

vers le Japon sont encore bien plus grandes. L'an dernier, les importations japonaises de saumon surgelé ont totalisé 120,000 tonnes. On pense que la Norvège devrait être en mesure de fournir au moins 30,000 tonnes de saumon surgelé au Japon. Les coûts du fret ne sont pas négligeables : pour le saumon frais, les coûts du fret aérien entre la Norvège et le Japon sont de l'ordre de trois dollars canadiens le kilo; pour le saumon surgelé, le fret aérien revient à moins d'un cinquième de ce chiffre.

La campagne de marketing que la Norvège prévoit de mener à l'étranger en 1989 s'adressera tout d'abord et essentiellement à la CEE. Cette campagne sera coordonnée par le Conseil des exportations en collaboration avec les ministères des Pêches et des Affaires extérieures. Elle sera lancée à l'occasion du prochain Festival de cinéma de Cannes qui se tiendra le mois prochain (mai 1989) sur la Côte d'Azur française. Cette année, le Festival de Cannes permettra de faire activement la promotion des produits de la mer norvégiens. Le Conseil des exportations a invité les journalistes du monde entier ainsi que les importateurs français et italiens et les exportateurs norvégiens de produits de la mer à participer à un événement culinaire majeur qui se tiendra dans la ville du festival le 16 mai. Cet événement sera suivi par les exportateurs norvégiens et les membres du Conseil des exportations, et on envisage de mettre en place un service régulier de fret aérien vers le sud de la France et le nord de l'Italie. Le Conseil norvégien des exportations se servira également de la visite que la famille royale de Norvège doit faire cet été en Italie pour faire la promotion de ses produits. Il est également prévu d'organiser cette année à Paris, en Allemagne, au Royaume-Uni et en Espagne des événements similaires à celui de