

cette démarche.

M. Bjornstad, qui est représentant du Norwegian Marketing Council de New York, a signalé que cet organisme, au sein duquel les acheteurs et les producteurs sont représentés, administre le budget de commercialisation. Grâce à son réseau international réparti en Europe, à New York (depuis janvier 1989) et, bientôt, à Tokyo, le Marketing Council est en mesure de poursuivre ses activités de commercialisation tant à l'échelle nationale qu'internationale.

Les représentants de la Norvège se sont montrés généralement optimistes au sujet de la capacité de l'industrie norvégienne d'accroître ses livraisons de saumons d'élevage par le biais d'une commercialisation plus intense sur les marchés traditionnels, d'une diversification vers de nouveaux marchés et de nouveaux produits. Ils admettent toutefois qu'une baisse temporaire des prix du saumon d'élevage pourrait s'avérer nécessaire pour permettre les ajustements appropriés.

RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES ET PERSONNES-RESSOURCE :

Pour plus de renseignements, vous devriez tout d'abord vous adresser au Centre du commerce international le plus près de chez vous. On trouve ces centres dans la plupart des grandes villes du pays (voir Annexe 3). Vous pouvez communiquer également avec la Direction des pêches, l'ambassade canadienne en Norvège, le ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie, le ministère des Pêches et Océans ou le ministère de l'Agriculture et des Pêches de la Colombie-Britannique (voir Annexe 4). Il vous est par ailleurs loisible de consulter l'Annuaire du Service du délégué commercial du Canada, qui vous permettra de rejoindre de nouvelles personnes-ressource, dont les délégués commerciaux des Directions commerciales géographiques.

R. Steinbock
Délégué commercial
Direction des pêches