

maritime et la construction navale à vocation commerciale, le *Jones Act* (auquel s'ajoutent les interdictions touchant la défense nationale contenues dans l'amendement Byrnes-Tollefson) ferme en réalité à l'industrie navale canadienne la participation au commerce maritime des États-Unis, tant côtier qu'outre-mer, et fait obstacle aux investissements canadiens dans l'industrie navale de ce pays.

Une modification apportée en 1988 au *Jones Act*, soit la loi sur le transport des boues résiduelles, destinée à inclure également le transport côtier des «matières sans valeur commerciale» (boues, algues), a eu pour effet d'écarter les constructeurs canadiens de la vente aux États-Unis de petits vaisseaux destinés à la cueillette et au transport des résidus marins.

Une autre modification apportée la même année au *Jones Act*, la loi interdisant les changements de pavillon pour les navires commerciaux, restreint, dans l'industrie de la pêche, les activités de navires de plus de cinq tonnes nettes construits à l'étranger au seul transport du poisson. La Loi interdit en outre aux navires construits ou remis à neuf à l'étranger de se livrer à des activités de transport côtier et de pêche.

V. PROCÉDURES DOUANIÈRES ET ADMINISTRATIVES

Marquage obligatoire des marchandises pour indiquer le pays d'origine

L'article 1304 de la Loi de 1930 sur les tarifs douaniers (*Tariff Act*) exige que presque tous les produits importés d'origine étrangère soient «[traduction :] marqués à un endroit visible d'une façon lisible, indélébile et permanente, dans la mesure où la nature de l'article (ou de son contenant) le permet, de manière à indiquer à l'acheteur final aux États-Unis le nom en langue anglaise du pays d'origine de l'article».

Les autorités douanières des États-Unis appliquent souvent les dispositions de marquage des marchandises d'une façon rigide, inégale et arbitraire. Bien souvent, ces dispositions sont mises en oeuvre et administrées de telle façon qu'elles empêchent l'accès au marché et entraînent des coûts supplémentaires. Par ailleurs, pour certains produits, la méthode et l'emplacement du marquage sont sujets à interprétation.

Ces dispositions s'appliquent même à des articles non pas vendus, mais donnés. Par exemple, les dépliants et les brochures distribués gratuitement aux consommateurs doivent porter la marque de leur pays d'origine.