

instruments pour s'attaquer aux problèmes plus vastes de la pauvreté rurale et des schèmes d'exploitation qui conduisent au travail des enfants.

5. Le programme ne peut garantir de façon absolue qu'aucune main d'oeuvre enfantine n'a été utilisée. Il mise sur une série d'inspections surprises faites au hasard pour dissuader ses participants de manquer à leur engagement de ne pas affecter des enfants aux métiers à contrat. Ces mesures ne garantissent pas que des enfants n'ont pas travaillé à la confection des tapis; elles visent simplement à empêcher le recours *illégal* à la main-d'oeuvre enfantine à l'étape du tissage.
6. La « part » de marché des tapis RUGMARK devrait être assez élevée pour que la contribution par tapis fournie par les importateurs permette de créer un fonds consacré aux activités de réadaptation ou de développement. Sur la base des importations canadiennes actuelles de tapis à points noués à la main en provenance de l'Inde, cela donnerait 77 250 \$ par année. Sur la base des ventes en Allemagne, le chiffre serait 3 millions \$ par année!
7. On ne dispose pas encore d'informations objectives sur l'impact de RUGMARK sur l'avenir de ces enfants. À la différence des tapis, les enfants retirés de la production de tapis par suite du programme RUGMARK, ne sont pas enregistré et on ne sait pas si leur sort s'en trouve amélioré. L'attention consacrée aux tapis ne s'est pas encore portée sur les enfants.
8. Les labels aident les consommateurs à choisir entre deux produits similaires ou plus (détersifs, marques de café, etc.); mais comme les tapis à points noués à la main sont d'ordinaire des objets uniques, il n'y a pas vraiment moyen de comparer - et le label perd un peu sa raison-d'être.
9. Les labels constituent rarement en eux-mêmes une solution globale et ils entraînent le risque de véhiculer des prétentions non prouvées et une logique réductrice face à des problèmes complexes. Le défi est d'allier la demande de choix de la part des consommateurs à des mesures plus larges qui améliorent la compréhension de problèmes complexes par le public. Dans le cas du travail des enfants, il se pourrait que les consommateurs croient qu'un label signifie « qu'aucune main-d'oeuvre enfantine n'a été utilisée » alors qu'il est indicatif seulement de l'absence de main-d'oeuvre enfantine *illégal*.
10. Contrairement aux Allemands, les Canadiens n'attachent pas une importance vraiment spéciale à l'achat ou à la possession de tapis à points noués à la main. Comme il s'agit d'un achat plutôt exceptionnel pour un individu ou une famille, la possibilité de