PIANO PER LA RAZIONALIZZAZIONE E LO SVILUPPO DELLA PESCA MARITTIMA

Art. 26

Organizzazione delle iniziative promozionali

Il programma per l'organizzazione di campagne e di iniziative promozionali deve essere finalizzato al raggiungimento dei seguenti obiettivi, tenuto conto delle indicazioni fornite dal piano di cui all'articolo 1:

a) incremento del consumo dei prodotti della pesca marittima, in particolare del pesce azzurro e di altre specie massive poco utilizzate;

b) spostamento della domanda dalle specie cosiddette pregiate di alto prezzo verso le specie abbondanti di prezzo piu' accessibile. Il programma e' predisposto sulla base delle indicazioni e dei dati forniti dalle associazioni dei produttori e dalle cooperative dei pescatori e loro consorzi. Esso e' articolato in progetti operativi con la specifica indicazione dei tempi e dei mezzi pubblicitari ritenuti piu' efficaci anche in relazione alle particolari esigenze regionali e locali.

Versione in vigore dal 11 marzo 1982, non più in vigore dal 13 marzo 1992 · versione 0

RIFERIMENTI NORMATIVI

Atto	Piano per la razionalizzazione e lo sviluppo della pesca marittima
Estremi	Legge 17 febbraio 1982, n. 41
Pubblicazione	Gazzetta Ufficiale del 24 febbraio 1982

Fonte del testo: dati aperti ufficiali, licenza CC BY 4.0
Fonti e licenze su iuspedia.it/fonti-e-metodologia. Il testo non ha carattere di ufficialità: fa fede quello pubblicato nella Gazzetta Ufficiale.

Documento generato da Iuspedia.it il 27 novembre 2026
https://www.iuspedia.it/piano-per-la-razionalizzazione-e-lo-sviluppo-della-pesca-marittima/art-26-organizzazione-delle-iniziative-promozionali/versione/0

Inquadra il QR code per aprire la pagina su Iuspedia.it