

Les importateurs et les détaillants interviewés conviennent que l'industrie du tapis a connu une période de ralentissement depuis environ huit ans, ajoutant que cela reflète une réduction globale du marché des fournitures d'ameublement et est une conséquence directe de la récession. Ils n'ont pas attribué la baisse des ventes à une sensibilisation du consommateur au problème de l'utilisation de main-d'oeuvre enfantine dans la confection des tapis à points noués à la main.

En ce qui concerne l'évolution des ventes de tapis, on constate que les tapis indiens à poils grossiers ont connu un sommet il y a huit à dix ans, pour céder la place aux tapis plus fins en provenance de la Chine il y a cinq ans. Aujourd'hui, la demande de tapis de l'Inde et de la Chine est à peu près égale. Selon les détaillants, peu de consommateurs sont au courant du problème de l'utilisation de main-d'oeuvre enfantine dans la confection de tapis à points noués à la main. Selon eux, un consommateur sur vingt se renseigne à ce sujet. Ceux qui le font ne semblent pas attacher d'importance à la présence d'un label indiquant qu'un tapis a été confectionné sans main-d'oeuvre enfantine.

Les consommateurs canadiens ne possèdent pas de nombreux tapis à points noués à la main, choisissant d'acheter un seul tapis durant leur vie ou d'en acheter un à peu près à chaque décennie. Nombre de Canadiens ne possèdent pas de tapis de ce genre. Personne dans l'industrie ne pouvait dire quelle proportion de Canadiens achètent ces tapis, mais on reconnaît que la demande est plus forte pour la moquette industrielle.

En 1995, les tapis à points noués à la main achetés au Canada, qui constitue 1 % du marché mondial, provenaient dans une proportion de 40 % de l'Iran, de 25 % de la Chine et de 20 % de l'Inde.

3.8 Que signifie le RUGMARK pour les importateurs canadiens de tapis de l'Inde, du Népal et d'autres régions du monde?

En général, les importateurs appuient l'étiquetage des tapis, mais ils préféreraient un seul label et non plusieurs labels indiquant qu'aucune main-d'oeuvre enfantine n'a été utilisée, car ils estiment que des labels multiples ne feront que miner la confiance des consommateurs dans le système. Un importateur a suggéré que sans leadership au sein de l'industrie, celle-ci pourrait finir par commercialiser des labels et non des tapis. L'étiquetage, reconnaît l'industrie, est inévitable, principalement en raison de la position de la politique étrangère américaine sur le travail des enfants. Un importateur a confié que ses fournisseurs en Inde marqueraient ses tapis comme il le voulait; s'il voulait des labels RUGMARK, ces derniers pourraient les obtenir et pas nécessairement seulement des labels officiels.