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 massivi della pesca marittima;

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. L'attuazione della fase promozionale del programma di cui al primo comma puo' essere affidata dal Ministero della marina mercantile alle associazioni nazionali delle cooperative della pesca.

Versione in vigore dal 13 marzo 1992, non più in vigore dal 9 luglio 2004 · versione 2

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/2

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