



Third Session  
Fortieth Parliament, 2010

Troisième session de la  
quarantième législature, 2010

SENATE OF CANADA

---

SÉNAT DU CANADA

---

*Proceedings of the Standing  
Senate Committee on*

*Délibérations du Comité  
sénatorial permanent des*

# Foreign Affairs and International Trade

# Affaires étrangères et du commerce international

*Chair:*

The Honourable A. RAYNELL ANDREYCHUK

---

*Présidente :*

L'honorable A. RAYNELL ANDREYCHUK

---

Wednesday, May 12, 2010

---

Le mercredi 12 mai 2010

---

**Issue No. 7**

**Fascicule n° 7**

**Thirteenth meeting on:**

The rise of China, India and Russia in  
the global economy and the implications  
for Canadian policy

---

**Treizième réunion concernant :**

L'émergence de la Chine, de l'Inde et de la Russie  
dans l'économie mondiale et les répercussions  
sur les politiques canadiennes

---

WITNESSES:  
(See back cover)

TÉMOINS :  
(Voir à l'endos)

THE STANDING SENATE COMMITTEE ON  
FOREIGN AFFAIRS AND INTERNATIONAL TRADE

The Honourable A. Raynell Andreychuk, *Chair*  
The Honourable Peter A. Stollery, *Deputy Chair*  
and

The Honourable Senators:

* Cowan (or Tardif) Downe Finley Fortin-Duplessis Jaffer	Mahovlich Marshall Nolin Segal Smith, P.C. Wallin
* LeBreton, P.C. (or Comeau)	

\* Ex officio members  
(Quorum 4)

*Changes in membership of the committee:*

Pursuant to rule 85(4), membership of the committee was amended as follows:

The Honourable Senator Marshall replaced the Honourable Senator Di Nino (*May 12, 2010*).

The Honourable Senator Nolin replaced the Honourable Senator Housakos (*May 7, 2010*).

The Honourable Senator Mahovlich replaced the Honourable Senator Robichaud, P.C. (*May 6, 2010*).

LE COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT DES  
AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET DU COMMERCE  
INTERNATIONAL

*Présidente* : L'honorable A. Raynell Andreychuk  
*Vice-président* : L'honorable Peter A. Stollery  
et

Les honorables sénateurs :

* Cowan (ou Tardif) Downe Finley Fortin-Duplessis Jaffer	Mahovlich Marshall Nolin Segal Smith, C.P. Wallin
* LeBreton, C.P. (ou Comeau)	

\* Membres d'office  
(Quorum 4)

*Modifications de la composition du comité :*

Conformément à l'article 85(4) du Règlement, la liste des membres du comité est modifiée, ainsi qu'il suit :

L'honorable sénateur Marshall a remplacé l'honorable sénateur Di Nino (*le 12 mai 2010*).

L'honorable sénateur Nolin a remplacé l'honorable sénateur Housakos (*le 7 mai 2010*).

L'honorable sénateur Mahovlich a remplacé l'honorable sénateur Robichaud, C.P. (*le 6 mai 2010*).

**MINUTES OF PROCEEDINGS**

OTTAWA, Wednesday, May 12, 2010  
(14)

[*English*]

The Standing Senate Committee on Foreign Affairs and International Trade met this day at 4:15 p.m., in room 160-S, Centre Block, the deputy chair, the Honourable Peter A. Stollery, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Downe, Finley, Fortin-Duplessis, Jaffer, Mahovlich, Marshall, Nolin, Segal, Smith, P.C., Stollery and Wallin (11).

*Other senator present:* The Honourable Senator Robichaud, P.C. (1).

*In attendance:* Natalie Mychajlyszyn, Analyst, Parliamentary Information and Research Service, Library of Parliament; and Karen Schwinghamer, Acting Manager, Media Relations and Communications Services, Communications Directorate.

*Also in attendance:* The official reporters of the Senate.

Pursuant to the order of reference adopted by the Senate on Tuesday, March 16, 2010, the committee continued its examination on the rise of China, India and Russia in the global economy and the implications for Canadian policy. (*For complete text of order of reference, see proceedings of the committee, Issue No. 1.*)

**WITNESSES:**

*Energate:*

Niraj Bhargava, Chairman and Chief Executive Officer.

*Telfer School of Management:*

Gurprit S. Kindra, Professor.

Mr. Bhargava and Mr. Kindra each made a statement and answered questions.

At 6:03 p.m., the committee adjourned to the call of the chair.

**ATTEST:**

*Le greffier du comité,*

Denis Robert

*Clerk of the Committee*

**PROCÈS-VERBAL**

OTTAWA, le mercredi 12 mai 2010  
(14)

[*Traduction*]

Le Comité sénatorial permanent des affaires étrangères et du commerce international se réunit aujourd'hui, à 16 h 15, dans la salle 160-S de l'édifice du Centre, sous la présidence de l'honorable Peter A. Stollery (*vice-président*).

*Membres du comité présents :* Les honorables sénateurs Downe, Finley, Fortin-Duplessis, Jaffer, Mahovlich, Marshall, Nolin, Segal, Smith, C.P., Stollery et Wallin (11).

*Autre sénateur présent :* L'honorable sénateur Robichaud, C.P. (1).

*Également présente :* Natalie Mychajlyszyn, analyste, Service d'information et de recherche parlementaires, Bibliothèque du Parlement; et Karen Schwinghamer, gestionnaire intérimaire, Relations avec les médias et communications, Direction des communications.

*Aussi présents :* Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mardi 16 mars 2010, le comité poursuit son étude sur l'émergence de la Chine, de l'Inde et de la Russie dans l'économie mondiale et les répercussions sur les politiques canadiennes. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure au fascicule n° 1 des délibérations du comité.*)

**TÉMOINS :**

*Energate :*

Niraj Bhargava, président-directeur général.

*École de gestion Telfer :*

Gurprit S. Kindra, professeur.

MM. Bhargava et Kindra font chacun une déclaration, puis répondent aux questions.

À 18 h 3, le comité suspend ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

**ATTESTÉ :**

## EVIDENCE

OTTAWA, Wednesday, May 12, 2010

The Standing Senate Committee on Foreign Affairs and International Trade met this day at 4:15 p.m. to study the rise of China, India and Russia in the global economy and the implications for Canadian policy.

**Senator Peter A. Stollery** (*Deputy Chair*) in the chair.

[*English*]

**The Deputy Chair:** Honourable senators, I bring the meeting to order.

Our first witness is Mr. Niraj Bhargava, Chairman and Chief Executive Officer, Energate. He is a former dean, Royal Roads University School of Business. He holds both a professional engineering designation and an MBA. He has had an active career in the private sector. He was President and Chief Executive Officer of Enerstat Limited, an entrepreneurial high tech company. He has also been a director of global marketing and sales for General Electric Co. and a marketing and R&D specialist with Northern Telecom.

**Niraj Bhargava, Chairman and Chief Executive Officer, Energate:** It is a pleasure to be here with you today. I hope we can have an open discussion, I anticipate my comments will be helpful and I look forward to your questions.

I have titled my short presentation “Barriers to International Trade,” and I am hoping that my perspective will be helpful to your deliberations, recognizing there is a focus on international trade. I will use our company, Energate, as a case study for your deliberations and an understanding about the challenges of growth, the opportunities for international growth and also the barriers to that growth.

With respect to the proposed agenda, I would like to suggest that we focus our time together on micro realities rather than the macro issues. I know you have had a fair bit of time to deliberate on the macro issues, and they are important. I am hoping my perspective on trade at a micro level, again using Energate as an example, on what is going on in growth companies, will be a fresh one. I am happy to spend time on Energate’s opportunity in India and how we see growth there, but I could also comment on China and Russia.

I would like to give a brief introduction of myself and Energate, spend a few minutes on the macro context and use that context to go deeper into the micro challenge of recognizing that small to medium-sized companies are a big part of Canada’s economy. What are the implications to SMEs looking at international trade in those regions?

Energate is a private company in a competitive market, but I would like to be open about what is going on at Energate, our competitive advantage, how we see trade opportunities, things we can do about them and perhaps the support that we could use to be effective in international trade, focusing on India in particular.

## TÉMOIGNAGES

OTTAWA, le mercredi 12 mai 2010

Le Comité sénatorial permanent des affaires étrangères et du commerce international se réunit aujourd’hui, à 16 h 15, pour étudier l’émergence de la Chine, de l’Inde et de la Russie dans l’économie mondiale et les répercussions sur les politiques canadiennes.

**Le sénateur Peter A. Stollery** (*vice-président*) occupe le fauteuil.

[*Traduction*]

**Le vice-président :** Honorables sénateurs, la séance est ouverte.

Notre premier témoin est M. Niraj Bhargava, président-directeur général d’Energate. Il a occupé les fonctions de doyen de l’École de commerce de l’Université Royal Roads et il est ingénieur agrégé et titulaire d’un MBA. Il a fait une belle carrière dans le secteur privé et il a été président-directeur général d’Enerstat Limited, une société de haute technologie. Il a aussi été directeur du marketing et des ventes mondiales de General Electric Co. et il a travaillé comme spécialiste du marketing et de la R-D chez Northern Telecom.

**Niraj Bhargava, président-directeur général, Energate :** Je suis très heureux d’être ici aujourd’hui. J’espère que nous pourrons avoir une franche discussion et je pense que mes commentaires vous seront utiles. Je suis impatient de répondre à vos questions.

J’ai intitulé mon bref exposé « Obstacles au commerce international », et j’espère que mon point de vue vous aidera à faire avancer vos délibérations, puisque leur accent porte sur le commerce international. Je vais me servir de notre société, Energate, comme étude de cas et pour mieux expliquer les défis de la croissance, les occasions de croissance sur la scène internationale et les obstacles à cette croissance.

Pour ce qui est de l’ordre du jour, j’aimerais me concentrer particulièrement sur les microréalités plutôt que les questions de niveau macro. Je sais que vous avez longuement débattu des grandes questions, et elles sont importantes. J’espère que mon point de vue sur le commerce de niveau micro — en me fondant, je le répète, sur l’exemple d’Energate, sur ce qui se passe pour les compagnies en croissance — vous apportera des faits nouveaux. Je me réjouis de traiter des perspectives d’Energate en Inde et de la façon dont nous envisageons la croissance là-bas, mais j’aimerais aussi commenter la situation en Chine et en Russie.

J’aimerais me présenter rapidement et vous présenter Energate. Je consacrerai ensuite quelques minutes au contexte général et je m’appuierai sur ce contexte pour expliquer en détail le défi lié au fait que les petites et moyennes entreprises forment une grande part de l’économie canadienne. Quelles sont les conséquences pour les PME qui s’intéressent au commerce international dans ces régions?

Energate est une société privée qui fait des affaires sur un marché concurrentiel, mais je veux vous parler ouvertement de ce qui se passe chez Energate, de notre avantage concurrentiel, de la façon dont nous envisageons les perspectives commerciales, de ce que nous pouvons en faire et, peut-être, de l’aide qui nous permettrait d’être plus efficaces dans le domaine du commerce international, en particulier en Inde.

I offer myself as somebody who has had experience in the challenges of growth in small to medium-sized companies, though not as an expert on trade in India and Russia and China in particular. I certainly have perspective on the regions. I have travelled and done business in India, China and Russia and have experienced trade, but most of my expertise is in the challenges of growth and building a successful high-growth company.

In the introduction, you heard about my background. I have a perspective from large companies like General Electric and Bell-Northern Research. I have been CEO previously and am leading a growth company called Energate. I also spent some time on faculty at Queen's School of Business and, at that time, I led a research study on the opportunities for growth and high-growth companies and some of the implications for managing growth. I offer some of that experience as well for our discussion today.

Let me start with the macro context.

I would like to offer some assumptions or conclusions that we have in common. The first one is that India, China and Russia are important markets for Canada. There is clear evidence that business trade should be encouraged in those regions, and I offer myself up as a convert. I believe we should focus a lot of attention on growth in these regions, and I believe that, in the coming years, India specifically could be a very important market for trade, perhaps as important as what we see now with the United States. There is lots of movement in that direction, and I certainly recognize it as an important market. I agree with the notion that business trade with that region should be encouraged and facilitated.

There is lots of data to support that Canadian business and the participants in trade are dominated by small to medium-sized enterprises. Over 80 per cent of Canadian companies are SMEs, with over 70 per cent of job growth and about 50 per cent of the national output. We can debate the detail of those figures, but clearly a large amount of our economy is dominated by small to medium-sized companies. Within that segment of SMEs, half or perhaps more than half are lifestyle companies or micro companies that are not trade oriented.

What is left are the high growth companies. We can call them different things, innovative growth firms, but they are growth oriented SMEs that are looking at high growth, and trade can be an important part of their growth trajectory. I offer that as a key segment for our attention when we talk about international trade and what we can do to support that activity in this region.

Over the last couple of years, there has been quite a correction in our global economy and a lot of change. That has therefore put some industries on a downward trend as far as their growth opportunity, and others on an upward trend. We could talk about

J'ai l'expérience des défis de croissance pour la petite et moyenne entreprise, mais je ne suis pas spécialiste du commerce avec l'Inde, la Russie ou la Chine en tant que tel. J'ai certainement une opinion sur ces régions du monde. J'ai voyagé, j'ai fait des affaires en Inde, en Chine et en Russie, j'ai l'expérience du commerce, mais ce que je connais vraiment ce sont les défis que présentent la croissance et la création d'une société prospère, à fort potentiel de croissance.

Dans l'introduction, on vous a résumé un peu ma carrière. Je connais le point de vue des grandes compagnies comme General Electric et Bell-Northern Research. J'ai déjà été président-directeur général d'une entreprise et je dirige maintenant une société de croissance appelée Energate. J'ai aussi été pendant quelque temps membre du corps professoral de l'École de commerce de l'Université Queen's et, à cette époque, j'ai dirigé une étude sur les perspectives de croissance et les sociétés à fort taux de croissance ainsi que sur ce que cela peut signifier pour la gestion de la croissance. Je m'appuierai en partie sur cette expérience également pour les discussions d'aujourd'hui.

Commençons par le contexte général.

J'aimerais d'abord poser quelques hypothèses et conclusions que nous partageons. La première, c'est que l'Inde, la Chine et la Russie sont d'importants marchés pour le Canada. Il est indéniable qu'il faut encourager le commerce avec ces régions; j'en suis absolument convaincu. Je crois que nous devrions accorder beaucoup d'attention à la croissance dans ces régions et je pense qu'au cours des prochaines années, nos échanges avec l'Inde, en particulier, pourraient s'avérer très importants, peut-être aussi importants que ce que nous avons maintenant avec les États-Unis. Tout l'indique, il est évident que c'est un marché important. J'accepte l'idée que les échanges avec cette région doivent être encouragés et facilités.

Une foule de données montrent que la petite et moyenne entreprise canadienne domine les échanges. Plus de 80 p. 100 de sociétés canadiennes sont des PME, et ces sociétés sont responsables de 70 p. 100 de la croissance de l'emploi et d'environ 50 p. 100 de la production nationale. Nous pouvons contester certains aspects de ces chiffres, mais il est évident qu'une grande partie de notre économie est dominée par la petite et moyenne entreprise. Dans le segment des PME, la moitié des entreprises, sinon plus, sont des sociétés axées sur un style de vie, des microsociétés qui ne s'intéressent pas au commerce extérieur.

Il ne reste donc que les sociétés à fort potentiel de croissance. Nous pouvons les appeler autrement, parler de sociétés innovatrices en croissance, mais ce sont des PME axées sur la croissance. Elles s'efforcent d'obtenir un fort taux de croissance, et le commerce peut être un volet important de cette course à la croissance. Je crois que c'est un segment clé dont nous devrions nous préoccuper tout particulièrement lorsque nous parlons de commerce international et de ce que nous pouvons faire pour appuyer l'activité dans cette région.

Depuis deux ou trois ans, l'économie mondiale a connu toute une correction et bien des changements. Cette évolution a entraîné un ralentissement pour certaines industries en termes de perspectives de croissance, tandis que d'autres en bénéficiaient.

the ones moving in the right direction and those not moving in the right direction, but one area that I believe is a rising industry, and there is lots of evidence to support it, is clean technology and green technology, what I like to call the new energy economy.

As someone experienced in the new energy economy, we must recognize that we do not have a sustainable strategy for the use of energy globally, that we have to look at energy in new ways, whether renewable energy or energy efficiency. There are many opportunities for innovation and technology in the area of clean technology and energy.

With those recognized elements of the macro environment, I would propose that we spend our time talking more specifically about the challenges of growing SMEs and how International Trade could be of support in this sector.

A few years ago, at Queen's, I led a research program on the creation and management of high growth firms, and a number of people questioned us on some of the challenges of sustaining growth in our economy. I quote Gord Nixon, CEO of RBC Financial Group:

While Canada and the U.S. have comparable rates of new business creation, Canada lags significantly in the growth of these new businesses into medium and large enterprises. The lack of a sizeable medium-sized business sector in Canada, and the country's lagging ability to grow large firms fast enough to replace those that are disappearing, is an issue of importance to the future prosperity of Canada.

I think Mr. Nixon is saying that while there is a lot of creation and entrepreneurship going on in Canada, there is perhaps a hollowing out of sustainable growth. When we talk about prosperity, a lot of our growth comes from entrepreneurship and innovation, and we want to sustain that growth. International trade could be a large contributor to sustaining growth in our innovative growth firms.

Let me go to one of the conclusions of our research a few years ago. The challenges these growth firms face, what the CEOs are dealing with and what is keeping them up at night as far as sustaining growth, may or may not be what you think they are. From point of view of government, banks and regulatory groups, there is an assumption that the issues are about taxation, regulatory regimes, rules and policies. These are all important, but really, when you talk about what is going on in these growth firms, managing growth is a challenge in itself. There is lots of change going on in these growth companies, and most data show the management of that growth and change as the number one challenge for these companies.

Nous pourrions parler de celles qui vont dans la bonne direction et de celles qui vont dans la mauvaise direction, mais parmi les industries qui me semblent en croissance, et bien des données le confirment, il y a les technologies propres, les technologies vertes, ce que j'appelle la nouvelle économie de l'énergie.

Parce que nous avons l'expérience de l'économie de l'énergie, nous devons admettre que nous n'avons pas de stratégie viable d'utilisation de l'énergie à l'échelle mondiale, qu'il nous faut envisager l'énergie sous un nouveau jour, qu'il s'agisse d'énergie renouvelable ou d'efficacité énergétique. Il y a de nombreuses occasions d'innovation et de progrès dans le domaine des technologies propres et de l'énergie.

Une fois posés ces éléments du contexte global, je crois que nous devrions discuter plus précisément des défis des PME en croissance et de la façon dont le commerce international peut être appuyé dans ce secteur.

Il y a quelques années, à l'Université Queen's, j'ai dirigé un programme de recherche sur la création et la gestion de sociétés à fort potentiel de croissance, et un certain nombre de personnes ont contesté certains des défis que présente une croissance soutenue dans notre économie. Je cite Gord Nixon, PDG du Groupe financier RBC :

Le Canada et les États-Unis ont des taux de création d'entreprises comparables, mais le Canada accuse un net retard pour ce qui est de la croissance de ces nouvelles entreprises, qui devraient devenir des entreprises de taille moyenne et même de grandes entreprises. L'absence d'un solide secteur composé d'entreprises de taille moyenne au Canada et le peu de capacité qu'a le pays pour favoriser une croissance assez rapide des grandes entreprises afin de remplacer celles qui disparaissent sont des enjeux de taille relativement à la prospérité future du Canada.

Je crois que M. Nixon veut dire que même s'il y a beaucoup de création et d'entrepreneuriat au Canada, nous perdons peut-être du terrain sur le plan de la croissance soutenue. Quand nous parlons de prospérité, une bonne partie de notre croissance est attribuable à l'entrepreneuriat et à l'innovation, et nous voulons soutenir cette croissance. Le commerce international pourrait largement contribuer à une croissance soutenue dans le secteur des sociétés innovatrices à forte croissance.

Je vous communique l'une des conclusions de la recherche que nous avons menée il y a quelques années. Les défis auxquels se heurtent ces sociétés à fort potentiel de croissance, les problèmes que les PDG doivent régler et qui les empêchent de dormir la nuit en termes de croissance soutenable, ne sont pas nécessairement ceux que vous croyez. Du point de vue du gouvernement, des banques et des organismes de réglementation, on suppose que les difficultés sont liées à la fiscalité, aux régimes de réglementation, aux règles et aux politiques. Tout cela est important, mais en réalité, si vous regardez ce qui se passe dans ces sociétés à fort potentiel de croissance, la gestion de la croissance constitue un défi en soi. Bien des changements se produisent dans ces sociétés, et la plupart des données montrent que la gestion de cette croissance et du changement constitue le principal défi pour ces entreprises.

Dealing with human resource issues, ensuring you evolve the management team appropriately, dealing with sales and market development issues are all important elements to managing and sustaining growth in these companies. All this activity is preoccupying the leaders of these growth firms, and dealing with international trade and considering India may not even be on the radar.

There is a lot to do in sustaining growth in these growth companies, and I do think that most everyone would argue that there is opportunity internationally when you look at new markets like India, but it is not necessarily on the radar in the deliberations of the management teams and the executives of these growth firms. That in itself is something we should recognize as we develop policy, and we should recognize the environments of these companies as we try to encourage and facilitate international trade.

With that, I would like to introduce you to Energate. I am happy to talk specifically from our perspective. Energate is a young company, founded in 2004, headquartered here in Ottawa. We have commercialized home energy management solutions. The core team has decades of experience in home controls and communications. We are privately funded for growth, and we focus our growth on North America. We commercialized our technology in 2007, and over 90 per cent of our sales are in the United States. We have delivered well, and we have had recognition as leaders in our space, our space being defined as smart grid and demand response, which I will take a moment to define. We deployed our technology, and we have a vision to become, not just a great small to medium-sized company, but a global success, a billion dollar company, a profitable and sustainable company, right here from our Canadian base. We have a good start in Energate's pursuits, and a number of partners have validated our business and we are pleased with our momentum.

Let me take a minute to talk about the market that Energate is serving, because it may be relevant to how we talk about India as well. In the United States, there is a new kind of energy crisis, and that is the recognition that energy demand continues to grow rapidly despite the fact that the economy is challenged. There is not enough power to sustain that growth and demand.

Historically, when demand was growing, utilities and energy companies would just build new power plants. They would go to the regulators, look for approval to build the new power plant to keep up with the demand and keep the lights on. In today's environment, utilities are not getting approval to build power plants. They are recognizing the significant cost as well as the environmental impact, so regulatory bodies are saying no more power plants, by and large.

Les questions de ressources humaines, l'évolution adéquate de l'équipe de gestion, les problèmes liés aux ventes et au développement des marchés, tous ces éléments sont importants pour gérer et soutenir la croissance de ces entreprises. Toute cette activité occupe les chefs de ces sociétés en croissance, et la complexité des échanges internationaux et la possibilité de commerce avec l'Inde ne sont peut-être même pas sur leur écran radar.

Il y a beaucoup à faire pour soutenir la croissance dans ces sociétés, et je crois que la plupart des gens vous diraient qu'il existe peut-être des perspectives sur la scène internationale si vous regardez les nouveaux marchés comme l'Inde, mais que cela n'est pas nécessairement une grande préoccupation pour les équipes de gestion et les cadres de ces sociétés en croissance. En soi, c'est un aspect dont nous devons tenir compte pour élaborer la politique, et nous devrions reconnaître les contextes dans lesquels fonctionnent ces sociétés pour tenter d'encourager et de faciliter le commerce international.

À ce point de mon exposé, j'aimerais vous présenter Energate. Je suis heureux de parler précisément de notre point de vue. Energate est une jeune société, créée en 2004, basée ici à Ottawa. Nous avons commercialisé des solutions de gestion de l'énergie pour les résidences. Le noyau de notre équipe possède des décennies d'expérience en domotique résidentielle et en communications. Notre croissance est financée par le privé et notre marché de prédilection est l'Amérique du Nord. Nous avons commercialisé notre technologie en 2007 et nous réalisons plus de 90 p. 100 de nos ventes aux États-Unis. Nous avons obtenu de bons résultats et nous avons été reconnus comme des chefs de file dans notre domaine, notre domaine étant le « smart grid » et la gestion de la demande, et je vais prendre le temps de définir ces concepts. Nous avons déployé notre technologie et nous envisageons de devenir non seulement une excellente PME, mais aussi une réussite mondiale, une société valant un milliard de dollars, une société rentable et viable, ici même, à partir de notre base canadienne. Nous avons bien démarré avec Energate, et un certain nombre de partenaires ont validé nos efforts. Nous sommes satisfaits du rythme de notre progression.

Je vais brièvement vous expliquer quel est le marché qu'Energate cible, parce que cela peut également être utile à notre discussion sur l'Inde. Aux États-Unis, il y a un nouveau type de crise énergétique liée au fait que la demande d'énergie continue de croître rapidement même si l'économie bat un peu de l'aile. Il n'y a pas suffisamment d'énergie pour soutenir la croissance et répondre à la demande.

Par le passé, lorsque la demande augmentait, les services publics et les entreprises d'énergie construisaient simplement de nouvelles centrales. Ils pouvaient s'adresser à l'organisme de réglementation, demander l'autorisation de construire une nouvelle centrale pour répondre à la demande et éviter les pannes de courant. De nos jours, les services publics n'obtiennent plus l'autorisation de construire de nouvelles centrales. Ils sont en outre conscients des coûts considérables des impacts environnementaux, et les organismes de réglementation refusent généralement d'autoriser la construction de nouvelles centrales.

What are utilities doing to ensure they can sustain their requirements to provide energy? They are looking at new initiatives — renewable energy, energy efficiency and demand response. We all applaud renewables, but data show that is only a small slice of the pie. The largest, most significant way for utilities to manage energy is to manage demand and to use technology to affect changes in demand. In the United States, this is a large trend, to the point where the Obama administration has announced billions of dollars of stimulus to make the leap to smart grid demand response and energy efficiency to allow sustainable energy use.

The topic of demand response is the notion of reducing peak demand and shifting that demand to the valleys, essentially avoiding the need for a power plant by reducing peak demand. Demand responses are mechanisms to encourage consumers to shift their demand. Energate is participating in this territory, and the business case is compelling for utilities because the technology allows that shift in demand to be more effective than building new power plants.

What is driving this demand is interesting. People may think it is the industrial sector or large commercial buildings, but it is actually small buildings, our homes, the air conditioning, water heating and major appliances. By and large, air conditioners are the biggest contributors to what is driving that peak. Home energy solutions are a huge contributor to that peak demand and what is going on in the energy sector.

Utilities have done lots of analysis and have come to recognize that it is more cost effective to employ technologies to shift demand than to build power plants, to the point where demand response is considered 40 per cent to 100 per cent less expensive than peak generation. A market has been created in the United States that is driving demand for technology like Energate's and that is a lucrative market.

Let me shift to India. The growth is at such a large clip in India, and the market opportunity for companies like Energate and our technology is larger in India than it is in the United States. In India, demand has already exceeded supply. Here, in North America, we are trying to keep the lights on by ensuring that we have enough supply for peak demand and by using energy efficiency and demand response. In India, it is too late. During air conditioning season, blackouts are common place, to the point where, in New Delhi, you can be without power for eight hours daily because demand has exceeded supply. We cannot build power plants fast enough in India. No matter what the environmental imperative is, the requirement for building power plants in India is as fast as possible. If they can use technology like ours to shift demand, there is a compelling opportunity in India to improve their penetration and provision of power. The data show that demand has exceeded supply by 17 per cent, and that trend is growing and has grown in the past few years.

Que font les services publics pour arriver à répondre aux besoins et assurer l'approvisionnement en énergie? Ils se tournent vers les nouvelles initiatives — l'énergie renouvelable, l'efficacité énergétique et la gestion de la demande. Nous sommes tous en faveur des énergies renouvelables, mais les données indiquent qu'elles ne satisfont qu'une petite partie de nos besoins. La plus importante façon pour les services publics de gérer l'énergie consiste à gérer la demande et à utiliser la technologie pour modifier cette demande. Aux États-Unis, c'est une importante tendance, à tel point que l'administration Obama a annoncé des milliards de dollars en stimulus pour promouvoir le « smart grid », la gestion de la demande, l'efficacité énergétique et l'utilisation d'énergies renouvelables.

La gestion de la demande, c'est la notion voulant que l'on réduise la demande aux heures de pointe et qu'on la déplace vers les creux, pour éviter de devoir construire une nouvelle centrale et réduire la demande de pointe. La gestion de la demande est une série de mécanismes qui encouragent les consommateurs à modifier leur demande. Energate participe à ces efforts, et l'analyse de rentabilisation est convaincante pour les services publics, car grâce à la technologie le déplacement de la demande est plus efficace que la construction de nouvelles centrales.

Ce qui alimente cette demande est intéressant. On pourrait penser que c'est le secteur industriel ou les grands édifices commerciaux, mais de fait ce sont les petits bâtiments, nos résidences, la climatisation de l'air, le chauffage de l'eau et les gros électroménagers. Dans l'ensemble, la climatisation de l'air est le principal facteur qui pousse la demande de pointe. Les applications domestiques qui consomment de l'énergie sont un important contributeur de ces pointes de demande et de ce qui se passe dans le secteur énergétique.

Les services publics ont mené de nombreuses analyses et ils ont dû reconnaître qu'il était plus efficace d'utiliser des technologies pour déplacer la demande que de construire de nouvelles centrales, à tel point que la gestion de la demande est considérée comme étant de 40 p. 100 moins coûteuse que la génération d'énergie en période de pointe. Un marché est né aux États-Unis pour la technologie proposée par des sociétés comme Energate, et c'est un marché très lucratif.

Passons maintenant à l'Inde. La croissance est très forte en Inde, et les débouchés pour des sociétés comme Energate et notre technologie sont plus importants en Inde qu'aux États-Unis. En Inde, la demande dépasse déjà l'offre. Ici, en Amérique du Nord, nous essayons d'éviter les interruptions de service en nous assurant d'une offre suffisante en période de pointe et en utilisant les concepts de l'efficacité énergétique et de la gestion de la demande. En Inde, il est trop tard. Pendant la saison de climatisation, les pannes sont si fréquentes qu'à New Delhi, vous pouvez manquer d'électricité huit heures par jour parce que la demande a dépassé l'offre. Nous ne pouvons pas construire de centrales assez rapidement en Inde. Quels que soient les impératifs environnementaux, il est essentiel en Inde de construire des centrales aussi rapidement que possible. Si elle utilisait une technologie comme la nôtre pour déplacer la demande, l'Inde pourrait très certainement améliorer la pénétration et le maintien du service. Les données révèlent que la demande dépasse l'offre de 17 p. 100 et que cette tendance s'accroît et s'est accentuée au cours des dernières années.



Energate is about providing a solution to utilities, software for the utility to control energy demand, hardware for the home, smart thermostats, communicating switches for water heaters, and allowing the utility to either shift load or to send price signals so the consumers can make their own decisions. There are multiple ways for demand response and Energate has commercialized leading technology, software, hardware and communications to address this phenomenon. We are at the point where we are a leading provider of technology in the United States market.

Here is Energate's challenge: We have a phenomenal opportunity in the United States. We are getting good early traction in market penetration there, new utilities, and accolades about our position and our leading technology for the U.S. marketplace. We are consumed with the growth opportunity in the United States. At the same time, however, we recognize there is a large global market opportunity.

In the package that I have shared, is data about the size of the market in North America, Europe and Asia. As I mentioned, in India, there is an imperative now to take advantage of technology like ours. Obviously, there is a cycle to pilot the technology to ensure that everyone understands it, but the market in India is as it is in the United States.

Let me bring it down to some conclusions before I accept your questions. There is a global opportunity for high-growth companies like ours. Energate is a good example of that. In our case, the North American market is complex. It is a challenge to navigate that market. One of the realities in companies like ours is that we do not have abundant cash. Raising capital in today's market is not easy and we barely have enough capital to penetrate the North American market. We are on our way to penetrating the United States market. About 300 utilities have funded programs and our team is working with or trying to penetrate them. We have a competitive advantage, but it is about speed, activity, and focus in what we are doing.

India is undeniably a very attractive market. How does a company like Energate resource manage and execute an India strategy? I had the opportunity to visit India again with Premier McGuinty's clean technology mission in December. I have visited India in the past and I have an understanding of that opportunity, but I cannot say that we have done enough to understand the strategies that we need to deploy. Is it the right focus? It would be more of a distraction for us now because there is so much activity in the United States.

I offer that as context and I welcome your questions. I believe Energate and high-growth companies like us are the kinds of companies that will be able to help that trade activity, but there are challenges in our environment to pursue that as activity.

Energate offre une solution aux services publics : un logiciel qui permet aux services publics de contrôler la demande d'énergie, des dispositifs pour les résidences, des thermostats intelligents, des interrupteurs communicants pour les chauffe-eau, une technologie qui donne aux services publics la possibilité de déplacer la charge ou d'envoyer des signaux de prix pour que les consommateurs puissent prendre leurs propres décisions. Il y a divers moyens de gérer la demande, et Energate a commercialisé une technologie de pointe, un logiciel, du matériel et des systèmes de communication pour répondre à ce besoin. Nous sommes à la fine pointe, nous sommes un important fournisseur de technologie sur le marché américain.

Voilà le défi d'Energate : nous avons des perspectives extraordinaires aux États-Unis. Nous nous positionnons rapidement sur ce marché, auprès des nouveaux services publics, notre position et notre technologie de pointe sont accueillies à bras ouverts sur le marché américain. Nous sommes entièrement mobilisés par les perspectives de croissance aux États-Unis. Nous restons toutefois conscients du fait qu'il existe un important marché mondial.

Dans le dossier que je vous ai communiqué, il y a des données au sujet de la taille du marché en Amérique du Nord, en Europe et en Asie. Comme je l'ai dit, l'Inde doit absolument recourir dès maintenant à des technologies comme la nôtre. Évidemment, il y a un cycle pour piloter la technologie, pour veiller à ce que chacun la comprenne, mais le marché de l'Inde est aussi avancé que celui des États-Unis.

Je vais tirer quelques conclusions avant de répondre à vos questions. Il y a des perspectives mondiales pour les sociétés à forte croissance comme la nôtre. Energate illustre bien cette situation. Dans notre cas, le marché nord-américain est complexe. Il est difficile de s'y orienter. L'un des problèmes, pour les sociétés comme la nôtre, c'est que nous n'avons pas beaucoup de liquidités. Il n'est pas facile de réunir des capitaux sur le marché à l'heure actuelle, et nous avons à peine assez de capitaux pour pénétrer le marché nord-américain. Nous sommes sur le point de nous imposer sur le marché des États-Unis. Environ 300 services publics ont financé des programmes, et notre équipe travaille avec eux ou essaie de les rejoindre. Nous avons un avantage concurrentiel, mais tout est question de rapidité, d'activité et de concentration dans ce que nous faisons.

L'Inde est certainement un marché très prometteur. Comment une société comme Energate peut-elle gérer les ressources nécessaires et exécuter une stratégie en Inde? J'ai eu l'occasion de me rendre à nouveau en Inde avec la mission de technologie propre du premier ministre McGuinty, en décembre. J'étais déjà allé en Inde par le passé, et j'avais bien vu cette possibilité, mais je ne peux pas dire que nous avons suffisamment étudié la question pour comprendre les stratégies que nous devons déployer. Est-ce que nous avons l'orientation voulue? Ce serait plutôt une distraction, pour nous, à l'heure actuelle, parce qu'il y a tant à faire aux États-Unis.

C'est donc ainsi que je vois le contexte. Je répondrai avec plaisir à vos questions. Je crois qu'Energate et les sociétés à forte croissance comme la nôtre sont le type de sociétés qui seront en mesure de contribuer aux échanges commerciaux, mais il y a dans notre environnement des obstacles à notre engagement.

[Translation]

**Senator Fortin-Duplessis:** After centering its monetary policy on the economic recovery, the Reserve Bank of India is now fighting inflation that's at its highest level in 17 months.

The short term key interest rates have been raised from 5 per cent to 5.25 per cent in order to contain a price hike that almost reached 10 percent in March. The issuing institution has opted for a minimum increase, mainly to try to avoid hampering economic recovery. I am sure you have seen how things were going when you were in India. So could you please tell us if this measure has greatly affected Indian companies? How are they doing today? And more importantly, how are your company and its partners doing. Have they been affected by this intervention?

[English]

**Mr. Bhargava:** We know that there are lots of these changes going on in India, but they have not manifested themselves to the point where it affects our business at this point. We understand that the Indian companies are dealing with these changes. However, from our company's perspective, we are in our early days of penetrating the Indian market. The message we received is that the economics are compelling for our technology. Therefore, changes of the type you are talking about are not affecting the economics or the propositions of our offering.

Essentially, utilities are our primary customer. If we can avoid building a power plant, it is a compelling economic situation and the changes that you are describing are not affecting our business directly at this time.

**Senator Segal:** I thank our witness for his thoughtful and strategic presentation. It is great to see a former Queen's business school faculty person out in the real world making real money and doing well.

**Mr. Bhargava:** Thank you.

**Senator Segal:** When you talked about the top challenges for high-growth companies in the general sense, you listed human resources as No. 2 and you listed capital and cash flow and taxation as No. 9 and No. 10. When you talked about your own particular case study with respect to penetrating the Indian market for demand control energy technology, you listed capital as the centrepiece.

It would be helpful for this committee if you could give us your own sense of what the reality is around capital sources. I will share with you my bias, which you may correct with more on-the-ground, factual experience. My bias is that the banks talk a great game and actually are never there when it matters. They only lend money to those who do not need it and we have federal government agencies that will ensure receivables — Export Development Canada and all that stuff, which makes a big difference. However, to get access to capital to be in a place for three to five years and develop some roots is difficult, unless you become associated with a specific investment fund which has that

[Français]

**Le sénateur Fortin-Duplessis :** Après avoir centré sa politique monétaire sur la reprise de l'activité économique, la Banque centrale indienne s'attaque désormais à la lutte contre une inflation qui a atteint son plus haut niveau depuis 17 mois.

Les taux d'intérêt directeur à court terme ont été élevés de 5 p. 100 à 5,25 p. 100 pour contenir une hausse de prix qui a frôlé les 10 p. 100 en mars. L'institut d'émission s'est contenté d'une hausse minimale surtout pour ne pas freiner la reprise. Vous avez dû constater en allant en Inde comment cela se passait. Sachant cela, pourriez-vous nous dire si cela a beaucoup affecté les entreprises indiennes? Comment se portent-elles aujourd'hui, surtout votre entreprise et celles de vos entreprises partenaires? Est-ce que cette façon de faire vous a affecté?

[Traduction]

**M. Bhargava :** Nous savons que de nombreux changements se produisent en Inde, mais ils n'ont pas encore d'effet sur nos activités. Nous comprenons que les sociétés indiennes font face à ces changements. Toutefois, du point de vue de notre société, nous en sommes aux premières étapes de la pénétration du marché indien. Le message que nous captons, c'est que les facteurs économiques sont tous en faveur de notre technologie. En conséquence, les changements du type dont vous parlez sont sans effet sur les principes économiques ou les propositions que nous pouvons faire.

Essentiellement, les services publics sont notre principal client. Si nous pouvons leur éviter de devoir construire une centrale, c'est un argument économique convaincant, et les changements que vous décrivez sont sans effet direct sur nos activités, à l'heure actuelle.

**Le sénateur Segal :** Je remercie notre témoin de ce solide exposé stratégique. Il est agréable de voir un ancien professeur de la Faculté de commerce de Queen's qui travaille concrètement, qui fait de l'argent et qui s'en tire bien.

**M. Bhargava :** Merci.

**Le sénateur Segal :** Lorsque vous avez parlé des principaux défis des sociétés à forte croissance, en termes généraux, vous avez mentionné les ressources humaines en deuxième place, et les capitaux et la trésorerie ainsi que la fiscalité en neuvième et dixième places. Lorsque vous avez parlé de votre propre analyse de rentabilisation, relativement à la pénétration de la technologie de gestion de la demande en énergie sur le marché indien, vous avez mentionné principalement les capitaux.

Il serait bon que vous puissiez donner au comité une idée de la situation réelle en matière de sources de capitaux. Je vais vous dire ce que je pense, et vous pouvez me corriger en me fournissant des données concrètes, tirées de votre expérience. J'ai l'impression que les banques font de belles promesses mais qu'elles ne sont jamais là lorsqu'on a besoin d'elles. Elles ne prêtent de l'argent qu'à ceux qui n'en ont pas besoin, les organismes du gouvernement fédéral garantissent les créances — Exportation et développement Canada, notamment —, et cela fait une grande différence. Toutefois, il est difficile de trouver des capitaux pour s'installer pendant une période de trois à cinq ans, à moins de s'associer à un fonds

as a purpose and whose rates of return are relatively high in terms of what they demand. Venture capitalists are often called, unfairly, I am sure, "vulture capitalists." The well is actually quite dry.

I would be interested in your views about whether that is a matter for which there should be a public policy response. Should we be saying something to our international lending institutions and stepping up for the small and medium-sized companies, or is there sufficient incentive for the private sector to get there, either in terms of our tax system and the rest? Should we be thinking about recommendations along those fronts.

It strikes me that one of your option might not be one that you, your shareholders and principals care to embrace. There are large Canadian interests now operating in India. People are trying to sell railway cars and people are in various aspects of the macro infrastructure/engineering business and others. They would be more than delighted to offer your services and your technology as part of their gross solutions to major problems. You might say: We do not want to do that. We want to be independent, because that is our mission.

I would be interested in your perspective on that subject.

**Mr. Bhargava:** It is a topic close to my heart. First, your observation of the data versus what is going on in Energate is valid. The data are a few years old. Markets have changed considerably on the financing side. Also, those were aggregate data of many companies versus our specific situation.

Venture capital is difficult to find today, to get to your premise. When you talk about sources of capital, banks play a role, but it is not risk capital. It is no-risk capital. It is a role, but it is not a role that will help us on the mission we are talking about right now.

Are there other sources of capital? There are a few, but the main growth capital we are looking for is risk capital. Venture capital is one of the common sources. Is there very much venture capital available in Canada? No. Despite the fact we are in a sector with attractive growth rates, it is difficult to find venture capital and it is quite a process.

We are venture-backed and have financing for the North American market, but it was not an easy process to pursue. To do so for an international front and a lucrative opportunity in India is another process and one not easy to pursue.

I agree with your suggestion that we encourage more risk capital, assuming that growth of companies like ours is something the Canadian government wants to see, which I expect they do. We need more sources of risk capital and the barriers to that should be addressed as best we can.

One of the challenges for us is to find the financing to pursue a strong opportunity in India.

d'investissement précis qui poursuit ce but et dont les taux de rendement, les exigences, sont relativement élevés. On dit souvent des sociétés de capital-risque — et injustement, j'en suis certain — que ce sont des « vautours ». Mais le puits est, de fait, plutôt sec.

J'aimerais savoir si vous pensez qu'il devrait y avoir une intervention de politique publique. Devrions-nous dire quelque chose à nos institutions prêteuses internationales et venir en aide aux petites et moyennes entreprises, ou y a-t-il suffisamment d'encouragement pour que le secteur privé s'engage, par exemple, sur le plan des dispositions fiscales? Devrions-nous penser à recommander quelque chose à ce sujet?

Si j'ai bien compris, l'une de vos options ne vous paraît peut-être pas très intéressante, pas plus qu'à vos intervenants ou à vos débiteurs. Il y a de grands intérêts canadiens qui sont déjà installés en Inde. On essaie de vendre des wagons de chemin de fer, on offre de construire des éléments de grande infrastructure ou des ouvrages, et cetera. Tous ces gens seraient ravis d'offrir vos services et votre technologie dans le cadre de leurs solutions globales à de grands problèmes. Vous pourriez dire : nous ne voulons pas de cette structure, il faut que nous soyons indépendants pour remplir notre mission.

J'aimerais savoir ce que vous pensez de cela.

**M. Bhargava :** C'est une question qui me tient à cœur. Premièrement, vous formulez une observation valable au sujet des données par opposition à ce qui se passe chez Energate. Les données datent déjà de quelques années. Les marchés ont changé considérablement du côté financier. En outre, il s'agit des données agrégées, venant de nombreuses sociétés, et non pas de données propres à notre situation particulière.

Le capital de risque est difficile à trouver ces jours-ci, pour en revenir à ce que vous disiez. Pour ce qui est des sources de capitaux, les banques ont un rôle à jouer, mais ce n'est pas du capital de risque. C'est du capital sans risque. Elles jouent un rôle, mais ce n'est pas un rôle qui nous aidera à remplir la mission dont nous parlons actuellement.

Y a-t-il d'autres sources de capitaux? Il y en a quelques-unes, mais ce que nous cherchons surtout, à l'heure actuelle, c'est du capital de risque. Le capital de risque est l'une des sources communes. Est-ce qu'il y a de grandes quantités de capital de risque au Canada? Non. Même si nous sommes dans un secteur où les taux de croissance sont attrayants, il est difficile de trouver du capital de risque, et c'est très compliqué.

Nous avons du capital de risque et nous avons du financement pour le marché nord-américain, mais cela n'a pas été facile à obtenir. Pour trouver le même type de financement sur le front international et repérer un débouché rentable en Inde, le processus est tout à fait différent et il n'est pas facile.

J'accepte ce que vous dites, il faut encourager le capital de risque, en supposant que le gouvernement canadien souhaite appuyer la croissance de sociétés comme la nôtre, ce qui me paraît logique. Il nous faut plus de sources de capital de risque, et il faudrait éliminer le plus possible les obstacles à cet égard.

L'un des défis, pour nous, consiste à trouver du financement pour essayer de saisir une belle occasion en Inde.

**Senator Segal:** Perhaps others have the same view, but I have been led to believe that there is quite a series of large capital pools in India that are looking to make strategic investments. From everything you have described about your company, it strikes me this is about as timely and strategic an investment as an Indian investment pool might want to engage in.

Aside from the fact that investment pools are, by definition, highly discretionary and subjective everywhere in the world, are there any other barriers that you as a Canadian company face? Are there regulatory barriers that say, if you are not an Indian-based or -incorporated company, they cannot invest? Are there other constraints you face?

Also, if it is not proprietary, can you share with us what contact, if any, you have had or tried to have with the Indian pools?

**Mr. Bhargava:** I have not had direct contact with many of those pools yet. A number of the investing groups here do have affiliation with those pools there and recognize there are such pools.

I come back to the reality of Energate. We are consumed by the U.S. market and opportunities here. Therefore, the time and effort required for not only getting sales but to find the right financiers and investors is significant. There are only so many hours in the day.

**Senator Segal:** Could I push you on the human resource side? If I said to you I have private-sector investors who would love to put \$20 million into your initiative, specifically in India.

**Mr. Bhargava:** I will pass you your chequebook.

**Senator Segal:** You are focused and all your people have full-time jobs now, including yourself. Would you be able to assemble the human resources on the ground both here and there to give a *pro forma* to an investor about a reasonable rate of return over a reasonable period of time?

**Mr. Bhargava:** I absolutely believe we could. We need to build that business plan. Even resourcing that business plan will take some time and effort. I think the model would be to have a new pool of talent focused on the Indian marketplace rather than trying to do it off the side of our desks here. Obviously, an Energate India is in our mind in terms of how we create the right infrastructure to pursue the Indian market, go deep and understand that marketplace.

You will not be able to do it effectively from here. We would resource ourselves appropriately for that marketplace and have the business plan to spend that \$20 million wisely.

**Senator Segal:** Would the Canadian High Commission offer you any assistance, intelligence or advice about reality on the ground or would you view that as a waste of your time and theirs?

**Le sénateur Segal :** D'autres sont peut-être de cet avis, mais d'après ce qu'on m'a dit je crois qu'il y a de vastes réserves de capitaux en Inde, des réserves qui n'attendent que des investissements stratégiques. À en juger par ce que vous nous avez dit de votre société, il me semble qu'elle offre une belle occasion d'investissement stratégique pour les fonds d'investissement collectifs.

Outre le fait que les fonds d'investissement collectifs sont, par définition, fortement discretionnaires et subjectifs partout dans le monde, est-ce qu'il y a d'autres obstacles auxquels vous vous heurtez en tant que société canadienne? Est-ce qu'il y a des obstacles de réglementation qui vous interdisent d'investir parce que vous n'avez pas de succursale en Inde ou que vous n'êtes pas constitué en société indienne? Y a-t-il d'autres contraintes pour vous?

Et si cela n'est pas confidentiel, pouvez-vous nous dire quels contacts vous avez ou avez tenté d'avoir avec des fonds d'investissement collectifs indiens?

**M. Bhargava :** Je n'ai pas encore eu de contacts directs avec nombre de ces fonds d'investissement. Divers groupes d'investissement, ici, sont affiliés à ces fonds collectifs et ils reconnaissent qu'il en existe.

Je reviens à la réalité d'Energate. Nous sommes monopolisés par le marché américain et les occasions qu'il offre. Il faut beaucoup de temps et d'efforts non seulement pour réaliser des ventes, mais aussi pour trouver des bailleurs de fonds et des investisseurs appropriés, et il y a seulement 24 heures dans une journée.

**Le sénateur Segal :** Pouvez-vous m'en dire plus sur la question des ressources humaines? Si je vous affirmais que j'ai des investisseurs du secteur privé qui aimeraient bien mettre 20 millions de dollars dans votre initiative, en particulier en Inde...

**M. Bhargava :** Laissez-moi vous passer votre chéquier.

**Le sénateur Segal :** Vous avez des objectifs, et tous vos employés occupent des emplois à temps plein à l'heure actuelle, y compris vous-même. Est-ce que vous seriez en mesure de réunir les ressources humaines nécessaires, ici et là-bas, pour remettre un *pro forma* à un investisseur, avec un taux de rendement raisonnable pour une période raisonnable?

**M. Bhargava :** Je suis convaincu que nous le pourrions. Nous devons établir ce plan d'affaires. Il faudra un certain temps et quelques efforts pour simplement réunir les ressources nécessaires pour dresser ce plan d'affaires. Je crois que notre approche serait de créer un nouveau réservoir de talents axés sur le marché indien plutôt que d'essayer de tout faire ici, dans nos bureaux. Évidemment, nous avons déjà pensé créer une succursale indienne d'Energate pour avoir l'infrastructure voulue pour nous lancer sur le marché indien, le pénétrer en profondeur et le comprendre.

Vous ne pouvez pas le faire efficacement à partir d'ici. Nous devrions réunir les ressources appropriées pour ce marché et nous aurions un plan d'affaires pour dépenser ces 20 millions de dollars judicieusement.

**Le sénateur Segal :** Est-ce que le Haut-commissariat du Canada pourrait vous prêter main-forte, vous fournir des renseignements ou des conseils sur la réalité là-bas, ou est-ce que vous considérez que ce serait une perte de temps pour vous comme pour lui?

**Mr. Bhargava:** I believe we would want to tap into all of those resources and contacts and make as much use of them as possible. However, again, we are looking for the most effective support possible. I am sharing the specific realities of our kind of company because they may or may not be as well aligned as they could be.

**Senator Downe:** In your presentation today, you indicated the bulk of your work and business is currently in the United States. Without telling us any corporate secrets, did you have any assistance from the Government of Canada, such as from Export Development Canada and Business Development Bank, in penetrating those markets?

**Mr. Bhargava:** There is assistance from the Government of Canada. I would say the number one assistance that I and others in growth companies can highlight is in the R&D side. We have good support in R&D in Canada and it is a competitive advantage. It is helpful to build the technology effectively from our Canadian base.

One of the challenges is to ensure we commercialize it effectively and sustain our company so that we are not just inventors but are able to sustain ourselves in the long term. That is one of the large benefits in Canada.

I would not say we have taken advantage of much other support outside of the support in R&D. We have more recently met with some of the trade commissioners and there is an openness to work with us on some of the utilities and opportunities in the U.S., and we will tap into that. However, thus far, we have not really had good opportunities to take advantage of some of the support that may be there to do what we are doing.

**Senator Downe:** I am hearing you say you have not taken advantage of it because you have not really tried. It is not that the government was not helpful.

**Mr. Bhargava:** Yes. We have had a couple of attempts to understand the opportunities with BDC and EDC and they did not seem to align well with where we were at. The trade commissioner offices are a new opportunity that we have not tapped into as of yet.

**Senator Downe:** We had a witness a few weeks ago who indicated that, 20 or 30 years ago, Canada had a very good reputation and a bit of an advantage in India. However, since then, other countries, like Germany and Israel, have jumped ahead because their governments are working with their business communities on capital and ensuring there is enough available. You have identified that as a problem. Would you look to the Government of Canada to duplicate what other countries are doing?

**Mr. Bhargava:** I think the availability of capital would support companies like ours. It does appear that Canadian companies are not as active in India, overall. There is a lot more activity from other countries than there is from Canadian companies. In terms of most of the people we have called on thus far, we are probably

**M. Bhargava :** Je crois que nous voudrions profiter de ces ressources et de ces contacts et les utiliser au maximum. Toutefois, je le répète, nous cherchons un appui aussi efficace que possible. Je vous parle des réalités propres aux entreprises comme la nôtre, parce qu'elles ne sont pas nécessairement aussi bien intégrées qu'elles pourraient l'être.

**Le sénateur Downe :** Dans votre exposé, aujourd'hui, vous avez indiqué que le gros de votre travail et de vos activités commerciales se faisait actuellement aux États-Unis. Sans nous confier vos secrets d'entreprise, est-ce que vous avez eu de l'aide du gouvernement du Canada, par exemple, d'Exportation et développement Canada et de la Banque de développement du Canada, pour pénétrer ces marchés?

**M. Bhargava :** Le gouvernement du Canada offre un appui. Je dirais que l'appui le plus important, pour moi et pour d'autres entreprises de croissance, est celui qui concerne la R-D. Nous avons un bon appui en R-D au Canada, et cela constitue un avantage concurrentiel. Cela est utile pour bien développer notre technologie efficacement, à partir de notre base canadienne.

L'un des défis consiste à commercialiser efficacement cette technologie et à maintenir notre société. Nous ne voulons pas être simplement des inventeurs, nous voulons aussi pouvoir nous maintenir à long terme. C'est l'un des grands avantages, au Canada.

Je ne dirais pas que nous avons bénéficié d'importants appuis à l'extérieur du soutien en R-D. Nous avons récemment rencontré certains délégués commerciaux, et ils sont disposés à travailler avec nous à certains de ces dossiers concernant les services publics et les débouchés aux États-Unis, et nous allons en profiter. Toutefois, jusqu'à maintenant, nous n'avons pas vraiment eu l'occasion d'exploiter certains des appuis qui peuvent être offerts pour nos activités.

**Le sénateur Downe :** Si je comprends bien, vous dites que vous n'avez pas profité de ces appuis parce que nous n'avez pas vraiment essayé. Ce n'est pas parce que le gouvernement n'offrirait rien.

**M. Bhargava :** Oui. Nous avons fait deux ou trois tentatives pour comprendre ce qu'offraient la BDC et EDC, et cela ne semblait pas adapté à ce que nous faisons à ce moment-là. Les bureaux du délégué commercial sont une nouvelle possibilité que nous n'avons pas encore exploitée.

**Le sénateur Downe :** Il y a quelques semaines, un témoin nous a dit qu'il y a 20 ou 30 ans, le Canada avait une excellente réputation et un certain avantage en Inde. Toutefois, depuis cette époque, d'autres pays, dont l'Allemagne et Israël, nous ont surpassés parce que leurs gouvernements collaborent avec les milieux d'affaires pour la question des capitaux et veillent à ce qu'il y en ait suffisamment. Vous avez dit qu'il s'agissait là d'un problème. Est-ce que vous croyez que le gouvernement du Canada devrait reproduire ce que font d'autres pays?

**M. Bhargava :** Je crois que la disponibilité des capitaux aiderait des sociétés comme la nôtre. Il semble que les sociétés canadiennes ne soient pas aussi présentes en Inde, dans l'ensemble. Les sociétés d'autres pays sont beaucoup plus actives que les sociétés canadiennes. Pour la majorité des gens avec qui nous avons

the first Canadian company to have called on them. Therefore, they are more used to companies from other parts of the world, but hopefully we can change that.

**Senator Downe:** Are you aware of what South Korea, Israel, Germany and the U.S. are doing in this area?

**Mr. Bhargava:** I cannot say that I am.

**Senator Mahovlich:** Looking over your presentation, it seems that your thermostats are controlling the heat and air conditioning in these buildings. Does India have a law that when their air conditioning is on, the windows must be closed?

I just got back from New Orleans. They have the air conditioning on with all the windows open in the restaurants. It is a waste.

**Mr. Bhargava:** I do not know if there is such a law, but I agree that the building envelope should go with your air conditioning activity. There are different challenges there. The window air conditioners are a big part of what is growing the peak demand in India. People are installing diesel generator backups because the power keeps going out.

I think your point is that there are other ways to be more effective in your use of energy than just building more generation. Energy efficiency absolutely is something they should be pursuing, as well as the shift of peak demand to off-peak times.

**Senator Mahovlich:** I do not know if you know anything about biomass, but Europe is aggressively pursuing biomass as green energy. I was wondering about India. Are they looking at biomass at all?

**Mr. Bhargava:** I am not an expert on that specific topic. I do know that renewables are being looked at actively. From our perspective, we find renewables will only get a small slice of what is required. Energy efficiency and demand response is where we are focused. I am not aware of the biomass penetration in India.

**Senator Marshall:** I found your presentation very interesting — parts of it were absolutely fascinating. This is the third meeting I have attended today where the discussion has been focused on energy.

Correct me if I am wrong, but my understanding is that while you are breaking into India primarily your markets would be in the U.S. and Canada?

**Mr. Bhargava:** That is correct.

**Senator Marshall:** Could you give the committee some idea as to how the recession has impacted your business, especially since the experience in Canada and the U.S. has been different? You indicated earlier that there was limited access to capital. Could you give us some feedback as to how the recession has impacted both markets?

**Mr. Bhargava:** It has definitely affected us in multiple ways. One of the ways is the abundance of capital has shifted downward over the last year. As far as the customer base is concerned, the

communiqué jusqu'à maintenant, nous sommes probablement la première société canadienne à prendre contact avec eux. Ils ont donc pris l'habitude de rencontrer des sociétés d'autres régions du monde, mais nous espérons faire changer les choses.

**Le sénateur Downe :** Est-ce que vous savez ce que la Corée du Sud, Israël, l'Allemagne et les États-Unis font dans ce domaine?

**M. Bhargava :** Pas vraiment, non.

**Le sénateur Mahovlich :** Si j'ai bien compris votre exposé, vos thermostats régularisent la chaleur et la climatisation dans ces bâtiments. Est-ce que l'Inde a des lois disant que lorsque la climatisation fonctionne, les fenêtres doivent être fermées?

Je rentre de la Nouvelle-Orléans. Là-bas, ils mettent la climatisation et toutes les fenêtres sont ouvertes dans les restaurants. C'est du gaspillage.

**M. Bhargava :** Je ne sais pas s'il existe une telle loi, mais je reconnais que l'enveloppe du bâtiment devrait être adaptée à votre utilisation de la climatisation. Il y a divers défis à cet égard. Les climatiseurs de fenêtre représentent une grande partie de la demande de pointe en Inde. Les gens installent des génératrices diesel parce que l'alimentation est constamment coupée.

Je crois que vous nous dites qu'il y a d'autres façons d'être plus efficace lorsqu'on utilise l'énergie, il ne suffit pas d'accroître la capacité de production. L'efficacité énergétique est un élément essentiel de l'équation ainsi que le déplacement de la demande de pointe vers les heures creuses.

**Le sénateur Mahovlich :** Est-ce que vous savez quelque chose en matière de biomasse? L'Europe s'intéresse de très près à la biomasse comme énergie verte. Je me demande ce que l'Inde en pense. Est-ce que l'on envisage la biomasse là-bas?

**M. Bhargava :** Je ne suis pas un spécialiste de ce sujet. Je sais que les énergies renouvelables suscitent beaucoup d'intérêt. De notre point de vue, nous jugeons que les énergies renouvelables ne fourniront qu'une faible partie de ce qui est nécessaire. L'efficacité énergétique et la gestion de la demande sont les secteurs qui nous intéressent. J'ignore quelle est la pénétration de la biomasse en Inde.

**Le sénateur Marshall :** Votre exposé m'a paru très intéressant — certaines parties étaient absolument fascinantes. C'est la troisième réunion à laquelle je participe aujourd'hui où l'on discute d'énergie.

Je me trompe peut-être, et dans ce cas vous me corrigerez, mais je crois comprendre que même si vous vous apprêtez à pénétrer le marché indien, vos marchés principaux se trouvent aux États-Unis et au Canada?

**M. Bhargava :** C'est exact.

**Le sénateur Marshall :** Pourriez-vous expliquer au comité les effets qu'a eus la récession sur votre entreprise, en particulier compte tenu du fait que l'expérience a été différente au Canada et aux États-Unis? Vous avez indiqué précédemment que vous aviez un accès limité au capital. Pourriez-vous nous donner une rétroaction concernant l'effet que la récession a eu sur les deux marchés?

**M. Bhargava :** Cela nous a certainement touchés de diverses façons. L'offre de capitaux a beaucoup diminué au cours de la dernière année. Dans la mesure où la clientèle est concernée, il

requirement for utilities to make change quickly shifted to the right because the power demand was not as high in 2009-10 as was originally forecast. Because of the downplay of manufacturing, there was more abundance of power than they thought there would be. That reduced the imperative to move on some of these projects as they may have expected.

On top of that, the stimulus funds announced by the Obama administration had a reverse effect on us a year ago. When that was announced, all of our customers who were ready to do projects said why pursue it with the budgets we had allocated if there is an opportunity for stimulus funds? Therefore, the market stalled for a number of months for our whole industry.

In November, when they announced these projects, the market opened up again. That is another effect that the changing economy has had on us. However, that stimulus is a positive thing overall in the U.S. It used to be that half of the utilities were thinking about smart grid and demand response; now it is pretty well all of them. There is recognition that this is a reality. There are a few different ways that the economy has affected us.

**Senator Marshall:** Have you noticed any difference in Canada? Has business increased during the recessionary period or decreased? What do you think will happen in the future? What is your feeling, based on your experience now in your business?

**Mr. Bhargava:** As I mentioned, over 90 per cent of our sales are in the U.S. We are tapping into the Ontario market that has the same demand response requirements, but they also felt that the imperative was not likely as high as it was expected to be because of the power demand.

We probably have not had the effect you might anticipate on our activities because we are dealing with utilities with large power projects. The business cases are compelling, whether or not the recession is in place. However, there has been some effect.

**Senator Finley:** I would like to talk about venture capital for a few moments, and also Indian partnerships.

On the last page of your presentation, which you did not actually address, you talk about needing support and help. One of the items you have focused on is the identification of strong candidates to quickly lead and staff Energate in India. Would this extend to taking on Indian-based partners? Second, have you attempted to work through any Indian-based partners so far as sources of venture capital? Also, to what extent have you reached out to our trade offices in India to look for partners? Have you started that process?

n'était plus aussi nécessaire pour les services publics d'apporter rapidement des changements parce que la demande d'énergie n'a pas été aussi élevée que prévu en 2009-2010. En raison du ralentissement du secteur manufacturier, il y avait plus d'énergie qu'on ne l'avait espéré. Cet état de choses a atténué l'urgence de certains de ces projets.

En outre, les fonds de stimulation de l'économie annoncés par l'administration Obama ont eu un effet contraire pour nous, il y a un an. Lorsque la mesure a été annoncée, tous nos clients qui étaient prêts à mettre des projets en œuvre se sont dit qu'il ne servait à rien d'utiliser les budgets alloués à ces projets alors qu'ils pouvaient profiter des fonds de stimulation. En conséquence, le marché s'est immobilisé pendant quelques mois pour l'ensemble de notre industrie.

En novembre, lorsque ces projets ont été annoncés, le marché a débloqué. C'est un autre effet que les fluctuations de l'économie ont eu pour nous. Toutefois, les mesures de stimulation sont, dans l'ensemble, positives aux États-Unis. Auparavant, la moitié des services publics songeaient au « smart grid » et à la gestion de la demande; maintenant, ils envisagent à peu près tous des solutions de ce genre. Cette réalité est maintenant reconnue. L'économie nous a donc touchés de diverses façons.

**Le sénateur Marshall :** Avez-vous remarqué des différences au Canada? Est-ce que les affaires étaient en hausse au cours de la récession ou est-ce qu'elles étaient en baisse? Que nous réserve l'avenir, selon vous? Quelle est votre impression, d'après l'expérience que vous avez au sein de votre société?

**M. Bhargava :** Comme je l'ai dit, nous réalisons plus de 90 p. 100 de nos ventes aux États-Unis. Nous entrons aussi sur le marché ontarien qui a les mêmes besoins en termes de gestion de la demande, mais là aussi on a eu l'impression que la situation n'était pas aussi urgente qu'on l'avait cru, en raison de la demande d'énergie.

Nous n'avons sans doute pas senti sur nos activités l'effet auquel on aurait pu s'attendre parce que nous traitons avec des services publics qui réalisent de grands projets énergétiques. Les analyses de rentabilisation sont convaincantes, qu'il y ait ou non une récession. Mais nous avons quand même ressenti certains effets.

**Le sénateur Finley :** J'aimerais parler de capital de risque pendant un instant, et aussi de partenariats avec l'Inde.

À la dernière page de votre document, que vous n'avez pas abordée dans votre exposé, vous parlez de la nécessité d'un appui et d'une aide. Vous mentionnez notamment l'identification de candidats solides qui pourraient diriger et faire fonctionner Energate en Inde sans trop de préavis. Est-ce que cela comprend une association avec des partenaires en Inde? Deuxièmement, est-ce que vous avez tenté d'agir par l'entremise de partenaires basés en Inde en ce qui concerne les sources de capital de risque? Et dans quelle mesure avez-vous communiqué avec les bureaux des délégués commerciaux en Inde pour trouver des partenaires? Avez-vous entamé ce processus?

**Mr. Bhargava:** Thank you for highlighting the final chart of my presentation, which has some practical suggestions of things that could benefit us. The problem is distracting our focus team, so support is welcome. I highlighted multiple kinds of support there.

Specifically to your question, we believe in partnership. We believe in it in North America; it is an important part of our model because it is a complex offering, this whole smart grid activity. We are very much involved in partnerships here and we would want to do the same there. Channel partners are important, so I think there should be opportunity in India.

We have started that process, but I would again say we have not done it justice, both on the financing and go-to-market partnerships. The trade offices have provided some help. So far, I cannot be critical of them because we have not asked, as much as they have offered.

I believe there should be sources, both for market partnerships and financing partnerships. However, the challenge comes to the fact we are a company that is consumed with the U.S. market. How do we give it the attention it deserves to penetrate those partnerships possibilities? I do not know enough to know if there will be a lack of venture capital if we pursue that partnership.

**Senator Finley:** Listening to your various answers and also to your presentation, one gets the impression that you are heavily focused in the U.S. market, but you almost have an envious look at the Indian market. Is there a possibility — perhaps you can give me a time frame — where the window might close on you?

**Mr. Bhargava:** That is a concern. That is the same concern we have in the United States. Having the best technology is not enough to be successful. Going to market effectively is very important to sustain that growth; it is as important as having the right product.

We are pursuing the U.S. vigorously because we have a lead right now and we want to leverage it. Otherwise, competitors could catch up, even if it is an alternative kind of model. It is the same thing in India.

There is a big problem, challenge and need in India. If I wait five years to have the retained earnings to invest in India, I do not think the opportunity will be the same. I think we will be way behind. I would rather find a way to parallel process this and move into the Indian marketplace, but that is one of the challenges we are dealing with. To the extent that policy and government support can help, we welcome it.

**Senator Finley:** Are you a totally privately funded company?

**Mr. Bhargava:** Yes.

**M. Bhargava :** Je vous remercie de présenter le dernier graphique de mon exposé, qui contient quelques suggestions pratiques qui pourraient nous aider. Le problème, c'est qu'il ne faut pas distraire notre équipe. Un appui serait donc le bienvenu. J'ai mentionné plusieurs types d'appuis dans le document.

Pour répondre à votre question, je crois à l'utilité des partenariats. Nous croyons à l'utilité des partenariats en Amérique du Nord; c'est un élément important de notre modèle parce que la question est complexe, toute cette activité de « smart grid ». Nous collaborons étroitement avec des partenaires ici, et nous voudrions faire de même là-bas. Les partenaires intermédiaires sont importants, et je crois qu'il y aurait des possibilités en Inde.

Nous avons entamé le processus, mais je répète que nous ne nous y sommes pas investis à fond, tant sur le plan du financement que sur celui des partenariats pour pénétrer le marché. Les bureaux du délégué commercial nous ont donné un certain appui. Jusqu'à maintenant, je ne peux pas leur faire de reproches : ce n'est pas nous qui leur avons demandé de l'aide, ce sont eux qui nous en ont offert.

Je crois qu'il devrait y avoir des sources, tant pour les partenariats de marché que pour les partenariats de financement. Toutefois, le défi vient du fait que nous sommes une société entièrement monopolisée par le marché américain. Comment pouvons-nous lui consacrer toute l'attention qu'il mérite et mener à bien ces possibilités de partenariats? Je n'ai pas assez d'informations pour pouvoir dire qu'il y aura assez de capital de risque si nous nous engageons dans ce partenariat.

**Le sénateur Finley :** Selon vos diverses réponses et votre exposé, on a l'impression que vous êtes vraiment très axés sur le marché américain, mais que vous regardez avec envie le marché indien. Est-ce que vous risquez — et vous pouvez peut-être me donner un cadre temporel — de voir ces perspectives vous échapper?

**M. Bhargava :** C'est une préoccupation. Et nous avons la même préoccupation aux États-Unis. Il ne suffit pas d'avoir la meilleure des technologies pour réussir. Il faut la commercialiser efficacement. Cela est important pour maintenir la croissance, cela est tout aussi important que d'avoir le bon produit.

Nous nous attaquons avec détermination au marché américain parce que nous y avons un avantage à l'heure actuelle et que nous voulons en profiter. Sinon, nos concurrents vont nous rattraper, même avec un autre modèle. La même observation s'applique à l'Inde.

Il y a en Inde d'immenses problèmes, de grands défis et de grands besoins. Si j'attends cinq ans pour avoir réalisé suffisamment de profits pour pouvoir investir en Inde, je ne crois pas que j'aurai les mêmes perspectives. Je crois que nous accuserons un retard. J'aimerais mieux trouver un moyen de m'attaquer aussi en parallèle au marché indien, mais c'est un des défis qu'il nous faut relever. Dans la mesure où la politique et l'aide du gouvernement peuvent nous aider, nous en profiterons.

**Le sénateur Finley :** Est-ce que vous êtes une société entièrement privée?

**M. Bhargava :** Oui.



**Senator Finley:** Do you have ambitions to go public?

**Mr. Bhargava:** We believe in being a sustainable, long-term growth company with a Canadian base. We obviously need to have return on investment for our investors, so the topic of exit comes up regularly, rightfully, for our shareholders.

There are two kinds of exits, generally — acquisition or a public offering. A public offering sustains us. Acquisition may be the right decision for our shareholders ultimately, but we are serious about aiming for a public offering.

[Translation]

**Senator Fortin-Duplessis:** I want to ask you about corruption in India. According to a study published on April 6, 2010 by the KPMG audit firm based in India, 75 per cent of Indian executives believe that there is financial fraud and corruption in their country's businesses, and that the situation is worsening. Forty-five of the 1,000 executives surveyed consider that things are deteriorating in their own company, and that the amounts involved are very substantial.

Amongst the known victims, 87 per cent have been defrauded of more than \$22,000, which compares to only 47 per cent two years ago, when the previous study was conducted.

Corruption is present throughout companies but mostly in the supply and distribution departments. You were saying that you were not quite operational over there; are you apprehensive or can you forge ahead without worrying about that? How serious is it for you?

[English]

**Mr. Bhargava:** That is a great question. We are aware that corruption is an issue in India. It is an issue around the world, and the statistics show it could be a higher concern in India. We are aware of that.

We take the view that integrity and respect are the right values for our company, and we are steadfast on those values. The good news is we also heard from successful companies penetrating India that are uncompromising on that as well, and that gives us confidence that we can be successful without compromising the values we have.

We obviously have to understand how to do business effectively in India, but corruption is something we believe we can steer away from and still be successful there. So far, the data and our experiences seem to support that.

[Translation]

**Senator Fortin-Duplessis:** What would you recommend to other Canadian companies willing to go over there?

**Le sénateur Finley :** Avez-vous l'intention de devenir une société ouverte?

**M. Bhargava :** Nous croyons être une société viable, une société de croissance à long terme, basée au Canada. Bien sûr, nous devons obtenir un rendement sur l'investissement pour nos investisseurs, alors la question du retrait revient régulièrement, à juste titre, pour nos actionnaires.

Il y a deux façons de procéder — par acquisition ou par appel public à l'épargne. Un appel public à l'épargne nous maintiendrait. L'acquisition serait peut-être une meilleure décision pour nos actionnaires, au bout du compte, mais nous envisageons sérieusement un appel public à l'épargne.

[Français]

**Le sénateur Fortin-Duplessis :** Ma question porte sur la corruption en Inde. Soixante-quinze pour cent des hauts dirigeants indiens estiment que la fraude financière et la corruption touchent les entreprises de leur pays, et ce phénomène est en hausse, selon une étude publiée le 6 avril 2010 par le cabinet d'audit KPMG basé en Inde. Sur les hauts responsables de plus de 1 000 entreprises interrogés, 45 considèrent que le phénomène s'aggrave dans leur société, et les fraudes atteignent des montants très élevés.

Parmi les victimes déclarées, 87 p. 100 ont été lésées de plus de 22 000 \$ alors qu'elles n'étaient que 47 p. 100 il y a deux ans, lors de la précédente étude.

La corruption touche tous les échelons de l'entreprise, surtout les services d'approvisionnement et de distribution. Vous disiez tantôt ne pas être encore complètement établis là-bas; est-ce que cela vous fait peur ou est-ce que vous y allez à fond de train sans vous préoccuper de cela? Est-ce important pour vous?

[Traduction]

**M. Bhargava :** C'est une bonne question. Nous savons que la corruption est un problème en Inde. C'est un problème dans le monde entier, et les statistiques révèlent qu'il est peut-être plus sérieux qu'ailleurs en Inde. Nous en sommes conscients.

Nous sommes d'avis que l'intégrité et le respect sont les valeurs qui conviennent à notre société, et nous y tenons absolument. Ce qu'il y a de bien, c'est que nous connaissons des sociétés qui réussissent sur le marché indien et qui elles aussi refusent les compromis, et cela nous donne confiance de pouvoir réussir sans renoncer à nos valeurs.

Évidemment, il faut savoir comment faire des affaires efficacement en Inde, mais nous croyons que nous pouvons éviter la corruption et réussir quand même là-bas. Jusqu'à maintenant, les données et notre expérience semblent le confirmer.

[Français]

**Le sénateur Fortin-Duplessis :** Quelles recommandations feriez-vous à d'autres compagnies canadiennes qui veulent s'implanter là-bas?

[English]

**Mr. Bhargava:** I would suggest that we not be afraid of foreign markets. There is no doubt that things are different in different places. You have to learn and it takes longer when it is a different culture. My recommendation is that high integrity pays off no matter where you are.

**The Deputy Chair:** You talked about air conditioning. Our researcher and I, before we realized you were in that business, were talking about India. I was in India, before not only the days of the cell phone, but before the age of air conditioning. I spent my youth in the tropics, and for years I wondered when the penny would drop and there would be this massive air conditioning revolution that has gone on and about the cost of it all. I see it everywhere, in South America, Central America, Africa and India, and it is a massive problem because of the cost of energy.

**Mr. Bhargava:** The demand for energy is going way up, and we cannot sustain it.

**The Deputy Chair:** Thank you very much, on behalf of the committee.

Our next witness is Gurprit S. Kindra, Professor, Telfer School of Management, at the University of Ottawa. Dr. Kindra's recent research focus has been on the Asia-Pacific region. His recent publications include the *Role of Marketing In Foreign Development Generation: Evidence from ASEAN Countries, Emerging Issues Related to Marketing Activity in Asia-Pacific Countries, Economic Transformation in Asia-Pacific and Implications for Canadian Business* and *Risks and Costs of Doing Business in Asia-Pacific*. He is presently working on a World Bank project in the area of corruption intervention, as well as consulting for Health Canada. Dr. Kindra has worked in many countries.

We welcome you, Professor Kindra. If you would like to give us your presentation, senators will then ask questions.

**Gurprit S. Kindra, Professor, Telfer School of Management:** Mr. Chair and honourable senators, I wish to thank the Senate committee for this opportunity to appear before you today, to discuss the issues of the rise of China, India and Russia in the global economy and the implications for Canadian policy.

In the first half of my presentation, my comments will focus primarily on India, whereas in the second half, I will comment on an important competitive tool, Canada's branding and marketing strategy on the world stage. My concluding remarks will bring forth a few recommendations.

India's rapid ascendancy on the world stage is increasingly attracting attention in major trading economies around the globe. The leading demographic indicators are common knowledge. India has a population of more than a billion, with a rapidly increasing middle class and a voracious appetite for all good things in life. Within 20 years, India's middle class is expected to

[Traduction]

**M. Bhargava :** Je crois qu'il ne faut pas avoir peur des marchés étrangers. Bien sûr, les choses se font différemment selon les pays. Vous devez apprendre, et il vous faut plus de temps lorsque vous travaillez dans une culture distincte. Selon moi, l'intégrité finit toujours par donner de bons résultats.

**Le vice-président :** Vous avez parlé de climatisation. Avant de savoir que c'était là votre domaine, j'ai parlé de l'Inde avec notre chercheuse. J'étais en Inde avant l'époque du cellulaire et même avant l'avènement de la climatisation. J'ai passé ma jeunesse sous les tropiques, et pendant des années je me suis demandé à quel moment ces pays allaient se réveiller et lancer cette grande révolution de la climatisation et ce que cela coûterait. Cela se produit partout, en Amérique du Sud, en Amérique centrale, en Afrique et en Inde, et cela crée un grave problème en raison du coût de l'énergie.

**M. Bhargava :** La demande d'énergie augmente, et nous ne pouvons pas tenir le rythme.

**Le vice-président :** Au nom de mes collègues du comité, je vous remercie infiniment.

Notre témoin suivant est Gurprit S. Kindra, professeur à l'École de gestion Telfer, à l'Université d'Ottawa. Les travaux récents de M. Kindra ont porté sur la région de l'Asie-Pacifique. Ses dernières publications comprennent le *Role of Marketing In Foreign Development Generation : Evidence from ASEAN Countries, Emerging Issues Related to Marketing Activity in Asia-Pacific Countries, Economic Transformation in Asia-Pacific and Implications for Canadian Business* et *Risks and Costs of Doing Business in Asia-Pacific*. Il participe à un projet de la Banque mondiale en matière de lutte contre la corruption et il est consultant auprès de Santé Canada. M. Kindra a travaillé dans de nombreux pays.

Nous vous souhaitons la bienvenue, monsieur Kindra. Si vous voulez bien nous présenter votre exposé, les sénateurs vous poseront ensuite quelques questions.

**Gurprit S. Kindra, professeur, École de gestion Telfer :** Monsieur le président, mesdames et messieurs les sénateurs et sénatrices, je désire remercier le comité sénatorial de me permettre de comparaître devant vous aujourd'hui pour discuter de la question de la montée de la Chine, de l'Inde et de la Russie dans l'économie mondiale et des répercussions de cet état de fait sur la politique canadienne.

La première partie de mon exposé portera principalement sur l'Inde, et la seconde sur un outil concurrentiel important, soit la stratégie de marque et de commercialisation du Canada sur la scène mondiale. Pour conclure, je vous présenterai certaines recommandations.

L'ascendance rapide de l'Inde sur la scène mondiale attire de plus en plus l'attention dans les grandes économies du monde axées sur le marché. Tout le monde connaît les principaux indicateurs économiques : la population de l'Inde dépasse le milliard de personnes, sa classe moyenne augmente rapidement et montre un appétit vorace pour toutes les bonnes choses de la vie.

increase from 5 per cent to 40 per cent of the total population, making India the world's fifth largest economy, an economic power house.

Notwithstanding India's growing demands for imports, Canada's trade with India is miniscule. As others have pointed out to the committee, our bilateral trade with India is about 0.5 per cent of Canada's total trade. Our trade with China, by contrast, represents about 6 per cent of our total trade. When compared to other countries whose economies have grown at a more rapid pace, Canada's trade relations with India are not well developed. This is especially the case in the case of those markets like the U.S., Mexico and Chile, with which Canada has a free trade agreement.

As the committee has heard over the past several months, there are many opportunities for a trading nation like Canada to benefit from the rise of India in the global economy. I am aware that by this point in the proceedings, the committee has heard from many highly qualified commentators, so I have decided to focus my comments on specific areas of opportunity, and those are education as an export and Canada's shortfalls in marketing and branding itself. I will also suggest how Canada and Canadian companies might enhance their access to markets in India.

Honourable senators, when I left India in 1973 to study at Dalhousie University in Halifax, India was a long way from the modern economic and cultural force that it is today. Air India used the logo of the maharajah and there was a looming threat of famine in many parts of the country. In diplomatic and political circles, India was a source of exasperation. Commentators often cited India as an example of democracy's limitations. Financial institutions like the World Bank and IMF described India as an economic basket case.

Today, there is a sense of euphoria about everything Indian, from Bollywood films and fashion to India's economy. India's Prime Minister has a PhD in economics and his cabinet is stacked with educated driven individuals. India is no longer a basket case. Today, the World Bank and IMF hold up India as a shining example of a newly emerging economy.

Last year, when I was in Delhi, I attended the Pravasi Bharatiya Divas meeting of the members of the India diaspora. I watched the Prime Minister and his cabinet colleagues roll out PowerPoint presentations and executive summaries. They looked like CEOs and board members from the corporate world of the West.

India's strength lies in its vibrant democracy, its young population, its entrepreneurial culture and its inheritance of English, the common language of commerce. I can sit in a pub in

Actuellement, la classe moyenne représente 5 p. 100 de l'ensemble de la population de l'Inde. On s'attend à ce qu'elle croisse jusqu'à représenter 40 p. 100 de la population totale du pays d'ici 20 ans, ce qui fera de l'Inde la cinquième économie la plus importante du monde, une puissance économique.

Malgré la demande croissante d'importations en Inde, le commerce du Canada avec ce pays est minuscule. Comme d'autres l'ont indiqué au comité, notre commerce bilatéral avec l'Inde constitue environ 0,5 p. 100 de l'ensemble du commerce du Canada. Notre commerce avec la Chine, en revanche, représente environ 6 p. 100 de l'ensemble de notre commerce. Par rapport à d'autres pays, dont les économies se sont développées à un rythme plus rapide, les relations commerciales du Canada avec l'Inde ne sont pas bien développées. C'est particulièrement le cas de marchés comme ceux des États-Unis, du Mexique et du Chili, des pays avec lesquels le Canada a des accords de libre-échange.

Comme le comité l'a entendu au cours des derniers mois, un pays commerçant comme le Canada a beaucoup d'opportunités de profiter de la montée de l'Inde dans l'économie mondiale. Je sais que, au stade actuel de ses travaux, le comité a entendu beaucoup de commentateurs très qualifiés, alors j'ai décidé de concentrer mes commentaires sur des secteurs particuliers d'opportunité, par exemple, l'enseignement comme produit d'exportation, et sur les déficiences du Canada dans sa commercialisation et sa stratégie de marque elle-même. Je proposerai également des façons pour le Canada et les compagnies canadiennes d'améliorer leur accès aux marchés de l'Inde.

Mesdames et messieurs les sénateurs, en 1973, quand j'ai quitté l'Inde pour venir étudier à l'Université Dalhousie, à Halifax, l'Inde était très loin d'être la force économique et culturelle moderne qu'elle est aujourd'hui. Air India utilisait le logo du maharaja et la menace de la famine planait dans nombre de régions du pays. Dans les cercles diplomatiques et politiques, l'Inde était une source d'exaspération. Les commentateurs ont souvent cité l'Inde comme exemple des limites de la démocratie, et les institutions financières, comme la Banque mondiale et le FMI, disaient de l'Inde qu'elle était un désastre sur le plan économique.

Aujourd'hui, il règne un sentiment d'euphorie à propos de tout ce qui est indien, des films de Bollywood et de la mode indienne jusqu'à son économie, évidemment. Le premier ministre de l'Inde a un doctorat en économie et son cabinet est plein de personnes éduquées et motivées. L'Inde n'est plus un désastre; aujourd'hui, la Banque mondiale et le Fonds monétaire international citent l'Inde comme un exemple brillant d'une nouvelle économie en émergence.

L'an dernier, quand j'étais à Delhi, j'étais présent à la rencontre Pravasi Bharatiya Divas des membres de la diaspora indienne, où j'ai vu le premier ministre et ses collègues du cabinet présenter des exposés PowerPoint et des sommaires exécutifs, tout à fait comme des PDG et des membres des conseils d'administration du monde des grandes entreprises de l'Occident.

L'Inde tire sa force de sa démocratie dynamique, de sa jeune population, de sa culture entrepreneuriale et de la langue anglaise dont elle a hérité, la langue commune du commerce. Je peux

Bangalore or Delhi and discuss business or cricket in the same way as I would discuss business or hockey in Ottawa or Toronto.

The political philosophy of Dr. Manmohan Singh, the architect of India's economic rise, and social and economic forces of globalization have reduced the cultural impediments and economic protectionism that has faced western firms since India's independence from Great Britain. Under the present government of India, the private sector has experienced unprecedented economic growth and prosperity. The extent of foreign business activity in India reflects the significant progress that India has made.

Last year, when responding to this committee, the Indian High Commissioner to Canada characterized many bureaucratic issues as mere irritants. He referred to the many profitable Fortune 500 companies happily doing business in India. That may be the case for large global companies, but the same "minor irritants" can be major obstacles for countries like Canada whose exporters are largely small and medium-sized enterprises. Needless to say, compared to Fortune 500 countries, Canada's SMEs do not have the same tolerance and patience, nor the resources and expertise, to cope with the myriad of changing and demanding regulatory and administrative requirements.

Canada clearly wants to become a player in the Indian marketplace. How can Canada compete effectively in a market dominated by the United States and other major trading nations in the region? How can Canada leverage our Commonwealth heritage and large Indo-Canadian community to enhance Canada's profile and presence in India?

As others have said, it is about matching Canada's capabilities and experiences to Indian demand in a particular sector. Canada has a huge competitive advantage in the education sector. We have created a national network of world class universities and community colleges that produce highly-qualified graduates. In other words, we have expertise in the design and delivery of education. However, our performance in exporting education has been dismal and sporadic at best. This is especially perplexing because a ready market exists for Canadian educational services in India.

In his submission to this committee in 2009, the Indian High Commissioner to Canada stressed that India does not have enough excellent institutions of higher education to satisfy its own domestic needs. For every bright student admitted to a top-tier school, 99 students must settle for second-rate institutions. He said India needs partnerships with good foreign universities.

Canada has failed to take advantage of India's shortage of world class universities. Instead, Canada's universities and community colleges focused on recruiting foreign students from

m'asseoir dans un pub à Bengaluru ou à Delhi et parler affaires ou cricket tout aussi aisément que je parlerais affaires ou hockey à Ottawa ou à Toronto.

La philosophie politique de Manmohan Singh, l'architecte des perspectives économiques de l'Inde, et les forces sociales et économiques de la mondialisation ont réduit les entraves culturelles et le protectionnisme économique que les sociétés occidentales ont dû affronter depuis que l'Inde a obtenu son indépendance de la Grande-Bretagne. À cet égard, sous le gouvernement actuel de l'Inde, la croissance économique et la prospérité du secteur privé sont sans précédent. L'ampleur des activités commerciales étrangères en Inde aujourd'hui reflète le progrès considérable accompli par l'Inde.

Quand le haut-commissaire de l'Inde au Canada a comparu l'an dernier devant votre comité, il a indiqué que beaucoup de problèmes bureaucratiques étaient simplement des irritants. Il a fait état des nombreuses compagnies rentables de Fortune 500 qui sont heureuses de faire des affaires en Inde. C'est peut-être le cas pour les grandes entreprises mondiales, mais les mêmes soi-disant irritants mineurs peuvent être des obstacles majeurs pour les pays comme le Canada, dont les exportateurs sont surtout des petites et moyennes entreprises. Inutile de dire que par rapport aux compagnies de Fortune 500, nos PME n'ont pas le même degré de tolérance et de patience, ni les ressources et le savoir-faire pour composer avec une myriade d'exigences réglementaires et administratives difficiles et changeantes.

Il est évident que le Canada veut devenir un joueur sur le marché indien, mais comment pouvons-nous livrer concurrence efficacement sur un marché dominé par les États-Unis et les autres grandes nations commerçantes dans la région? Comment le Canada peut-il mettre à profit notre héritage commun du Commonwealth et notre importante communauté indo-canadienne pour améliorer le profil du Canada et sa présence en Inde?

Comme d'autres l'ont dit, il s'agit de faire correspondre les capacités et le savoir-faire canadiens à la demande indienne dans des secteurs particuliers. Dans le secteur de l'enseignement, le Canada a un énorme avantage concurrentiel. Nous avons créé un réseau national d'universités et de collèges communautaires de classe mondiale qui forment des diplômés hautement qualifiés; en d'autres mots, nous avons du savoir-faire dans la conception et l'offre de l'enseignement. Pourtant, nous avons été de piètres exportateurs de l'enseignement, au mieux, et ce, de façon sporadique. C'est particulièrement étonnant parce qu'il existe déjà un marché pour les services d'enseignement canadiens en Inde.

En 2009, dans son exposé devant votre comité, le haut-commissaire indien au Canada a souligné que l'Inde n'a pas suffisamment d'excellents établissements d'enseignement supérieur pour satisfaire ses propres besoins intérieurs. Pour chaque étudiant brillant admis dans une école de haut niveau, 99 autres étudiants doivent se contenter d'un établissement de deuxième ordre. L'Inde a besoin de partenariats avec de bonnes universités étrangères, a-t-il dit.

Le Canada n'a pas réussi à profiter du manque d'universités de classe mondiale en Inde. Au lieu, nos universités et nos collèges communautaires ont concentré leurs efforts sur le recrutement

India and China. According to Citizenship and Immigration Canada in 2008, there were 3,244 students from India studying in Canada. This figure was expected to increase by 100 per cent by 2009.

While this represents increased student enrolments in Canada and good news for cash-strapped universities, it is a stop-gap solution to meeting our current funding challenges. More importantly, the increased influx of foreign students to Canadian universities and community colleges is adversely affecting the quality of education that Canadian-born and foreign-born students receive in Canada. Crowded classroom, inadequate research labs, digressions into language training and declining levels of student satisfaction have resulted.

There is a finite limit to the number of students that can be accommodated in Canadian institutions of higher education. Our universities and colleges are largely subsidized through taxes that Canadians pay and our ability as tax payers to sustain our schools is being tested by student enrolment levels.

**The Deputy Chair:** I do not mean to interrupt your presentation, but I will ask you to summarize if possible. I am the person watching the clock. It would be helpful if you could oblige.

**Mr. Kindra:** I shall do that. Thank you for the suggestion.

To summarize in the area of education, we have a situation where Canada imports students from India and China rather than exporting our educational expertise to India. There is a construction boom. Universities are being set up and they are looking for partners, partnerships and expertise from Canada in various areas of educational endeavour.

Two years ago, the Telfer School of Management started to host something that came to be known as the "Forum for Canadian Companies." It is a certificate program where Canadian businesses send their people to learn various aspects of doing business in India. That program has been quite successful.

However, by and large, not much is happening in terms of Canada exporting our educational expertise to India. Ontario Premier Dalton McGuinty led a delegation to India in 2009 to drum up business for exporters. The delegation included four Canadian universities. No community colleges participated in the mission. The objective of the trip for the universities was, essentially, very traditional. They were trying to recruit students to come to study in Canada.

In the last several months, myself and many of my colleagues have received invitations from India either to teach there or to help them start and run educational institutions. This is an area that is sorely needed.

When I read about the Ontario trade mission, I felt that they should have done their homework in terms of gathering competitive intelligence and finding out, for example, that the Indian cabinet was considering approval of a policy allowing foreign universities to be set up and to operate in India. This proposal is expected to become law in the near future.

d'étudiants étrangers de l'Inde et de la Chine. Selon Citoyenneté et Immigration Canada, en 2008, il y avait 3 244 étudiants de l'Inde dans les établissements d'enseignement du Canada. Ce chiffre était censé doubler en 2009.

Si cela représente plus d'étudiants inscrits au Canada — ce qui est une bonne nouvelle pour les universités en mal de fonds —, c'est simplement une solution provisoire pour relever nos défis de financement actuels. Mais surtout, l'arrivée de plus d'étudiants étrangers dans les universités et les collèges communautaires canadiens nuit à la qualité de l'éducation que les étudiants nés au Canada et ceux qui sont nés à l'étranger reçoivent au Canada. Les classes sont aujourd'hui surpeuplées, les laboratoires de recherche sont inadéquats, on s'égaré dans la formation linguistique et les étudiants sont de moins en moins satisfaits.

Il y a une limite au nombre d'étudiants que les établissements d'enseignement supérieur canadiens peuvent accueillir. Nos universités et nos collèges sont largement financés par les impôts des Canadiens, et la capacité des contribuables de soutenir nos écoles est mise à rude épreuve par les niveaux d'inscription des étudiants.

**Le vice-président :** Je ne veux pas interrompre votre exposé, mais je dois vous demander de résumer, si possible. Je dois garder un œil sur l'horloge et je vous serais reconnaissant de m'aider un peu.

**M. Kindra :** Certainement. Merci de cette suggestion.

Alors pour résumer, dans le domaine de l'éducation le Canada importe des étudiants d'Inde et de Chine plutôt que d'exporter ses compétences en éducation vers l'Inde. Il y a un boom de la construction. Des universités sont construites, et l'Inde cherche des partenaires, des partenariats et des compétences au Canada, dans divers domaines de l'éducation.

Il y a deux ans, l'École de gestion Telfer a lancé une activité que l'on a fini par appeler le « Forum pour les sociétés canadiennes ». Il s'agit d'un programme de certificat dans le cadre duquel des entreprises canadiennes envoient leurs employés s'initier à divers aspects des affaires en Inde. Ce programme est une belle réussite.

Toutefois, en règle générale, il ne se passe pas grand-chose pour ce qui est d'exporter vers l'Inde le savoir-faire canadien en éducation. Le premier ministre de l'Ontario, Dalton McGuinty, a dirigé une délégation en Inde en 2009 pour stimuler la demande pour nos exportateurs. Cette délégation comprenait quatre universités canadiennes, mais aucun collège communautaire n'y a participé. L'objectif du voyage pour les universités était essentiellement traditionnel. Elles voulaient recruter des étudiants pour les faire venir étudier au Canada.

Ces derniers mois, plusieurs de mes collègues et moi avons reçu des invitations de l'Inde, soit pour aller enseigner là-bas soit pour aider le pays à mettre sur pied et à administrer des établissements d'enseignement. Il y a une énorme demande dans ce domaine.

Lorsque je me suis informé au sujet de la mission commerciale de l'Ontario, je me suis dit qu'il aurait fallu faire un peu de recherche, étudier la concurrence et découvrir, par exemple, que le cabinet indien envisageait d'approuver une politique qui permettrait aux universités étrangères d'ouvrir des campus et de fonctionner en Inde. Ce projet devrait devenir loi dans un proche avenir.

I felt that Canadian efforts ought to have been more proactive in the sense that this particular trade mission, in cooperation with DFAIT, should have been aware of this pending legislation and negotiated educational partnerships in India. The time to start working on that is now rather than later.

Besides satisfying the educational needs of Indian students, the export of educational services has many other benefits for Canada. By training Indian workers in Canadian systems and on Canadian equipment, we would create a demand for Canadian tools and equipment in India. As well, by knowing that there is a pool of reliable and skilled people available in India, Canadian companies would be encouraged to bid more on infrastructure projects. They would be more inclined and be more confident in bidding on infrastructure projects.

My second point is with regard to the branding and marketing of Canada. In the cluttered global environment of business, it is important to stand out as an entity, a brand name that represents something, that means something. Google, for example, is a brand name estimated to be worth \$114 billion; IBM is worth \$6 billion and so on. These are valuable things to possess — brand equity.

What is the value of brand name Canada and how much value does the tag line “made in Canada, conceived or designed in Canada” add to the company’s portfolio of products and services? How much recognition, credibility and respect does our maple leaf garner in the minds of the leaders and citizens of the world? That is a very important point to take into account.

Country marketing and branding is a serious business. Last year, when the Australian government launched Australia’s branding surge, the trade minister, Minister Crean, declared his country’s brand as having an unashamedly commercial focus to promote Australia on many different fronts.

Today, India promotes itself as a land of opportunity, as a place where the world is open to do business. They deliver a uniform message under “incredible India.” That is their tag line.

There is a surging demand for fresh groceries in India, for example. As family incomes increase, more people move to urban areas, and there is a growing demand. India’s import for fresh fruits has grown by something like 217 per cent from 2004-05 to 2007-08, and apples top the list. When I looked at this example recently discussed at a seminar I did for Agriculture Canada, I began to realize that perhaps part of the problem why Canadian Spartan apples, for example, were not selling in India might be because of the brand name confusion. It means different things. Indians tend to buy Spartans from Washington, from any other place, but not Canada. Brand name confusion is I think part of the problem. It is not marketed appropriately.

À mes yeux, les efforts canadiens auraient dû être plus dynamiques, c’est-à-dire que cette mission commerciale, organisée en collaboration avec le MAECI, aurait dû être au courant de l’adoption prochaine de ces dispositions législatives et négocier avec l’Inde des partenariats dans le domaine de l’éducation. C’est maintenant qu’il faut commencer à travailler sur cet aspect.

Outre qu’elle répondrait aux besoins des étudiants indiens en matière d’éducation, l’exportation de services éducatifs aurait de nombreux avantages pour le Canada. En formant les travailleurs indiens avec des systèmes et du matériel canadiens, nous créerions une demande pour les outils et l’équipement canadiens en Inde. En outre, si elles savent qu’il existe un bassin de personnel qualifié et fiable en Inde, les sociétés canadiennes seraient plus enclines à soumissionner pour décrocher des contrats d’infrastructure. Elles seraient plus portées à soumissionner sur des projets d’infrastructure et elles seraient plus confiantes.

Mon deuxième point porte sur la stratégie de marque et de commercialisation du Canada. Dans les milieux d’affaires mondiaux, où l’on se bouscule, il faut se faire remarquer, il faut avoir une marque qui représente quelque chose, qui signifie quelque chose. Google, par exemple, est une marque estimée à 114 milliards de dollars; IBM vaut 6 milliards de dollars, entre autres. Ce sont des atouts précieux à posséder — la marque est un actif.

Quelle est la valeur de la marque Canada, quelle est la valeur du logo « fabriqué au Canada, conçu ou dessiné au Canada » pour les produits et services d’une société? Quelle reconnaissance, quelle crédibilité et quel respect une feuille d’érable éveille-t-elle dans l’esprit des dirigeants et des citoyens du monde? C’est un élément très important dont il faut tenir compte.

L’établissement et la commercialisation de l’image de marque d’un pays ne sont pas des activités à prendre à la légère. L’an dernier, quand le gouvernement australien a lancé sa campagne d’image de marque pour l’Australie, le ministre du Commerce, M. Crean, a déclaré que la marque de son pays avait l’objectif franchement commercial de promouvoir l’Australie sur de nombreux fronts.

Aujourd’hui, l’Inde s’annonce comme une terre de possibilités, un endroit où le monde entier peut venir faire des affaires. Son message est uniforme sous le slogan « L’Inde incroyable ». C’est son titre d’appel.

La demande de produits frais est en pleine croissance en Inde, par exemple. À mesure que le revenu des familles augmente, les gens vont s’installer dans les villes et la demande augmente. L’importation de fruits frais en Inde a fait un bond d’environ 217 p. 100 entre 2004-2005 et 2007-2008, et les pommes viennent au premier rang. Quand j’ai regardé cet exemple, récemment discuté lors d’un séminaire que j’ai animé pour Agriculture Canada, je me suis rendu compte qu’une partie du problème venait peut-être du fait que les pommes canadiennes Spartan, par exemple, n’étaient pas vendues en Inde essentiellement en raison d’une confusion de marque. Les choses ont des significations différentes. Les Indiens achètent généralement les Spartan de l’État de Washington plutôt que celles de n’importe où ailleurs, et pas celles du Canada. Une confusion de marque sous-tend le problème, à mon avis. La commercialisation n’est pas faite comme elle devrait l’être.

To promote Canadian products, services and intellectual property in foreign markets, be it apples or green technology or education, Canada and our exporters need a single, unified message, a brand image that would help us compete more effectively.

Canada has no system of management or careful nurturing of the brand name. There is no shared common purpose to our brand name; our products are great but our brand is fuzzy and unclear.

India, China and many other countries in Asia, when people hear the name Canada, what comes to their minds is the stereotypical open spaces, clean air, the Mounties and the long cold winters. It is never RIM or Bombardier or Cirque du Soleil. We have to openly promote Canada and Canadian resources and our ingenuity to change how others perceive us.

Branding represents a psychological positioning in the minds of leaders and citizens of different countries. Agriculture Canada has its own approach to branding, CTC has its own approach to branding, DFAIT has its own ideas on branding, and this is a problem. DFAIT, for example, is currently running their own "Imagine Education in Canada" campaign in cooperation with the Council of Ministers of Education. All these variations and approaches to branding and positioning introduce confusion in the marketplace.

For many years, I have delivered marketing and branding seminars to senior managers in different departments of the government. When I ask them why we have so many variations of the brand name, invariably people say they like to retain their own version of the brand because of departmental accountability and the fact that it makes it easy for them to have their own control over their own version or variation of the maple leaf; they can control how they promote the product. At the present time, there are so many variations of the maple leaf and mixed messages about Canada that one wonders if any message is getting through at all. It is like herding stray cats.

Branding should be managed using the Johnson & Johnson approach — one single brand position, carefully cultivated and managed by the leader of the country, the chief brand manager.

To compare today to 1970, Canada was probably best known and recognized under the great brand manager, the former Prime Minister Pierre Elliott Trudeau. Through his international celebrity, he brought Canada to the top of the mind ladder. It is a psychological concept. Psychologists know there is a ladder in the mind. There are six or seven steps on the ladder, and to get on top of the ladder is a beautiful position to reach. You can be number one, two or three and below that you are a little bit lost.

Canada desperately needs a common national brand to represent our exports, tourism, education, culture, sports and philosophy as a nation in one single voice to the world. This is a

Pour promouvoir les produits, les services et la propriété intellectuelle du Canada sur les marchés étrangers, qu'il s'agisse de pommes, de technologie verte ou d'éducation, le Canada et ses exportateurs doivent utiliser un message unique, une image de marque qui nous aidera à affronter la concurrence plus efficacement.

Le Canada n'a pas de système de gestion ou d'entretien méticuleux de son image de marque. Il n'a pas d'objectif commun pour son image de marque; ses produits sont excellents, mais sa marque est vague.

En Inde, en Chine et dans de nombreux autres pays d'Asie, lorsqu'ils entendent le mot « Canada », les gens pensent immédiatement aux stéréotypes des grands espaces, de l'air pur, de la Gendarmerie royale et des longs hivers glacés. Ils ne pensent pas à RIM, ni à Bombardier, ni au Cirque du Soleil. Pour modifier la perception que les autres ont de nous, nous devons ouvertement promouvoir le Canada, les ressources canadiennes et notre ingéniosité.

L'image de marque constitue une position psychologique dans l'esprit des dirigeants et des citoyens des autres pays. Agriculture Canada a sa propre notion de l'image de marque, la CCT a la sienne, le MAECI a des idées bien à lui au sujet de l'image de marque, et c'est un problème. Le MAECI, par exemple, mène actuellement une campagne intitulée « Imagine — Éducation au Canada », en collaboration avec le Conseil des ministres de l'Éducation. Toutes ces variantes et ces approches de l'image de marque et du positionnement créent de la confusion sur le marché.

Pendant des années, j'ai animé des séminaires sur le marketing et l'image de marque pour les cadres supérieurs de divers ministères. Quand je leur demande pourquoi nous avons tant de variantes de l'image de marque, ils me répondent toujours qu'ils aiment avoir leur propre version de la marque, en raison de la responsabilité ministérielle et parce qu'il leur est ainsi plus facile de contrôler leur version ou leur variante de la feuille d'érable; ils peuvent contrôler la façon dont ils font la promotion du produit. À l'heure actuelle, il y a tant de variantes de la feuille d'érable et tant de messages contradictoires au sujet du Canada qu'on peut se demander si l'un ou l'autre de ces messages atteint son but. Il y en a de toutes les sortes.

L'image de marque devrait être gérée suivant le modèle de Johnson & Johnson — une position unique, soigneusement cultivée et gérée par le dirigeant du pays, le gestionnaire en chef de la marque.

Si l'on se reporte aux années 1970, le Canada était probablement plus connu et reconnu grâce à son célèbre gestionnaire d'image de marque, l'ancien premier ministre Pierre Elliott Trudeau. Parce qu'il était une célébrité internationale, il a placé le Canada au sommet de l'échelle. C'est un concept psychologique. Les psychologues savent que nous avons une échelle dans le cerveau. Cette échelle comporte six ou sept niveaux, et c'est un exploit que d'arriver au sommet. Vous pouvez être premier, deuxième ou troisième, mais après cela vous êtes un peu perdu dans la foule.

Le Canada a désespérément besoin d'une marque nationale commune pour promouvoir uniformément ses exportations, son tourisme, son éducation, sa culture, ses sports et sa philosophie,

government-wide task that probably would be, in my opinion, best led by the Clerk of the Privy Council Office, not individual departments of the government.

My third point today applies to the trade sector, or to any sector, applies to higher education, agri-food, and it is about choosing an appropriate location to do business in India. When you go to India, which I do fairly often, you find Canadian businessmen trolling large metropolitan cities like Mumbai, Delhi and Bangalore. You hardly see any Canadians in second-tier cities of India meeting with provincial government officials. There is a low presence in second-tier or third-tier cities, and there are good reasons for that. It has a lot to do with infrastructure, with big businesses feeling comfortable in the intercontinental hotels of the big cities rather than the uncomfortable environment in small towns.

I want to talk about the insecurity of doing business in India. This is one of the concerns I have had in my own dealings, as a small investor, as a person looking to retire and maybe buy a property in India to spend time there in my later years.

I have had a lot of misgivings and many bad experiences. I wondered what the position of the Competition Bureau of Canada might be on protecting the activities of people like me who want to invest or travel to India. I understand that Canada is negotiating with India right now under FIPA, the Foreign Investment Promotion and Protection Agreement, but it has not been implemented yet.

Also, the Competition Bureau, I understand, has been urging India to become a member of the network for intellectual property protection, and so on, and India still has not joined.

The point I am trying to get at is that there are risks associated with doing business, with enforcing law and getting justice in India. That is a huge concern for me. In order for SMEs from Canada to flourish and do more business in India — as well as individuals investing and looking to retirement years in India — they would need protection.

In the interest of time, I will conclude by saying that Canada should export education to India, rather than importing Indian students to Canadian universities and community colleges. This will not only reduce the stress on Canada's educational infrastructure, thus improving the quality of education here at home, but it will also open doors to a world of endless networking opportunities for our educational entrepreneurs.

Second, Canada should follow the example of many other countries throughout the world and create a unified, single, Canadian brand identity. This effort should be led by the Clerk of the Privy Council at the direction of the Prime Minister.

Third, Canadian businesses should venture into two-tier cities in India, where competition is less intense and opportunities in certain sectors, like education, are more plentiful.

dans le monde entier. C'est une tâche qui incombe à l'ensemble du gouvernement et, selon moi, c'est sans doute au greffier du Bureau du Conseil privé qu'il convient de la confier, plutôt qu'à divers ministères.

La troisième question dont je veux traiter aujourd'hui concerne le secteur commercial, tous les secteurs en fait, l'éducation supérieure, l'agroalimentaire... il s'agit du choix d'un endroit approprié où faire des affaires en Inde. Lorsque vous allez en Inde, ce qui m'arrive assez souvent, vous constatez que les gens d'affaires canadiens restent dans les métropoles comme Mumbai, Delhi et Bengaluru. Vous en voyez très peu qui vont dans les villes secondaires de l'Inde pour rencontrer des représentants des gouvernements provinciaux. La présence dans les villes secondaires et tertiaires est faible, et il y a de bonnes raisons à cela. C'est, dans une large mesure, lié à des questions d'infrastructure : les grandes entreprises sont plus à l'aise dans les hôtels internationaux des grandes villes que dans l'environnement inconfortable des petites villes.

Je veux vous parler de l'incertitude des affaires en Inde. C'est un souci que j'ai eu moi-même en tant que petit investisseur, en tant que personne qui cherche à prendre sa retraite et peut-être à acheter une propriété en Inde pour y passer ses vieux jours.

J'ai eu bien des hésitations et bien des expériences malheureuses. Je me suis demandé quelle pouvait être la position du Bureau de la concurrence du Canada lorsqu'il s'agit de protéger les activités de gens comme moi, qui veulent investir ou voyager en Inde. Je sais que le Canada négocie actuellement un APIE avec l'Inde, un accord sur la promotion et la protection des investissements étrangers, mais cet accord n'est pas encore en vigueur.

En outre, le Bureau de la concurrence, si j'ai bien compris, exerce des pressions sur l'Inde pour qu'elle devienne membre du réseau de protection de la propriété intellectuelle, et cetera, et l'Inde ne s'est pas encore engagée.

Ce que j'essaie de dire, ici, c'est qu'il y a des risques liés aux affaires, à l'application des lois et à l'administration de la justice en Inde. C'est une très grande préoccupation pour moi. Pour que les PME du Canada puissent s'épanouir et faire plus d'affaires en Inde — et pour que les particuliers puissent investir et envisager de prendre leur retraite en Inde —, il faut prévoir des protections.

Je sais que le temps file, je vais donc conclure en disant que le Canada devrait exporter des services d'éducation vers l'Inde plutôt que d'importer des étudiants indiens dans les universités et les collèges communautaires du Canada. De la sorte, non seulement il réduira les pressions sur l'infrastructure de l'éducation au Canada, améliorant de ce fait la qualité de l'éducation ici même au pays, mais il ouvrira aussi à nos entrepreneurs du domaine de l'éducation les portes d'un monde infini de possibilités de réseautage.

Deuxièmement, le Canada devrait suivre l'exemple de nombreux pays du monde et se doter d'une image de marque canadienne unique. Cet effort devrait être mené par le greffier du Conseil privé, suivant les instructions du premier ministre.

Troisièmement, les entreprises canadiennes devraient s'aventurer dans les villes secondaires de l'Inde où la compétition est moins vive et où les occasions dans certains secteurs, dont l'éducation, sont plus nombreuses.



Fourth, although Canadian businesses are excited by the prospect of trade and investment in India, they should always exercise diligence when choosing local business partners. For its part, the Government of Canada should work diligently with like-minded trading nations to ensure that adequate protections are in place.

One final comment, with your indulgence, is that just yesterday I was browsing through the newspapers, and I came across a news story about Mr. Bill Gates, Chairman of Microsoft. He is presently visiting a backwater town in India called Amethi. It is a real backwater, third-tier, small town. The reporters asked him what he was doing in this place. He said he has plans to convert Amethi into a new hub for IT and software development. There is a lesson to learn there, in terms of going out and being more proactive and not just staying in the big, metropolitan cities.

Thank you for the opportunity to share my views with you.

**Senator Segal:** Professor Kindra, let me express my thanks for the time and care you have taken in preparing your presentation for us.

Does the Telfer school itself, which is down the road here at the University of Ottawa, have any active exchanges with higher education facilities in India? Do you have any courses, either at the executive or MBA level, that assist Canadians who are interested in learning about how to do business in India, benefit from some of the cultural and other cross-business skill sets that you and other faculty members bring to the process?

As well, are you aware of other Canadian institutions that, in your judgment, do understand and are doing a good job?

**Mr. Kindra:** The Telfer School of Management has exchange programs with India, like we do with many other countries around the world. We have an India-focused program that is offered to businesses that are interested in doing business there. They get together for a two- or three-day session, which involves learning cultural differences, legal aspects, the basic ways and rules of doing business. They are encouraged to develop a business plan for doing business in India. In many instances they are encouraged to make a trip to India to get some on-the-ground training. These are people who are actually working in Canadian companies. It is a successful program that we have been running, I believe since 2008.

As I alluded to earlier and mentioned in my report, a number of other universities, mostly in Ontario, are proactive in creating partnerships with institutions in India at the present time. However, by and large, the focus is on either conducting joint research in Indian institutions or bringing students into Canada. The only institutions that I am aware of that are actually going out and creating partnerships, like offering quality MBA training to executives in the business sector, are the Ivey School of Business, Schulich, and that is about it.

The important thing to do for institutions in Canada is to go over there and enter into partnerships and perhaps eventually start their own campuses. India, as I said earlier, will allow the setting up of campuses in that country.

Quatrièmement, même si les entreprises canadiennes se réjouissent à l'idée de faire des affaires et d'investir en Inde, elles devraient être prudentes dans le choix de leurs partenaires locaux. Quant au gouvernement du Canada, il devrait travailler sérieusement avec d'autres nations commerciales animées des mêmes valeurs pour veiller à ce que des protections adéquates soient instaurées.

Finalement, si vous me le permettez, je dois dire qu'hier encore, j'ai trouvé dans les journaux un article sur M. Bill Gates, président de Microsoft. Il visite actuellement une petite ville perdue de l'Inde appelée Amethi. C'est vraiment une ville perdue, une ville tertiaire, une toute petite ville. Les journalistes lui ont demandé ce qu'il faisait là-bas. Il a dit qu'il avait des plans pour faire d'Amethi une nouvelle plaque tournante de la TI et de la mise au point des logiciels. Il y a une leçon à tirer de cela : il faut être plus proactifs et ne pas se confiner dans les grandes villes.

Merci de m'avoir permis de vous faire part de mes points de vue.

**Le sénateur Segal :** Monsieur Kindra, je vous remercie du temps et du soin que vous avez apporté à préparer cet exposé.

Est-ce que l'école Telfer elle-même, qui est tout près d'ici, à l'Université d'Ottawa, organise des échanges avec des établissements d'enseignement supérieur en Inde? Est-ce que vous offrez des cours, au niveau exécutif ou du MBA, pour aider les Canadiens qui voudraient en savoir plus sur la façon de faire des affaires en Inde, pour profiter de certaines des compétences culturelles et de gestion que vous et d'autres professeurs possédez?

En outre, savez-vous si d'autres établissements canadiens, selon vous, comprennent la situation et font un bon travail?

**M. Kindra :** L'École de gestion Telfer administre des programmes d'échange avec l'Inde comme avec de nombreux autres pays du monde. Nous avons un programme axé sur l'Inde qui est offert aux entreprises désireuses de faire des affaires là-bas. Les participants se réunissent pendant deux ou trois jours pour se sensibiliser aux différences culturelles, aux aspects juridiques, aux règles et méthodes essentielles des affaires. Nous les encourageons à établir un plan d'affaires pour l'Inde. Dans bien des cas, nous les incitons à se rendre là-bas pour suivre une formation sur place. Il s'agit de gens qui travaillent actuellement pour des sociétés canadiennes. C'est un programme très populaire, que nous offrons, je crois, depuis 2008.

Comme je l'ai dit, et c'est dans mon rapport, un certain nombre d'universités, surtout en Ontario, créent des partenariats avec des établissements en Inde à l'heure actuelle. Toutefois, dans l'ensemble, l'accent porte sur la réalisation de travaux de recherche conjoints dans des établissements indiens ou le recrutement d'étudiants indiens qui viendront au Canada. Les seuls établissements qui, à ma connaissance, établissent vraiment des partenariats, par exemple pour offrir une formation de type MBA à des cadres du secteur des affaires, sont l'école de commerce Ivey, Schulich et c'est à peu près tout.

Les établissements du Canada doivent aller là-bas et négocier des partenariats et, peut-être, ouvrir leurs propres campus. L'Inde, comme je l'ai dit, autorise l'établissement de campus étrangers sur son territoire.

Last week I spoke with the head of the Construction Industry Development Council of India. He told me that he had approached the Association of Canadian Community Colleges to set up training of construction workers, the construction trades in India. After my discussion with him I thought it was a great idea, because that would give opportunity for Canadian businesses to not only have a ready supply of Canadian-trained Indians available to work on construction and infrastructure projects, but also it would be a great opportunity for Canadian businesses to introduce their equipment to the Indian market. That project, I was told, did not work out due to some certification requirements.

**Senator Finley:** Has the foreign educational institution bill that would basically opening up India to the kind of collaborative campus agreements that you have been talking about been passed by the Indian parliament?

**Mr. Kindra:** As far as I know, not yet, but it is expected to meet the approval. From what I understand, it is a fait accompli because there is not great disagreement over the bill.

**Senator Finley:** We have had a number of educational establishments before this committee over the past couple of months. I do not recall anyone talking about collaborative arrangements in India. They talked about how we could recruit Indian students to come here to Canada. That seemed to be the sole focus.

What you are saying is basically radically different from that. Are Canadian universities, colleges, commercial schools, et cetera, aware of this strategy that you are suggesting and the foreign educational institution bill?

**Mr. Kindra:** I believe not. If you are talking about geographically challenged university locations, like Lakehead, Laurentian, Algoma and Northern British Columbia, it is understandable. I have been to some of these places and I can see the current wisdom of recruiting students and creating revenues so the place can flourish and grow. When you think of major research-intensive institutions in Ontario and in the rest of the country, I think it is a major folly to fill classrooms with as many people as you can. That, in my opinion, has a negative impact on the quality of education in this country, and on the experience that our students ought to be going through. We end up, as I said earlier, in digressions of all sorts of language training programs, and the quality of education tends to go down.

A recent study that was completed at the University of Ottawa involved one of my colleagues, David Zussman. This study indicated that student satisfaction at the University of Ottawa, as an example, is one of the lowest among research-intensive institutions.

I think we ought to be taking our expertise over there. We are an exporting country, not an importing country. We want to export our services. We want to enhance our trade. Education is an important area. Not a day goes by when I do not flip through the newspaper or find on the Internet that a university in India, a new institution in some far-flung part of the country, is struggling

La semaine dernière j'ai parlé avec le dirigeant du Conseil de développement de l'industrie du bâtiment en Inde. Il m'a dit qu'il avait été sondé par l'Association des collèges communautaires du Canada, qui songe à offrir une formation pour les travailleurs du bâtiment, les métiers du bâtiment, en Inde. Après cette discussion avec lui, j'ai pensé que c'était une excellente idée, car cela donnerait aux entreprises canadiennes l'occasion non seulement de recruter une main-d'œuvre indienne formée par des Canadiens pour travailler à des projets de construction et d'infrastructure mais aussi de faire connaître leur équipement au marché indien. Ce projet, d'après ce que l'on m'a dit, n'a pas abouti en raison de certaines exigences d'accréditation.

**Le sénateur Finley :** Est-ce que ce projet de loi sur les établissements d'enseignement étrangers qui, essentiellement, permettrait de conclure des accords de collaboration pour établir des campus étrangers en Inde, ce dont vous nous avez parlé, est-ce qu'il a été adopté par le Parlement indien?

**M. Kindra :** À ma connaissance, pas encore, mais on s'attend à ce qu'il soit approuvé. Si j'ai bien compris, c'est un fait accompli parce qu'il n'y a pas beaucoup d'opposition à ce projet de loi.

**Le sénateur Finley :** Un certain nombre d'établissements d'enseignement ont comparu devant notre comité ces derniers mois. Je ne me souviens pas qu'on nous ait parlé d'accords de collaboration en Inde. On nous a dit que nous devrions recruter des étudiants indiens pour qu'ils viennent ici, au Canada. Cela semblait être le seul objectif.

Ce que vous nous dites est très différent. Est-ce que les universités, les collèges, les écoles commerciales du Canada sont au courant de cette stratégie que vous proposez et du projet de loi sur les établissements d'enseignement?

**M. Kindra :** Je ne le crois pas. Si vous parlez d'universités un peu éloignées comme Lakehead, l'Université Laurentienne, Algoma et Northern British Columbia, cela se comprend. J'ai visité certains de ces établissements et je peux comprendre leur désir de recruter des étudiants pour produire des recettes qui aideront l'établissement à s'épanouir et à croître. Si vous pensez aux grands établissements qui mènent de vastes programmes de recherche en Ontario et dans le reste du pays, je crois qu'il est absurde de vouloir remplir les classes avec un maximum d'étudiants. Selon moi, cela a un effet négatif sur la qualité de l'éducation dans notre pays et sur l'expérience d'apprentissage offerte à nos étudiants. Au bout du compte, comme je l'ai dit, nous nous égarons dans les programmes de formation linguistique, et la qualité de l'éducation a tendance à y perdre.

L'Université d'Ottawa a réalisé récemment une étude à laquelle un de mes collègues, David Zussman, a participé. Cette étude indiquait que la satisfaction des étudiants à l'Université d'Ottawa, par exemple, était parmi les plus faibles dans les établissements largement axés sur la recherche.

Je crois que nous devons exporter notre savoir-faire là-bas. Nous sommes un pays exportateur, pas un pays importateur. Nous voulons exporter nos services. Nous voulons stimuler nos échanges. L'éducation est un secteur important. Il ne se passe pas un jour où je ne découvre pas, dans les journaux ou sur Internet, une université indienne, un nouvel établissement dans une région

to find expertise in management, education, medicine, engineering, and legal training. They are looking for help from Canada. This is where we ought to be focusing our attention.

**Senator Finley:** We would like to debate some of the finer issues of that particular track with you, but we do not have time today. I understand that, Mr. Chair.

I wanted to cover branding for a minute. Canada has some great brand names. They might not be Google, or Microsoft, or Apple, but there are some huge success stories. In Quebec, for example, we have Bombardier and Pratt & Whitney Canada, which are successful in power generation and in transportation. We have RIM and we have many others.

Rainbow Country is a cute name, and I have heard some of the Australian names. I cannot understand this detachment from Canada and a brand name. We have probably one of the most recognizable national flags in the world. We have certainly an easy national name to pronounce in almost any language. We have melded the name "Canada" to so many things: Trade Canada, Team Canada, et cetera.

When you talk about branding, how does U.K, France and Germany brand? I cannot recognize a brand image from any of those countries.

**Mr. Kindra:** I agree with you. According to a report that appeared on MSN.com the day before yesterday, Tim Hortons is Canada's leading brand. Everyone knows about it. There is also Jean Coutu, Bombardier, and Yellow Pages, et cetera. There are some extremely well-known brands in the country. However, Canada needs one unified brand rather than fragmented brands that are used by different departments of the government, different departments of the federal government, and, in many instances, different provincial governments that have their own variation of the brand name "Canada."

There is a psychological concept involved here. When people buy a product from another country; when people invite investors from another country, it is not just apples that they are buying from Canada. They are buying a whole range of other things, including the image that is elicited, namely, this conglomeration of information that comes to your mind when you hear the word "Canada."

With Canada, there is confusion in terms of what Canada represents. People have different images that come to their mind. It is a fuzzy image, not a distinct or clear image. People think about all sorts of things, like, as I said earlier, winters, the Mounties, and stereotypical portrayals, but they do not think of Canada as a green technology country that has a lot to offer in technology, education, and so on. There is brand name confusion there.

**The Deputy Chair:** I am on the side of Senator Finley on this question. The education issue is important. We do not have time to discuss it, but I did not quite follow that response.

perdue du pays, qui est à la recherche de savoir-faire en gestion, en éducation, en médecine, en génie ou en droit. Ces établissements cherchent de l'aide au Canada. C'est sur eux que nous devons faire porter notre attention.

**Le sénateur Finley :** Nous aimerions traiter de certaines facettes de cette question avec vous, mais nous n'en avons pas le temps aujourd'hui. Je le sais, monsieur le président.

Je voulais revenir un instant sur l'image de marque. Le Canada a quelques excellentes images de marque. Nous n'avons peut-être pas de Google, de Microsoft ni d'Apple, mais nous avons d'excellents exemples de réussite. Au Québec, par exemple, il y a Bombardier et Pratt & Whitney Canada dans les domaines de la production d'énergie et du transport. Nous avons RIM, et bien d'autres encore.

Rainbow Country, c'est un joli nom, et j'ai entendu aussi quelques noms australiens. Je ne peux pas comprendre cette ignorance face au Canada et à sa marque de commerce. Nous avons probablement l'un des drapeaux les plus faciles à reconnaître dans le monde. Nous avons certainement un nom facile à prononcer et à reconnaître dans pratiquement toutes les langues. Nous avons associé le nom « Canada » à un grand nombre de choses : Commerce Canada, Équipe Canada, et le reste.

En termes d'image de marque, comment est-ce que le Royaume-Uni, la France et l'Allemagne s'en tirent? Je ne connais pas d'image unique pour ces pays.

**M. Kindra :** Vous avez raison. D'après un rapport publié sur MSN.com avant-hier, Tim Horton est la marque canadienne la plus connue. Tout le monde la connaît. Il y a aussi Jean Coutu, Bombardier, les Pages jaunes, et cetera. Ce sont quelques marques extrêmement connues au pays. Toutefois, le Canada a besoin d'une image de marque unique plutôt que de marques fragmentées qui sont utilisées par divers ministères, des ministères fédéraux et, dans bien des cas, des gouvernements provinciaux qui ont leur propre variante de la marque « Canada ».

Il y a un concept psychologique en jeu. Lorsque les gens achètent un produit étranger, lorsque les gens invitent des investisseurs étrangers, ce ne sont pas seulement des pommes qu'ils achètent du Canada. Ils achètent tout un éventail de choses, y compris l'image que le produit évoque, c'est-à-dire un amas d'informations qui viennent à l'esprit lorsque vous entendez le mot « Canada ».

Dans le cas du Canada, il y a confusion quant à la représentation. Différentes images viennent à l'esprit des gens. L'image est vague, elle n'est pas distincte ni claire. Les gens pensent à toutes sortes de choses, comme je l'ai dit précédemment, à l'hiver, à la Gendarmerie royale, à des stéréotypes, mais ils ne voient pas le Canada comme un pays de technologie verte qui a beaucoup à offrir dans les domaines de la technologie, de l'éducation, et cetera. Notre image de marque porte à confusion.

**Le vice-président :** Je suis d'accord avec le sénateur Finley à ce sujet. La question de l'éducation est importante. Nous n'avons pas le temps d'en discuter à fond ici, mais je n'ai pas bien compris la réponse.

**Senator Downe:** A number of weeks ago, this committee heard from a minister of the government of India, who talked about the education bill. I was intrigued by his remarks. I went back and did some research on it. I am not sure why a Canadian university would want to set up in India, because the bill, which has passed cabinet but has not passed parliament, requires that the Canadian educational institute pay 51 per cent of the cost of setting up the institute in India. However, under the bill they are not allowed to take any profits that they may make out of India.

Why would a Canadian university or college be interested in that arrangement?

**Mr. Kindra:** I am not aware of the details of that bill. Some of my friends in India work at different institutes of management or IITs. My understanding is that there are already a number of institutions from Australia and England that are expressing a desire to set up shop in India. I am not aware that there are those kinds of limitations being imposed in the bill, but I think that by the time it becomes law, the bill will be much more reasonable.

**Senator Downe:** In the India press that I have read when I was doing the research, there was a lot of anticipation and hope that Oxford, Harvard, and others, would set up campuses there. However, many people found the restrictions that I spoke about a moment ago too much to overcome.

There is a host of restrictions in addition to the ones that I mentioned. For example, the majority of the teaching staff must be from India. There is a concern that that will take away from other educational institutions in India. These will be private universities, where the majority, if not all the universities in India, are now government owned. They are concerned it would be a drain.

Obviously, you are not aware of the substance of the bill. Given those conditions, I cannot imagine any Canadian educational institution investing where they cannot withdraw any money that they may make after they have to put up 51 per cent. There is no return at all on investment. If they enter into consulting business on the side, then they can take some of those profits outside the country.

Other senators have questions, but I wanted to get that on the record.

**The Deputy Chair:** I am from downtown Toronto. On the business of students, when I was the member of Parliament for the University of Toronto area, we had a huge number of foreign students, which I thought was very positive. However, there are always complaints when you have foreign students. This happens in England, France and anywhere in the world. Nevertheless, we gained enormously from that, many people would say.

[Translation]

**Senator Fortin-Duplessis:** Professor Kindra, thank you for this most interesting submission. We live in a highly integrated world. The global economic growth per annum is five times higher than

**Le sénateur Downe :** Il y a quelques semaines, le comité accueillait un ministre du gouvernement indien qui a parlé du projet de loi sur l'éducation. Ses commentaires m'ont intrigué, et j'ai fait quelques recherches. Je comprends mal pourquoi une université canadienne voudrait ouvrir un campus en Inde, parce que le projet de loi, qui a été approuvé par le Cabinet, mais pas encore par le Parlement, exige que l'établissement d'enseignement canadien assume 51 p. 100 des coûts liés à la création du campus en Inde. Toutefois, aux termes de ce projet de loi, il n'aura pas le droit de toucher les profits qu'il pourrait faire en Inde.

Pourquoi une université ou un collège canadien serait-il intéressé par ce type d'arrangement?

**M. Kindra :** Je ne connais pas les détails du projet de loi. Certains de mes amis, en Inde, travaillent dans divers instituts de gestion, ou IIT. Je crois comprendre qu'il y a déjà un certain nombre d'établissements australiens et anglais qui ont manifesté le désir de s'installer en Inde. Je ne sais pas si le projet de loi impose ce type de contraintes, mais je crois que d'ici à ce qu'il soit adopté il sera beaucoup plus raisonnable.

**Le sénateur Downe :** Dans la presse indienne que j'ai consultée dans le cadre de mes recherches, on faisait état d'une grande anticipation et de vifs espoirs qu'Oxford, Harvard et d'autres ouvriraient des campus là-bas. Toutefois, bien des gens jugent que les contraintes dont j'ai parlé il y a un instant sont beaucoup trop lourdes.

Il y a une foule de restrictions qui s'ajoutent à celles que j'ai mentionnées. Par exemple, la majorité des membres du corps professoral doivent être Indiens. Certains craignent que cela ne se fasse au détriment d'autres établissements d'enseignement en Inde. En outre, il s'agira d'établissements privés, et la majorité des universités en Inde, pour ne pas dire toutes, sont actuellement possédées par le gouvernement. Certains craignent un détournement des talents.

Évidemment, vous ne connaissez pas les détails du projet de loi. Mais, dans ces conditions, je ne peux pas imaginer qu'un établissement d'enseignement canadien investisse là où il ne peut retirer aucun argent qu'il réaliserait après avoir payé 51 p. 100 de l'investissement. Il n'y a pas de rendement sur l'investissement. S'il mène des activités de consultation en parallèle, il pourra sortir certains de ses profits du pays.

D'autres sénateurs ont des questions, mais je voulais simplement mentionner cela, pour le compte rendu.

**Le vice-président :** Je viens du centre-ville de Toronto, et je veux parler des étudiants en commerce. Quand j'étais député de la circonscription où est située l'Université de Toronto, nous avions une foule d'étudiants étrangers, et cela me paraissait très positif. Toutefois, il y en a toujours qui se plaignent de la présence des étudiants étrangers. C'est ainsi en Angleterre, en France, partout dans le monde. Quoi qu'il en soit, nous avons tiré bien des avantages de cette situation, bien des gens seraient d'accord avec moi.

[Français]

**Le sénateur Fortin-Duplessis :** Monsieur Kindra, merci pour votre excellent mémoire. Nous vivons dans un monde très intégré. La croissance annuelle économique mondiale est cinq fois plus élevée que

Canada's. This means that there are many business opportunities for Canadians. However, there is also a lot of competition and challenges. We must find a way to get past the model that we have been applying — bilateral trade and bilateral investment — to adapt to a world economy where the supply chains are changing constantly.

I have taken note of your main recommendations: develop teaching and export education, develop a Canada brand strategy, do business in the second-tier towns of India, be careful about intellectual property and also, remember that it is difficult to use the law in India in case of legal problems. Other than that, is there anything that the Canadian government can do to promote the globalization of Canadian companies?

[English]

**Mr. Kindra:** In addition to those four recommendations, it would be helpful if the provincial governments and the federal government worked more in concert with each other. They could benefit, for example, from the available expertise at DFAIT's offices in Ottawa and in India to focus more on creating partnerships with Indian companies and with educational institutions in Ottawa and in India.

Over the years, I have found that DFAIT has an excellent resource in a group of people with the expertise and knowledge about markets. However, their expertise in terms of the second-tier cities of India is fairly limited. The kind of interaction and expertise they can provide, although useful, is limited in certain respects. More training and growth within DFAIT would be useful.

[Translation]

**Senator Fortin-Duplessis:** Thank you very much.

[English]

**Senator Smith:** Much of this has been covered but I am intrigued that your focus is on education and having arrangements with educational facilities in India. You referred to second-tier cities. Do you have examples of such cities?

**Mr. Kindra:** Second-tier cities would include my hometown, where I was born, Dehradun, as well as Bhopal, Indore and Meerut. There are a number of other places in the central part of India that are uncomfortable to visit. They have provincial governments that are "difficult to deal with."

**Senator Smith:** There are many private schools in Dehradun.

**Mr. Kindra:** Yes.

**Senator Smith:** It almost reminds me of missionary work in the old days, whereby various churches would set up schools in such places. I was at one south of Madras in January, where a plaque said that when the tsunami hit, it wrecked everything along the

celle du Canada. Cela veut donc dire qu'il y a beaucoup de débouchés pour les Canadiens. En revanche, il y a beaucoup de compétitivité et de défis. Nous devons donc trouver une façon de passer de ce modèle que nous avons toujours suivi — commerce bilatéral et investissement bilatéral — vers une économie mondiale dans laquelle les chaînes d'approvisionnement changeront constamment.

J'ai bien noté vos importantes recommandations : développer l'enseignement et exporter l'éducation, développer une stratégie de marque Canada, faire des affaires en Inde dans des villes et des paliers intermédiaires, être prudents concernant la propriété intellectuelle et aussi la difficulté de faire appliquer les lois en Inde lorsqu'on a des problèmes juridiques. À part ces démarches, le gouvernement canadien peut-il faire autre chose pour aider les entreprises canadiennes à se mondialiser?

[Traduction]

**M. Kindra :** Outre ces quatre recommandations, il serait utile que les gouvernements provinciaux et le gouvernement fédéral collaborent plus étroitement. Ils pourraient profiter, par exemple, du savoir-faire disponible dans les bureaux du MAECI à Ottawa et en Inde pour se concentrer sur la création de partenariats avec des sociétés indiennes et entre des établissements d'enseignement à Ottawa et en Inde.

Au fil des ans, j'ai constaté que le MAECI possédait d'excellentes ressources et un groupe de personnes qui ont des compétences et des connaissances relatives aux marchés. Toutefois, leur connaissance des villes secondaires en Inde est plutôt limitée. Le genre d'interaction et d'expertise qu'ils peuvent offrir, quoiqu'utile, est limité à certains égards. Il serait utile d'intensifier la formation et la croissance au sein du MAECI.

[Français]

**Le sénateur Fortin-Duplessis :** Je vous remercie infiniment.

[Traduction]

**Le sénateur Smith :** Une grande partie de ce thème a été couverte, mais je suis intrigué par l'importance que vous accordez à l'éducation et à la conclusion d'ententes avec des établissements d'enseignement en Inde. Vous avez parlé de villes secondaires. Pourriez-vous nous en donner quelques exemples?

**M. Kindra :** Les villes secondaires comprendraient ma ville natale, Dehradun, ainsi que Bhopal, Indore et Meerut. Il y a un certain nombre d'autres villes dans la région centrale de l'Inde où l'on n'aime pas beaucoup se rendre. Il y a là des gouvernements provinciaux qui sont « difficiles ».

**Le sénateur Smith :** Il y a de nombreuses écoles privées à Dehradun.

**M. Kindra :** Oui.

**Le sénateur Smith :** Cela me rappelle un peu les missionnaires d'une autre époque, quand différentes églises allaient construire des écoles dans ces endroits-là. J'en ai vu une au sud de Madras, en janvier, et la plaque disait que lorsque le tsunami avait déferlé,

coast except where St. Thomas had set foot some 2,000 years ago. The area around the church had not been touched. I thought that was kind of cute.

I can understand that Canadian universities would see the benefits to having foreign students. What is the benefit to them in going to India, given the cost arrangements that we hear about, unless there is a two-way quid pro quo? Is that what you envision? Is the University of Ottawa thinking about such an arrangement?

**Mr. Kindra:** That two-way street approach to trade, quid pro quo, in my opinion, is a must. Given the savvy of the political leadership in India, I am sure they understand that if you are going to trade, it has to be beneficial to both countries, not just India.

I am a little surprised because I was not aware of all the restrictions that we have heard about in this pending legislation. I would have thought it would be more balanced. I assumed that it was balanced. I was unable to learn the details.

Certainly, educational institutions have no need or desire to go where they are not able to bring back profits to Canada. They would not want to be involved in such a situation.

**Senator Smith:** It occurred to me that if the University of Ottawa is thinking of something, maybe there is something in Pondicherry. It was a French colony, and there are still some vestiges of the Franco-community, although they are fading. Maybe that is a far-fetched idea, but it is unique.

**The Deputy Chair:** On behalf of the committee, I thank you very much for a most interesting brief and for taking the time to appear before the committee.

[Translation]

**Senator Fortin-Duplessis:** Honourable senators, you have all received an invitation to the speech His Excellency Felipe Calderón Hinojosa, President of the United Mexican States, will give on Thursday, May 27, 2010, at 10 o'clock, in the House of Commons.

Our committee meeting starts at 10:30, and perhaps we should be allowed some time to get there. I am sure that we all wish to hear what the president has to tell us.

**The Deputy Chair:** When is this happening?

**Senator Fortin-Duplessis:** On May 27 at 10 o'clock, in the House of Commons.

**The Deputy Chair:** I see, yes.

**Senator Fortin-Duplessis:** It would be interesting.

[English]

**The Deputy Chair:** I am sorry but I do not see it.

**Senator Fortin-Duplessis:** We sit at 10:30 a.m.

il avait tout détruit sur son passage sauf l'endroit où saint Thomas avait débarqué, il y a quelque 2 000 ans. La zone autour de l'église n'avait pas été touchée. J'ai trouvé cela plutôt charmant.

Je peux comprendre l'intérêt des universités canadiennes à attirer des étudiants étrangers. Mais quel serait pour elles l'avantage de se rendre en Inde, compte tenu des dispositions sur les coûts dont nous venons de parler, à moins qu'il n'y ait une contrepartie? C'est cela que vous envisagez? Est-ce que l'Université d'Ottawa envisage un tel arrangement?

**M. Kindra :** Cette approche de contrepartie en matière commerciale, selon moi, est incontournable. Les dirigeants politiques de l'Inde ne sont pas nés de la dernière pluie. Je suis convaincu qu'ils comprennent très bien que pour faire des échanges il faut qu'il y ait des avantages pour les deux pays, pas seulement pour l'Inde.

Je suis un peu étonné parce que j'ignorais toutes les restrictions que vous avez mentionnées dans ce projet de loi. J'aurais cru qu'il serait plus équilibré. J'ai supposé qu'il était équilibré. J'ai été incapable d'obtenir des détails.

Certes, les établissements d'enseignement n'ont ni le besoin ni le désir de s'installer dans des endroits où ils seraient incapables de ramener des profits au Canada. Ils ne voudraient pas s'engager dans une telle situation.

**Le sénateur Smith :** Je me suis dit que si l'Université d'Ottawa avait des projets, elle pourrait choisir Pondichéry. C'est une ancienne colonie française, et il y a encore là-bas quelques vestiges de la communauté française, quoiqu'ils s'estompent rapidement. C'est peut-être une idée farfelue, mais l'endroit est unique.

**Le vice-président :** Au nom du comité, je vous remercie infiniment de nous avoir présenté ce mémoire très intéressant et d'avoir pris le temps de venir discuter avec nous.

[Français]

**Le sénateur Fortin-Duplessis :** Honorables sénateurs, vous avez tous reçu l'invitation pour assister à l'allocution de son Excellence Felipe Calderón Hinojosa, président de la République des États-Unis du Mexique, le jeudi 27 mai 2010, à 10 heures, à la Chambre des communes.

Notre comité commence à 10 h 30, donc il faudrait peut-être qu'on nous accorde du temps pour s'y rendre. Je suis certaine que tout le monde ici est intéressé à entendre ce que le président a à nous dire.

**Le vice-président :** Quand cet événement a-t-il lieu?

**Le sénateur Fortin-Duplessis :** Le 27 mai à 10 heures, à la Chambre des communes.

**Le vice-président :** Je comprends, oui.

**Le sénateur Fortin-Duplessis :** Ce serait intéressant.

[Traduction]

**Le vice-président :** Je suis désolé, je ne le vois pas.

**Le sénateur Fortin-Duplessis :** Nous nous réunissons à 10 h 30.

[*Translation*]

**The Deputy Chair:** I will talk to Senators Andreychuk and Finley at the meeting of the Subcommittee on Agenda and Procedure. I was not aware of it.

[*English*]

I did not know. We will arrange things so that everyone can attend.

(The committee adjourned.)

[*Français*]

**Le vice-président :** Je vais en parler aux sénateurs Andreychuk et Finley au Sous-comité du programme et de la procédure. Je n'étais pas au courant

[*Traduction*]

Je l'ignorais. Nous allons prendre des dispositions pour que tous puissent y assister.

(La séance est levée.)

---



*If undelivered, return COVER ONLY to:*  
Public Works and Government Services Canada –  
Publishing and Depository Services  
Ottawa, Ontario K1A 0S5

*En cas de non-livraison,*  
*retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à :*  
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada –  
Les Éditions et Services de dépôt  
Ottawa (Ontario) K1A 0S5

---

WITNESSES

*Energate:*

Niraj Bhargava, Chairman and Chief Executive Officer.

*Telfer School of Management:*

Gurprit S. Kindra, Professor.

TÉMOINS

*Energate:*

Niraj Bhargava, président-directeur général.

*École de gestion Telfer:*

Gurprit S. Kindra, professeur.