리 배정과 자릿세

① 자리 배정

지역에 따라서 약간씩 차이가 있지만, 파리와 일드프랑스를 비롯한 대도시의 경우 재래시장에서 고정된 자리를 배정 받는 일은 결코 쉽지 않다. 그만큼 신청자들의 숫자에 비해 시장에 남아있는 자리들이 많지 않기 때문이다. 따라서 길게는 몇 년이나 기다려야 되는 경우도 간혹 있다.

시장에 자리를 배정 받는 절차는 파리를 비롯한 각 지역마다 제출하는 서류와 절차상에 약간의 차이가 있다. 자리 배정에 대한 자세한 사항은 제 3 절의 '재래시장의 규정'에서 다룰 것이다. 다만, 자리를 신청하기 위해서는 그 재래시장의 관리를 담당하는 곳, 즉 관의 직접 관리로 운영되는 재래시장이라면 전대인을 통해 시장(市長)에게, 그리고 대표 관리로 운영되는 재래시장이라면 관리 유형에 따라 양수인(concessionnaire)이나 임차인(fermier), 관리인(gerant) 혹은 상인들 자신에 의해 운영되는 GIE에 의뢰한다.

② 자릿세 책정

공유지의 배타적인 점유는 자릿세의 징수를 야기시킨다. 시의회는 의결을 거쳐 자릿세의 액수를 정하게 되는데, 따라서 이 권한을 시장(市長)에게 위임하는 경우는 비정규적이다. "자릿세에 대한 제도는 입찰 규정서(요강)나 관련 전문가 조직들의 의견을 접수한 후 시당국에 의해 세워진 규정의 조치들에 부합하여 결정된다."(지역 단체의 직업총람 조항 L.2224-18) 그러므로 이 조항은 시의회가 임의로 자릿세 액수를 정하지 못하도록 하고 있다. 한편, 시의 규정이나 입찰 규정서를 세우거나 변경하기 위해서도 관련 전문가 조직들의 의견을 거쳐야 한다.

공인된 기준들 : 자릿세를 책정하기 위해서 시의회는 일반적으로 다음과 같은 기준들을 따를 수 있다.

- ☞ 상인에 의해 점유된 재래시장 안의 면적
- ☞ 판매되는 상품의 가치
- ☞ 과세 대상이 되는 사업체의 규모
- ☞ 시장의 형태, 즉 노천 시장인지 구조물 시장인지에 대한 차이

☞ 판매 액수의 비율

여기서 어떤 기준들은 문제를 야기할 수도 있는데, 왜냐하면 시의회가 그 기준들을 적용시키고자 할 경우, 충분하고 정확한 상인 자신의 재정 상태에 관한 정보를 갖고 있어야 하기 때문이다. 이 때문에 대부분의 시의회는 상인이 차지하는 자리의 면적에 따라 기준을 정하고 있다.

평등의 원칙에 가장 잘 입각하는 방식은 기준이 되는 가격을 정해두고 상점 자리가 차지하는 면적이나 상점 자리의 정면 길이에 따라 변하는 가격표를 만드는 것이다. 이런 책정 방식은 따라서 상업의 종류가 어떤 것인지 상품 진열 방법이 어떠한지 상품의 종류가 어떤 것인지에 관계없이 일괄적으로 정해진다. 한 상인이 차지하는 상점 자리는 보통 직경 8-12 미터 혹은 25 미터 단위로 구분된다. 자릿세는 지역과 시장의 종류에 따라 차이가 있다.

자릿세는 그 자리를 점유한 상인이 가입 상인인지 비가입 상인인지에 따라 하루, 한달, 4분기 혹은 일년 단위로 지불될 수 있다. 고정된 자리에서 장사를 하는 가입 상인의 경우 한달, 4분기, 일년 단위로 자릿세를 낸다. 반면, 자리가 나는 상태에 따라서 장사를 하게되는 비가입 상인은 하루 단위로 자릿세를 납부한다. 비가입 상인은 자릿세 외에도 전대인에게 비공식적으로 팁을 따로 내고 있다. 통상 5-10유로 안팎 정도를 주고 있지만, 경우에 따라 몫이 좋은 자리를 얻기 위해서는 그보다 훨씬 많은 돈을 '은밀하게' 건네주기도 한다.

확실히 이런 의미에서 'placier', 즉 말 그대로 시장의 자리를 나눠주는 전대인은 상인들, 특히 비가입 상인들의 입장에서 직접적인 영향력을 행사할 수밖에 없다. 재래시장의 '우두머리'로 통하는 전대인의 역할은 이렇게 현장에서 시장의 자리를 배정해주고, 시의 공무원 자격으로서 혹은 사설 회사의 고용인으로서 상인들로부터 자릿세를 회수하는 것을 주요 업무로 하고 있다. 그 외에도 분쟁이 생겼을 때나 시장에서 발생하는 기타 문제들을 중재하는 역할도 담당한다. 약 30여명으로 구성된 재래시장의 경우 년 평균 전대인은 10만 유로 정도의 수입을 얻게 되는데 그 가운데 4 600유로 까지를 시에 돌려준다고 한다. 거의 대부분의 전대인들과 대표 관리자들은 상인들과 현금으로만 거래하고 있고 그 외에 상인들이 주는 팁을 받는 것이다.

③ 예외적 권리금

재래시장의 상인을 비롯한 행상직은 법적으로 양도 불가능하다. 따라서 개인적으로 다른 사람에게 행상을 할 수 있는 권한을 무상이라 할지라도 물려주거나 빌려준다거나 임대할 수 없다.

하지만 어떤 시장의 경우 노천이 아닌 시장 건물 내부에서 매일 장이 열리는 식으로 상설화되면서 상인들 자신들에 의해 관리되고 있는 시장들이 있다. 이런 운영 형태를 차후 자세히 살펴볼 테지만, 이 경우는 어떤 의미에서 사립화된 것이라 할 수 있다. 따라서 새로 들어올 상인이 그 자리에서 장사를 하던 이전 상인에게 주는 일종의 권리금(droit d'entree)이 관례적으로 허용되고 있다. 권리금은 소위 장사 목이 좋은가 그렇지 않은가, 그 곳을 찾는 단골손님, 좋은 평판 등 비가시적인 가치를 포함하여 진열장과 같은 물리적인 자재와 장비에 대한 가치 모두를 고려해 액수가 정해진다. 따라서 보통 1 000유로에서 75 000유로 혹은 그 이상까지 경우에 따라 달라진다. 이 권리금은 상인을 위해서 어떤 보장도, 그 자리에 대한 소유주로서의 자격도, 철회 가능성도 주지 못한다.

(3) 행상의 법적 구조

프랑스에서는 행상이 크게 두 가지의 법률상 구조로 존재한다. 개인 사업의 형태와 회사의 형태가 그것이다. 원칙적으로, 행상은 이 두 가지 형태 가운데 어느 방식으로든 가능하다.

하지만 관례상 개인 사업체를 만드는 것이 선호되고 있는데, 특히 파리의 경우가 그러하다. 왜냐하면, 시장을 관리하는 책임자의 입장에서 볼 때, 행상인이 전적으로 모든 책임을 지게 되는 사업주의 형태가 훨씬 안심이 되고, 사업의 투명성이 보장되기 때문이다. 평균 1,5명의 사람들로 구성된 소규모 사업체가 대부분이며, 재래시장의 상인들 절대 다수가 법률상 구조로서 개인 사업의 형태를 취하고 있다.

	개인 사업	회사	전체
재래시장에서 식료품 상업	2 318	251	2 569
재래시장에서 비식료품 상업	5 902	263	6 165

법적 구조에 따른 행상 사업체의 설립 (2002년 기준) 자료) INSEE

1) 개인 사업

① 운영과 책임

개인 사업의 형태로 행상이 운영될 경우, 사업주는 자신의 사업을 운영할 수 있는 모든 권한을 소유하고, 단독으로 모든 결정을 내릴 수 있다. 또한 사업주는 자신의 운영 실태를 보고하거나 연간 수익을 공개하지 않아도 된다.

개인 사업체는 고유한 법인격을 갖지 않으며, 사업체의 자산은 곧 사업주의 것에 해당한다. 사업주는 자신의 재산 모두에 대한 부채에 전적으로 책임이 있다. 따라서 부부 재산제의 선택을 어떻게 하느냐가 매우 중요한데, 만일의 경우를 위해 사업주의 부인 혹은 남편과 재산을 분리하는 제도를 채택할 것을 권장하고 있다.

② 재정 투입

얼마의 돈을 사업에 투입하느냐는 사업의 규모에 따른 투자액과 필요한 기본 장비들과 설비 시설에 따라 달라질 것이다. 개인 사업은 따라서 적은 재정으로도 사업을 시작할 수 있는 경우와 차후 예상되는 사업의 확장에도 많은 재정이 필요하지 않을 경우에 적합하다.

◆ 세무 제도

사업체 자체는 과세 대상이 아니다.

반면, 개인 사업주는 자연인의 소득세 명목으로 과세 대상이 된다.

◆ 사회 보장 제도

재래시장의 상인은 비봉급 생활자의 범주에 포함되어 3개의 기금(노후보험, 건강 보험, 가족 수당)에 의무적으로 갹출해야한다. 한편, 노후보험, 상여-생명 보험, 은퇴 보험 같은 보충적인 사회 보장 제도에 갹출할 수도 있다.

개인 사업주가 직업 활동을 중단할 경우에는 실직 수당을 받을 수 없다.(다만 단체 실직 보험에 가입한 경우는 예외로 한다. 하지만 이 갹출 금액이 너무 비싸기 때문에 별다른 이득이 없다고 한다.)

◆ 사업의 승계

개인 사업체는 특별한 상업의 자본 양도 방식에 따르고 있다. 다시 말해, 사업주는 자신이 소유하던 자재들을 제외하고는 전혀 양도의 권리

가 없는데, 왜냐하면 행상이 이루어지는 공유지는 행정 재산으로서 양도가 불가능하기 때문이다.

2) 회사의 형태

비록, 재래시장을 관리하는 행정 기관이 일반적으로 개인 사업의 구조만을 받아들이고 있긴 하지만, 유한책임회사나 유한 일인 회사의 형태로 조직되는 재래시장 상업들이 존재하기도 한다. 이들 가운데 새로 만들어진 사업체는 거의 드물고, 대신 이미 오래 전부터 시장에 자리를 잡고 장사를 해오던 상인들이 대부분인데, 이들의 사업이 성장함에 따라 개인 사업으로서의 법률 구조를 회사의 형태로 전환시켰기 때문이다.

(4) 세무 제도

상인에 대한 세제는 예상되는 총매상고에 따라 적용된다. 하지만 상인 자신이 다른 세제를 선택할 수 있도 있다. 그가 선택할 수 있는 세제는 '단일 실제도'(regime reel simplifie)나 '일반 세제'(regime normal), 그리고 '미시 사업 세제'로 나뉜다.

세제와 관련하여, 모든 상인은 의무적으로 장부를 정리하고 최소한 10년 동안 보관해야 한다. 장부의 종류는 상인이 어떤 세제를 선택하느냐에 따라 달라진다.

- ☞ 일기 장부(livre journal) : 자산에 관계되는 모든 움직임을 일기 장부에 기록해야 한다. 따라서 하루 단위로 계산서와 금전등록기에 들고 나는 모든 내용을 시간순으로 기록한다.
- ☞ 원부(grand livre) : 일기 장부에 기록된 내용을 회계표에 따라서 다시 정리하고 팔린 것의 전체에 대한 비례 평가를 한다.
- ☞ 대차대조표(livre d'inventaire) : '단일 실제도'나 '일반 세제'로 과세 적용을 받는 상인들은 의무적으로 일기 장부, 원부, 대차대조표를 모두 작성해야 하지만, 미시 사업 세제 적용을 받는 자는 원부는 작성할 필요가 없다.

1) 사업 소득세

사업으로 인해 발생하는 소득에 대한 과세는 크게 개인 사업에 과해지는 소득세와 회사에 과해지는 조세로 나뉜다. 재래시장의 상인들에게 있어 후자의 경우는 드물기 때문에 여기서는 간략하게 짚고 넘어 갈 것이다.

① 개인 사업 소득세의 원칙

직업 소득이라고 부르는 개인 사업의 소득은 산업과 상업 소득(BIC)의 범주에 속하는 자연인의 소득세(IRPP) 명목으로 부과된다. 세무에 관한 한, 사업 소득과 사업주의 보수 사이에 어떠한 차이도 두지 않는다.

산업과 상업 소득은 크게 다음과 같은 두 가지 방식으로 결정된다.

- ☞ 세무 관청에 의한 도급 방식 : 세무 관청은 신고된 총매상고에 경비의 전형적인 세금 공제를 적용한다.(총매상고 70%의 세금 공제와 함께 미시 사업 세제 적용)
- ☞ 사업주 자신에 의해 과세 대상인 자신의 소득을 결정한다. 이때 사업주는 단일 실제도나 또는 드물게 일반제도를 선택하게 된다. 후자는 사업체의 상품 판매 총매상고가 년간 763 000 유로(세금이 포함되지 않은 액수)를 초과할 경우에 해당된다.

개인 사업의 소득세는 사업에 재투자된 부분을 포함한 전체 수익에 적용된다. 그 해 과한 세금 징수액은 과세 가능한 소득으로 다시 포함된다. 따라서 수입에 대한 자연인의 소득세(IRPP)에 대한 점진적인 과세율은, 사업에 재투자된 부분을 포함한 소득 전체에 적용된다. 과세율은 징세의 근원과 징세 대상의 가족 상황에 따라 변하게 된다.

신규 사업체를 위해서 사업체가 소득세 면세 조건을 충족시킬 경우에는, 이 면세는 소득 전체에 해당된다.

승인 관리소(centres de gestion agrees)에 가입하면 상인은 세금 공제 혜택을 볼 수 있다. 승인된 관리소란, 사업체의 경영과 세무에 관한 기술적인 원조와 함께 상인들이 효율적인 회계(부) 사용을 할 수 있도록 도와주는 곳이다. 단일 실제도에 의해 과세 적용을 받고 있는 상인들은 이곳에 가입하여 여러 가지 세제 혜택을 받을 수 있다. 즉, 상인의 과세 가능한 소득이 113 900유로가 넘지 않는다면 소득의 20%까지 공제 받을 수 있다. 또한 년 915유로를 넘지 않고 과세액을 넘지 않은 범위에서 회계 관리에 드는 비용에 대하여 세금 감면도 가능하다.

◆ 단순 실제도(regime reel simplifie)

- 총매상고가 세금을 공제하고 76 300유로에서 763 000유로(상품 판매액)
- 정확한 회계(comptablite)를 기초로 경감된 세무 신고
- 구입에 대해 발생하는 부가가치세 회수 가능
- 모든 세금을 포함한 판매 계산서
- 간소한 부가가치세 신고(3달에 한번씩)
- 징세 대상인 직업 소득은 총매상고에서 실제로 들어간 경비를 제하고 측정
- 승인 관리소에 가입 가능

◆ 미시 사업 세제

- 최대 총매상고가 76 300유로일 경우(상품 판매액)
- 매우 간단한 회계
- 부가가치세 비대상
- 판매 계산서는 세금 공제하고 작성
- 구입에 대해 발생하는 부가가치세 회수 불가능
- 징세 대상인 소득은 도급 형식, 즉 년간 총매상고의 30%로 계산된다.(세무당국은 지출 경비를 위해 총매상고의 70%에 해당하는 세금 공제를 한다.)

이 세제는 원칙적으로 총매상고가 낮은 사업을 대상으로 적용된다.(상품 판매액이 년간 76 300유로 이하) 따라서 행상의 경우 특별히 이용되고 있는데 다른 세금 제도에 비해 여러 가지 장점들을 갖는다. 그 가운데, 특히 사업 결과에 대한 대차대조표나 계정을 제출할 필요가 없고 단순히 부기장만을 제출하면 된다. 게다가 부가가치세가 적용되지 않으므로 기본 면세 혜택을 받게 된다.

그러므로, 총매상고가 낮은 사업체에 유리하다. 하지만 상인이 지출한 경비가 세무 당국에 의해 계산된 도급 액수를 초과하거나, 상인이 구입한 설비나 차량에 대한 부가가치세가 클 경우에는 유리하지 않으므로 간소화된 실세제를 선택하는 편이 좋다.

② 회사에 적용되는 세제 원칙

이 세제는 사업 소득과 회사 대표의 보수 사이에 차별을 두고 적용된다. 회사 대표의 보수를 제한 순이익이 이익의 양이 얼마이든 상관없이 고정된 비율로 과세된다. 회사 대표는 개인적으로 자신의 보수와 그가 받은 배당금에 대해 소득세의 명목으로 납세한다.

아울러, 회사는 년 도급세(IFA)를 물어야 한다. 년 도급세는 소득세를 내야되는 모든 회사에 부과된다. 총매상고가 76 000유로에서 150 000유로 사이인 경우 750유로를 납세하고, 총매상고가 150 000유로(포함)에서 300 000유로 사이인 경우 1 125유로를 납세한다.

2) 기타

① 부가가치세

부가가치세는 소비에 대한 간접 세금이다. 사업체는 부가가치세를 자신의 고객에게 부과하고 이것을 이재국(Tresor public)에 돌려주게 된다. 부가가치세의 세율은 식료품, 음료수에 대하여 5,5%를, 다른 상품들과 주류에 19,6%를 적용한다.

② 직업세

직업세는 지역 단체의 비용 출자에 부여되는 지역세에 해당한다. 이 세금은 직업 활동에서 사용된 차량의 임대 수입, 즉 차량이나 자재와 같이 작업 도구의 임대 수입을 근거로 한다. 세금을 부과하는 근거가 복잡하고 세율 역시 기초자치단체에 따라 다양하다. 비가입 상인과 같은 특정한 행상인의 경우 직업세는 면제된다.

3. 재래시장 관련 규정

(1) 상인들의 의무 사항

재래시장의 상인들은 다른 분야의 상인들과 마찬가지로 법이 정한 일반 의무 조항들을 준수해야 한다. 따라서 상인들은 자신들이 판매하는 상품에 혹은 서비스에 적용될 수 있는 특별 조항들과 시장(市長) 규정들을 숙지

하고 있어야만 한다. 일반적으로 상인들이 지켜야 될 사항은 크게 상품의 가격을 표기하고 티켓을 붙이는 방식, 가격 할인에 대한 통지, 송장 작성 등 가격에 관한 규칙과 소비자의 건강 보호, 즉 상품의 보존 기간 혹은 유독성, 위생과 안전 사고 규칙이다. 이에 관한 더 자세한 내용은 아래의 "소비자에게 직접 판매되는 식료품의 위생 규칙"과 "재래시장의 일반 규정에 대한 법령 제시"에서 구체적으로 다룰 것이다.

한편, 판매되는 상품에 따라 지켜야될 규칙들이 있는데, 예를 들어 프랑스의 재래시장에서는 음료수 테이크 아웃 판매가 제한되어 있는데, 예를 들어 파리의 재래시장은 완전히 금지하고 있다. 중고품 판매 역시 도청이나 군청에서 예비 신고를 해야 한다. 해당 관공서는 ROM(Registre des revendeurs d'objets mobiliers), 즉 집기류 재판매 명부에 등록했다는 임시 인수증을 발부한다. 그런 다음 이 인수증을 CFE에 제출해야 한다. 한편, 중고품 판매 상인은 감독 명부 혹은 장부를 정리해야 한다. 이 장부에 모든 물품의 출처, 즉 누구에게서 산 물건인지 그 이름과 직업과 거주지와 판매한 물건의 내용 역시 상세히 기록해야 한다. 이 의무는 은닉을 방지하기 위함이다.

하지만, 다른 어떤 상품들보다도 엄격한 규정의 대상이 되는 것은 역시 식료품이다. 식료품 판매에 관한 기본 법규정은 "식료품 위생에 관한 1993년 6월 14일의 유럽 93/94 강령"과 이것을 "소비자에게 직접 전달되는 식품의 위생에 대한 1995년 5월 9일 법령"에 따라 프랑스에 적용한 것이다. 이 유럽 강령은 시장(市長)의 책임 하에 있는 재래시장의 설비 시설과 상인들의 개인적인 설비 시설에 대해서도 언급하고 있다.

(2) 1995년 5월 9일 법령 : 소비자에게 직접 판매되는 식료품의 위생 규칙[18]

재래시장에서의 행상 활동은, 위생의 문제에 관해서 1995년 5월 9일 법령이 정해놓은 "소비자에게 직접 판매되는 식료품의 위생"에 관한 의무 규정들을 준수해야 한다. 다른 유통 경로에 적용되는 것과 유사한 조치들을 재래시장에도 부과하고 있는데, 준수해야 될 목표들을 정해 놓고 재래시장을

18) 자세한 규정 사항은 이미 제 1절 "재래시장의 유형에 따른 관리 내용"의 공동체 관리와 상인들이 담당하는 개인적 관리 부분이 이 법령에 따라 작성됐기 때문에 여기서는 생략한다.

관리하는 담당자들에게 필요한 방법들을 결정하도록 하고 있다.

이 법령은 크게 재래시장 자체의 설비 시설과 행상인들의 설비 시설들에 관한 규정들을 정해놓고 있는데, 전자의 경우 자치 단체의 책임 하에 있는 사항이고 후자는 행상인들 각자가 의무적으로 지켜야 될 사항이 된다.

특히 식료품을 취급하는 행상인들에 대하여 규정을 강화하고 있다. 첫째, 건강에 유해하거나 소비에 부적합하도록 만드는 식료품의 모든 오염과 변질을 방지한다. 둘째 서로 종류가 다른 상품들 사이에 전염이 이루어지지 않도록 조치를 취하고 이를 위해 상인들은 오염되지 않은 상품과 손상된 상품 사이의 오염 전이를 막기 위한 방법을 강구한다. 따라서 상품의 진열에 사용되는 진열장, 테이블 등의 재질과 그 유지 상태가 위생적이어야 한다. 셋째 식료품의 보관이 세균의 번식을 제한하는 온도에서 이루어지도록 해야 한다는 것이다. 따라서 상품 보관과 진열 온도를 법령으로 정해두고 이를 준수하도록 하고 있다. 냉장 진열장의 온도는 4도를 넘지 않아야 된다. 특히 어류는 2도에서 보관한다. 아울러 특정 식료품을 취급할 때 최소한 요구되는 전문적인 처리 기술을 위한 교육을 받아야 한다.

한편, 재래시장이 설비 면에서 갖춰야 될 사항들을 다루면서, 2000년 5월 15일까지 5년 간 법률 적용 예외 기간을 상정해 두었었다. 이 내용은 이 법령이 공포되던 날짜에 이미 존재하고 있었던 노천 시장에만 적용된다. 이렇게 예외 기간을 상정한 이유는 각 지역 단체들이 이 법령에 의해 규정된 위생 규칙들에 필요한 것들(수도, 전기, 화장실 등)을 상인들이 사용할 수 있도록 준비하도록 하는 동시에 상인들 입장에서는 자신들에게 필요한 자재들을 갖추도록 시간 여유를 주기 위함이었다. 하지만 유예 기간 동안에도 노천 시장에서의 행상들이 지켜야될 식료품 안전에 대한 사항은 반드시 준수하도록 했고, 이 날짜 이후 모든 재래시장들은 수도와 전기 시설을 의무적으로 갖추고 있어야 하며 이 설비들을 갖추지 못한 시장에서는 일정 온도를 유지해야 하는 식료품의 판매가 불가능하도록 했다.

(3) 재래시장의 규정

1) 시의회(Conseil municipal)의 권한

정치적이거나 경제적인 이유로, 혹은 주민들의 요청에 의해서 기초자치

단체가 재래시장을 창설하고자 할 때, 사전 조사를 바탕으로 창설 여부를 시의회가 결정할 수 있다. 이것은 상업과 수공업의 발전과 활성화에 관한 내용을 다룬 1996년 7월 5일 법 n°96-603의 조항 34에 근거한다. 이 조항은 지역단체의 직업총람 조항 L2214-18의 조치들을 보충한 것인데, “시의회의 재래시장의 창설과 이전 혹은 폐지에 관한 심의는 관련 전문가 조직들의 협의를 거친 후에 내려진다. 이때 전문가 조직들은 한 달 동안 충분한 자체 조사와 심의를 거쳐 자신의 의견을 제출하게 된다.”는 내용이다.[19]

시의회가 시장의 위치를 정할 때, 지역단체의 직업총람(CGCT) 조항 L.2224-20과 조항 L.2224-21 조치를 준수해야 한다. 이 조항들은 교통 순환이 활발히 이루어지는 도로로 규정된 국도 내에서는 어떠한 시장의 종류(견본 시장, 재래시장, 단순한 판매 시장)도 설립될 수 없다는 것과, 이 영역에 그 종류가 어떠한 것이든 이미 세워진 시장이 있을 경우 그것이 교통 순환에 상당한 지장을 초래한다면, 해당 자치 단체로 하여금 일년의 기간을 두어 그 사이 시장을 이전하거나 교통 순환을 방해하는 부분을 정해 그 부분에 해당하는 시장의 위치를 축소하도록 독촉한다는 내용이다.

2) 시장(市長)의 권한

기초자치단체의 수석 행정관인 시장(市長)은 지역치단체의 직업총람(CGCT)이 그에게 부여하는 특권 내에서 재래시장을 비롯한 구조물 시장, 견본 시장을 감독하게 된다. 따라서 시장(市長)은 시 규정을 근거로 전체적이고 개별적인 규칙들을 상인을 비롯하여 수공업자, 소비자, 재래시장과 공공로 근방의 거주자들에게 적용시킬 수 있다.

시장(市長)만이 이 영역에 관한 공식적인 자격을 가진 사람인데, 이 때문에 법령은 그에게 해석과 중재에 있어서 포괄적인 권한을 인정하여, 시장(市長)으로 하여금 재래시장을 최상으로 운영할 수 있고 그 상태를 유지할 수 있도록 규정들을 정의하는 데 있어 자유로운 해석의 가능성을 부여하고 있다. 다시 말해, 시장(市長)은 재래시장의 시 규칙을 제정할 수 있는데, 이 내부 규정은 특히 행상의 자리 배정에 관련된 규칙을 포함하여 재래시장의 관리에 관한 규칙들을 확립하는 것이다.[20] 이때 시장에 의해 세워진 규정은

19) 이와 관련하여, 참사원(Coseil d'Etat)은 기존 재래시장이 공사로 인하여 그 위치를 변경할 필요가 있는 경우 그것을 결정하는 권한은 시장(市長)에 있다는 판단을 내렸다.

20) 상인들은 이 규칙이 공포된 이후 그것에 반대할 수 있는데, 그 경우 내부 규칙이 발표된 후 2개월 내에 행정재판소에 권력 남용의 대상으로 상소를 해야 한다.

공공 질서와 재래시장의 원활한 조직, 그리고 공유지의 적절한 관리 유지를 무엇보다 준수해야만 한다. 이에 따른 시장(市長)의 결정은 따라서 충분한 집행력이 있게된다[21].

따라서 재래시장에 적용되는 규정들은 각 기초자치단체에 따라 조금씩 달라지게 된다. 하지만, 지역 단체들로 하여금 재래시장의 규정 적용이 원활히 되도록 하기 위해서 지역 당선자들과 상인들의 규정 권한과 의무 사항들을 명시한 "재래시장의 일반 규정을 담은 법령 제시"라는 제목의 문서가 '프랑스시장(市長)협회'(AMF)에 의해 2003년 7월 4일 공문서 형식으로 관련 기초자치단체들의 시장(市長)들에게 배포됐다. 이것은 파리 상공회의소(CCIP)의 요청에 의해 1982년 작성된 '법규-유형'과는 별도로 최근에 다시 만들어진 모델로서 이를 바탕으로 각 자치 단체가 자신들의 재래시장 내부 규정을 제정할 수 있다[22]. 따라서 다음에 다룬 법령 내용을 통해 현재 프랑스의 재래시장 관리에 적용되고 있는 일반적인 규정과 그것을 집행하는 시장(市長)의 자세한 권한을 알 수 있을 것이다.

3) 재래시장의 일반 규정에 관한 법령 제시

① 일반적 조항

◆ 재래시장의 성격과 그곳에서 행해지는 활동, 장소, 범위 : 시장은 재래시장 단위로 혹은 기초자치단체의 모든 재래시장을 위한 규정을 세울 수 있는 권한이 있다. 자치 단체의 자유로운 행정 원칙을 위해, 시장(市長)은 이 재래시장의 규정 모델을 기초자치단체의 특수성과 개별성을 고려해서 변형시킬 수 있다.

◆ 재래시장의 개폐 시간과 날짜 결정

◆ 자리 배정 : 재래시장은 공유지에 속하므로 그것을 점유하는 허가는 일시적이고 취소 가능하다. 동일한 이유로 상업 소유권에 대한 법적

---

21) 예를 들어 시장(市長)은 행상인의 활동을 기초자치단체의 한 구역에서 금지할 수 있다. 공유지의 사용자, 특히 관광객들은 휴양이나 산책에 지정된 공공 장소의 기본적인 사용의 권한이 우선되기 때문이다. 시장은 또한 행상이 점유할 수 있는 자리의 수를 제한하거나 고정시킬 수 있다.

22) 비록 시장(市長)이 이 모델을 토대로 자신의 자치 단체를 위한 재래시장 규정을 제정하고 그것이 적용되도록 할 권한 이 있지만, 행상 행위를 통제하고 규정하는 과정에서 상업의 자유에 대한 기본 원칙을 침해하지 말아야 한다. 따라서 시장(市長)은 지나치게 포괄적이고 절대적인 금지 사항을 규정할 수 없다. 시장(市長)이 정한 규정 제한들은 공공의 안전, 안녕, 그리고 보건 위생의 목적에 의해 정당화돼야한다. 따라서 행상 허가를 발급하는 조건은 불평등한 차별을 두지 말아야 하는데, 예를 들면 기초자치단체에 거주하는 상인 위주로 차등을 두지 않는다. 또한, 시장(市長)은 한 상인이 수 차례 자치 단체의 법령 조치들을 위반했다는 이유로 그 상인의 활동을 완전히 금지할 수는 없다.

권한이 적용될 수 없다. 따라서 자리 전체나 일부를 임대할 수도 양도할 수도 판매할 수도 없으며 어떠한 형태로든 교섭할 수 없다.

② 자리의 배정에 관한 사항

◆ 자리 배정에 관한 규칙은 시장(市長)에 의해, 공공의 질서와 공유지의 가장 원활한 점유를 위한 목적에 근거하여 정해진다.

◆ 일반적 조항에서 명시한 것처럼 재래시장의 성격을 유지하기 위해 상인이 자신이 받은 점유 허가 내용과는 다른 상업을 행할 수 없다. 즉 누구도 사전에 시장의 허가를 받지 않은 상태에서 자신의 상업 내용을 변경하지 못한다.

◆ 자리 배정은 재래시장의 필요와 이미 활동을 하고 있는 상인들의 출석 정도, 그리고 신청 등록 순서에 따라서 행해진다. 하지만, 시장(市長)은 재래시장에 없거나 부족하다고 판단되는 종류의 상업 활동을 하는 상인에게 우선권을 주고 자리를 배정할 수 있다.

◆ 자리는 가입상인 혹은 비가입 상인에게 배정될 수 있다. 가입 상인의 경우 한달 혹은 4분기 등 기간을 나누어 가입금(abonnement)을 지불하게 하고, 비가입 상인은 그날그날 가입금을 지불할 수 있다. 시장은 이 두 종류의 상인이 차지하는 자리의 수를 분배할 수 있다.

◆ 가입 : 가입은 가입 상인에게 지정된 자리의 제공을 발생시킨다. 시장은 재래시장의 원활한 운영을 위해 자리의 배정을 변경할 수 있다. 이에 관하여 가입 상인은 보상을 주장하거나 변경에 반대할 수 없다. 자신의 상업 활동을 그만 두고자 하는 모든 가입자는 시장(市長)에 의해 정해진 기한 안에 영수증과 함께 서면으로 그 사실을 미리 제출해야 한다. 어떤 사유로 가입 상인이 자리를 비우게 될 경우 재래시장의 다른 모든 상인들이 그 사실을 알 수 있도록 하기 위해 시장에 의해 정해진 기간 동안 그 내용을 공고한다. 자리 변경 요구는, 재래시장에 가입한지 얼마나 지났나 하는 기간과 변경 요구가 얼마나 오래 됐는지에 따라 고려된다. 가입은 오직 사업체 하나에게만 배정된다.

◆ 비가입 자리 배정 : 비가입 자리는 위에서 정해진 방식과 함께 가입 상인이 결석함으로 인해서 생기는 비는 자리에 의해서 구성된다. 가입 상인에 의해 지정되지 않은 모든 자리는 비는 자리로 간주되어 다른 상인에게 배정된다. 이 자리 배정은 일시적인 것으로 간주된다. 비어있는 자리는 신청 순서에 따라 혹은 제비뽑기 방식으로 배정된다. 자리 배정은 요구하는 서류를 증명하는 사람에게만 한정된다.

◆ 자리 배정 신청 : 가입 자리를 배정 받고자 하는 모든 사람은 시장(市長)에게 그것을 서면으로 요구한다. 이 요청 편지에는 의무적으로, 신청자의 이름과 출생일, 출생 장소, 주소, 정확한 상업 활동 내용, 경력 증명서, 원하는 재래시장(원하는 자리의 크기 등을 특징들을 명시해서) 등의 사항을 기입한다. 자리 배정 요청은 시청에 도착하는 순서에 따라 등록되며 년 초에 갱신해야만 한다.

◆ 자리 배정을 원하는 지원자들은 재래시장의 관리인 허가 없이 미리 자신의 자리를 설치할 수 없다.

◆ 제출 서류 : 재래시장은 가입 상인이건 비가입 상인이건 관계없이 자리 신청을 한 사람의 규정 준수를 확인 한 이후 재래시장에 자리가 허락하는 한에 있어 상인들에게 개방되도록 한다. 여러 유형의 상인들이 존재하는데,

- 고정된 거주지의 상인(commercant ambulant) : 유효한 행상허가증을 증명하거나 행상을 하는 새로운 신고자일 경우 유효한 임시증명서를 증명해야 한다. 자신의 거주지가 속해 있는 기초자치단체의 재래시장에서 행상활동을 하고자 하는 상인들은 행상허가증을 제출하지 않아도 된다.
- 고정된 거주지가 없는 상인(forain) : 이들은 상업회사명부나 직업총람에 등록 번호가 명시된 특별순환증을 제출해야 한다.
- 위에서 언급한 상인들의 고용인 : 고용인들은 고용주의 행상허가증이나 임시증명서 사본이나 특별순환증 사본과 3개월이 지나지 않은 자신의 월급 명세서를 제출한다.
- 농부들의 경우 자신이 농업 생산자라는 사실을 증명하는 세무처의 증명서를 어부들은 수산업청에 의해 발급된 등록증을 제출한다. 이 서류들은 재래시장의 관리인이나 행정 기관에 의해 실시되는 감독에 상관 없이 공무원들에 의해 요구될 때 제시돼야 한다.

◆ 상인은 재래시장에서 오직 한 자리만 배정 받을 수 있고 어떤 예외 규정도 허락되지 않는다.

◆ 자리를 배정 받은 사람은 자신이나 자신의 고용인 혹은 자신의 장비에 의해 생길 수 있는 신체적 피해와 장비에 입을 수 있는 피해를 위해서, 자신의 직업 활동과 자신이 점유한 자리, 자신의 직업적 책임 모두에 대한 보상을 받을 수 있는 보험에 가입하고 그 사실을 증명해야 한다.

③ 자리의 관리

◆ 자리 배정은 어떤 시점에서건 일반적인 이익을 위해 취소될 수가 있다. 자리 점유 허가의 취소는 시장(市長)에 의해 발생할 수 있는데, 특히 다음과 같은 경우에 그러하다.

- ☞ 문서에 의해 증명할 수 있는 정당한 목적을 제외하면, 시장(市長)이 정한 기간동안 자리 점유가 없을 경우 비록 자릿세가 지불된다할지라도 그 자리는 취소될 수 있다.
- ☞ 현 규정의 조치를 습관적으로 반복해서 위반할 경우, 이 위반 사항은 경고와, 경우에 따라서 위반 조서의 대상이 될 수도 있다.
- ☞ 안전과 공중 위생을 저해하는 행위

◆ 자리 허가를 받은 사람이 어떤 증명도 하지 않고 자리의 일부나 전체를 사용하지 않을 때는 보상이나 지불된 자릿세의 환불 없이 관리자가 비어있음을 확인한 후 취할 수 있다. 따라서 이 자리는 새로운 배정의 대상이 된다.

◆ 일반적인 이익을 목적으로, 재래시장의 일부 혹은 전체 변경이 관련 전문 조직들의 의견을 거쳐 시의회의 의사에 의해 결정될 경우, 자리의 폐지로 인하여 그 자리의 점유 허가를 갖고 있었던 사람이 지출했던 비용을 환불하지 않는다.[23)]

◆ 재래시장의 기능에 관련된 공사로 인하여, 상인들이 그들의 자리를 일시적으로 비워줘야 할 경우, 모든 가능한 조치를 취하여 그들에게 우선권을 줘서 다른 자리를 배정 받도록 한다.

◆ 자리는 허가를 받은 사람, 그 동업자 그리고 그 고용인에 의해서만 점유될 수 있다. 자리의 허가를 받은 사람은 항상 자신의 자리와 그와 함께 일하는 사람의 관리를 책임져야 한다.

◆ 어떤 경우에도, 자리의 허가를 받은 사람은 그 자리에 대한 소유자로서 스스로를 간주해서는 안 된다. 그는 자신의 자리 일부 혹은 전체를 다시 누군가에게 어떤 식으로든 임대하거나 무상으로 빌려주거나 팔거나 교섭할 수 없다. 또한 그 자리에 배정된 활동 이외의 어떤 활동도 할 수 없다. 하지만, 만약 상인이 시장(市長)에게 미리 알려서 시장(市長)으로부터 새로운 자리 배정을 허락 받는다는 조건하에서는 자신의 상업 활동 내용을 바꿀 수도 있다. 이 조치에 대한 모든 위반 행위는 처벌의 대상이 될 수도 있다. 자리 배정이 애초

23) 지역단체 직업총람 조항 L2224-18은 “시의회의 재래시장 창설, 이전, 폐지에 관한 결정은 관련 전문 기관들이 의견을 제출할 수 있도록 한 달 기한을 줘서 이들의 이견을 참고하여 결정한다”라고 명시하고 있다.

허가된 사람이 다른 사람에게 그 자리에 대한 사용을 넘겨주기 위한 모든 협상은 이미 그 자리에 부여된 허가를 취소되도록 만든다.

◆ 공유지의 모든 배타적인 점유는 시의회에 의해 결정된 자릿세를 발생시킨다. 자릿세의 금액은 지역단체의 직업총람(CGCT)에 의거하여 매년 관련 전문 기관들의 의견을 거쳐 시의회에 의해 정해진다.

◆ 자릿세를 제대로 납부하지 않거나 지불을 거절할 경우에는 기초자치단체에 의해 시행되는 기소와는 상관없이 재래시장에서 해당 상인을 퇴출 시킬 수 있다.

◆ 자릿세는 시장(市長)이 정한 사람에 의해 적용된 금액에 따라 징수된다. 자릿세 기준은 자리의 길이 m에 따라 정해지도록 권하고 있다. 실효중인 규정에 의거하여 정해진 자릿세의 영수증은, 날짜와 자리를 배정 받은 사람의 이름, 경우에 따라서는 대표 관리자의 이름, 자리 위치, 점유세, 그리고 전체 금액을 적어서 자리를 배정 받은 모든 사람들에게 나눠주도록 한다. 이 영수증은 관리인이 요구할 때는 언제나 관리인에게 제시할 수 있어야 한다.

④ 일반 단속

◆ 통행과 주차에 대한 규칙(시장(市長)이 결정한다)

◆ 재래시장에서는 음성 확대기나 오디오의 지나친 사용, 시장 통로에서 판매 행위, 물건을 팔기 위해 지나가는 사람들을 가로막는 행위는 금지된다. 통행로와 사용자들을 위해 지정된 통로는 항상 방해받지 않는 상태로 있어야 된다.

◆ 물건을 풀고 싸는 것에 대한 규칙(시장(市長)이 결정한다.)

◆ 재래시장의 사용자들은 항상 자신의 자리를 청결한 상태로 유지하고 있어야 한다. 그들의 주변에 항상 쓰레기나 찌꺼기가 없도록 한다. 이 사항이 지켜지지 않을 경우 위반자에게 처벌이 가해질 수 있다. 시장(市長)은 쓰레기와 휴지 그리고 다른 종류의 오염물을 모아서 처리하는 조건을 명시한다.

◆ 시장(市長)은 자신의 감독 권한하에서 공공 질서를 위반하는 모든 사람을 재래시장에서 방출할 수 있다.

◆ 재래시장에 자리를 잡은 상인들은 그들의 직업, 특히 건강과 위생, 소비자에게 정보 제공에 관한 법과 규정을 준수해야 한다.

◆ 규정의 위반은 법과 발효중인 규정에 의거하여 행정적인 조치와는 별도로 법정에 기소의 대상이 된다.

◆ 시장(市長)은 규정 조치들이 준수되도록 하는 책임이 있다. 규정에 대한 모든 위반 사항은 첫 번째 위반의 경우 독촉과 경고, 두 번째 위반의 경우 시장(市長)이 정한 기간 동안 자리에서 임시 방출, 세 번째 위반의 경우 재래시장에서 최종 방출이라는 순서에 의해 처벌된다.

◆ 위 규정은 시장이 정한 날짜로부터 발효된다.

◆ 재래시장의 관리 총감독, 헌병 대장이나 경찰서장, 자릿세 관리인 혹은 대표 관리자, 기초자치단체의 시경찰은 각자 이 규정을 적용시킬 임무가 있다.

⑤ 공유지 배정에 관한 추가 내용

◆ 공유지 점유의 허가에 대한 부여, 거부 또는 취소

재래시장의 질서를 유지하는 책임이 있는 시장(市長)은 공유지의 점유에 대한 허가 신청에 관하여, 자신의 재량으로 허가를 내줄 수 있고, 거부할 수도 있으며, 이미 내준 허가를 철회할 수도 있다. 재래시장의 상점 자리수가 제한되어 있기 때문에, 시장(市長)은 신청한 상인들 사이에서 자신이 선택을 결정하게 된다.

이 결정은 시장(市長)의 고유한 권한에 속한다. 다시 말해, 시의회나 다른 기타 기관과의 합의를 거치지 않아도 된다는 뜻이다. 하지만 시장이 필요하다고 판단하면 당연히 시의회나 다른 기관의 의견을 참조할 수도 있다.

◆ 재래시장의 자리 배정에 대한 법적 기준

비록 재래시장에서의 자리 배정에 대한 권한이 전적으로 시장에 있다 할지라도 시장(市長) 개인의 권력 남용을 방지하기 위해서, 참사원의 판례는 상인들 사이의 선택에 대해서 다음과 같이 어떤 것이 합법적인 기준인지를 정해놓고 있다.

- 지원자들이 처한 상황들을 보고, 그 가운데 다소간 경제적으로 형편이 어려운 상황에 대하여 참작할 수 있다.
- 소비자들의 상품 구입을 보다 원활히 하도록 하기 위해 도매 상인들보다는 소매 상인들에게 우선권을 줄 수 있다.
- 다양한 종류의 상업에 할당된 상점 자리들을 변경할 수 있다.
- 공유지를 가장 잘 활용할 수 있는 경우에 근거할 수 있다.

◆ 자리 배정 허가를 취소하는 경우 법적 근거들

- 상인이 재래시장의 규칙을 제시하고 있는 시법령에 따르지 않는 경우

- 상인이 자신의 직업에 대한 의무 사항들을 준수하고 있지 않는 경우

- 상인의 특성 자체가 본질적으로 공공 질서를 어지럽히거나 그 상인을 위해 강화된 감독에도 불구하고 질서 유지를 어렵게 만들 경우

- 재래시장이 이전되거나 재조직되야 할 경우

- 상점 자리에 대한 권리를 갖고 있는 상인이 시규정에 의해 정해진 최대한의 기간 이상 동안 자발적으로 자리를 비우는 경우와 시규정에 의해 명시된 합법적 이유 외에 자리를 비우는 경우

◆ 자리 배정의 거부와 취소를 할 수 없는 이유들

- 고정 상인만을 편파적으로 보호하기 위한 경우

- 상인의 거주 지역에 따른 자리 배정

- 권한 남용에 의한 허가나 거부

- 상인이 저지른 사소한 잘못이나 지역 자치 단체 내에서 상인이 갖는 사회적인 비난, 혹은 상인이 불화로 인해 시의회에 사과를 표명하지 않는 경우

- 상인에 대한 비난의 내용이 물리적으로 정확하기 않거나 법적 근거를 충족시키지 않는 경우

(4) 재래시장의 감독과 처벌

만약 상인이 재래시장과 자신의 상업 활동에 관련된 법과 규칙을 위반할 경우 경범죄로 시장(市長)이 발부한 자리 허가가 중지되거나 취소될 수 있다.

헌병대, 경찰서[24] 그리고 경쟁 소비 위조 금지 총괄 감독(DGCCRF), 수의국(Services veterinaires)[25], 산업 연구 지역국(DRIRE)[26], 세무서, 시

24) 시장이 서는 날 행상들만큼이나 일찍 하루 일과를 시작하는 사람들이 그 지역의 경찰들일 것이다. 보통 3-5명의 경찰들이 장이 서는 시간 내내 현장을 순찰한다. 이들은 시장이 들어서는 장소에 차량이 주차되는 것을 통제하고, 재래시장의 치안 유지를 책임지고, 관련 규칙들을 잘 준수하고 있는지 감시한다. 차량을 이용해 장사를 하는 상인들이 제대로 차량 정비를 받고 안전 규칙들을 지키고 있는지, 그리고 상품 운송 차량의 경우 규정 온도를 적절히 유지하고 있는지 확인한다. 복무중인 경찰 중 한 사람은 전대인이 상인들로부터 자릿세를 걷으러 시장을 돌 때 그를 보좌하게 된다.

청 같은 공권력은 수시로 행상인들이 규칙을 준수하고 관련된 법을 제대로 지키고 있는가에 대해 감시 감독하는 임무를 맡고 있다. 이 기관들은 행상인들을 감독하기 위해서 위생 안전 부서 직원들을 수시로 현장에 파견시킨다. 이들은 행상인들이 유효한 서류들을 잘 갖추고 있는지 그들의 설비가 규칙에 잘 따르고 있는지를 점검한다.

특히 경제 재무 산업부 산하의 DGCCRF는 소비자의 건강과 안전을 보호하기 위해 재래시장을 포함한 모든 유통 경로에서 무엇보다도 식료품에 관한 상품의 판매 상황을 감시하고 있다. 판매되는 식료품들의 신선도와 위생 상태를 점검하게 된다. 한편, 재래시장에서 판매되는 모든 상품들은 가격, 판매 조건, 내용 등을 명시해야 한다. DGCCRF는 상품에 명시된 내용과 상품 자체가 실제로 일치하고 있는지, 위조품이나 속여 파는 경우가 있는지를 확인한다.

재래시장에서 상인들이 지켜야 될 법규정과 규칙을 위반할 경우 일반적으로 다음과 같은 처벌을 받게 된다.

- ☞ 상업법 조항 L442-7은 “불법적인 상태로 국가나 지역 공동체 그리고 공공 기관이나 장소를 사용하면서 상품 판매를 하거나 서비스를 제공하는 것”을 금지하고 있다. 이 조치에 대한 위반은 1 500유로, 재범의 경우는 3 000유로에 해당하는 벌금형에 처해진다. 경찰이나 헌병뿐만 아니라 DGCCRF의 조사원 역시 이 위반 사항을 단속할 수 있다. 판매에 제공된 상품들이나 상품 판매 허가를 받은 물건들 또는 서비스의 제공이 한 달을 초과하지 않는 기간 동안 압류되거나 금지될 수 있다.
- ☞ 형법 조항 R. 664-3은 4급의 위반 즉, “허가 없이 혹은 정규적인 신고 없이 물건을 제공하고 판매하고 진열하는 행위, 혹은 공유지에서 그 지역의 치안에 관한 규정 조치들을 위반하면서 직업 활동을 하는 행위”에 대해 벌금형 처벌을 내린다. 이 위반을 행한 자는 “사용됐던 물건들 혹은 이 위반을 위해 사용하려 했던 물건”들의 압류라는 보충형을 받게 된다.
- ☞ 임시증명서(attestation provisoire)나 직업증이 해당 관청에 의해 요구되었을 때 이 증서들이 신고 절차를 거치지 않았거나, 유효 상태가 아닐 경우 1997년 12월 31일 법령 n°97-1332에 의거해 경

25) 특정한 동물성 식료품 종류가 판매되고 있는 차량을 위해 임시 허가를 발급하는 곳이다. 이 기관은 행상 중인 차량을 통제하기 위해 차후 개입할 수 있다. 즉, 상품이 관련 규정에 부합하고 있는지 상태를 조사하기 위해 일단 판매된 상품들을 채집하여 검사하게 된다.

26) 재래시장에서 사용되는 계량기가 정확한지 조사한다.

범죄 4급에 해당하는 벌금형 처벌을 받게 된다. 아울러 직업증을 소유하고 있다는 사실을 증명하지 못할 경우에도 457,35유로나 그 이상의 벌금형에 처해진다.

☞ 예비 신고를 하지 않았을 경우에도 750 유로 벌금형에 처해진다. (형범 131-13 조항)

☞ 세무서로부터 발급 받은 공탁 인수증을 갖고 있지 않았을 경우 300 유로의 벌금에 처해진다.

☞ 다른 보충적인 처벌이 여기에 첨가될 수도 있는데, 예를 들어 3년까지 운전면허를 정지시킨다거나 위반을 야기 시켰던 물건을 압류할 수도 있다.

제 2 . 파리의 재래시장

1. 파리 재래시장의 전개

(1) 파리 재래시장의 간추린 역사

말할 필요도 없이 파리의 시장은 파리라는 지역의 경제적 발전과 함께 정치권 행사가 증가하는 것과 밀접하게 연결되어 있다.

파리의 재래시장은 5세기까지 거슬러 올라가야 그 첫 번째 상업 활동의 흔적을 찾을 수 있다. 당시 '루테시아(Lutece)'(파리의 옛 이름)의 중심이었던 시떼 섬에 'Palu' 혹은 'Palud'라고도 불리었던 시장이 그 기원이 된다. 왕실의 허가를 받은 최초의 행상들이 Flandre, Loire, Champagne 또는 Bourgogne에서 일주일에 한 두 차례 파리에 올라와 각종 물건을 팔았다고 한다. 센느 강변을 중심으로 한 파리의 발전이 결국 곳곳에 작은 재래시장들이 생기도록 했다.

13세기에 파리 주민들은 'Champeaux'라고 하는 새로운 공급 중심에서 장을 보았는데, 이곳이 현재의 Chatelet 위치까지 확산됐다. 물론 당시에 팔던 상품들은 주로 수공품들이었지만, 14세기에 이르러서는 식료품 판매가 급성장 했다. 'Parvis Notre-Dame'과 그 주변 지역, 그리고 'la Foire' 같은 파리의 특정 지역은 돼지 비계, 동물 기름, 그리고 돼지고기처럼 특수한 상품이 거래되는 곳으로 유명해졌다. 그후 17세기에 유명한 'Poissonnerie' 거리가 그 이름처럼 어류를 거래하는 곳으로 발전했다.

시장의 규모가 커지면서 서서히 재래시장을 관리할 수 있는 규정들이 만들어지기 시작했다. 1665년에 3월에 "공급과 재래시장에 관한 감독 직업 총람"이 최초로 제정됐는데, 프랑스의 행상 영역에서 볼 때 역사적인 사건이라고 할 수 있다. 그리고 2세기 후 1872년에는 수로를 통한 자유로운 상품 유통이 형성됐다.

19세기 중후반에 파리에서 약 30여 개의 시장이 문을 열었다. 1860년 정확히 51개의 시장이 있었는데, 19세기와 20세기 초반, 특히 1차 세계대전 후 등장한 20여 개의 시장들과 함께, 오늘날 존재하는 대부분의 시장들이 생겼다고 한다.[27]

그 이후 파리 시내의 재래시장들은 발전과 개선을 거듭해왔고 시장 곳

27) "Quand les marches refont surface", Le Quotidien de Paris, 1994.

곳에서 상인들이 손님을 끌기 위해 외치는 흥겨운 소리와 갓 나온 야채와 과일의 신선하고 풋풋한 냄새가 끊이지 않고 계속되고 있다.

(2) 현재의 파리 재래시장

파리에서 행상직의 경제적이고 상업적인 성공을 뒷받침하는 여러 가지 요소들을 통해 볼 경우, 파리의 재래시장 성장을 진단할 수 있을 것이다. 예를 들어, 지난 일 세기 동안 파리의 시장 숫자가 두 배로 증가했고, 바이오 시장과 같은 새로운 형태의 시장이 출현했다. 현재에도 파리의 특정한 구에서는 재래시장을 새로 만들기 위한 움직임들이 있고, 많은 행상인들이 자신이 속한 지역에 새로운 시장을 세워줄 것을 요청하고 있다.

지난 2000년 10월, 7년이란 장기간의 공방 끝에 마침내 다시 문을 연 'Enfants Rouges' 시장과, 같은 해 4구의 Pont-Marie와 12구의 Bercy에 새로운 노천 시장의 설치와 2003년 6월부터 파리 1구에 문을 연 식료품 시장인 'Saint-Honore' 시장이 아마 파리 재래시장의 발전을 보여주는 좋은 예들이 될 것이다.

정확히 1615년 루이 13세 때 생겨난 파리 3구의 'Enfants Rouges' 시장은 파리에서 가장 오래된 구조물 시장이다. 몇 년간 폐쇄됐다가 최근 시설을 정비하여 다시 문을 열었다. 이곳은 CIVAM(Centres d'Initiatives et de mise en Valeur de l'Agriculture en Milieu rural) 소속 회원인 농부들이 제공하는 믿을만한 품질의 자연 식품들을 팔고 있는데, 상인들과 3구 구청간에 긴밀한 협조로 농부들이 참여하는 '지역산물의 주간(Semaine des produits regionaux)'을 비롯해 그 지역의 중학생들을 초대하여 특산물과 전통 음식의 맛과 농촌에서의 삶을 경험하도록 하는 특별 행사들을 주간하고 있다.

지난 2003년 6월 11일 파리 1구 St Honore 지역에 문을 연 'St. Honore' 시장 은 지역 주민들이 중심이 돼서 기존에 폐쇄됐던 시장이 다시 문을 열게됐다는 점에서 주목할 만하다. 이전에 존재했던 'St. Honore 구조물 시장'이 문을 닫은 이래, 이 지역의 작은 가게들이 차츰 문을 닫으면서 몇 년 동안 파리 1구의 서쪽 지역에 식료품 유통의 심각한 불균형 현상이 있었다고 한다. 파리 시내의 중심구인 1구 지역에 패션 상품점들이 잠식해 들어와서 그곳에 오래 전부터 정착해 있었던 작은 가게들, 특히 식료품점들

을 서서히 밀어냈기 때문이다.

파리의 Enfants Rouges 시장

이 화려한 패션 상점들 뒤편에 거주하는 주민들은, 결국 가장 기본적인 소비재인 식료품을 구입하는 데 많은 어려움이 있어왔다. 결국 'St Honore Village 연합'이 중심이 된 이 지역의 여러 시민 연합회들이 새로운 시장의 필요성을 제기한 것이다. 파리 시청이 벌인 10개월간의 사전 조사와 연구 이후, 지역 당선자들과 주민들, 그리고 상인들과의 협력 하에 상업과 수공업 담당 부시장 Lyne Cohen-Solal이 이 문제를 주제로 해서 개최된 구의회(Coseil d'arrondissement)에서 결국 식료품 시장의 창설을 공식적으로 발표하게 된 것이다.

이렇게 파리의 재래시장의 발전을 보여주는 몇몇 사례들은, 그렇다고 파리 시내에서 재래시장이 전혀 문제없이 진행되고 있다고 단정할 수 있는 근거는 못된다. 비록 일드프랑스나 다른 지역보다는 상대적으로 파리의 재래시장이 여러 면에서 유리한 위치에 있다는 것은 부정할 수는 없지만, 무엇보다 중대형 슈퍼마켓과의 경쟁에서 어려움을 겪고 있다. 이런 어려움은 소비자들의 불규칙적인 방문이, 특히 주중에 가시화 되고 있다는 점에서 확인할 수 있을 것이다. 전반적으로 파리의 재래시장을 찾는 소비자수가 예전에 비해 감소하고 있다. 반면, 고령자나 사회 활동을 하고 있지 않은 고객층은 증가했다. 이런 현상은 대부분의 식료품 취급 장들이 오전 중에 열린다는 점과 대도시를 사는 주민들의 생활 리듬으로 비춰볼 때 어쩌면 자연스러운 결과일 것이다.

이런 어려움에도 불구하고, 파리시내의 재래시장을 활성화시키고 발전시키고자 하는 의지들이 공권력을 중심으로 소비자(파리 주민들을 포함해서 관광객들까지), 그리고 고정 상인과 행상들 사이에 나타나고 있다. 최근 개

장한 Bercy, Baudoyer 그리고 Saint-Honore처럼 오후에 장이 서는 시장을 만든 것은 확실히 달라진 도시인의 생활 방식에 맞춰 시장을 정비하고자 한 파리시의 적절한 대응이라 할 수 있다.

동일한 문맥에서 한가지 짚고 넘어갈 필요가 있는데, 그것은 파리 상공회의소(CCIP)에 의해 2000년 3월 6일 마련된 '파리 상업 회의' 내내 재래시장에 대한 현안과 개선책들이 모색됐다는 것이다. 이런 조직이 형성됐다는 것 자체가 이미 행정 당국에서 파리의 재래시장 시스템에 대해 관심을 갖고 그 문제를 인식했다는 사실을 반영하고 있다. 그리고 단순히 문제 제기에 그치지 않고 그 해결 방안과 나아가 어떻게 하면 재래시장 경제를 촉진시키고 활성화시킬 수 있는 지에 대한 대안이 모색됐다. 다음 장에서 다룰 국내상업위원회의 대표가 제출한 보고서는 행상인들뿐만 아니라 무엇보다도 정책 입안자들 입장에서 취해야될 구체적인 방향을 제시하고 있다.

2. 시장의 유형

(1) 시장의 형태

관광 명소가 될 만큼 이제는 유명해진 벼룩 시장, 씨떼 섬의 꽃시장, 센느강 주변의 새시장에서 동네 곳곳에 위치한 먹거리 시장에 이르기까지 파리 시내에는 2004년 4월 현재 93개의 시장이 존재한다. 이 시장들을 일렬로 늘어서게 한다면 그 길이가 57 000 미터 이상에 해당하는 규모라고 한다. 7000개가 넘는 서로 다른 상점 자리들이 위치한 재래시장에서 5 500여명의 상인들이 새벽부터 부지런히 파리의 하루를 시작한다.

파리 씨떼 섬의 꽃시장

파리 시내에서 행상을 하거나 하지 않거나 관계없이, 파리의 상업회사명부(RCS)에 총 2 700여명의 직업인들이 등록돼있다. 실제 파리에서 행상직에 종사하고 있는 인원수와 생기는 차이는 상업회사명부 등록이 행상인들의 주거주지에서 이루어지기 때문이다. 다시 말해 파리 외 지역에 거주하지만 파리에서 장사를 하는 행상인들은 제외된

수치이다.

시장 수만큼 시장의 종류와 형태도 다양하다. 총 93개의 시장들이 파리 시내의 2구와 9구 만을 제외한 모든 구 곳곳에 자리 잡고 있다. 이 시장들 가운데 '전통 시장'(marches traditionnels) 이라 부를 수 있는 곳이 74개이고 그 중 63개가 식료품을 취급하는 노천 시장의 형태고 나머지 13개가 구조물 시장이다.

전통 시장을 제외한 18개 시장은 특수 시장(marchees specialises)에 해당한다. 특수 시장 역시 구조물과 노천의 형태로 구분되는데, 4개의 벼룩시장과 3개의 바이오 시장, 그리고 꽃시장 1개를 포함해 모두 8개의 시장이 노천 특별시장이라 할 수 있고 나머지는 구조물 시장으로 구분된다.

참고로 프랑스 전체를 놓고 볼 때 20% 정도가 구조물 시장의 형태고 나머지가 노천 시장으로 확실히 노천 시장이 많은 편이다. 이런 현상은 파리 시내도 마찬가지지만, 일드프랑스 지역은 다른 지역보다 구조물 시장을 많이 갖고 있다[28].

1) 구조물 시장 - 13개 (marches couverts)

흔히 'Halle'이라고 부르는 구조물 시장은 대개 파리의 우안(rive droite) 지역에 분포돼 있다. 파리 시와 계약을 맺은 사설 회사들에 의해 운영되고 있는데, 이 둘 사이 맺은 협정은 5년간의 계약 기간 동안 지켜야될 의무 사항과 권리 내용을 명시하고 있다.

총 13개의 구조물 시장에서 모두 215명의 상인들이 일하고 있다. 이 상인들은 시장에 '가입된'(abonnes) 사람들이다. 따라서 이들의 경영 형태는 행상(行商)이라기보다는 비행상의 위상에 더 가깝다. 사실, 파리의 구조물 시장은 화요일부터 토요일까지 하루 종일, 그리고 일요일은 아침나절 지속적으로 장이 선다. 그래서 구조물 시장의 상인들은 일주일에 꼬박 6일 동안 동일한 장소에서 마치 고정상인(commercant sedentaire)처럼 장사를 한다.

그렇다고 해서 이들은 판매 장소를 양도할 수 있는 어떤 권한도 갖고 있지 않다. 이들은 단지 세입자일 뿐 소유주는 아니다. 이들이 행사할 수 있는 소유권은 단지 냉동 냉장 시설, 설비, 비품 등에 한정되어 있다.

---

28) IAURF, 즉 일드프랑스 지역 개발과 도시화 협회가 2000년 일드프랑스의 514개 재래시장을 대상으로 벌인 설문 조사에서 46%가 구조물 시장이라는 통계가 나왔다. (자료, Note rapide sur l'economie, n° 179, 2000년 6월)

구조물 시장에서 활동하는 비가입 상인(volants)들은 대개의 경우 시장의 주변이나 시장을 둘러싸고 있는 인도에서 장사한다. 매우 간헐적으로 시장 내부에 자리를 잡기도 하지만 그 숫자는 매우 제한되어 있다.

◆ 구조물 시장에서 상점 자리를 획득하기 위한 절차

파리 구조물 시장

개인 혹은 회사의 법적 대표로서 가입 상인 자격으로 파리시의 구조물 시장에서 장사를 원하는 상인들은, 먼저 파리의 시장사무소(Bureau des Marches de Quartiers de Paris)에 문의해 자리가 남아있는지 여부를 확인하고, 파리시 구조물 시장 GIE에 자리를 신청한다.

신청 편지는, 호적 등본, 거주 증명서, 은행 구좌 증명서, 상사재판소 서기과에서 발행한 비파산(non faillite) 증명서, 범죄 기록 증명서, 경력 사항, 사진 3장, 이미 상인인 경우 상업 회사 등록 K 초본이나 K bis, 외국인의 경우 상인증을 동반(만일의 경우)한 체류증, 그리고 GIE 대표에게 제시할 동기서를 101유로(2002년 1월 현재) 수표와 함께 제출해야 한다.

만약 이 자리 신청이 받아들여지면, 상업회사명부에 등록 요청을 증명하기 위하여 제출하는 증명서가 발부된다.

자리 배정이 이루어질 때, GIE에게 서류 처리비용 명목으로 세금을 공제한 450 유로와 그 달의 자릿세를 지불해야 하고, 역시 보증금(세금 공제한 3달치 임대료(loyer))와 배당된 자리의 면적에 따라 계산된 유통 자본도 같이 지불해야 한다. 보증금과 유통 자본은, 상인이 자리를 내놓을 때 이자와 함께 상인에게 환불된다.

상인은 상업회사명부 등록증명서를 제출한 다음 최종적으로 시장의 자리를 획득하게 된다.

역시, 신청인이 파리에 거주하고 있다면, 원칙적으로 도청에 신고를 하지 않아도 된다. 그러나 현실적으로 파리의 시장들 가운데 고정된 자리가 항상 차있는 상태이기 때문에 파리 경찰청에 'carte trois volet', 즉 행상허가증을 신청하는 것을 권장하고 있다. 왜냐하면 이 카드로 파리 외의 지역에서도 장사를 할 수 있기 때문이다.

2) 노천 시장

식료품을 다루는 시장이 대부분인 63개(3개의 바이오 시장 제외)의 노천 시장은 보통 주중에는 아침 7시부터 오후 2시 30분까지 주말에는 7시부터 3시까지 개장된다.[29] 평균적으로 일주일에 두 번 정도 장이 선다. 노천 시장 가운데 2002년에 최초로 오후에 장이 서는 시장이 생겼는데, 4구의 Place Baudoyer에서 열리는 식료품 시장이 그것이다.

노천 시장의 상점들은 일정한 장소에 가입자로서의 자격을 갖고 있는 상인들에 의해 점유된다. 이들은 개인 또는 상업회사의 법적 대리인이 될 수도 있다. 가입상인들은 변동 가능한 기간 동안, 일주일에 하루 혹은 몇 일 단위로 가입금을 지불하고서 예약된 장소에 대한 권한을 갖는다. 상인은 판매 상품을, 시장(市長)이나 관리소의 동의 없이 변경할 수 없다.

비가입 상인은 가입 상인이 부재중인 자리나 임시로 비어있는 자리를 당분간 맡아서 장사할 수 있다. 이들은 예약된 자리를 임의로 처분할 수 없다. 이들의 자리 배정은 선착순과 판매되는 상품의 성격에 따라서 관리인에 의해 배정된다. 비가입 상인은 대개 가입 상인들이 전통적으로 점유하고 있는 'carreau'라 불리우는 시장의 중심부 주변에 자리를 잡는다. 비가입 상인의 수치는 주중의 어떤 날에 장이 서느냐에 따라 크게 달라진다.

노천 시장의 자리는 신선한 식료품에 우선 순위가 매겨진다. 파리 시내의 재래시장들은 일드프랑스 지역 가운데 무엇보다도 식료품이 가장 안정적이고 중요한 판매 상품에 해당한다.

파리 시내의 노천 시장 가운데 87%가 식료품을 취급하고 있고, 8%가 제조 상품을, 그리고 5%가 원예품을 취급한다. 반면, 이동 상인은 노천 시장에서 5%만이 식료품을 다루고 있고, 나머지 95%가 제조품에 해당한다.

---

29) 바이오 시장은 오전 9시부터 2시까지, 그리고 최근 개장한 4구의 Baudoyer 시장은 오후 3시부터 8시까지 장이 선다.

노천 시장에서 다른 것보다 특별히 경영이 잘되는 업종이 있는데, 예를 들어 재래시장의 '원동력'이라 불리는 생선, 야채, 과일을 다루는 업종이 그에 해당한다. 그 다음으로 돼지고기 요리 전문가게와 정육점, 유제품 가게가 경영이 잘되는 편이다.

◆ 노천 시장에서 상점 자리를 획득하기 위한 절차

노천 시장에서 고정된 자리를 얻기 위해서는, 요청 편지를 원하는 재래시장의 관리 주체에게 제출해야 한다. 요청 편지에는 신청하는 사람의 이름과, 출생일자, 출생지, 거주지, 국적과 함께 판매하고자 하는 상품의 내용을 명시한다. 편지와 함께 호적 등본을 동봉하고 만일의 경우를 위해, 전문직업인으로서의 자질을 증명할 수 있는 모든 서류들을 같이 제출한다.

모든 신청서들은 범주에 따라 선착순으로 각 재래시장의 대기자 명단에 등록이 되지만, 매년 다시 신청서를 작성해서 제출해야 된다. 처음 자리를 신청할 경우에는 신청비 7,62유로를 내야한다. 하지만 1월 2일과 2월 28일 사이 이 신청을 갱신될 경우에는 다시 신청비를 내지 않아도 된다.

자리 배정이 가입 상인이나 혹은 경우에 따라서 비가입 상인의 자격으로 배정될 때, 관련 지역 단체는 그에 상응하는 카드를 발급한다. 일단 허가가 나면, 15일 이내에 발효중인 행상허가증이나 순환특별증, 혹은 상업회사명부(RCS)나 직업총람(RM) 등록 번호와 가입한지 최소한 3개월이 지난 건강, 노후, URSSAF 보험증서를 제출해야 한다.

3) 특수 시장

파리 시내에는 모두 18개의 특수 시장이 있는데, 간혹 같은 장소에서 날에 따라 다른 내용의 물건들을 판매하기도 한다. 특수 시장 가운데 특히 바이오 시장은 광우병, 조류병 등 식품에 관련된 소비자들의 위기 의식이 생겨나기 시작한 특수 시장의 형태이다. 갈수록 소비자들의 건강에 대한 관심이 증가하고 있는데, 건강 식품을 취급하는 식료품 가게들과 함께 바이오 재래시장들이 인기를 모으고 있다.

- ☞ 우표시장 1개
- ☞ 벼룩 시장 5개
- ☞ 미술품 시장 2개
- ☞ 책 시장 1개

☞ 옷 시장 2개
☞ 꽃시장 3개
☞ 새, 동물 시장 1개
☞ 바이오 시장 3개

(2) 자릿세 책정

1) 구조물 시장의 경우

(D.F.A.E - Ville de Paris/ “Au coeur des quartier, au rythme des saisons, les marches de Paris", 2001년 10월)

	파리 구조물 시장 G.I.E (시장 11개)		G.I.E에 의해 적용된 가격의 변화 (1997년 이후)	MANDON-SOMAREP 그룹과 PROMOMETRO 회사 (각각 시장 1개)
	2001	1997		
가입상인 : 자릿세 보관세	4,82 2,79	44,85 26	-29,5 % -29,5 %	13,80 8,32
주차세 (매달)	24,7	260,30	-37,8 %	162
이동상인(Volants) 자리 길이당m	3,37			3,371

구조물 시장의 자릿세 (1m²의 면적을 하루에 사용할 때 세금을 공제한 가격/단위:유로)

예) 10m²의 면적 상점 면적과 5m²의 보관소를 차지하고 있는 가입 상인의 경우 하루 62,12 유로의 자릿세와 보관세가 발생한다.(주차세 포함하지 않고)

파리 구조물 시장 GIE에 의해 운영되는 구조물 시장과 PROMOMETRO 회사와 Groupe MANDON-SOMAREP에 운영되는 구조물 시장 사이의 가격의 차이는 GIE의 가격은 관리비용을 제외한 것인 반면, 후자의 경우에는 Secretan시장과 Enfants Rouges 시장의 보수와 설비 시설을 새로 갖추기 위해 많은 자금이 투자된 것에 따른 현상이다.

1997년 GIE가 구조물 시장 가격에 적용하고 있는 가격이 29.5%로 하락한 것은 파리 시청의 지역 단체와 GIE가 저렴한 가격으로 재래시장을 유지하고 11개의 시장에 새로 상점을 개설하고자 하는 행상들을 더욱 끌어들

이기 위한 결과이다.

2) 노천 시장의 경우

예) 식료품 노천 시장 56개 가운데 한 곳에서 10m 길이의 판매 공간

	식료품 노천 시장 (시장 56개)	Aguesseau 시장 8구	Beauvau forain 시장 (과일과 야채) 12구
가입 상인수 (Abonnes)	2,74	0,24	0,21*
이동 상인 수 (Volants)	3,37	0,24	0,26*

노천 시장의 자릿세 (1m 길이를 반나절에 사용할 때의 가격/단위:유로)
***1m 자리를 반나절에 사용할 때 금액 (세금 공제)**
(D.F.A.E - Ville de Paris/“Au coeur des quartier, au rythme des saisons, les marches de Paris", 2001년 10월)

을 갖고 있는 가입 상인의 경우 반나절에 세금을 공제하고 27,36 유로의 자릿세를 내야 한다.

3) 특수 시장의 경우

특수 시장의 경우 가격은 1996년 9월 1일 이후 변하지 않고 각 시장마다 특별한 가격을 택하고 있다. 따라서 동일한 업종에 속하는 시장들 사이에 동일한 가격이 적용되지 않고 있다. 예를 들어 하루 $1m^2$에 해당하는 자릿세가 세금을 제하고 Porte de Vanves에 있는 벼룩 시장의 경우 0,49유로인 반면, Porte de Montreuil 벼룩 시장은 0, 61유로이다.

3. 시장의 관리[30]

파리 시청은 다른 모든 시청들처럼 스스로 재래시장을 직접 관리하거

30) 파리의 재래시장 운영과 관리에 대해서는 파리 상공회의소가 2001년 10월 만든 자료를 바탕으로 했다. 따라서 그후 만들어진 4개의 시장, 즉 1구의 Saint-Honore 시장(Groupe Bensidoun)과, 3구의 Enfants Rouges(Promometro), 4구의 Baudoyer(Cordonnier Freres 회사), 그리고 12구의 Bercy 시장(Cordonnier Freres 회사)은 제외된 것이다. 각 시장 이름 옆의 괄호 안은 관리사 이름이다.

나 혹은 다른 공인 혹은 개인에게 관리를 위임할 수 있다. 이때 관리를 위탁받은 자는 시장 관리에 대한 상대적인 자치권을 행사할 수 있지만, 시청의 감독 하에 있게 된다.

파리에 있는 총 89개의 재래시장들은 모두 10개의 사설 또는 공립 관리 주체가 관리하고 있다. 관리사마다 1개에서 많게는 42개의 시장을 관리하고 있다.

노천 시장의 관리 임수인들(concessionnaires)은 무엇보다도 신선한 식료품과 바이오 건강 상품들을 위주로 상인들을 가입시키는 것을 원칙으로 한다[31]. 관리자들은 일반적으로 파리의 노천 시장의 기능과 조직, 그리고 시장 개발 업무를 기본 업무로 하고 있다. 이들은 상인들로부터 파리시의회에의 결정에 의해 정해진 가격표에 따라서 자릿세를 징수한다.

반면, 관리 회사는 자신의 경비로 시장에서 필요한 자재와 도구 등 시설을 설치하여 상인들이 사용할 수 있도록 하고 아울러 시장에서 사용되는 전기와 수도세와 같이 재래시장 기능 유지에 지출되는 비용을 책임진다. 시장 청소는 그들이 담당하고 있지 않지만 재래시장에서 나오는 쓰레기와 오물 수거를 위해 파리시에 분담금을 내고 있다.

관리 회사들은, 자신이 관리하는 재래시장의 소유주가 아니기 때문에, 그들에게 관리를 위탁한 파리시에 다시 부과금을 지불하게 된다.

파리시에서는 일드프랑스의 경우와는 달리 부록의 표 2에서 확인할 수 있는 것처럼 임대계약(affermage)이 가장 큰 비중을 차지한다.[32] 파리 시내에 존재하는 재래시장들 가운데 75%에 해당하는 67개 시장이 임대 계약으로 운영되고 있고, 그 다음으로 약 16%인 14개 시장이 양도(concession) 운영, 나머지 9%인 8개 시장이 직접 운영되고 있다. 이러한 파리 시의 재래시장 운영의 형태는 1997년 9월 31일 이후 시작되었다.

(1) 직접 운영 (9%)

직접 운영이라 함은, 파리 시청이 직접 재래시장의 운영을 담당하는 경우를 말한다. 이 체제는 자치 단체에 속하는 전대인에게 가입비 혹은 사용료

31) 계약은 2003년 1월 1일부터 6년 기간으로 체결되고 있다.

32) 부록 표 2 참조.

를 지불하도록 하고 그에 해당하는 자리를 상인에게 제공하는 것이다. 이 임무를 담당하는 부서는 DFAE의 경영 부감독부(Sous-Direction des Affaires Economiques)에 있는 행상 사무처(Bureau du Commerce Non Sedentaire)이다.

(2) 임대 계약 (75%)

임대 계약은 공공 서비스를 위임하는 것이라 할 수 있다. 다시 말해 자연인 혹은 법인, 공인 혹은 개인에게 그 지역의 공공 서비스 경영을 맡기는 것이다. 임차인은 공공 서비스를 경영하는 임무와 시장의 자리 배정을 갱신하는 일만을 담당할 뿐이다. 임차인은 그가 경영하는 내용의 소유자가 아니기 때문에, 차용자라는 법률적인 상황 속에서 공공 계약 단체의 상대자로서 사용료의 형식으로 텃세(loyer)를 지불한다.

(3) 관의 인가-양도 (17%)

이 관리 형식은 공익 단체(양도인)가 계약의 형식을 통해 한정된 기간 동안의 공공 서비스의 관리를 공인이나 개인(양수인 concessionnaire)에게 맡기는 시스템이다. 이때 관리를 맡은 사람의 수입은 행상들로부터 징수된 돈으로 충당한다.

인가는 공익 단체를 위해서는 다음과 같은 경우 매우 효과적인 방식이 될 수 있다. 양수인 즉, 관의 허가를 받은 사람이 재래시장의 건설에 필요한 투자 부분을 부담하고, 자신의 경비로 재래시장에서 이루어지는 서비스를 담당하고, 시장의 운영에서 발생될지도 모를 여러 위험들을 부담하고, 양도 계약이 만료될 때 양도인 다시 말해 공익 단체에 그가 운영했던 재래시장의 상태를 아무런 대가없이 그대로 돌려주게 되기 때문이다.

(4) GIE-상인들 자신에 의한 관리

GIE(Groupement d'Interet Economique)는 행상인들과 수공업자들에 의해 구성된다. 기본적으로 구조물 시장의 관리를 담당한다.

'파리의 구조물 시장 GIE'는 총 면적 10 000m^2에 달하는 시장을 관리하고 있으며, 이 가운데 판매에 할당돼 있는 면적은 7 000m^2이다. 약 200

명 이상의 상인으로 구성되어 있다.

1986년부터 파리 시내의 구조물 시장들은 양도 계약에 의해 운영되기 시작했다. 그때까지 만해도 파리 시가 직접 구조물 시장의 운영을 맡아서 관리했었지만, 재정상의 문제로 더 이상 시 자체가 이를 담당할 수 없게 되자 구조물 시장에 대한 운영권을 사설 기관에 인가하는 방안을 세웠었다. 하지만 당시 상인들은 시장의 운영이 사설 중개인에게 맡겨진다는 생각에 반대했고, 결국 상인들 스스로 자치 운영을 하는 시스템을 파리 시의 당선자들에게 제안하게 된 것이다.

그렇게 파리 구조물 시장 GIE(GIE des Marches Couverts de Paris)가 조직됐다. 그리고 재래시장의 운영에 관련된 공공 서비스 대표 협정이 1986년 체결되었고 1995년 개정됐다.

현재, 3구의 Enfants Rouges시장과 19구의 Secretan 시장을 제외한 파리의 모든 구조물 시장들이 이렇게 상인들 자신에 의해 관리되고 있다. 이 두 시장은 각각 Promometro와 Paris Marches-Groupe Mandon-Somarep에 의해 관리된다.

파리의 구조물 시장 GIE의 경우, 11개 시장을 대표하는 11명의 상인들은 그들 중 가운데 한 사람을 행정관리자로 임명하게 된다. 이렇게 모인 11명의 행정관리자 전부가 GIE의 전체 대표를 선발하게 된다. 현재 10구에 있는 Saint-Martin 시장의 상인 Gerard PAGES가 대표를 맡고 있다.

GIE가 담당하는 기본적인 업무는 다음과 같다.

- ☞ 재래시장의 지속적인 활성화
- ☞ 독립 상인들로 구성된 조직의 운영과 관리
- ☞ 구조물 시장들 내부와 외부의 원활한 대화 창구로서의 역할
- ☞ 구조물 시장들의 발전을 위한 방안 모색

반면, 자유 시장 GIE(GIE des Marches Libres)는 노천 시장 1개, 즉 14구의 Creation 시장을 관리하는 단체이고, 알리그르 지역 GIE(GIE du Quartier d'Aligre)는 12구에 위치한 식료품 노천 시장과 Beauvau 시장의 골동품을 관리한다. (이 두 시장은 비록 취급품이 다른 별개의 두 시장이지만 둘 다 같은 장소에서 같은 날 열리기 때문에 한 개의 시장으로 취급된다.)

파리 시는 이렇게 파리의 자유 시장 GIE와 임대 계약 협정을 맺고 상인들의 자리 배정에 대한 관리와 시장의 자릿세, 공유지의 점유세, 그리고 공유지에 결합되어있는 설치에 대한 세금의 징수를 위탁한다. 이때 적용되는 세금 액수는 파리 시에 의해 규정된다.

GIE는 또한 시장의 청결이 제대로 유지되는지 감독하는 일도 담당하지만, 시장의 청소에 들어가는 비용에 대해서는 GIE가 지불하지 않는다. 시에서는 특정한 상점 자리에 살충제를 사용한 살수기, 진공 소제차가 흡수하지 못하는 빈 판자나 빈 상자를 수거하는 청소차, 진공 소제차 등 청소에 필요한 장비들을 동원해서 재래시장의 청소를 담당한다.

장이 일단 끝나고 상인들이 상점을 정리하자마자 시에서 고용한 청소부들이 청소를 하게된다.

워낙 파리 시내에 존재하는 재래시장들이 수적인 면에서나 규모 면에서 비대하고, 맡아서 처리해야 될 일들이 많기 때문에, 그리고 파리 시 고유의 제도적인 구조 때문에, 이렇게 관리를 담당한 책임자들은, 행상을 개혁하거나 개선하고자 할 경우, 과중한 부담과 함께 신속하게 일을 진행시키지 못하게 된다.

또한, 파리 시의 각 구에 따라서 혹은 재래시장이 위치한 지역에 따라서 일을 처리하는 방식이 다르고 상업 정책이 차이가 나는 것을 발견하게 된다.

Belfort 구조물 시장

제 3 . 프랑스의 재래시장 활성화 정책

1. 재래시장의 위축 현상

(1) 재래시장의 경제 지표

행상인들을 포함해서 각 지역과 파리의 재래시장 관계자들을 대상으로 벌인 설문 조사[33]에 따르면, 지역의 상업 활동들 가운데 재래시장의 경우 확실히 약세를 경험한다는 인상을 많이 받게 된다.

예를 들어, 일드프랑스의 재래시장들 가운데 절반가량만이 만족스러운 정도의 고객과 시장 점유 상태를 확보하고 있다고 한다. 재래시장 관리 담당자들이 지적한 일드프랑스에서의 평균적인 만족도는 시장의 활기가 부족함을 말해준다. 구체적으로 이들 가운데 48%가 고객들이 재래시장을 찾는 빈도수, 52%가 시장의 점유 상태, 62%가 행상인들과 관련 기관의 조직과 그 활동에 만족한다고 대답했다.

1980년에서 1993년 사이 재래시장을 포함한 공유지에서의 행상 활동 인구가 약 20%가량 감소한 것으로 나타났다[34]. 한편, APCE는 1999년에 생긴 사업체 숫자와 그 이전, 즉 1993년에서 1998년 사이에 생긴 사업체의 평균 수치를 비교한 적이 있다. 그 결과, 소매 식료품 상업의 경우 신규 사업체는 23 %가 감소했고, 소매 비식료품 영역의 상업은 11 %가 감소했다.

이런 결과는 언뜻 보기에 재래시장이 갈수록 새롭게 사업을 시작하려고 하는 사람들에게 매력적이지 않은 사업이라는 인상을 줄 것이다. 하지만, 이 수치의 하락은 사실상 지역간에 존재하는 불균형을 감추고 있다. 예를 들어 Seine-Saint-Denis 와 Val d'Oise 같은 지역에서 재래시장의 상황이 정말로 심각하다면, 반대로, Paris, Esonne, Provence-Alpes-Cote-d'Azur 같은 지역의 경우 재래시장은 매우 인기 있는 사업이기 때문이다. 그리고 시골의 작은 마을들 역시 재래시장을 촉진시키려는 노력을 멈추지 않고 있다. 게다가, 행상조합국가연맹(FNSCNS)이 제공한 정보에 의하면 재래시장에서 장사를 하기 위해 자리를 기다리고 있는 사람들의 숫자가 높다고 한다.

비록 파리를 비롯한 특정 지역의 재래시장들의 경우 다른 지역에 비교

33) IAURIF가 Direction Regionale Interdepartementale de l'Agriculture et de la Foret et du Conseil Regional d'Ile-de-France를 위해 1999년 3월 일드프랑스의 664개 기초 자치단체를 대상으로 벌인 설문 조사.

34) Krystel Bablee, Vendre sur les foires et marches, Editions du Puits fleuri, 1997, p. 17.

했을 때 수익면에서 여러 가지 유리한 위치에 있다고 하더라도, 프랑스 전체를 놓고 보았을 때는 역시 재래시장의 하향세를 무시할 수는 없을 것이다.

1991년 INSEE가 “식료품의 소비와 구입 장소”에 관해 조사한 바에 따르면, 1991년 재래시장이 프랑스 전체 경제에서 차지했던 비중이 식료품 소비의 경우 6.2%였다고 한다. 이 수치는 결국 20년 동안 2%가 감소했음을 보여준다. 즉, 1969년 재래시장에서의 식료품 구입 비율은 전체 소비의 8,6%를 차지했다가 10년 후인 1979년에는 7,7%로 하락하고, 1989년에는 5,8%, 1991년에는 6,2%로 계속 하향 곡선을 그리고 있다.[35)]

이 현상은 1991년 이후에도 지속되고 있는데, 재래시장이 차지하는 전체 상품 판매 비중과 다른 유통 경로의 판매 비중을 비교한 최근의 자료를 통해 재래시장의 위축을 다시 한 번 확인 할 수 있게 된다. INSEE가 발표한 <Comptes du Commerce>라는 자료를 보면[36)], 1995년 식료품의 전체 유통 경로 가운데 재래시장이 차지했던 부분은 3.4 %였는데, 2001년에는 3.2 %로 감소했다. 비식료품의 경우는 2 %에서 1.6 %로 줄었다. 확실히, 중대형 매장은 재래시장과는 달리 1970년대 이래로 식료품 판매를 거의 두 배 증가시켰는데, 이것은 소규모 가게나 재래시장의 판매 비율을 축소시키면서 가져온 성장이었다. 어쨌든, 이런 대형매장의 성장은 이제 큰 변화가 없는 것처럼 보이는데, INSEE가 행한 가장 최근의 비교에 따르면, 재래시장에서 식료품이 전체 식료품 유통 경로에서 차지하는 비중이 더 이상 떨어지지 않았기 때문이다.

(2) 문제 분석

1) 구조적 요인들

① 중대형의 판매경로 증가

1970년대 출현하기 시작한 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 그리고 다른 유형의 할인 매장들과 같은 중대형의 판매경로 증가를 지적할 수 있다. 유럽 경제공동체(CEE) 회원국 가운데 프랑스는 체인들이 병합을 통해 서로를 잠식하

35) 반면, 하이퍼마켓과 수퍼마켓과 같은 중대형 매장에서의 식료품 구입 비율은 전체 유통 구조 가운데 10,4%를 차지했다. 따라서 이때만 해도 재래시장(8,6%)과 큰 차이가 없었지만, 1979년에는 37,1%, 1989년에는 59%, 그리고 1991년에는 62,2%로 계속 증가해 왔다.

36) 부록 표 3 참조.

게 될 정도로 그 인구에 비해 대형 매장들의 밀집도가 상당히 높다. 대형 매장과의 가격 경쟁에서 쇠약해진 전통 시장들은 서서히 문을 닫게 됐다. 일명, <Royer 법>으로 불리는 '1973년 12월 27일 상업과 수공업 선도법'을 통해 이미 중대형 매장의 확장을 제한하면서 재래시장의 위축을 저지하려는 시도가 있었다. (이런 현상과 함께, 통조림이나 잡화류와 같은 특정한 상품들이 재래시장에서 사라지게 되었다.)

② 사회구조의 변화

1980년대 나타나기 시작한 여성노동 인구의 증가, 핵가족 중심으로의 가족 형태의 급진적인 변화와 같은 사회 구조의 변화 역시 재래시장 경제에 영향을 끼친 중요한 요인이다. 재래시장을 찾는 고객 가운데 대부분이 여성이었던 점을 감안하면, 노동 여성의 증가는 주중에 재래시장에서 장을 보는 것을 거의 불가능하게 만들었고, 반면 주중뿐 아니라 주말 늦은 시간까지 문을 여는 편리한 대형 매장을 선호하게 만들었다. 따라서 주말에 문을 여는 재래시장은 물건을 사기보다는 오히려 산책을 하는 장소가 됐다.

③ 무분별한 도시화 정책과 도시 중심부의 용도 변경(분수대, 화초 재배, 주차장) 등 역시 재래시장이 있었던 자리를 축소하게 만들었다.

④ 프랑스인들의 가족 예산에서 식료품에 지출되는 비용이 점차로 감소하고 있는데, 이런 현상은 결국 재래시장에서 가장 핵심적인 품목에 해당하는 식료품 업종에 영향을 미쳤다.

2) 행상직 전개에서 드러난 문제들

재래시장의 특정 업종 가운데, 새로운 인력이 창출되지 못해 원활한 교체가 이루어지지 못하고 있는데, 특히 식료품을 전문으로 취급하는 상인들이 그에 해당한다. 이런 현상은 행상인의 직업 정신이 갈수록 감소되고 있는 것과 함께 재래시장의 관리인들과 상인들 자신이 지적하는 문제이다. 사실 행상직은 육체적으로 매우 고된 직업이다. 이른 새벽부터 일어나 음식을 준비해야 되는 식료품 취급 업종의 경우 특수한 기술이 필요한데다 육체적으로 더욱 힘들기 때문에 갈수록 업종을 이어받을 지원자가 줄어들고 있다고 한다. 따라서, 흔히 대를 이어서 직업을 전수한다는 프랑스의 전통이 적어도 재래시장 영역에서만큼은 제대로 이루어지지 않고 있는 형편이다. 때문에, 재래시장에서 프랑스의 전통 음식을 만드는데 필수적이었던 말고깃간이나 내장 가게 같은 업종들이 이제는 거의 사라져버렸다.

그렇지만 한편에서는 경험이 부족한 상인들이 쉽게 행상직을 시도하고 있다. 특히 직물상처럼 미개척 분야에 그런 경우가 많은데 이들은 주로 재래시장에 비가입 상인으로 일을 시작한다. 이들 가운데 상당수는 판매 면에서나 경영 면에서 경험 미숙으로 인해 수지가 맞지 않으면 쉽게 일을 포기하고 만다. 이런 상인들은 결국 꾸준하게 장인 정신을 갖고 일하는 재래시장의 고유 이미지를 헤치는 부정적인 요인이 된다.

게다가, 프랑스 경제의 전반적인 어려움은, 판매라는 직업에 대한 어떤 교육도 받지 않은 사람들, 특히 젊은 층을 행상의 직업으로 눈을 돌리도록 만들었다. 특별한 기술을 요구하는 식료품 취급 업종과 제조업종에서 비전문성이 확대됨에 따라서 재래시장의 관건이라 할 수 있는 상품의 질에 대한 좋은 이미지를 종종 헤치게 하고 있다.

3) 시장의 낙후된 시설과 위생 규정 적용상의 문제

① 새로운 규칙들의 적용으로 인해 발생한 문제들을 지적해야 할 것이다. 비록 지역 단체들이 새로이 마련된 규정들에 대한 공문을 전달받고 그 사실을 잘 알고 있다하더라도, 어떤 지역들의 경우에는 이 규칙들이 제대로 실행되고 있지 않은 형편이다.

② 식료품에 관련된 새로운 규정이 정한 위생 규칙들은 상당한 지출이 요구되는 투자를 해야 되는데, 이것은 지역 단체뿐 아니라 상인들 자신에게도 큰 부담이 되는 사항이다. 실제로 나이가 든 상인들은 이 규정을 계기로 일찌감치 은퇴를 하는 경우도 적지 않았다고 한다.

아울러 이 규정은 어떤 지역 단체들로 하여금 아예 재래시장의 구조를 개편하는 계기로 작용하고 있고, 이 때 상당한 비용이 든다고 한다. 만약 재래시장이 대표 관리 시스템으로 대행사에게 위탁되어 관리된다 할지라도 이런 투자비용은 지역 단체의 몫으로 돌아가는 경우가 있는데, 그 이유는 대행업자와 맺은 계약에 명백하게 이 추가 예산에 대한 내용이 들어있지 않기 때문이다. 이 투자비용이 지역 단체의 재정을 초과하는 정도로 큰 액수라면, 대행사가 지역 단체에 지불하는 부과금이 인상되는데, 이것은 다시 대행사로 하여금 상인들에게 자릿세를 올리는 구실이 된다.

2001년 10월 파리 상공회의소가 파리의 재래시장에 관한 보고서를 발표했을 때는, 이미 이 위생 규정이 모든 재래시장에 적용돼 시행돼야 하는 시기[37]를 훨씬 초과했지만, 파리의 70-80%에 해당하는 시장들만이 수도와

전기 시설 등 규정이 정한 설비를 갖춘 형편이었다고 한다.

③ 이 외에 재래시장이 안고 있는 보다 직접적이고 표면적인 문제들로 시장 접근의 용이성 문제(주차시설, 시장 주변 교통 체증 문제, 표지판...), 불충분하거나 부적합한 상품의 판매를 들 수 있고, 간혹 안전이나 청결 상태 등을 거론할 수 있다.

2. 재정 지원 현황

(1) 공공 설비에 대한 지원

시청은, 재래시장에 적용되는 위생 규정을 따르기 위한 조치들에 한에서 FISAC(Fonds d Intervention pour la Sauvegarde de l'Artisanat et du Commerce), 즉 수공업과 상업 보존을 위한 참여 기금에 보조금을 요청할 수 있다.

시청은 또한, 프로젝트의 공동 재정에 참여하는 도의회(Conseil General)와 지역의회(Conseil Regional)에도 재정 지원을 요청할 수 있다. 아울러, 특정한 지역에서는, FEDER(Fonds Europeen de Developpement Regional), 즉 지역 발전 유럽 재단의 기금이 기초자치단체에 사용될 수 있다.

그 가운데 가장 중요한 재원처인 FISAC에 대해 알아보면, FISAC은 지역의 상업 집행과 전반적인 사회 생활에 필수적인 서비스들이 유지되도록 원조를 하는 재단으로서, 다른 여러 형태의 상업 영역 사이의 균형이 이루어지도록 하는 것을 목적으로 한다. 특히 재래시장을 포함한 전통적인 상업 구조들을 활성화한다.

이 재단에서의 재정 지원은 집단적인 성격을 띄고, 지역 공동체에 의해 대표되는 공공 기관이나 전문적인 협회를 대상으로 한다. 재래시장에 필요한 상업적인 활동과 관련된 조건들을 개선하기 위한 계획이 FISAC의 지원 범주 안에 속하는 것이다.

FISAC은 20%에 달하는 자금을 단체들의 기능 유지(예를 들어 상업의

37) 1995년 5월 9일 법령 소비자에게 직접 판매되는 식료품 위생 규칙이 5년간의 유예 기간을 거쳐 2000년 5월 16일부터 적용되도록 정해놓고 있었다. 자료) "Au coeur des quartier, au rythme des saisons, les marches de Paris", 파리 상공회의소, 2001년 10월.

활성화와 광고 사업...)와 시장 구조물과 실내 시장의 투자(기초 공사, 개조, 수도 시설, 전기 공사, 화장실 설치...)를 위해 재원을 사용했다. 비록 이 조항이 그다지 적용되고 있는 형편은 아니지만, 프랑스 정부의 행상을 보호하고 재래시장을 보존하고자 하는 기본적인 의지는 변함이 없다.

지원을 요청하는 서류에는, 제안하는 프로젝트를 실현하기 위해 필요한 기술적인 요소들, 예측 비용들, 다른 지원 단체나 기관이 재정을 지원할 경우의 지원 금액, 그리고 원하는 보조금의 액수 등의 자세한 사항들을 명시해야 한다.

재래시장의 프로젝트를 위해 지원을 요청하는 기관, 즉 시청이 지원 서류 4본을 도청에 제출해야 한다. 도청은 그 서류 하나를 상업과 수공업 지역 대표에 전달하고, 나머지 둘을 DECAS(Direction des Entreprises Commerciales, Artisanales et de Services), 즉 상업 수공업 서비스업 경영국에 도청 자신의 의견을 동반해 전달하게 된다. 이 후 위원회가 지원 요청 서류들을 검사한다.

보조금 지급은 상업과 수공업을 책임지는 정무 차관에 의해, 위원회의 의견을 거쳐 결정된다.

(2) 개인 설비에 대한 지원

개인적인 장비들은, 특별한 예외를 제외하고는 상인들이 부담하도록 돼 있었다. 하지만 재래시장의 위생 규정 적용에 따른 정보 제공과 재원 지정을 해주는 기관인 CNAQ(Centre National d'Action Qualite)의 중재를 통해 융자를 받을 수도 있다. 따라서 상인들은 투자 프로젝트의 명목으로 3,5%의 저금리 이자로 융자를 받게 된다. 융자 지원은 상인들이 위생 규칙과 직업 안전 규칙에 부합하도록 하기 위해 이루어지는 것이다.

식품을 취급하는 수공업자들, 식료품 소매를 다루는 특정한 상인들(재래시장에서 식료품을 파는 상업이 포함), 그리고 전통 음식점들이 이 융자 혜택의 대상이 된다. 따라서 냉동 시설이 갖춰진 상품 진열장, 작업대, 세면대 같은 설비를 마련하고자 할 때 융자를 받을 수 있다.

상인들은 투자액 가운데 80%에 해당하는 돈을 세금을 공제하고 약 45 000유로까지 융자를 받을 수 있다. 융자 기간은 최소 2년에서 최대 7년까지

다.

(3) 예비 신규 사업자를 위한 재정 지원

행상의 재원 보조만을 위한 공식적인 구조는 존재하지 않는다. 게다가 Dispositif EDEN(신규 사업체 발전 장려 장치)의 혜택을 받는 사람은 매우 한정되어 있다. 사실상, 재래시장에서의 행상에 드는 비용은, 냉동 시설과 같은 몇몇 자재를 구입하는 데 필요한 돈을 제외하면 다른 업종에 비해 그다지 크지 않다. 따라서 대부분의 신규 사업자들은 사업 착수에 필요한 자금을 대기 위해 은행이나 개인적 친분 관계에 있는 사람들로부터 사적인 대부를 받고 있다.

- ☞ 국가나 지역 자치에 의해 할당되는 여러 지원책이 있다.(그 가운데 PRCE는 현재 소멸되고 있는 중임) 보통 사업을 시작한 다음 6개월에서 그 이상이 지난 후 지원금을 받을 수 있다.
- ☞ Dispositif EDEN에서 제공하는 상여금은 18-26세의 젊은 세대, 최저수입자(RMI)와 같이 연대 소득의 혜택을 받는 사람, 경영압박을 받고 있는 회사의 고용인들, 50세 이상의 구직자 등 지원 혜택 대상자를 제한하고 있다. 최대 6 098 유로에 달하는 지원금을 받을 수 있다.
- ☞ PCE(신규사업에 대한 대부)가 국가에 의해 BDPME(중소 사업 발전 은행)를 통해 모든 형태의 신규 사업체에 부여될 수도 있다. 단, 중단기한의 대부가 적어도 3배를 넘지 않는 범위에서 같은 액수가 다른 한 은행에 의해 이루어져야 한다는 조건이 있다. 무엇보다도 사업에 필요한 무형의 것들에 들어가는 비용, 운영 자금, 사업 착수금의 명목으로 3 000-8 000 유로 가량 대부된다.
- ☞ 예비 신규 사업자들은 여러 형태의 협회에도 재정 지원을 요청할 수 있는데, 그 대표적인 예가 ADIE(경제 발의에 대한 권리를 위한 협회)이다. 이미 미래의 행상인들에 대해서 관심을 갖고 지원을 하고 있는 이 곳에서 최대한 5 000 유로를 대부 받을 수 있다. 특히 행상에 필요한 차량이나 보험, 물품 구입을 중심으로 지원을 해주고 있고, 최저소득자 혜택(RMI)을 받고 있는 사람들이나 장기간 실업 상태에 있는 사람들을 우선으로 한다.
- ☞ ACCRE(사업 창설이나 인수자를 위한 지원)는 비교적 많은 행상인들이 혜택을 받고 있는 조치인데, 일 년 동안 세금 면제 혜택을 주

고 있다.

3. 프랑스 정부의 정책 변화

프랑스의 재래시장의 구조, 그리고 그 변화와 전개에 대한 분석은, 특정한 지역을 제외하고 재래시장이 전반적으로 장기간에 걸쳐 침체되고 있다는 사실을 보여주고 있다. 이런 현상을 단순히 전근대적인 유통 구조의 어쩔 수 없는 퇴보로 간주하고 지나쳐버리기에는 재래시장이 갖고 있는 잠재적인 가능성을 인식하지 못하는 결과가 될 것이다. 프랑스인들의 재래시장에 대한 각별한 관심과 애정은 물론이고, 프랑스의 크고 작은 도시 곳곳에 존재하는 재래시장들은, 구조물 시장(halles)에서처럼 살아있는 역사이고 지켜야 될 문화인 것이다.

현대화를 거치지 않고 재래시장이 지속될 수 없다는 사실이 지역 단체와 상인들의 공통적인 의견이라면, 그것은 물건을 팔고 사는 행위가 소박한 시골의 축제 분위기와 인간과 인간 사이의 훈훈한 교류 속에서 이루어진다는 재래시장의 기본 명제를 해치지 않는 범위에서 진행돼야 할 것이다. 그런 차원에서, 소비자의 건강과 위생을 위해 마련된 새로운 규정들은, 결국 재래시장의 현대화를 위한 일련의 조치들에 해당한다. 하지만, 이미 언급한 것처럼, 이 현대화의 노력이 상인들에게 상당한 타격을 주고, 재래시장의 침체를 가중시키는 요소로서 작용하고 말았다.

이 같은 문제에 직면해서 관계 당국은, 비록 재래시장 경제가 프랑스 경제 전체에서 상당한 비중을 차지하는 영역은 아닐지라도 재래시장을 되살리려는 방안을 모색하고 있다.

아마도 '행상에 관한 조약'이 프랑스 정부 차원에서 재래시장을 활성화시켜야 된다는 의지를 반영한 최초의 시도라고 할 수 있을 것이다. 이 조약은 국가와 프랑스 시장(市長) 협회(Association des Maires de France)와 그리고 3개 전문 기관(FNSCNS, UFM, CID-UNATI)들이 1994년 2월 10일 체결한 것이다. 현재 발효중에 있는 이 조항의 기본 내용은 다음과 같다.

- ☞ 기초자치단체에 재래시장의 위치를 보존한다.(시장의 위치, 다른 유통 구조들과의 관계...)
- ☞ 재래시장의 근대화와 발전을 담당한다.(규정, 위생 규칙, 개선...)

☞ 정당한 경쟁의 조건을 유지한다.

☞ 재래시장의 대표 관리가 원활히 진행되도록 감독한다.

☞ 재래시장의 운영과 기능에 관하여 지역 당선자와 상인들 사이에 협력 관계를 강화한다.

☞ 지역과의 협조를 바탕으로 다양한 부대행사를 통해 재래시장을 활성화한다.

1994년 3월 <Departement et Communes>이라는 잡지에 이 협정이 발표된 이래로 반 이상의 데파트망이 이 협정을 비준 하긴 했지만, 각 지역의 수준에서 제대로 효과를 발휘하지 못한 실정이었다. 그 후 파리 상공회의소(CCIP)가 Guy Coste(상공회의소의 국내상업위원회 대표)로 하여금 두 차례 작성하도록 한 보고서[38]는 그러한 문제를 보완하기 위해 관계 당국이 다시 마련한 조치라고 할 수 있다.

이 보고서들이 제출되고 나서 보고서의 내용이 지적하고 있는 여러 문제점들이 개선됐음을 확인할 수 있을 것이다. 예를 들어 너무 오래 전에 만들어놓은 '법규-유형'의 적용이 더 이상 현실적이지 못하다는 지적에 대하여, 제 1절의 "재래시장 규정"에서 확인할 수 있었던 것처럼 2003년에 '프랑스시장(市長)협회'(AMF)에 의해 다시 만들어지고 그것을 바탕으로 각 기초자치단체가 스스로 재래시장 내부 규정을 제정하도록 했다는 것과 2000년대에 들어서면서 파리에 오후 시장을 만들었다는 것을 지적할 수 있을 것이다.

(1) <행상의 개선을 위한 방안-비평적 분석, 구체적인 제안들> :

국내상업위원회(Guy Coste에 의해 국내상업위원회(Commission du commerce interieur)의 이름으로 제출된 보고서, 1999년 10월 21일 Assemblee Generale에 의해 채택됨.

1) 재래시장의 전문화

① 적용 규칙 개선(적용 규칙의 확산, 현실화, 개선)

38) 이에 앞서 파리 상공회의소(CCIP)는 1982년 이미 Lechaptois로 하여금 "재래시장: 그 규정의 개선"이란 제목의 보고서를 작성하도록 해서 재래시장이 안고 있는 제도적 문제들을 개선하려는 시도를 했었다.

◆ 프랑스 재래시장의 '법규-유형'(reglement-type)

파리 상공회의소(CCIP)의 요청에 의해 1982년 작성된 법규-유형[39]은 기본적이라고 판단되는 규칙들을 정해놓고 지역 단체로 하여금 필요하다고 판단될 때 변형시킬 수 있는 가능성을 열어놓고 있다. 따라서 각 기초자치단체들은 이 법규-유형을 토대로 그들만의 규정을 만들게 된다.

그렇지만, 오랫동안 관찰해온 바에 의하면, 지역 규정들을 현실화시키는 것을 감독할 필요가 있다는 결론이 나왔다. 왜냐하면 지역 단체들이 재래시장 소비자의 새로운 소비 유형과 습관을 제대로 파악하지 못하고 그들의 규정을 현실화하고 있지 못하기 때문이다. 이것은 상인들의 입장에서도 마찬가지인데, 행상인들이 시에 요구하는 불편한 사항들의 개선, 일테면 주차, 상품 운반, 청소, 직원 고용의 문제, 공공 광고, 안전 등에 대한 문제를 제대로 반영하지 못하는 경우가 있다.

이 보고서는 비록 기초자치단체가 새로운 유형의 고객층에게 부합하기 위해서 추가 재정을 지출해야 할지라도 재래시장이 곧 그 도시의 활성화를 야기하는 중요한 요인이기 때문에 필요한 조치를 강구해야 한다고 권하고 있다.

예를 들어, 소비자들이 갈수록 늦은 시간에 장을 보는 경우가 예전에 비해 늘어나고 있는 현상을 감안할 때 재래시장의 개폐 시간 역시 이에 맞춰서 조정할 필요가 있다는 것이다.

◆ 행상에 관한 조약

법규-유형 외에도, 1994년 전문 기간들, 즉 프랑스 시장 협회(AMF), 내무부, 토지개발부, 그리고 중소 기업 담당 기업 경제 발전부에 의해 '행상에 관한 조약'이 재래시장의 발전을 촉진시키기 위한 목적으로 체결됐었다. 이 조약의 내용은 지역 당선자들과 행상인 사이의 상호 협조를 바탕으로 재래시장을 영속화하고 현대화시키는 것을 지향한다는 것이다.

그러나, 이 조약 내용은 처음의 취지에도 불구하고 현재 거의 적용되고 있지 못한 형편이다. 그 이유는 많은 시장들이 실제로 이 조약 자체를 모르고 있어 거의 활용되고 있지 않기 때문이다. 따라서 지역 규정들의

39) "재래시장: 그 규정의 개선", 1982년 3월 25일 의회에 의해 적용된 M Lechaptois의 보고서/ 프랑스 재래시장의 법규-유형, 행상조합국가연맹(FNSCNS)

현실화와 함께 이 조약 내용이 보다 잘 인지되도록 하기 위한 포괄적인 노력이 요구된다.

◆ **재래시장 위원회 창설의 장려**

현재, 일년에 한 번에서 네 번 가량 재래시장 위원회가 각 지역 사회에서 열리고 있다. 법규-유형에 의거해 조직된 이 위원회는 시와 행상인들 사이의 지속적인 대화 창구의 역할을 도모하는 것을 목적으로, 이 위원회를 통해 행상인 조직과 그들의 기능(규정, 개선, 현대화, 변화, 그리고 자리의 배정 등)에 관한 문제들이 논의된다.

각 위원회는 시장(市長)에 의해 주재되는데, 그에게 위임된 권한으로 시장(市長)만이 어떤 사안에 대한 결정권을 갖게 된다. 이 위원회는 행상인 대표들을 포함하고 있기 때문에, 실제로 재래시장의 많은 기능 개선이 여기를 통해 이루어지는 경우를 접할 수 있었다.

따라서, 이 위원회의 무시할 수 없는 성공 사례들은, 최대한 기존의 위원회를 발전시키고 나아가 모든 재래시장에 위원회가 조직될 수 있도록 장려해야 될 필요성을 제공한다. 이를 위해 상공회의소와 함께 전문기관들은 행상인들에게 지역적으로 협회를 구성할 수 있도록 정보를 제공하고 결과적으로 상인들로 하여금 이를 바탕으로 재래시장 위원회를 창설할 수 있도록 방법을 제공할 수 있어야 한다.

◆ **테마 시장 구성**

현재, 대중에게 다양성을 제공하는 수많은 테마 시장들이 발전하고 있다. 이 테마 시장은 관광 상품으로서도 한몫을 하고 있다. 그러나, 이 테마 시장이 기존에 존재하고 있는 지역의 상업, 즉 재래시장과 경쟁하는 요소로서가 아닌, 그것을 보충하는 것으로서 효과적으로 인식되기 위해서는 이 테마 시장들의 조직에 관한 규정이 보다 엄격하게 적용돼야 한다.

따라서 상업 경쟁을 담당하는 지역의 관청은 공유지에서 조직되는 테마 시장이 그 개최 빈도수나 구성면에서 기존의 지역 상업에 해가 되지 않는지 감독할 필요성이 있다.

② 상업 서류와 절차의 간소화, 통일화

본 보고서 제 1절에서 이미 다룬 것처럼 재래시장에서 장사를 하기 위

해서는 해당 관청에 필요한 서류들을 제출해서 허가를 얻어야 되는 행정적인 절차들을 거쳐야 된다.

그러나, 상인의 유형(생산자, 상인, 행상인(commercant sedentaire 와 forain))에 따라 관련 상업 서류들과 허가증에 차이가 있다. 이로 인해 비합법적이고 불법적인 상황들을 감독하는데 방해가 될 수도 있는, 경우의 다양성이 문제로 재기되고 있다.

게다가 신분증과 같이 기존에 존재하는 서류들을 신뢰할 수 없는 경우도 발견된다. 이 문제로 인해 많은 기초자치단체들은 재래시장에서의 활동을 위해 지역 고유의 카드를 만들고 있는데, 사실 이 방법은 문제에 대한 올바른 해결책은 될 수 없다. 왜냐하면 이 카드 발급이 사실상 혼동을 가중시키는 요인으로 작용하고 있기 때문이다.

그에 대한 대안으로, 행상 활동을 위해서 지나치게 많은 서류들을 요구하기보다는 그것들을 위조가 불가능한 서류 하나로 단순화시키고 통일시키는 방안이 필요할 것이다.

③ 상인과 전대인의 교육 개선

◆ 비전문적인 상인들

갈수록 재래시장에서의 행상을 쉬운 직업, 수익성이 좋은 직업, 그리고 모든 사람들이 특별한 재능이나 사전 지식 없이도 해볼 수 있는 직업이라고 생각하는 사람이 줄어들고 있다. 재래시장 사업에 도전했던 사람들이 보여줬던 수많은 실패 사례들이 그 사실을 잘 드러내주고 있는데, 사실상 행상은 특별한 자질 외에도 분명한 적응 능력이 요구되는 직업이다.

따라서 최소한의 교육이 필요하고, 바로 이 교육을 통해 상업 법규를 준수할 줄 아는 전문적인 상인으로서의 이미지를 유지할 수 있다는 것이다.

다른 유럽 국가들의 모델을 통해서, 프랑스 역시 재래시장에서의 활동을 위한 최소한의 교육-그렇다고 의무적인 것은 아니지만-을 세울 필요가 있다.

파리 상공회의소는 행상직에 관한 정보 회기를 조직하고 있다. 이 절차는 관련 전문 기관들과의 협조를 얻어 이 분야에 들어오는 새로운 지

원자에게 확대되고 체계화될 수 있을 것이다.

◆ **전대인**

전대인은 재래시장의 원활한 기능을 위해 필수적인 역할을 담당하는데, 특히 가입 상인들이 비운 자리를 비가입 상인들에게 자리 배정을 해주는 업무를 담당하기 때문이다.

재래시장 위원회가 기능하지 못할 때, 사실 재래시장 조직 전체가 전대인의 권한 아래서 움직이게 된다. 하지만, 전대인이 자리 배정을 할 때는 다소간 가입 상인과 비가입 상인 사이 그리고 상업의 종류 사이의 비율이 적당히 안배되도록 하고 있다. 하지만, 전대인이 해야 될 첫 번째 임무란 실제로 어떻게든 재래시장을 메우는 것이기 때문에 간혹 시장의 균형이 깨지는 경우도 없지 않아 있다.

같은 유형의 상인들은 따라서, 전대인의 개입으로 인해, 직접적으로 경쟁 관계와 불합리한 비율 배정 하에 놓여지게 된다. 이런 식의 자리 배정은 결과적으로 상인들에게 부정적인 영향을 미치는 것이다.

그에 대한 대안으로 가입 상인을 위한 자리 배정은 오직 지역 위원회의 의견을 근거로 해야될 것이다. 이동 상인을 위해서는, 전대인이 시장 안에서 서로 다른 종류의 상점들 간에 최선의 균형이 이루어지도록 이 위원회에 의해 정해진 쿼터를 준수하도록 한다.

전대인을 위한 특별한 교육은 경우에 따라서 상공회의소, 시청, 도청 등의 협조를 얻어 전문 기관들에 의해 이루어질 수 있도록 해야 한다. 이 관련 기관들은 따라서 그 기관에 소속된 재래시장의 전개와 발전의 조건들을 조사할 수도 있을 것이다.

④ 치안 서비스의 강화

재래시장 내에서의 불안전은 어떤 면에서 염려되는 부분이긴 하지만 그렇다고 꼭 해결 방안이 없는 것은 아니다. 사실 재래 새장에서 벌어지는 사고들이란 매우 유형화된 것들로, 진열장의 물건 도난, 계산대 도난, 소매치기, 지역의 패거리들이 저지르는 경범 등이 이에 해당한다. 이런 사고를 예방하고 대처하기 위해서는 재래시장과 지역 경찰과의 보다 원활한 협조가 요구된다.

불법 판매에 관해서는, 판매 물건의 압류를 정하고 있는 규정들이 거의

적용되지 않고 있다. 게다가 행상인들에게 있어 가장 민감한 순간에 경찰력이 항상 동원될 수 있는 형편도 못된다.

따라서, 행상인들의 필요에 부합하는 보다 근본적인 경찰력을 조직화할 필요가 있다. 이를 위해 일요일처럼 가장 장이 붐비는 날과 또 가장 고객이 많은 시간대(11시부터 12시 사이), 아울러 장이 끝나고 상인들이 짐을 정리하는 시간대에 경찰력이 강화되는 식으로 정비를 해야 한다.

재래시장에서의 불안전은 근본적으로 시장에서 95%에 해당하는 거래가 현찰로 이루어진다는 점에서 기인하는데, 따라서 상인들로 하여금 현금 외에 신용 카드와 같은 다른 계산 방식을 마련하도록 권고하도록 한다. 계산 방식의 현대화는 행상인들로 하여금 차후 보다 폭넓은 고객층을 확보할 수 있도록 하는 긍정적인 효과를 낼 수 있을 것이다.

2) 재래시장의 특수성에 적합한 기술적 재정적 조치 개발

① 위생 규정 적용을 용이하게 하는 방안

이미 살펴본 바와 같이 1995년 5월 9일 법령은 1993년 식료품 위생에 관한 유럽 강령을 내부 법으로 옮겨 놓고 소비자에게 직접 전달되는 모든 종류의 상업, 수공업 활동에 적용시키고 있다. 아울러 1998년 7월 20일 법령 역시 식료품의 운반에 있어서 기술적이고 위생적인 조건들을 규정하고 있다.

이 규정들을 준수하기 위해서 상인들이 결과적으로 상당한 재정적 부담을 감수해야 하는데, 예를 들어 한 상인이 여러 개의 구조물 재래시장에서 상점 자리를 갖고 있는 경우 각 상점마다 규정이 요구하는 설비를 갖추려면 투자해야 될 돈이 턱없이 증가할 수밖에 없다.

아울러, 상당수 재래시장들이 시장 건물 유지 면에서 심각한 낙후 상태에 처해있기 때문에 이 규정들에 맞추기 위해서는 시장 전체를 다시 건축해야 된다는 결론이 나온다. 이것은 물론 관련 자치 단체에 커다란 재정적 부담을 초래한다.

여기서 한가지 짚고 넘어가야 될 중요한 사항은 행상이 자신이 점유하고 있는 자리에 대한 소유자가 아니라는 것이다. 따라서 공식적으로 자신이 갖고 있었던 자리를 자신이 원하는 사람에게 넘겨줄 수가 없다. 이것은 임시적인 위치에 있는 행상의 상황과 위생 규정을 지키기 위해 지속적인 투자를

해야 된다는 필요성 사이에 역설적인 관계를 형성하는 것이다.

이런 모순적인 상황에 대하여, 행상과 지역 자치 단체 사이의 상호 참여라는 기본 명제 하에 상인이 재래시장에 투자하는 것에 대해 응답할 수 있는 새로운 대안을 모색해야 할 것이다.

즉, 직접적인 투자를 하지 못하는 상황이라면, 상인에게 필요한 설비를 대여해줄 수 있을 것이다. 이런 경우엔, 재래시장이 누구에 의해 관리되는가에 따라서 시청이나 혹은 관리 대리인에게 이 방법에 대한 투자의 부담이 돌아가게 될 것이다. 반대로 상인들이 내는 자릿세를 약간 올리는 식으로 관리자 측의 투자 부담을 충당할 수 있을 것이다.

② 재정 지원의 강화와 합리화

이미 살펴본 바와 같이 프랑스는 행상인을 위한 다양한 형태의 재정 지원책들을 마련해 놓고 있다. 이와 함께, 시장의 창설과 개축을 위해서도 FISAC이나 광역 자치 단체, 도의 특별 원조 등, 재정 지원을 받을 수 있는데, 이렇게 새로운 재래시장을 만들고자 하거나, 기존의 재래시장의 전체 혹은 일부분을 개선하고자 하는 시는 직접적인 원조를 받을 수 있다.

(2) <행상-보다 확고한 법률상의 환경을 위하여> : Guy Coste에 의해 파리 상공회의소(CCIP)의 국내상업위원회(Commission du commerce interieur)의 이름으로 제출된 보고서, 2001년 7월 12일 Assemblee Generale에 의해 채택됨.

프랑스에서의 행상은 국가 단위는 물론 지역 자치 단체의 법률의 대상으로 그에 대한 규정들을 정해놓고 있다. 하지만, 행상에 가장 중요한 영향을 미치는 법규정은 기초자치단체가 정한 규칙들이다. 지역단체 직업총람(CGCT)은 재래시장을 시장의 권한 하에 두고 있다. 그렇지만, 지역 단체들은 사실상 시규정에 의해 미리 정의된 틀 안에서 많은 경우 사립 회사에게 재래시장의 관리를 맡기고 있다.

행상인과 지역 단체와 재래시장의 관리를 위임받은 수임자 사이의 3자 관계가 균형을 이루지 못한 채 행상을 제외한 관리자 위주로 재래시장이 운영되어온 상황을 개선할 필요성이 전체적인 시장의 발전과 활성화 측면에서

제기되기 시작했다. 이 보고서는 이러한 목적으로 파리 상공회의소(CCIP)와 일드프랑스 상공지역회의소(Chambre regionale de commerce et d'industrie)가 보다 확실한 법적 환경 속에서 행상들의 이익이 가장 잘 고려되도록 하기 위한 방안을 모색한 것이다. 이들이 제안하는 대안은 크게 3가지 범주로 나뉜다.

1) 행상인의 위상 강화

① 직업증 획득의 합리화

제 1절 이미 자세히 언급한 것처럼 재래시장에서 행상을 하기 위해서는 기본적으로 고정 거주지가 있냐 없느냐에 따라 다른 서류와 절차를 거쳐 다른 직업증을 획득해야 한다.

이 행정적인 절차는 상당히 복잡해서 적용하기가 까다로운 것이 사실이고, 결과적으로 변칙의 위험을 안고 있다. 그로 인해 어떤 기초자치단체에서는 자기 지역 고유의 행상 지역증을 만들고 있는데, 오히려 이것은 문제를 가중시키는 역효과를 초래하고 있다.

따라서, 단일 직업증을 만들어서 기존의 직업증과 직업 수첩 시스템을 재고할 필요가 있다. 이 단일 직업증은 행상인의 호적, 법적 상태, 거주 상황, 그리고 직업 활동의 내용과 비교하여 행상인을 분명하게 확인할 수 있도록 한다. 아울러 이 증은 위조불가능하고, 전산 처리되어 유럽 연합의 모든 국가에까지 적용될 수 있도록 제작되도록 한다.

② 행상 활동의 이전 가능성 고려

재래시장의 자리 점유에 대한 권리가 원칙적으로 양도 불가능하다는 현재의 규정에 유연성을 부여함으로써 행상직에 전문성과 안정성을 부여한다. 다시 말해, 행상인의 동반자나 직계자손이 직업적인 요구 사항들을 모두 충족하고 행상증을 소유하고 있으며 고려 대상인 상점 자리에서 이미 행상 활동을 한 경험이 있다면, 그들에게 그 자리에 대한 획득의 우선권을 줄 수 있다는 것이다. 이 조치를 지역의 규정에 도입하는 것은 선택 사항으로 둔다.

어떤 경우에서든, 차등의 소지를 없애기 위해서 기초자치단체는 재래시장의 행상들의 정확한 등록을 보유하고 있어야 할 것이다.

2) 행상인의 중재에로의 유인

1969년 1월 3일 법에 기인한 국가 법령(1996년 7월 5일 개정됨)에 기초하고 있는 자치 단체의 특별 규정은 재래시장의 규칙을 제정하는 데 있어 행상인들의 이익을 충분히 고려하고 있지 않는 측면이 있다. 이 보고서는 따라서 법률, 규칙, 그리고 실제 적용면에서 행상의 이익을 위한 적당한 조치들을 마련하고자 한다.

① 국가적인 규모로부터 지역적인 규모에 이르기까지 행상인과의 효과적인 협조 관계 모색

행상과 관련하여 1979년부터 국가위원회(commission nationale)[40]가 조직되어 현재까지 이어져오고 있으며, 데파트망위원회가 도지사(프레페)의 주재로 일년에 한번씩 열리고 있다. 지역적인 범위에서는 각 재래시장마다 그 지역 시장(市長)의 권한 아래 위원회가 조직되어 개최되고 있다. 하지만 이 세 단계의 위원회들 모두가 행정 당국과 그 관리인들에 의한 일방적인 통지의 역할을 할뿐 행상인들의 현실적인 문제들이 원활히 반영되지 못하고 있는 실정이다.

기존의 위원회들이 세웠던 '대화'라는 근본 명제에 보다 충실하기 위해서, 국가위원회는 행상의 최선의 활동에 필요한 법률과 규칙의 개정에 힘을 쓸 수 있을 것이다. 도위원회의 경우는 지역위원회에서 수시로 제기되는 문제들을 다룰 수 있도록 일년에 최소한 두 차례는 소집될 필요가 있다. 재래시장 지역위원회는 관련 행정 당국들과 관리자들과의 사이에 균형 잡힌 대화가 열리는 장소로서 의무적으로 조직되도록 해야 한다. 재래시장 조직의 중심부에서, 이 위원회는 상인들의 대표들이, 종종 지역에 따라 그렇게 행해지는 것처럼 일방적으로 사설 관리자에 의해 임명되는 식이 아니라, 회원들에 의해서 선출돼야 할 것이다. 또한, 일단 위원회가 소집되어 재래시장의 관리 감독과 조약상의 조치를 변경하는 내용이 진행될 때 국가를 대표하는 사람, 즉 DGCCRF 서비스를 담당하고 있는 공무원 한 사람을 참석시킬 필요가 있다. 그것은, 행상인들이 그들의 이익을 대표하는 조직의 방식으로 지역의 단위로 조직되고 구성될 경우만 결정되는 사안들이 영향력을 미칠 수

40) 상업을 담당한 정무 차관실의 DECAS(상업, 수공업, 서비스업 대표)에 의해 주재된다. 이 위원회는 모든 관련 기관들, 즉 직업 조합, 사설 관리인, 프랑스 시장협회, 그리고 다른 행정 기관들을 소집한다.

있기 때문이다.

3) 기초자치단체와 사설 관리인 그리고 행상인의 조화 유도

① 재래시장의 관리 유형의 선택

재래시장의 관리 유형은 분명 행상인들에게 무관하지 않은데, 대표 관리 시스템은 기초자치단체와의 사이에 일종의 막을 형성할 수도 있기 때문이다.

이 문제는 실제로 어떤 지역 단체들이 직접 관리와 대표 관리를 절충하는 식으로 계약을 형성하려는 곤란한 경향을 보이고 있기 때문이다. 이런 어중간한 계약 형태는 사실상 지역 단체와 관리인의 책임 소재를 불분명하게 만들고 있다.

따라서 각 기초자치단체들로 하여금 관리 유형과 사설 회사나 개인과의 모든 위임의 계약 형식을 선택할 때 보다 분명한 선택을 하도록 한다. 어떤 경우든 '절충' 형식의 계약은 금지되도록 해야 할 것이다. 도지사는 이것이 잘 지켜지고 있는지 항상 감독할 의무가 있다.

1991년 일드프랑스의 재래시장에 관한 보고서는 회계 감사원이 특정한 대표 관리 계약이 야기한 투명성의 결여 사례들을 분명히 보여주고 있다. 이런 계약들은 지역 단체와 행상인들을 무시하고 사설 관리인의 이익 위주로 이루어졌는데, 우선 기초자치단체가 근거할 수 있는 입찰 규정서의 모델을 따르지 않았고, 재래시장의 시설들이 낙후되는 시간과 관계없이 20-30년이라는 조약 초과 기간을 상정하고 암묵적인 갱신 혜택을 본 것이다. 결과적으로 기초자치단체는 재래시장의 개발 계정을 작성하지 못하고 그러한 문제들을 통제하지 못한 셈이다.

이런 문맥 하에서 1993년 1월 29일 공적 절차의 투명성을 보장하기 위해<Sapin 법>이 제정됐는데, 특히 공공 서비스의 위임에 관해 큰 비중을 할애하고 있다. 먼저 이 법은 계약 기간이 수임자의 실적과 수임자 부담으로 돼있는 시설들의 상태에 따라서 결정돼야 한다고 정하고 있다. 그리고 계약의 조항들이 암암리에 결정되는 것을 금하고 있다. 추가 조항에 의한 계약 기간의 연장은 다음 두 가지 경우에만 예외적으로 허락하고 있다. 첫째, 일년 추가 기간을 넘지 않는 한에서 전체적인 이익을 위한 목적일 경우, 둘째 수임자가 애초 계약상에서 예상하지 않았던 투자 내용을 실현해야만 할 경

우이다.

또한, 이 법은 새로운 위임 계약이 있기 전에 공고와 경합의 절차를 거치도록 명시하고 있다.

한편, <Sapin 법>을 개정한 1995년 2월 8일 법은 수임자로 하여금 위임된 개발에 관한 모든 실현 내용들을 적은 '재정 기술 보고서'를 일 년에 한번씩 작성하도록 하고 있다. 추가 계약 조항에 속하는 모든 새로운 계약 내용은 도의 합법성 여부 감독을 거치게 되고 지역회계회의소(chambre regionale des comptes)에 전달된다.

② 새로운 위생 규정과 대표 관리 계약의 협상

이미 언급한 것처럼 2000년 5월 16일까지 적용토록 의무화한 위생 규칙은 특히 행상인들의 재정 지원 조치들에 의해 재래시장을 광범위하게 재조직하도록 하는 계기가 됐다.

이렇게 제재가 많은 규정을 적용하게 되는 새로운 문맥 속에서 기초자치단체들은 기존에 그들과 계약을 맺었던 수임자들을 2000년 5월 16일 이후 계약이 만료가 될 경우 현실적으로 다른 지원 회사들과 경합을 붙이기 어려운 형편이었다. 그 때문에 어떤 지역 단체들은 예외적인 투자가 이루어진 경우에는 계약을 연장할 수 있도록 한다는 <Sapin 법>에 근거해서 재협상시 벌어질 수 있는 압력의 부담을 줄일 수 있었다.

대표 관리와의 계약 협상에 있어서 분명한 원칙을 따르기 위해서는 법을 준수하고 이전의 실수를 반복하지 않도록 하기 위해서 DGCCRF의 공무원에게 도움을 요청할 필요가 있다.

③ 감독의 강화

◆ 기술 재정 보고서

기초자치단체의 감독을 위해서, 법은 관리자로 하여금 연간 재정 보고서를 작성하도록 하고 있지만, 그 내용에 대해서는 구체적으로 명시를 하고 있지 않고 있다.

이것을 보완하기 위해서, 사설 수임자가 작성하는 재정 보고서는 상인들의 인증을 받아야 한다. 즉, 관리인에 의해 자릿세가 징수된 조건들

과 그 가운데 관리인에게 돌아가는 액수를 분명하게 명시해야 한다. 따라서, 계약 조항은 자릿세를 갖고서, 공유지 사용에 대한 명목으로 시의회에 의해 정해진 세금(부가가치세는 포함되지 않은)과 수임자의 수입(부가가치세 징수 대상)을 어떻게 구분하는지를 확실히 명시해 줘야 한다.(사실 이 기본 사항이 지켜지지 않는 경우가 많다.) 아울러 자릿세를 공고할 때 이 구분을 표시해줘야 한다.

재래시장의 광고와 부대 행사를 위한 프로그램 개발에 관하여, 행상인들에 의해 가결된 예산을 관리인이 사용할 때, 이 사용 결정은 상인들이 내려야 하고, 출납 내용을 적은 회계서를 의무적으로 작성하도록 한다. 관리인이 행상인에게 걷은 광고 비용은 실제로 사용된 내역에 정확하게 일치해야 한다. 연 단위의 모든 자동 연장 메카니즘은 금지된다.

위생 규정에 부합하기 위해 상인이 관리인에게 냉장 시설과 같은 설비를 빌릴 경우 내는 임대료는, 자릿세의 인상을 증명하면서 제공된 서비스의 내용에 부합해야 한다.

이 모든 내용들을 보고서에 명시하여, DGCCRF의 대표자가 포함된 재래시장 위원회와 기초자치단체 그리고 지역 회계 회의소에 제출되도록 한다. 보고서 제출이 늦어지거나 제출되지 않는 경우를 위해, 계약 조항은 시장(市長)이 수임자에게 보고서 작성을 독촉할 수 있고 그래도 이 사항이 지켜지지 않을 시에 제재를 가할 수 있는 시스템을 마련해야 할 것이다.

◆ 재래시장의 치안

사설 관리인은 자리 배정을 위해서 재래시장의 조직을 담당한다. 관리인은 비는 자리의 배정을 구두로 비가입 상인(volants)에게 배속한다. 관리인이 행하는 재래시장의 일상적인 감독과 그 업무 능력을 개선하기 위해서는 전대인의 의무 교육이 실시돼야 할 것이다.

이와 함께, 사설 관리 직원과 시 경찰 사이에 공동으로 치안 단속반을 구성해서 재래시장 전체를 효과적으로 순찰하도록 한다.

4. 재래시장 활성화를 위한 대안들

(1) 시장의 개선, 환경, 접근성에 관하여

◆ 표지판: 현재 재래시장, 특히 노천 시장에 대한 안내 표지판이 부족한 상황인데, 이런 광고 안내판을 효과적으로 활용할 필요가 있다. (버스, RATP나 SNCF 역 등의 안내판)

◆ 주차 시설의 강화

◆ 재래시장에로의 접근 : 대중 교통 수단, 자전거, 유모차 등이 문제없이 재래시장까지 접근할 수 있는 방법을 모색한다. 특히 경우와 시간대에 따라 가장 효과적인 배치 방법을 찾는다.

◆ 구조물 시장일 경우 건물 전체의 상태, 입구, 자연 조명과 인공 조명의 조화등을 생각하고, 아울러 화장실 등의 청결 상태에 주의한다.

(2) 판매 상품의 질

◆ 재래시장의 상인들과 그들의 지역 협회들이 재래시장에 들어올 새로운 행상인을 선택할 수 있도록 한다.

◆ 가게 살림에 기본적으로 필요한 상품들 전체를 소비자에게 제공할 있도록 기존에 없던 상품들을 취급하는 업종(일용 잡화점, 양념 가게, 화장품 가게 등)을 보충한다.

◆ 주중 가장 수익성이 떨어지는 날에 소비자들이 장을 찾도록 특색있는 상품이나 내용으로 소비자를 유인한다.

◆ 경영 상태가 불규칙한 재래시장의 경우 감독의 책임과 각각의 역할을 재고하도록 한다.

(3) 부대 행사와 활기 부여 방안

◆ 재래시장 위원회가 체계적으로 발전할 수 있도록 한다.

◆ 새로운 시장이 창설될 경우, 재래시장의 개폐 시간대를 숙고해서 정한다. 그 지역 특성에 따라 오후나 저녁 시간이 더 많은 고객을 유인할 수 있다면 시간 조정을 해볼 필요가 있다. 하지만, 늦은 시간대로 맞춰진다면 시장에서의 안전 문제에 더 신경을 써야 할 것이

다. 이미 정해진 시간대 역시 경우에 따라 융통성 있게 조정해 볼 수도 있다.

◆ 독창성 있는 부대 행사들을 조직한다.[41]

◆ 행상인 지역 연합회와 공동으로, 위생 규정이나 규칙에 대한 정보 교환 회의나 교육 프로그램을 만든다.

◆ 재래시장의 위치와 고객의 기호에 따라 보충 서비스를 개발한다.(배달 서비스, 교통 안전 담당자 배치, 보관소, 행정 관리소 등)

◆ '우수고객카드'나 신용 카드가 가능한 계산 방식을 마련해서 고정 고객 확충을 기하고 아울러 도난 방지와 안전을 꾀하도록 한다.(현재 재래시장의 95%가 현금으로 거래됨)

◆ 견본 시장이나 테마 시장과 같은 특수 장에 대한 규정 적용을 엄격해 해서 불합리한 경쟁을 방지한다.

(4) 원활한 소통

◆ 관광객을 비롯해 새로운 고객들을 유치하고 시장의 이미지를 개선하기 위해 시장 가이드와 안내 책자를 제작하여 시장의 위치와 개폐시간, 상점 위치, 특별 행사 등의 내용을 홍보한다. 이 책자들은 재래시장 입구나 시청, 여행사 등지에 무료 배포한다.

◆ 이 안내 책자의 내용을 인터넷 사이트에도 등록해 놓는다.

◆ Michelin 가이드나 Gallimard 가이드 같은 여행 안내서 책을 발행하는 출판사와 접촉해 재래시장의 내용을 홍보한다.

◆ 가능하면, 비어있는 상점 자리를 홍보 창구로 활용한다.(여기서 판매하는 상품들 목록과 그 시장에 대한 모든 정보들, 교통 수단, 그리고 다른 파리 재래시장들에 관한 정보까지 제공한다.)

◆ 재래시장의 홍보는 라디오나 TV프로그램에 참가한다던가, 스폰서의 도움으로 경연 대회를 개최한다던가, 재래시장 주변에 거주하는 고객들에게 우편으로 광고를 한다거나, 혹은 인터넷에 사이트를 개설한다던가하는 방식으로 이루어진다.

---

41) 재래시장과 지역 단체, 그리고 그밖의 관련 기관과의 협력을 통해 다양한 부대 행사 프로그램을 계발하고 있는 사례로는 부록에 단 Narbonne시장을 참조하기 바란다.

결론

2002년 6월 <Le journal des maires>는 재래시장에 관해 많은 지면을 할애해 재래시장의 발전에 관심을 표현하고 있다. 이것은 각 지역 자치단체의 당선자들이 재래시장에 갖고 있는 관심을 나타내는 것이다.

사실, 크고 작은 도시에서 재래시장의 존재 자체는 단순히 그 지역의 경제적인 발전만을 나타내는 지표 이상이다. 말하자면, 여러 형태의 상업적인 유통 경로들 가운데, 재래시장만이 그 지역의 역사와 문화, 그리고 사회적이고 정치적인 특성들을 동시에 내포하고 있는 장소라는 것이다. 고대 그리스에서 시장을 가르키는 용어는 'agora'였다. 아고라는 '장소', 즉 공공의 활동이 집중되는 곳으로서 도시인의 삶의 중심을 의미했다.

재래시장이 흔히 그것을 관리하는 행정 기관이었던 성이나, 시청과 도청 건물 주변에 형성되어왔던 것은 우연이 아니다. 시장은 사람들이 북적대는 곳이다. 그래서 흥이 넘친다. 표정과 생각과 말이 오고간다. 아마 각 지역의 당선자들이 재래시장을 단순히 하나의 유통 구조로서 그 지역의 경제 발전에 얼마나 기여를 하고 있는지 만을 고려하지 않고 정치적인 관점으로 보려하는 것은, 모든 종류의 의견들이 교환되고 형성되는 곳이 바로 시장이기 때문일 것이다.

프랑스의 재래시장이 각 지역 단체의 행정 시스템 안에서 운영되고 있다는 점을 고려한다면, 재래시장에 관련된 전문가들 모두가 주장하고 있는 것처럼, 재래시장의 미래는 상인들과 그들이 속한 지역 단체의 당선자들 간의 화합에 달려있다. 이 양자간의 공통된 목표는, 재래시장이 현대적인 장비들을 갖추고 21세기의 소비자들을 만족시켜줄 수 있는 서비스를 제공하기 위해 노력하는 것이다.

하지만, 소비자들이 재래시장으로부터 늘 기대해왔던 것이 무엇인지를 염두에 둔다면 시장이 기존의 대형 매장처럼 변질되지 않고 화기애애하고 인간적인 교류와 정감이 넘치는 장소로서의 재래시장 고유의 위상을 유지해야 한다는 것이다.

부록

대행사	시장 수*	%
Societe Geraud	140	37 %
Societe Lombard et Guerin	57	15 %
EURL Dadoun	50	13 %
Societe Mandon + SOMAREP + Paris marches	40	11 %
Societe Cordonnier	26	7 %
EGS	19	5 %
Groupe Bensidoun + SEMACO	19	5 %
GIE Marches Couverts	11	3 %
기타	17	4 %
전체	**379***	**100 %**

일드프랑스에서의 대표 관리 분포도

자료) IAUFIF - "일드프랑스에서의 재래시장 조사", 2/2분기 1999

***** 한 장소에서 주중에 여러 종류의 장들이 설 수도 있다.

관리 형태	시장 종류	관리 주체	시장수	%
임대 관리	노천 식료품 시장 (바이오 시장 2개 포함)	Bensidoun, Dadoun, Mandon-Somarep, Aligre 지역 GIE	60	75%
	노천 시장 (Secretan 시장)	Groupe Mandon-Somarep	1	
	바이오 시장 (Batignolle 시장)	Groupe Cordonnier & Fils	1	
	벼룩 시장 (Vanves, Clignancourt, Beauvau forain 시장)	Groupe Cordonnier, Groupe Mandon, Aligre 지역 GIE	3	
	예술 시장 (square aux Artistes-Vanves, Marche de la Creation)	Groupe Cordonnier, 자유시장 GIE	2	
양도 관리	구조물 시장	파리구조물시장 GIE	11	17%
		Promometro	1	
	벼룩 시장	Jean-Henri Fabre+Montreuil	1	
		Lomsbard et Guerin	1	
직접 관리	특수 시장	파리 시청	7	9%
	식료품 시장		1	

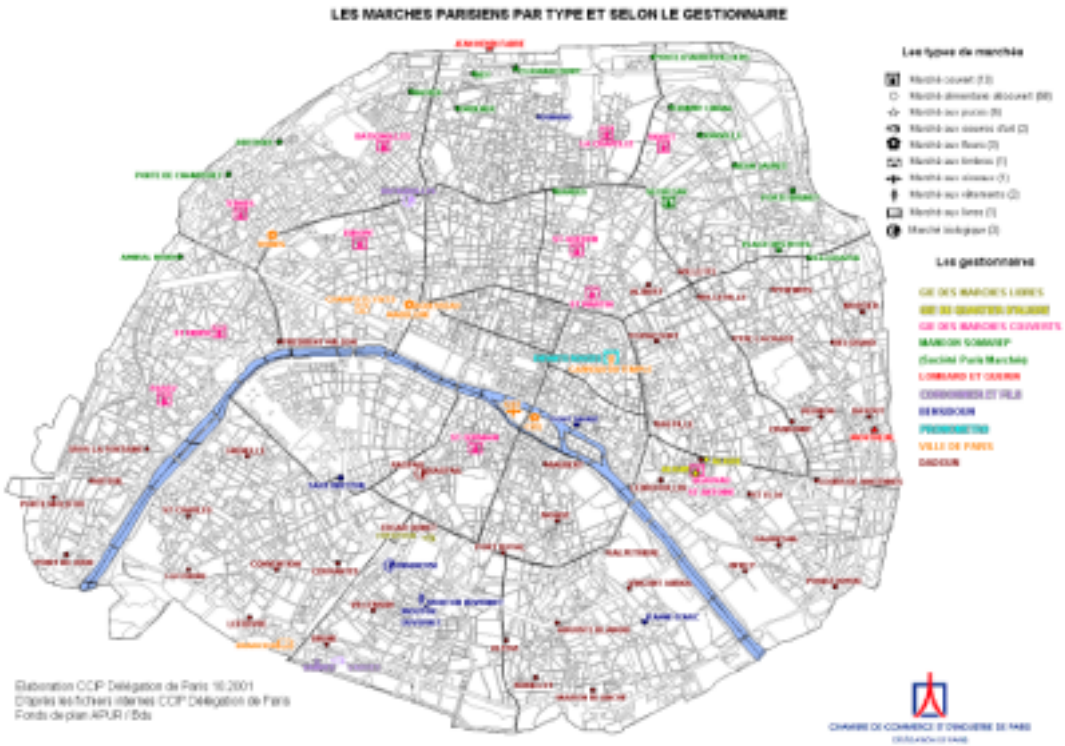
파리 재래시장 관리 유형 분포도

자료) Ville de Paris/ CCIP-Delegation de Paris

	식료품 1995년(%)	식료품 2001년(%)	비식료품 1995년(%)	비식료품 2001년(%)
전문 식품점과 수공업 가게	18,5	16,3	0,9	0,7
소규모 식품점과 냉동식품 가게	10	8,5		
대형 식료품 매장	63,2	66,2	18,7	20,1
일반 백화점과 식료품 비전문 백화점	1,1	1,1	2	1,8
약국과 의료품 취급점			9,3	9,4
식료품 비전문 가게			41,9	41,5
주문 판매			3,2	3
가게 외의 판매지 (재래시장...)	**3,4**	**3,2**	**2**	**1,6**
소매품 상업과 수공업 전체	96,3	95,3	79,1	78,2
기타 소매품 판매 경로	3,7	4,7	20,9	21,8
전체	100 %	100 %	100 %	100 %

1995년과 2001년 시장의 분배 비교

자료) Comptes du Commerce, INSEE



파리 시내 재래시장의 유형별, 관리 시스템별 지도

사례1) 오락 프로그램 개발–Narbonne의 구조물 시장

'Les Halles de Narbonne' 은 야채, 과일, 치즈, 포도주에 이르기까지 식료품을 전문으로 취급하고 있는 랑그독(Languedon) 지방의 유명한 구조물 시장 가운데 하나이다. 총 71명의 상인과 수공업자들이 활동하고 있는데, 1977년 43명의 회원들로 구성된 상인 연합이 조성됐다. 이 연합은 한 달에 최소한 한 번 이상의 행사를 마련하고 있는데, 물론 꾸준한 고객층을 확보하고 시장에 대한 이미지를 개선하고 촉진시키기 위한 목적이다.

재래시장을 활성화시키기 위한 부차적인 노력들은 상인들 자신들에 의해 매년 조직되는 특별한 행사들과 더불어, 그 지역 단체와 공동으로 준비되는 부대 행사들이

정기적으로 이어지고 있다.

4월에 마련된 행사들만 보더라도, 부활절 축제 기간에 맞춰 여러 가지 프로그램들을 준비하고 있는데, 그 예로 시식 코너를 마련해서 재래시장의 고객들에게 무료로 부활절 전통 음식들을 제공한다.

재래시장의 고객들 가운데 상당한 비중을 차지하는 가정 주부들을 적극적으로 확보하기 위한 행사로 아이들에게 초코렛 계란을 나눠준다.

한편, 그 지역의 유명 인사들, 예를 들어 Norbonne의 럭비 팀 RCNM 선수들을 초청해서 지역 주민들과 만날 수 있는 기회를 마련한다.

아울러 Narbonne 상공회의소(CCI de Narbonne)와 연합하여 Narbonne 수공업자와 구조물 시장 상인 연합(Association des Artisans et Commercants des Halles de Narbonne)은 매년 4월 약 열흘 간 <시장의 봄(Printemps du Commerce)>을 조직하고 있다. 약 500여명의 상인들이 참여하는 이 행사는 시장의 고객들에게 응모권을 작성하도록 해서 시장에서 15유로에 상응하는 물건을 살 수 있는 상품권을 비롯한 경품을 제공한다.

지역 단체와 공동으로 조직되는 행사들 역시 활발히 이루어지고 있는데, 예를 들어 2000여명의 주민들이 참가하는 도보 경기 'Useptimanienne'이 그것이다.

사례2) Antony의 재래시장 재건축 프로젝트

1545년 프랑스와 1세 때 만들어진 Antony의 재래시장은 Auguste-Mounie 거리의 보행자 도로에서 1957년 Firmin-Gemier 광장으로 이전하여 현재의 위치를 확보한 것이다.

매주 180명 이상(이 가운데 125명이 가입 상인들이다)이 모여 Hauts-de-Seine에서 가장 큰 재래시장을 형성하고 있다. Antony 시장은 프랑스 전체 시장 가운데, 3 500m² 면적의 물리적인 규모나 시장에서 판매되는 상품의 다양함과 질적인 면에서 중요하기 때문에 주변의 다른 자치 단체 주민들이 이곳까지 찾아와 장을 보고 있다. 이것은 Antony의 재래시장이 도시 중심부에 위치해서 주변에 있는 다른 가게들과 상호 보충 관계를 유지하고 있는 이점 외에도, 국도(R.N. 20)와 지하철 역 바로 근처에 위치해 있기 때문이다.

반면, 이러한 지리상의 이점이 여러 가지 불편을 야기하기도 하는데, 재래시장이 바로 교통 체증을 일으키고 주차를 어렵게 만드는 요인이 되기 때문이다.

따라서 Firmin-Gemier 주차장이 시장이 서는 날에는 포화 상태가 되고 있고, 다른 날에도 Antony시 중심지와 지하철 역 주변에 주차 시설이 부족했는데, 바로 이런 문제를 개선하기 위해 시에서 적극적으로 재래시장을 개축하면서 주차장을 확장한다는 프로젝트를 진행시킨 것이다.

주차장 문제 외에도, 사실 Antony 재래시장은 생긴 지가 오래되어 시장 건물 내부의 여러 가지 시설들이 낙후해있던 상태였고 때문에 새로 적용되기 시작한 시장 위생 규칙들에 부합되지 않는 등 시장의 전반적인 구조를 현대화시켜야 할 필요성이 있었다.

워낙 기존에 있던 시장 위치가 갖는 유리한 점들, 즉 16세기 이래로 형성돼왔던 역사적인 장소이자, 주변 상업권과의 상호보완적인 역할을 할 수 있고, 도시 중심부의 활기를 불어 넣어주는 곳으로서도, 아울러 대중 교통 수단이 근접 하다는 이유들로 새로운 시장 건축이 다른 곳에서 이루어지면 안 된다는 여론이 있었다. 따라서 기존에 있던 시장의 자리에 새 시장 건물이 들어설 수 있으면서도 공사 기간 동안 상업 활동이 중단되지 않아야 된다는 두 가지 기본 입장을 지킬 수 있는 건축 프로젝트가 필요했던 것이다.

따라서, 지난 2003년 10월 Firmin Gemier 광장에 임시 시장을 설치하면서 시작된 이 프로젝트는 2004년 1월부터 13개월 계획으로 부분적으로 기존에 있던 시장 건물을 해체하면서 동시에 주차장 건설과 새로운 시장 건물 일부를 건축한다는 내용으로 현재 진행 중에 있다.

일단 새로운 시장 건물 일부분이 완성되면 상인들이 그곳에 이주하게 되고 나머지 구 건물들이 해체될 것이다. 이런 식으로 3단계에 걸쳐 기존 건물들이 해체되고 새 시장 건물이 점차적으로 완성되면서 상인들이 임시 시장을 거쳐 새 건물로 이전을 하기 때문에 평소처럼 중단 없이 제 날짜에 장이 서게 된다.

Antony의 시장 건물 재건축 계획은 재래시장을 활성화시키고자 하는 지역 단체들의 행정적이고 정치적인 노력을 보여주는 대표적인 예에 해당할 것이다. 상당한 시 예산을 투자해 새로운 시장 건물을 짓는다는 사실은, 식료품에 관한 유럽 강령에 부합하고, 시의 경제에 직간접적으로 도움이 되는 재래시장에 더 많은 소비자들을 유인하고 그들의 편리를 위해 가장 기본적인 시설인 주차장을 확대하기 위한 정책이라 할 수 있다.

건축 설계에 있어서 기존 시장이 안고 있었던 문제점들, 예를 들어 좁은 통행로와 화장실 문제, 전기 배선, 물 공급 시설, 등등을 해결하고, 특히 식료품 위생 규정에 따라 각 상점의 진열대의 자재와 설비 등을 맞추게 된다.

사실, Antony의 사례는 프랑스 전역에 걸쳐 존재하는 수많은 기존의 재래시장들 역시 시설 정비나 확충, 개조, 재건축 등의 방식으로 재래시장이 안고 있는 여러 가지 문제들을 해결하는 데 좋은 범례가 될 것이다.

물론, 이 프로젝트가 Antony시의 주도로 이루어지고 있지만, 중요한 점은 지역 주민들을 비롯해서 행상인들과 비행상인들과의 지속적인 대화와 협조를 바탕으로 했다는 것이다. 특히 Antony 시장이 주재하는 '재래시장 위원회'가 매달 한번씩 열리고 있는데, 여기에 행상인 대표들과 Antony 시의 기술팀 대표들이 모여서 재래시장의 운영에 대해 서로 의견을 교환하고 개선 방안을 모색한다. 사실 시장 재건축의 프로젝트는 이 위원회의 결과물이라고 할 수 있다.