

Projet de budget RUGMARK

Marketing et promotion	150 000 \$
Bail	15 000 \$
Salaires (2 personnes)	80 000 \$
Administration	35 000 \$
<u>Voyage</u>	<u>20 000 \$</u>
Total	300 000 \$

3.5 Quels choix s'offrent comme mécanisme de prestation? Quels seraient les participants au Canada? Comment le programme serait-il mis en oeuvre?

RUGMARK pourrait être doté d'un bureau indépendant, ce qui lui permettrait d'avoir sa propre identité et de façonner son avenir indépendamment de l'influence d'autres organisations. Constitué en organisation ayant une relation semi-autonome avec une organisation existante ou fusionné, sur le plan de la gestion et du fonctionnement, avec une organisation semblable avec laquelle partager un mandat ou un auditoire cible, RUGMARK pourrait faire fond sur les points forts existants pour aller plus loin. L'affiliation à Fair Trademark, par exemple, aiderait RUGMARK à mettre à profit l'expertise en marketing et en éducation/vulgarisation d'une organisation qui utilise le label pour promouvoir le changement social.

Les activités de marketing et d'éducation exigeraient l'investissement le plus important, car elles ont un rôle clé dans la modification des attitudes et des pratiques. Fair Trademark prévoit un budget annuel de 400 000 \$ pour la gestion d'une campagne semblable pour les produits Fair Trademark à partir d'un bureau doté d'un personnel de trois employés.

3.6 Comment le Canada pourrait-il se greffer aux programmes européens? Quels seraient les coûts et les avantages de travailler étroitement avec les Européens ou d'utiliser un mécanisme distinct?

Jusqu'ici l'Allemagne est le seul pays européen qui appuie RUGMARK. Tous les pays d'Europe semblent convenir qu'il faut s'attaquer au problème du travail des enfants et éliminer cette forme d'exploitation, mais ils ne croient pas tous que RUGMARK fournit un avantage comparatif.