

[Text]

The industry infrastructure that now exists in Canada falls significantly short in its ability to deliver the conservation products and services demanded by tomorrow's market.

There seems to be a lack of skilled trade to implement energy efficiency measures, lack of access to capital financing for improvements, lack of provincial incentives for investment in energy efficiency. Can you give us any further comments on how the industrial infrastructure could cope with new regulatory initiatives?

Mr. Epp: I think I answered that in part, Mr. Kilgour, in what I told you. I think it is an emerging field. I will give you one very quick example, and I am sorry to mention names, Mr. Chairman. There is General Electric's investment in new low-energy-use lighting—Sylvania, Philips. There are three right there that come to mind.

I had them in my office about a year ago and I said women—excuse me for being so traditional—will never buy these light bulbs. They asked why not, and I said these light bulbs don't fit into the lamps they bought. Until you produce a light bulb that you can put into a lamp that somebody—I guess I was very traditional—who buys household equipment. . . It has changed. One year later they have bulbs today that you simply buy them.

In fact, I will give you another example. There are now oil companies—I know Shell does it. . . If you get gasoline at Shell, you can buy at a discount low-energy-use light bulbs. That is another promotion.

Mr. Kilgour: The same thing basically as the quiz. The Energuide labels, which show the annual energy consumption of appliances, did not translate those figures into annual operating costs. Wouldn't it be more helpful if we did that kind of thing and said, you can save \$200 or whatever it is?

Mr. Epp: I think that is very valid. I have not yet approved any of the labels. I haven't seen any of the labels. I will be very personal here. The Epp family bought a refrigerator not long ago—

Mrs. Sparrow (Calgary Southwest): Your wife.

Mr. Epp: My wife bought a refrigerator not long ago, that is right.

Mr. Kilgour: Don't identify the company, please. We do not want any more—

Mr. Epp: I won't identify the company.

There was an Energuide label on the refrigerator. We looked at it, and you are right, it didn't have that information. You could almost argue it was simply a promotional label, which I guess could have been slapped on a whole row of refrigerators.

We will take that suggestion. I don't know how far we have progressed. Bill, maybe you could respond to that?

[Translation]

Les entreprises canadiennes actuelles ne sont pas en mesure de produire, dans le domaine de la conservation de l'énergie, les produits et les services destinés au marché de demain.

Les connaissances, les capitaux ainsi que les incitatifs semblent manquer dans le domaine de l'efficacité énergétique. A votre avis, comment les entreprises actuelles peuvent-elles s'adapter aux nouvelles normes?

M. Epp: Je crois avoir déjà répondu en partie à votre question, monsieur Kilgour. Il s'agit d'un nouveau domaine. Permettez-moi de vous donner un bref exemple. Je regrette de devoir mentionner des noms, monsieur le président. General Electric, Sylvania et Philips ont consenti des investissements pour mettre au point des ampoules qui consomment peu d'énergie. Voilà déjà trois entreprises qui me viennent à l'esprit.

J'ai rencontré des représentants de ces sociétés il y a un an environ, et je leur ai dit que les femmes—excusez-moi d'être aussi peu moderne—n'achèteraient jamais ces ampoules. Ils m'ont demandé pourquoi, et je leur ai répondu que ces ampoules ne convenaient pas aux lampes qu'elles ont achetées. Jusqu'à ce qu'on produise une ampoule qui convienne à la lampe qu'une ménagère a achetée. . . Un an plus tard, on trouve ces ampoules sur le marché.

Je vais vous donner un autre exemple. Il y a maintenant des sociétés pétrolières—et je sais que Shell le fait. . . Quand on achète de l'essence chez Shell, on peut se procurer des ampoules qui consomment peu d'électricité. C'est une autre façon de promouvoir le produit.

M. Kilgour: L'objectif qu'on vise est le même qu'avec le jeu-concours. Les étiquettes Énergide, donnant la consommation annuelle d'énergie des appareils ménagers, ne chiffrent pas les économies annuelles d'énergie. Ne vaudrait-il pas mieux de dire aux gens qu'ils vont économiser 200\$ par année?

M. Epp: C'est une bonne suggestion. Je n'ai pas encore approuvé les étiquettes. Je ne les ai pas encore vues non plus. Je vais parler de mon cas. La famille Epp a récemment acheté un réfrigérateur. . .

Mme Sparrow (Calgary-Sud-Ouest): Votre femme l'a acheté.

M. Epp: Ma femme a récemment acheté un réfrigérateur.

M. Kilgour: Je vous prie de ne pas donner le nom du fabricant. Nous ne voulons plus. . .

M. Epp: Je tairai le nom du fabricant.

Une étiquette Énergide se trouvait sur le réfrigérateur. Comme vous le faites remarquer, ce renseignement n'y figurait pas. En fait, on pourrait soutenir qu'il s'agit d'un simple manège publicitaire et que l'étiquette pourrait être apposée sur beaucoup d'autres réfrigérateurs.

Nous allons tenir compte de votre suggestion. Je ne sais pas où nous en sommes. Bill peut peut-être répondre à votre question.