



Le sushi au saumon fête ses 40 ans

L'incroyable destin du sushi au saumon - l'une des plus grandes tendances alimentaires du XXI^e siècle

Une histoire de rencontre entre deux cultures du goût

On le déguste aujourd'hui, des comptoirs tokyoïtes aux tables parisiennes, et sur tout le globe, sans imaginer que le [sushi au saumon](#) est en réalité... [une invention norvégienne](#).

Dans les années 1980, la Norvège, déjà reconnue pour la qualité exceptionnelle de ses produits de la mer, cherche à promouvoir son saumon d'élevage. Le Japon, alors en pleine effervescence culinaire, s'impose comme une évidence : un pays de tradition et de précision gastronomique, où le poisson cru est roi.

Mais à cette époque, les Japonais ne consomment pas de saumon cru. Les espèces locales du Pacifique n'étaient traditionnellement pas adaptées à la consommation crue, et le saumon était principalement utilisé cuit, fumé ou grillé. L'idée d'en faire un sushi semblait donc inhabituelle.

C'est là qu'intervient un projet visionnaire : le "Project Japan", lancé en 1985 par le Conseil norvégien des produits de la mer. Objectif : faire découvrir le saumon norvégien, élevé dans des eaux glacées et cristallines, sans risque sanitaire et d'une pureté irréprochable.

Les premiers échanges sont timides. Les chefs japonais, attachés à leurs traditions, observent, goûtent, hésitent. Puis, peu à peu, séduits par sa couleur délicatement rosée, sa texture fondante et son goût doux et équilibré, ils l'adoptent. En quelques années, le sushi au saumon séduit les chefs et s'impose comme un nouveau classique. De cette rencontre entre rigueur nordique et délicatesse japonaise naît une alliance devenue emblématique.



Le saviez-vous ?

- Le “Project Japan” (1985–1990) a permis d’introduire le saumon norvégien cru dans les restaurants japonais.
- Avant cette initiative, aucun sushi au saumon n’était servi au Japon.
- Aujourd’hui, plus d’un sushi sur trois dans le monde est au saumon.
- La Norvège exporte son saumon atlantique vers plus de 150 pays et reste leader mondial de l’élevage durable.

Le sushi au saumon, c’est l’histoire d’un pont entre deux mondes — celui des fjords et celui des sakura. Une alliance de pureté, d’élégance et de maîtrise, qui incarne mieux que tout autre plat ce que la gastronomie mondiale a de plus précieux : la rencontre entre les cultures.

Des fjords à Tokyo, le voyage d’un goût devenu culte

Le goût pur du Nord

Derrière ce succès se cache un savoir-faire unique. Les [saumons de Norvège](#) évoluent dans des fjords aux eaux froides et profondes, où les courants marins assurent un renouvellement constant et une oxygénation parfaite.

Les méthodes d’élevage, strictement encadrées, garantissent [une qualité irréprochable et une traçabilité totale](#). Cette exigence a permis au saumon norvégien de devenir la référence des chefs du monde entier, notamment pour la préparation du sushi, où la pureté du produit est essentielle.

Avec sa chair tendre, sa richesse en oméga-3 et sa saveur équilibrée, le saumon de Norvège incarne la naturalité et la modernité : un produit brut et noble, sublimé par un art culinaire millénaire.

Une icône mondiale de la gastronomie moderne

Aujourd’hui, le sushi au saumon symbolise l’union parfaite entre innovation et tradition, nature et culture. Il est le fruit d’un dialogue entre deux nations qui partagent le même respect du produit et la même recherche de perfection.

En quarante ans, il est devenu l’un des mets les plus populaires au monde, une signature d’élégance et de simplicité.

Des fjords aux sushis-bars, le saumon de Norvège s’est imposé comme une icône mondiale du goût, de la durabilité et de l’excellence.



Le marché de sushi français

- Environ 55 millions de portions de sushis ont été vendues en 2024.
- En mai 2025, on comptait plus de 3 000 restaurants japonais en France, dont la grande majorité propose des sushis.
- 10 à 13 millions de Français consomment des sushis chaque mois, soit 15 à 20% de la population.
- La France est le plus grand consommateur de sushis en Europe, devant l'Allemagne et le Royaume-Uni.
- Les jeunes adultes (20-34 ans) sont les plus gros consommateurs de sushis.
- La consommation est particulièrement forte en Île-de-France, mais progresse aussi dans les grandes villes de province



NORWEGIAN
SEAFOOD COUNCIL



SEAFOOD
FROM
NORDWAY
NORWAY