



Recherche mondiale de 2026 sur les consommateurs dans le secteur de l'énergie

Données du Canada



Meilleure la question, meilleure la réponse. Pour un monde meilleur.



Façonner l'avenir
en toute confiance

Programme de recherche Navigating the energy transition (NET)

Programme mondial d'EY sur les points de vue des consommateurs

Six années consécutives

Dans le cadre de ses recherches continues auprès des consommateurs de services publics, EY a mené un sondage auprès d'un large éventail de clients résidentiels et commerciaux.

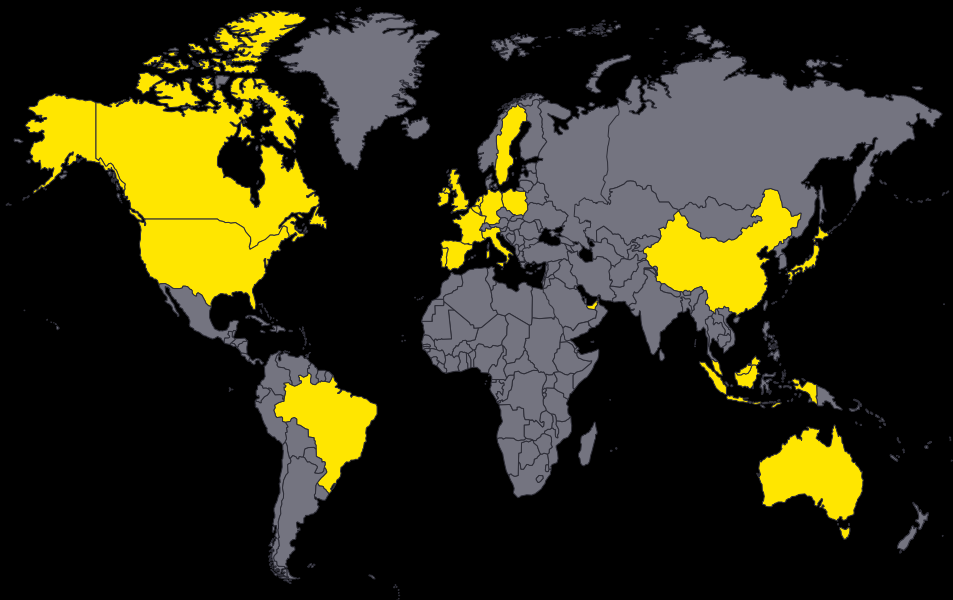
Notre objectif vise à mieux comprendre l'évolution de leurs valeurs, préférences et comportements à l'égard de leur expérience énergétique.

120 000 + clients résidentiels

2 400 + grandes et moyennes entreprises

20 marchés

7 secteurs d'activité



Domaines d'analyse

Interaction numérique	
Abordabilité énergétique et équité sociale	Écosystème énergétique
	Expérience de prestation
Intentions à l'égard des produits et services énergétiques	
Préférences en matière de gestion et de tarification de l'énergie	
Expérience de la mobilité électronique	Divergence générationnelle
Préférences quant aux fournisseurs	Préférences d'interaction
Sensibilisation et formation	Attentes relatives aux services
Confiance des consommateurs	
Valeur énergétique et secteur des activités de consommation	

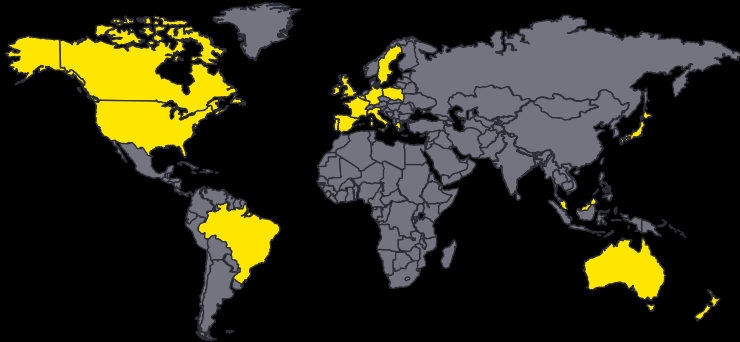
Composer avec la transition énergétique

Échantillon du sondage et profil démographique

Répondants par marché

20
marchés

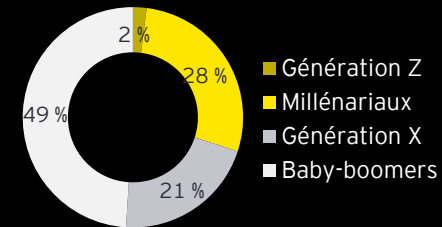
17 199
répondants



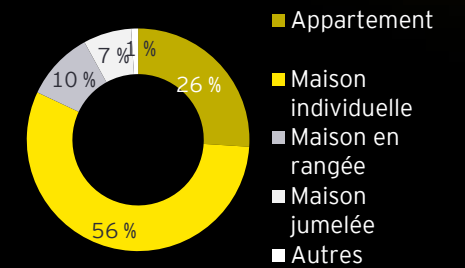
Australie	800	Allemagne	798	Japon	803	Portugal	801
Belgique	805	Grèce	798	Malaisie	803	Espagne	798
Brésil	799	Hong Kong	801	Pays-Bas	803	Suède	798
Canada	800	Irlande	796	Nouvelle-Zélande	801	Royaume-Uni	801
France	798	Italie	796	Pologne	802	États-Unis	1 998

Répartition des répondants au Canada

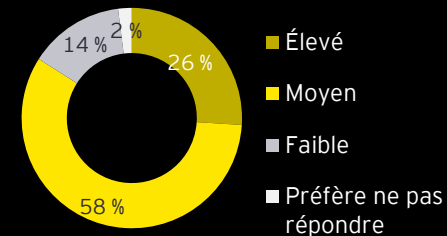
Selon le groupe d'âge



Selon le type de logements



Selon le revenu



Selon le statut résidentiel

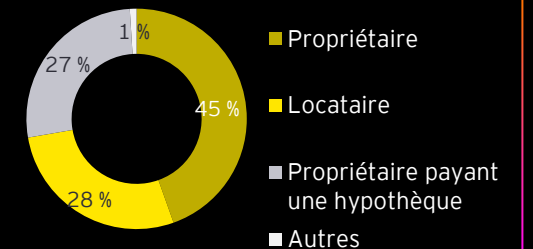


Table des matières

- 1 S'attaquer à la vulnérabilité énergétique
- 2 Mettre en place des solutions énergétiques
- 3 Façonner la flexibilité énergétique
- 4 Stimuler les interactions numériques et avec l'IA
- 5 Favoriser le bien-être énergétique

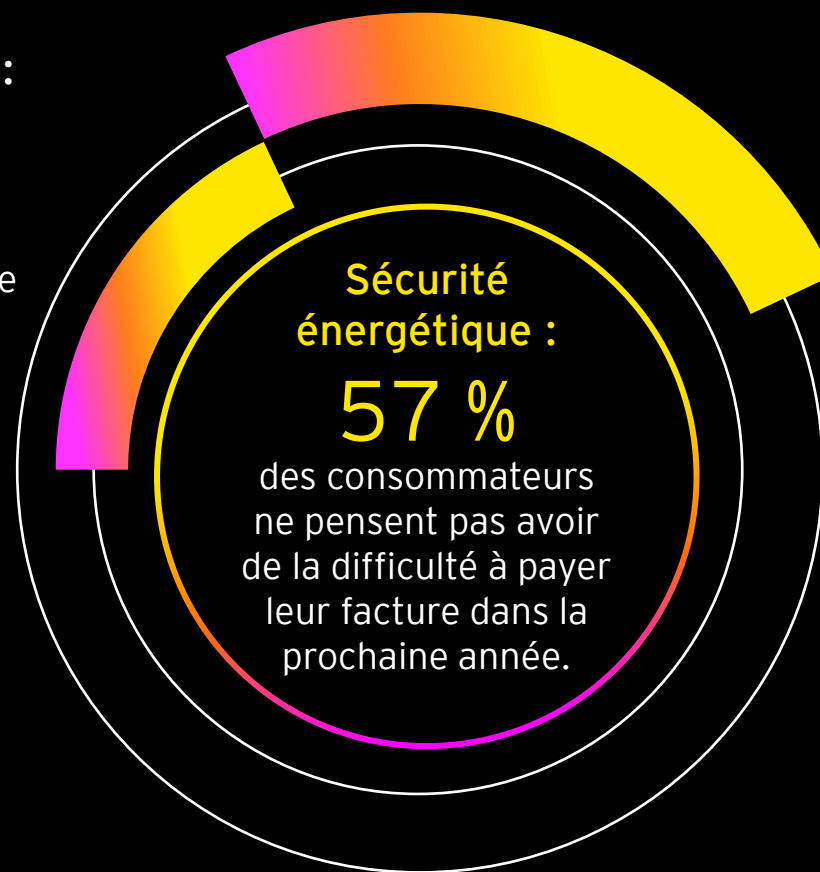
Sécurité énergétique

À l'heure actuelle, bon nombre de consommateurs sont en situation de précarité ou de vulnérabilité énergétique.

Précarité énergétique :

18 %

des consommateurs
affirment consacrer plus de
10 % de leur revenu aux
dépenses en énergie.



**Sécurité
énergétique :**

57 %

des consommateurs
ne pensent pas avoir
de la difficulté à payer
leur facture dans la
prochaine année.

Vulnérabilité énergétique :

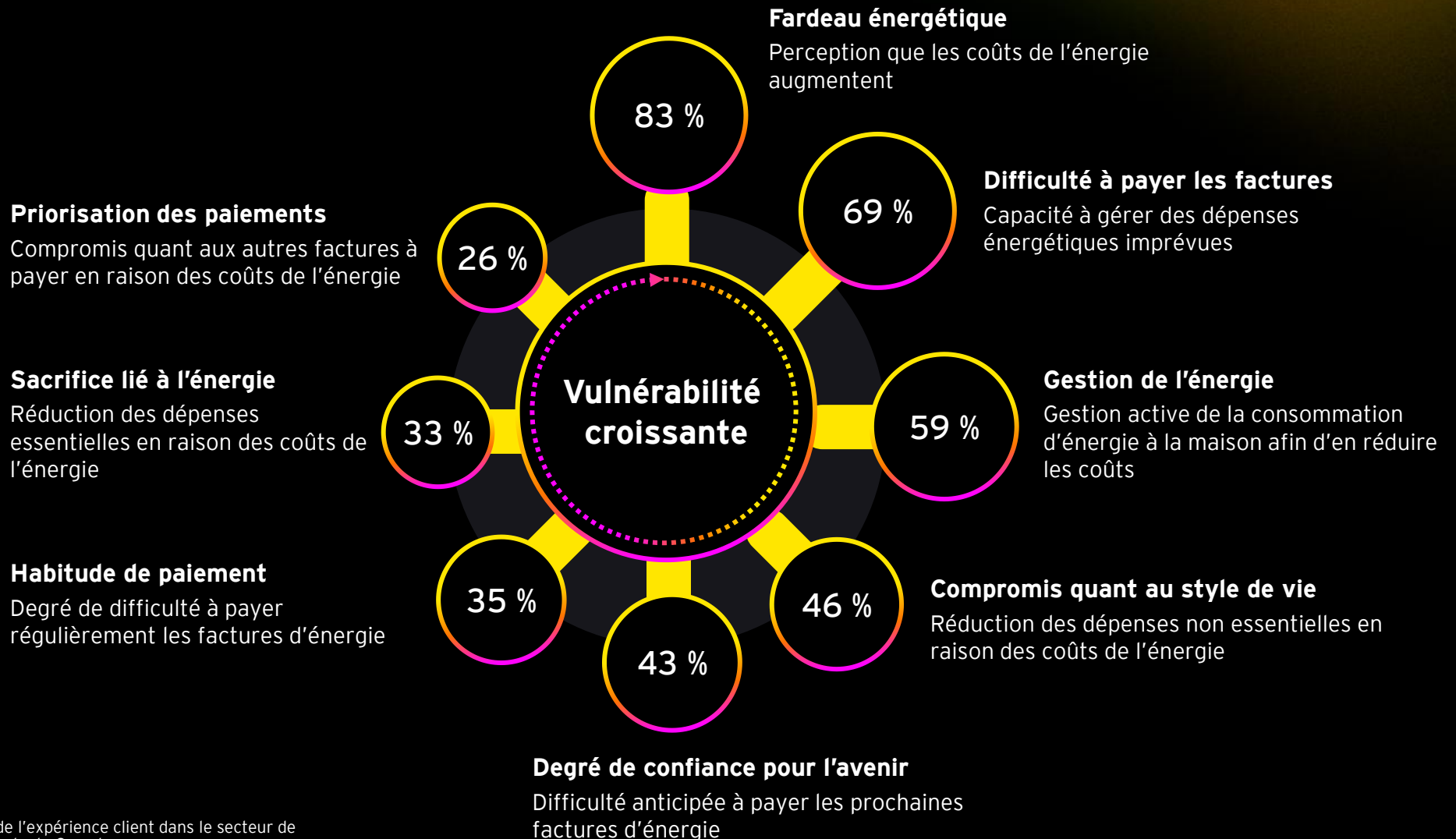
25 %

des consommateurs qui ne sont
pas déjà en situation de
précarité énergétique
s'attendent à avoir de la
difficulté à payer leur facture au
cours de la prochaine année.

Facteurs de vulnérabilité énergétique

EY a élaboré une approche globale afin de comprendre la vulnérabilité des consommateurs d'énergie.

Le score de vulnérabilité énergétique établi par EY repose sur sept facteurs associés à différents degrés de vulnérabilité qui reflètent la perception des consommateurs quant aux coûts de l'énergie, à leurs actions, à leurs décisions et à leurs comportements. La corrélation entre chaque facteur était particulièrement élevée, tous les facteurs pris ensemble permettant de dresser un portrait global de la vulnérabilité énergétique.

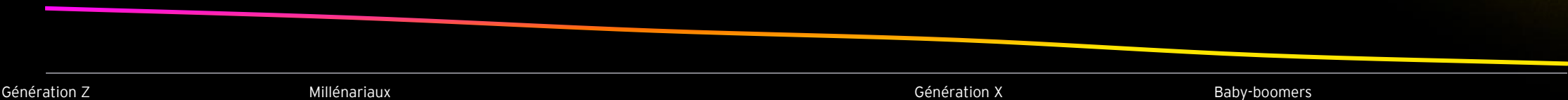


Recherche de 2026 d'EY sur la transformation de l'expérience client dans le secteur de l'énergie et des services publics. Base : Répondants du Canada.

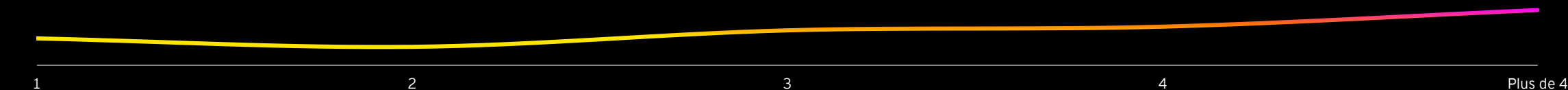
Score de vulnérabilité énergétique

Facteurs autres que le revenu influençant la vulnérabilité énergétique des consommateurs

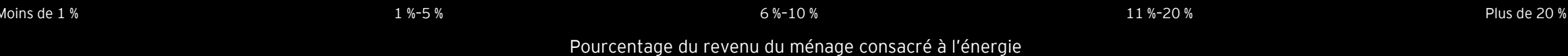
Score de vulnérabilité énergétique par tranche d'âge



Score de vulnérabilité énergétique par nombre de membres du ménage



Score de vulnérabilité énergétique selon le poids du fardeau énergétique

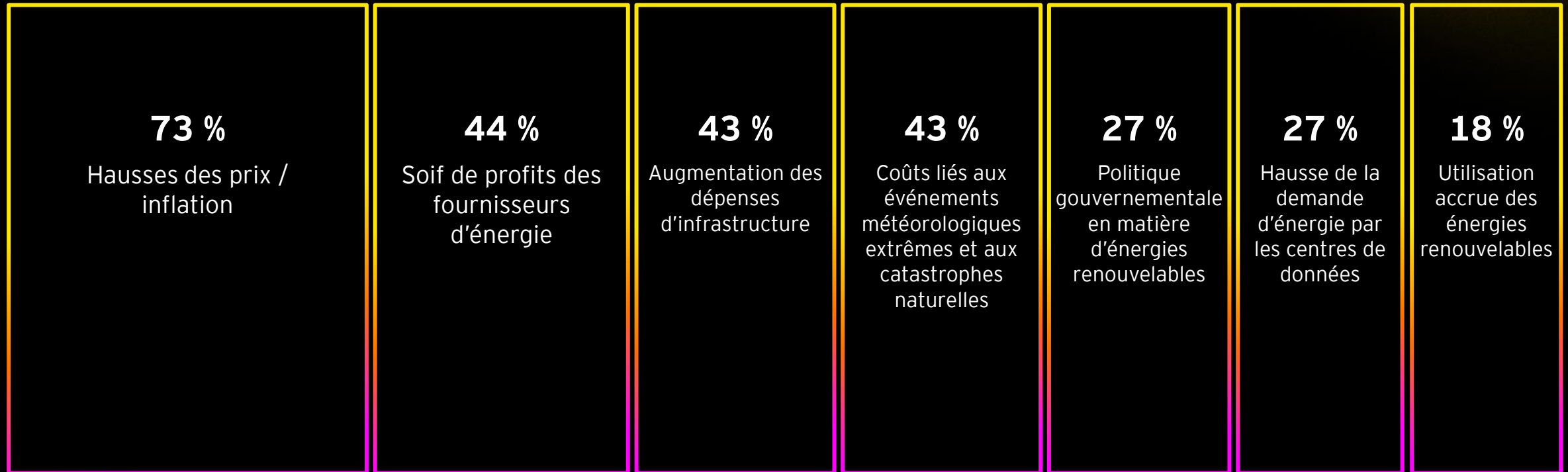


Recherche de 2026 d'EY sur la transformation de l'expérience client dans le secteur de l'énergie et des services publics. Base : Répondants du Canada.

Causes de l'augmentation des coûts de l'énergie

Les consommateurs associent la hausse du coût de l'énergie à différents facteurs complexes, à savoir l'inflation, la soif de profit des fournisseurs d'énergie et les dépenses d'infrastructure.

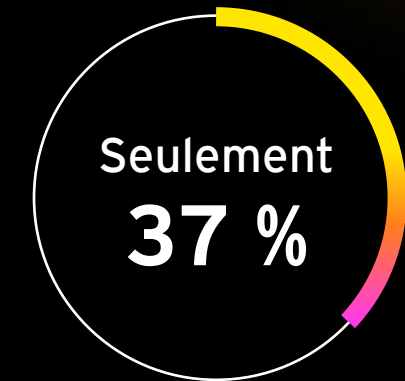
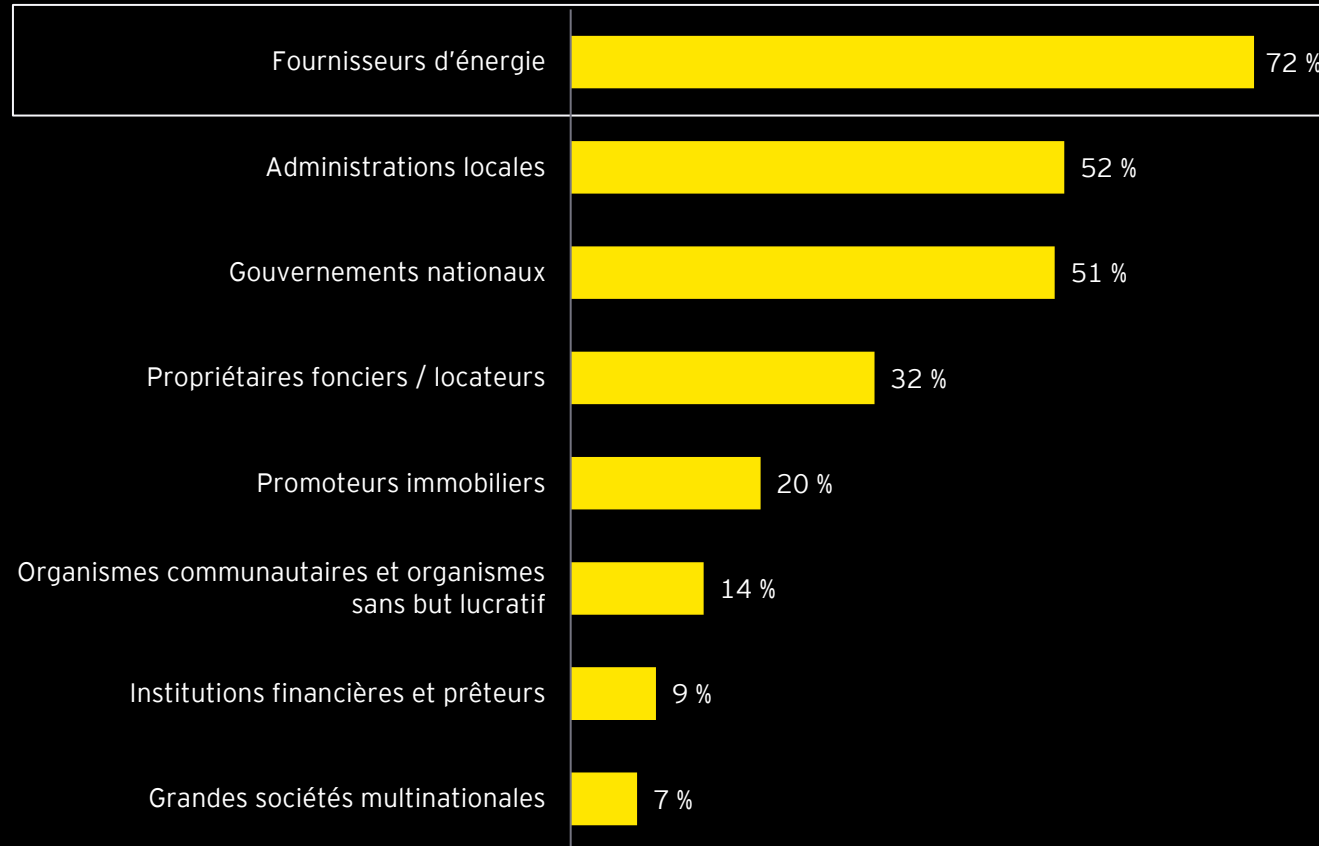
Voici selon les consommateurs les causes de la hausse du coût de l'énergie :



Attentes relatives à l'abordabilité

Les consommateurs s'attendent à ce que les fournisseurs d'énergie agissent, mais bon nombre estiment qu'ils n'aident pas à l'heure actuelle.

Préférence des consommateurs quant aux acteurs qui devraient prendre l'initiative de les aider à gérer ou réduire les coûts de l'énergie :

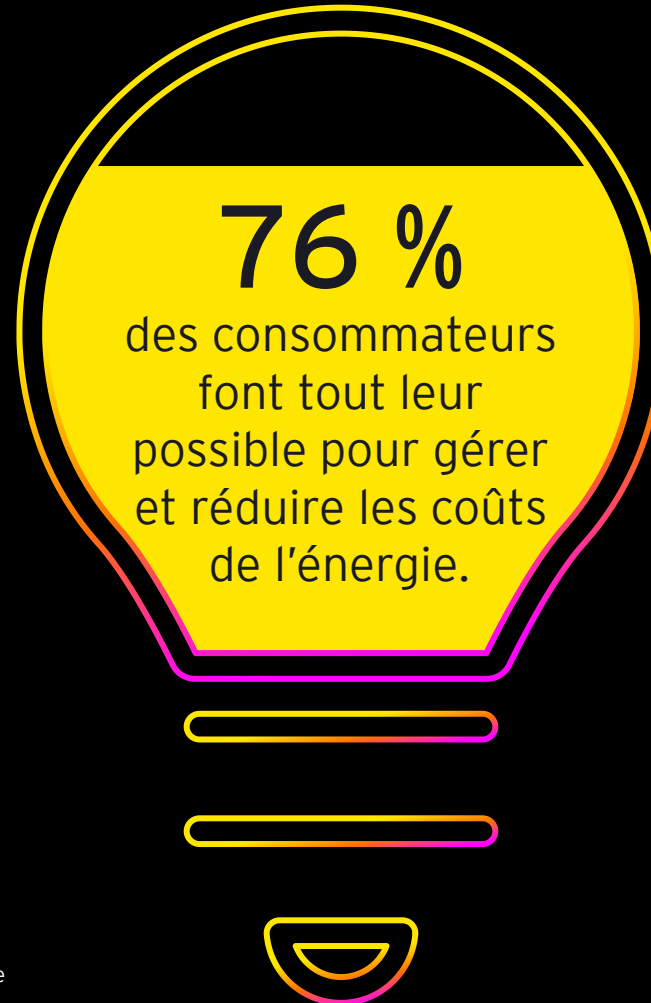


des répondants indiquent que leur fournisseur d'énergie les aide à gérer les coûts de l'énergie actuellement.

Recherche de 2026 d'EY sur la transformation de l'expérience client dans le secteur de l'énergie et des services publics. Base : Répondants du Canada.

Désenchantement quant à l'abordabilité

Les consommateurs estiment déjà faire tout leur possible pour gérer les coûts de l'énergie.

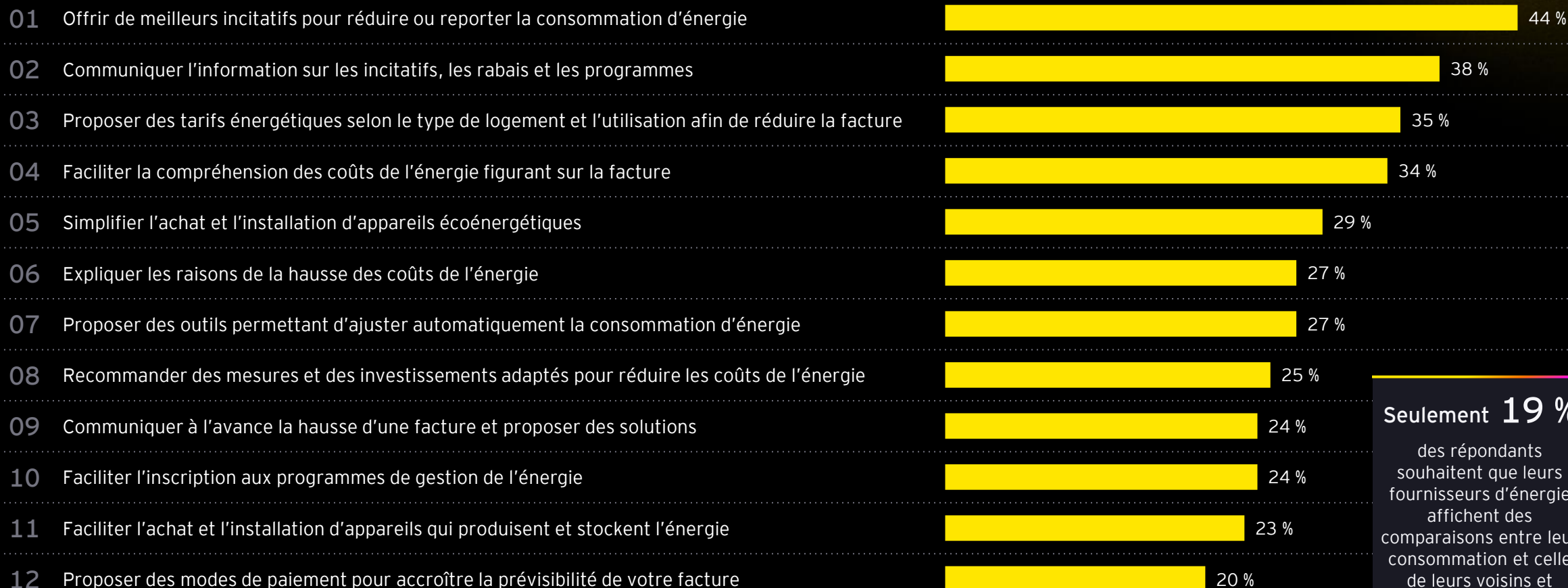


Recherche de 2026 d'EY sur la transformation de l'expérience client dans le secteur de l'énergie et des services publics. Base : Répondants du Canada.

Aide aux consommateurs

Les consommateurs souhaitent que les fournisseurs d'énergie proposent différentes mesures afin de les aider à gérer les coûts de l'énergie.

« Pour m'aider à gérer les coûts de l'énergie, voici ce que j'attends de mon fournisseur : »



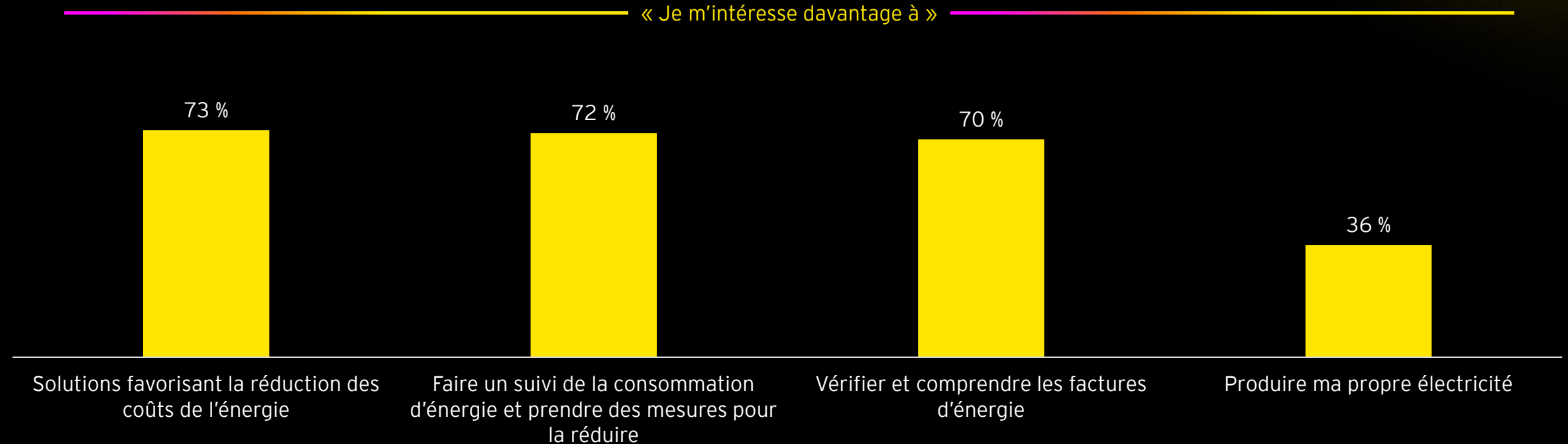
Seulement 19 %
des répondants
souhaitent que leurs
fournisseurs d'énergie
affichent des
comparaisons entre leur
consommation et celle
de leurs voisins et
autres.

Recherche de 2026 d'EY sur la transformation de l'expérience client dans le secteur de l'énergie et des services publics. Base : Répondants du Canada.

Changement des priorités

La hausse des coûts de l'énergie accroît l'intérêt des consommateurs pour la mise en place de mesures et de solutions énergétiques.

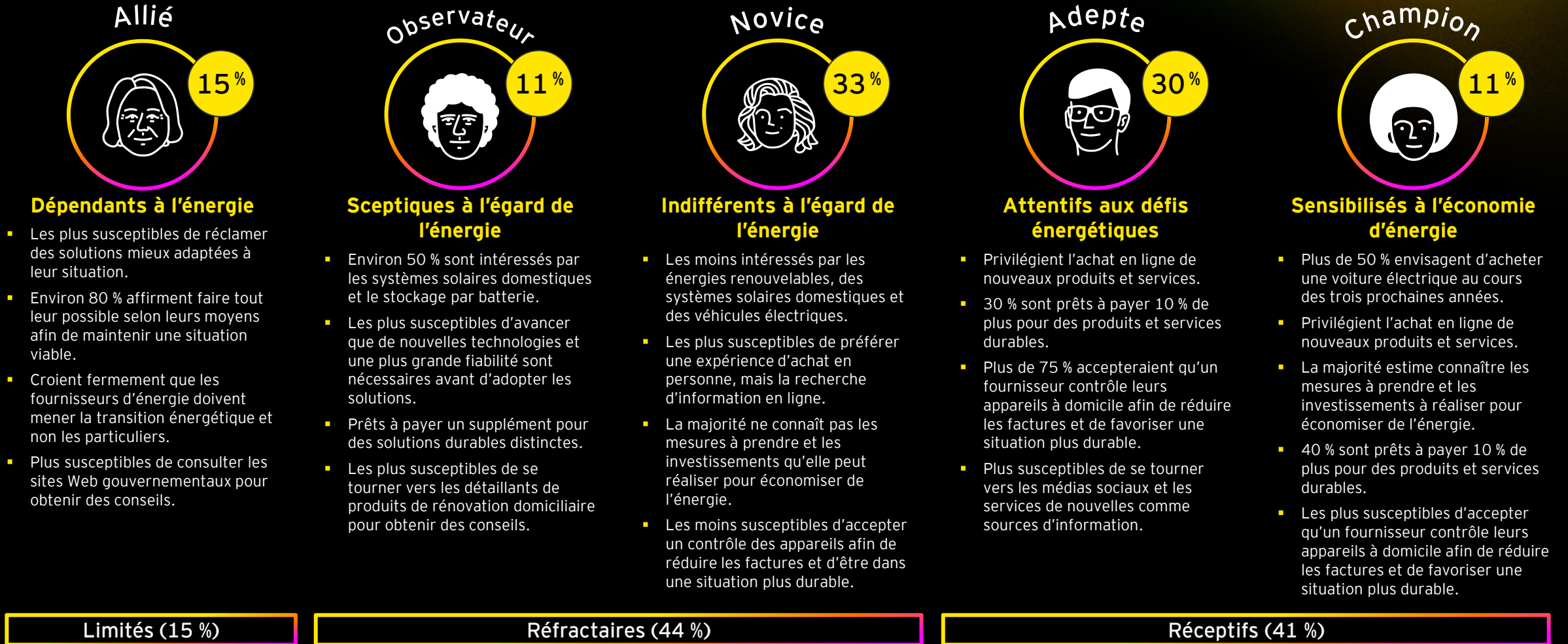
Évolution de l'intérêt des consommateurs au cours de la dernière année :



Recherche de 2026 d'EY sur la transformation de l'expérience client dans le secteur de l'énergie et des services publics. Base : Répondants du Canada.

Ère de la mobilisation des consommateurs

Les consommateurs s'identifient à des profils caractérisés par une dépendance énergétique et un engagement plus actifs.

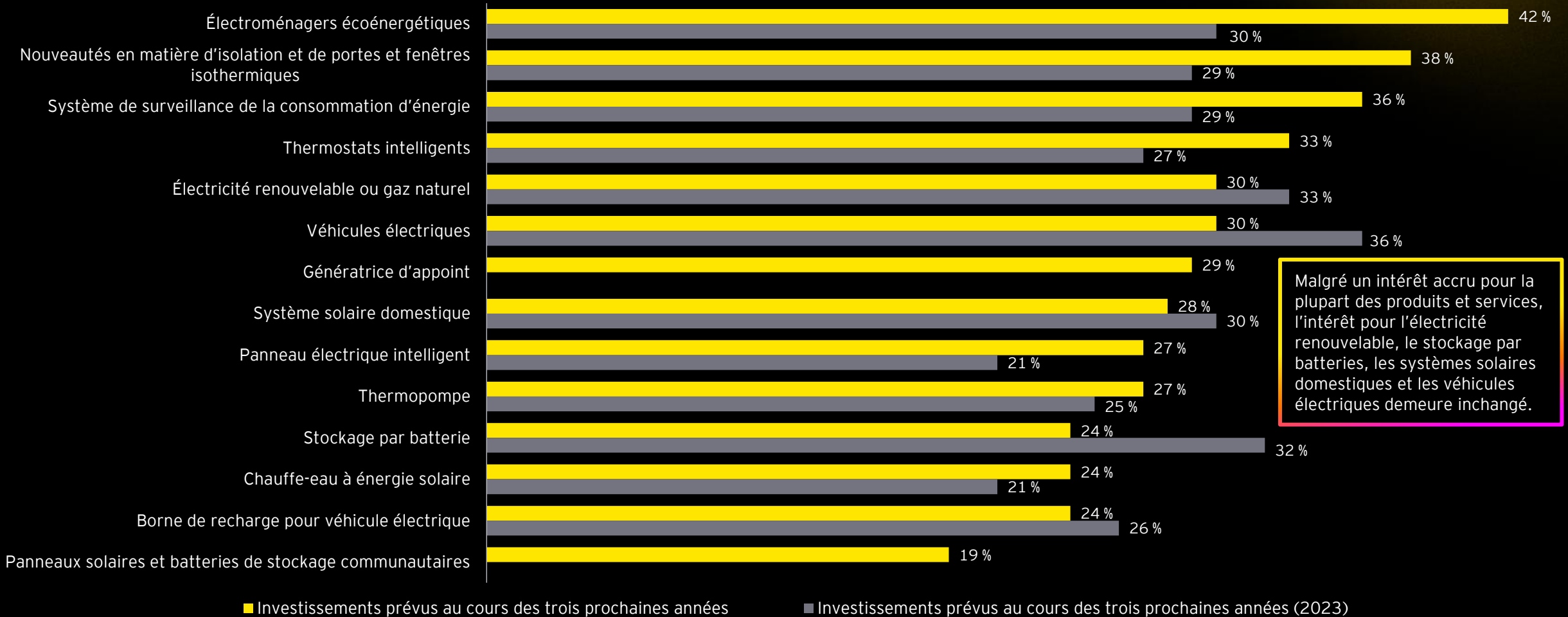


Recherche de 2026 d'EY sur la transformation de l'expérience client dans le secteur de l'énergie et des services publics. Base : Répondants du Canada.

Intentions ambitieuses en matière de produits liés à l'énergie

L'intérêt des consommateurs pour l'adoption d'une gamme de produits liés à l'énergie grandit.

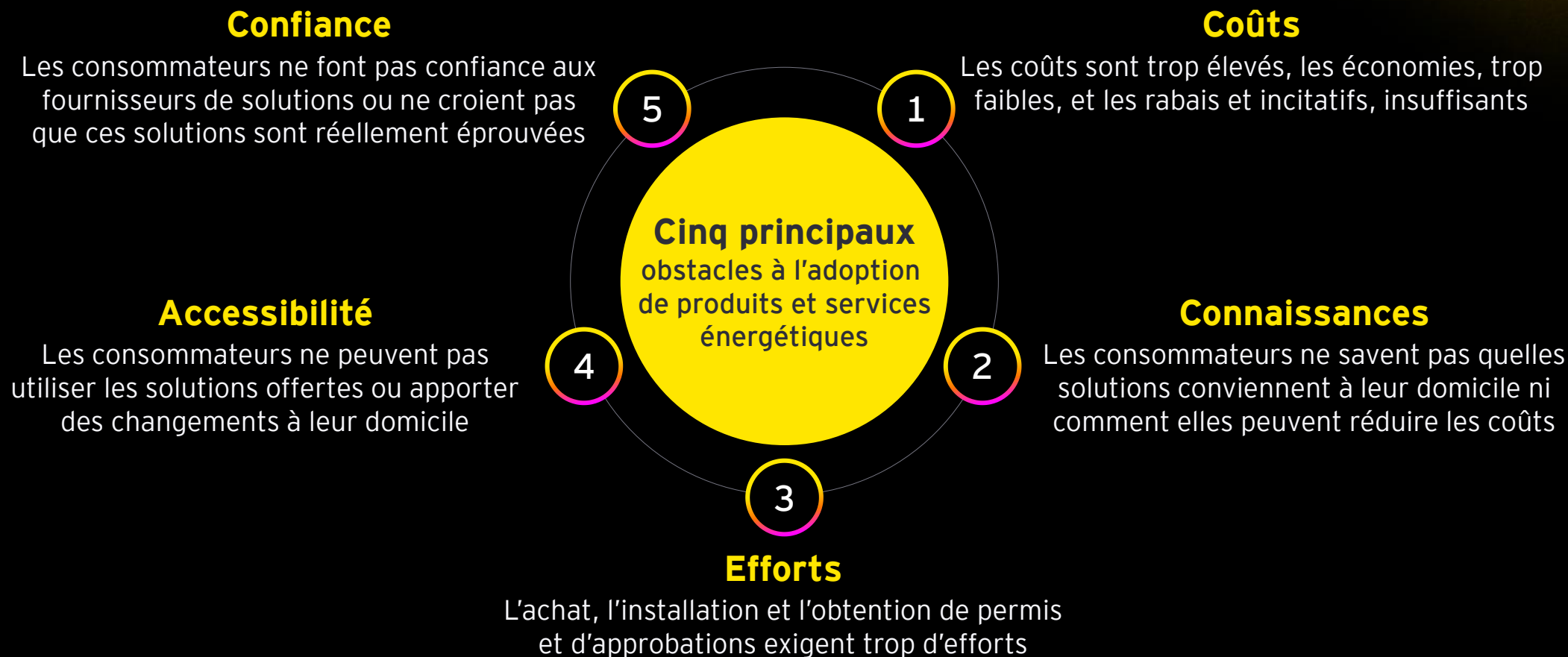
Investissements prévus par les consommateurs dans des produits liés à l'énergie au cours des trois prochaines années :



Recherche de 2026 d'EY sur la transformation de l'expérience client dans le secteur de l'énergie et des services publics. Base : Répondants du Canada.

Principaux obstacles

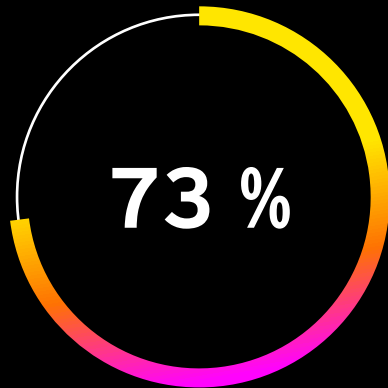
Les coûts, le manque de connaissances et les efforts demandés sont les principaux obstacles qui freinent l'adoption de produits et services énergétiques par les consommateurs.



Recherche de 2026 d'EY sur la transformation de l'expérience client dans le secteur de l'énergie et des services publics. Base : Répondants du Canada.

Ambitions écologiques

L'intérêt pour la durabilité demeure, mais la capacité des consommateurs à passer à l'action s'effrite.



affirment que leur volonté à prendre des mesures plus durables n'a pas faibli ou a augmenté au cours de la dernière année.

Mais...

Diminution de la capacité d'agir depuis 2023 :

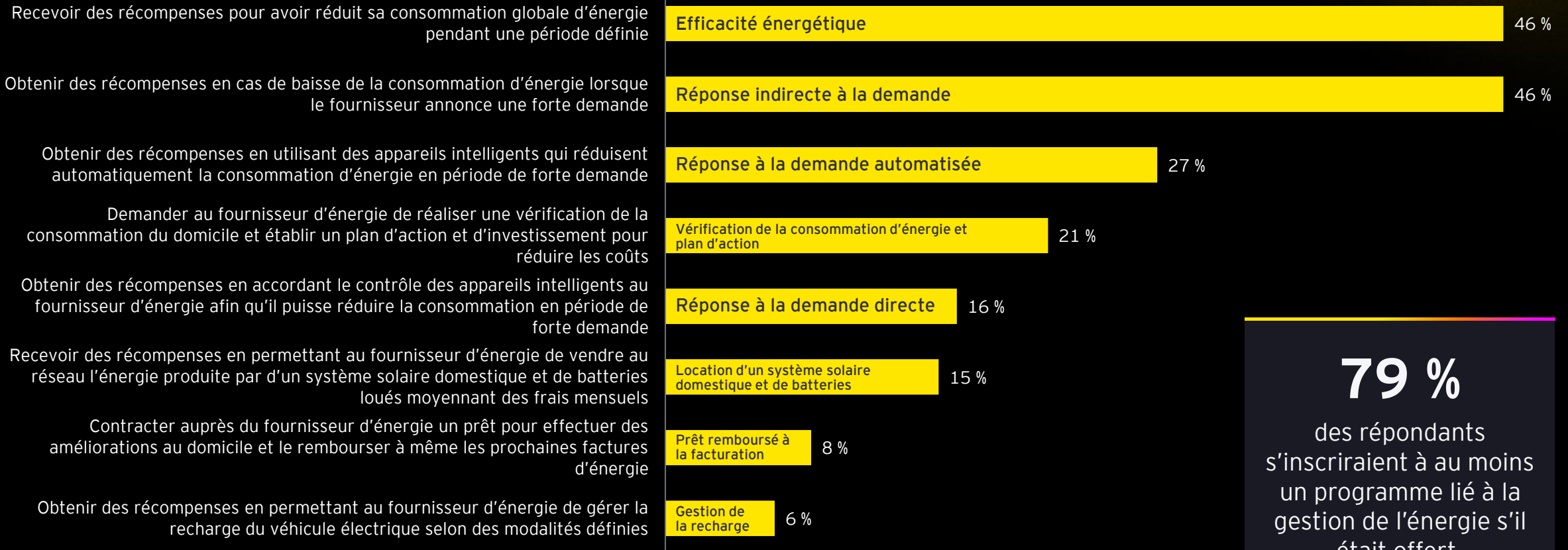
« Capacité de consacrer davantage de temps et d'argent pour favoriser une consommation d'énergie plus durable. »

Moins de 33 %

Intérêt pour la gestion de l'énergie

Les consommateurs s'intéressent à divers programmes de gestion de l'énergie, notamment les initiatives qui proposent un plus grand contrôle.

Intérêt pour les programmes de gestion de l'énergie (en pourcentage parmi les trois premiers choix) :



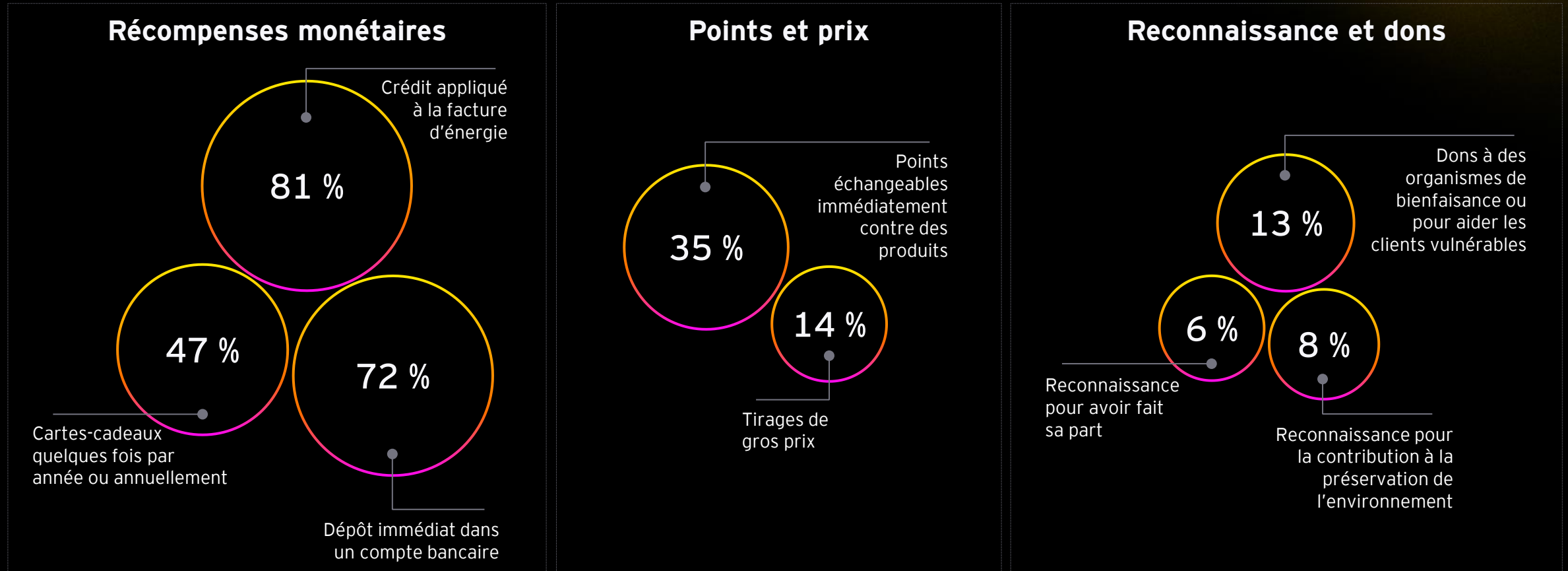
79 %
des répondants
s'inscriraient à au moins
un programme lié à la
gestion de l'énergie s'il
était offert.

Recherche de 2026 d'EY sur la transformation de l'expérience client dans le secteur de l'énergie et des services publics. Base : Répondants du Canada.

Récompenses liées à la gestion de l'énergie

Les consommateurs privilégient les récompenses monétaires d'emblée; les préférences des jeunes consommateurs sont plus diversifiées.

Récompenses privilégiées pour les programmes de gestion de l'énergie (en pourcentage parmi les trois premiers choix) :



Les consommateurs de la génération Z sont **deux fois** plus susceptibles de privilégier des récompenses non monétaires

Recherche de 2026 d'EY sur la transformation de l'expérience client dans le secteur de l'énergie et des services publics. Base : Répondants du Canada.

Obstacles à l'adoption

Des obstacles financiers, le manque de connaissances, le scepticisme, les efforts requis et les habitudes constituent les principaux obstacles à l'adoption des programmes de gestion de l'énergie.

Principaux obstacles à l'adoption d'un programme énergétique par les consommateurs :

1

Obstacles financiers

- Les récompenses et les incitatifs ne suffisent pas.
- Les économies générées par les programmes sont trop faibles.
- Le programme rend ma facture d'énergie trop imprévisible.

2

Obstacles liés aux connaissances

- Je ne sais pas quels programmes me conviennent.
- Je ne comprends pas comment le programme peut m'aider à réaliser des économies.

3

Obstacles liés à la confiance et au contrôle

- Je ne veux pas renoncer au contrôle de mes appareils.
- Je doute que mon fournisseur d'énergie puisse m'aider à réduire mes coûts.

4

Obstacles liés aux efforts

- C'est trop compliqué.
- L'inscription et la gestion prennent trop de temps.

5

Obstacles liés aux habitudes

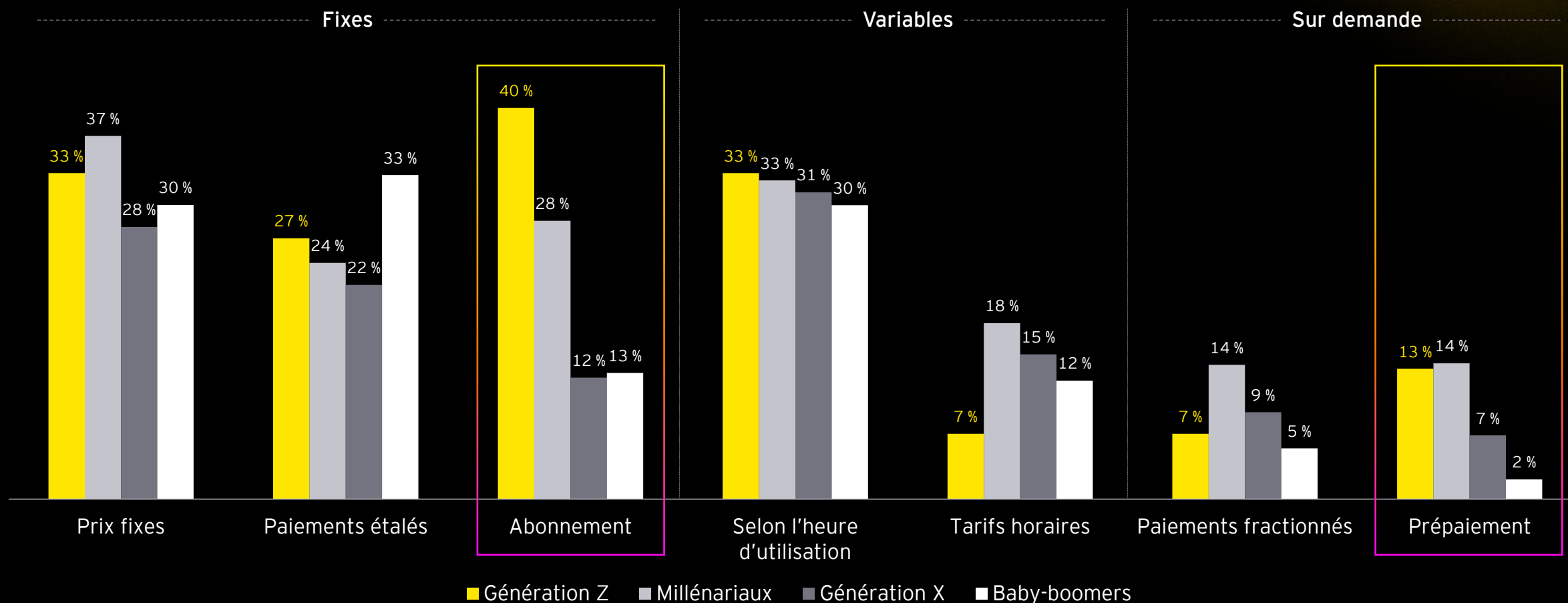
- Changer mes habitudes ne fera aucune différence.

Recherche de 2026 d'EY sur la transformation de l'expérience client dans le secteur de l'énergie et des services publics. Base : Répondants du Canada.

Préférences en matière de plans de tarification énergétique

Les consommateurs privilégient des options plus fixes, tandis que les jeunes consommateurs manifestent davantage un intérêt pour des plans fondés sur l'abonnement et le prépaiement.

Préférences quant à la tarification (classé en pourcentage parmi les trois premiers choix) :

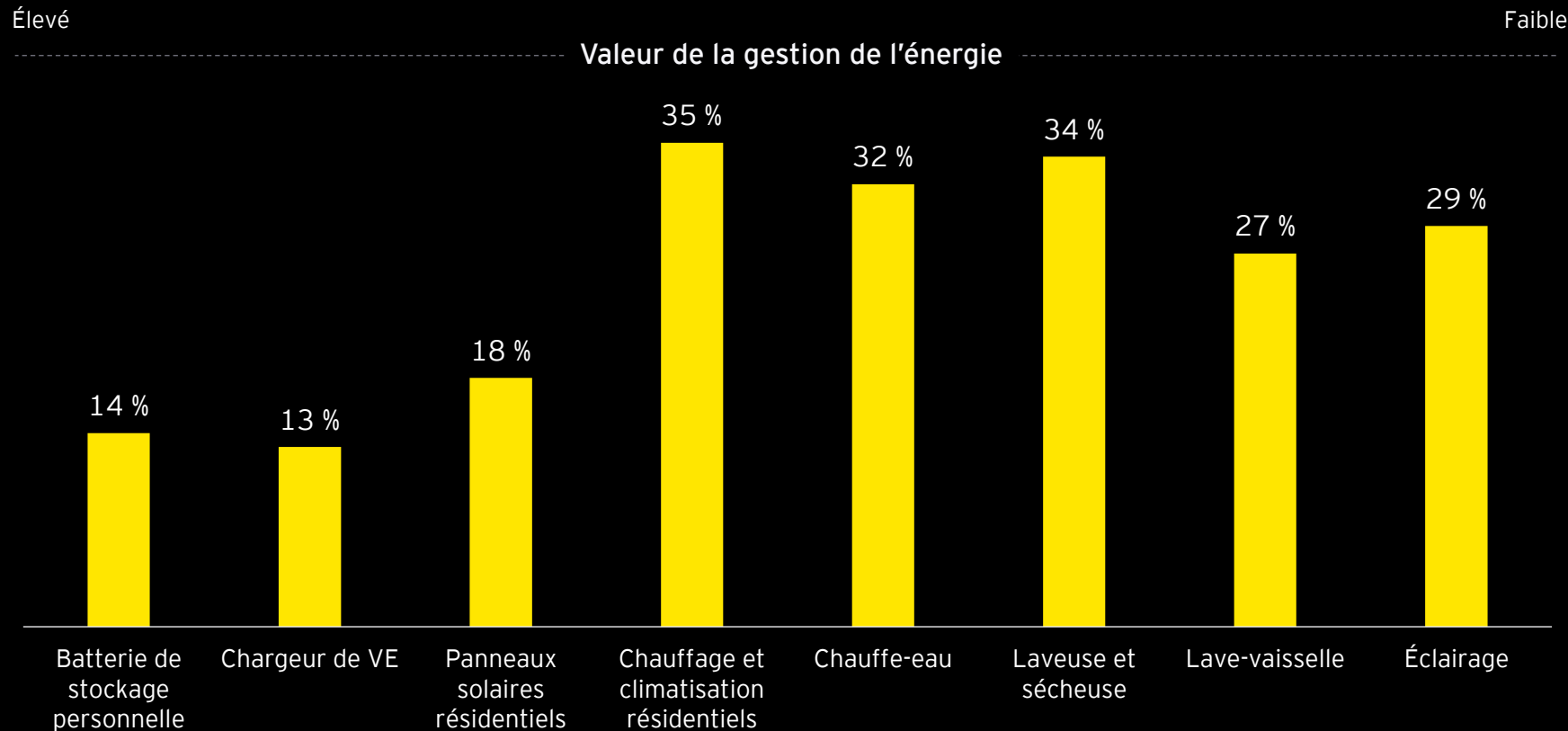


Recherche de 2026 d'EY sur la transformation de l'expérience client dans le secteur de l'énergie et des services publics. Base : Répondants du Canada.

Gestion de l'énergie automatisée

Les consommateurs sont très réticents à inscrire leurs appareils à un programme de gestion de l'énergie automatisée, surtout lorsqu'il s'agit d'appareils qui apportent beaucoup de valeur.

Appareils que les consommateurs seraient à l'aise d'inscrire à un programme de gestion de l'énergie automatisée (qu'ils en soient propriétaires ou non) :



34 %

des répondants n'inscriraient aucun appareil à un programme de gestion de l'énergie automatisée.



Deux fois plus

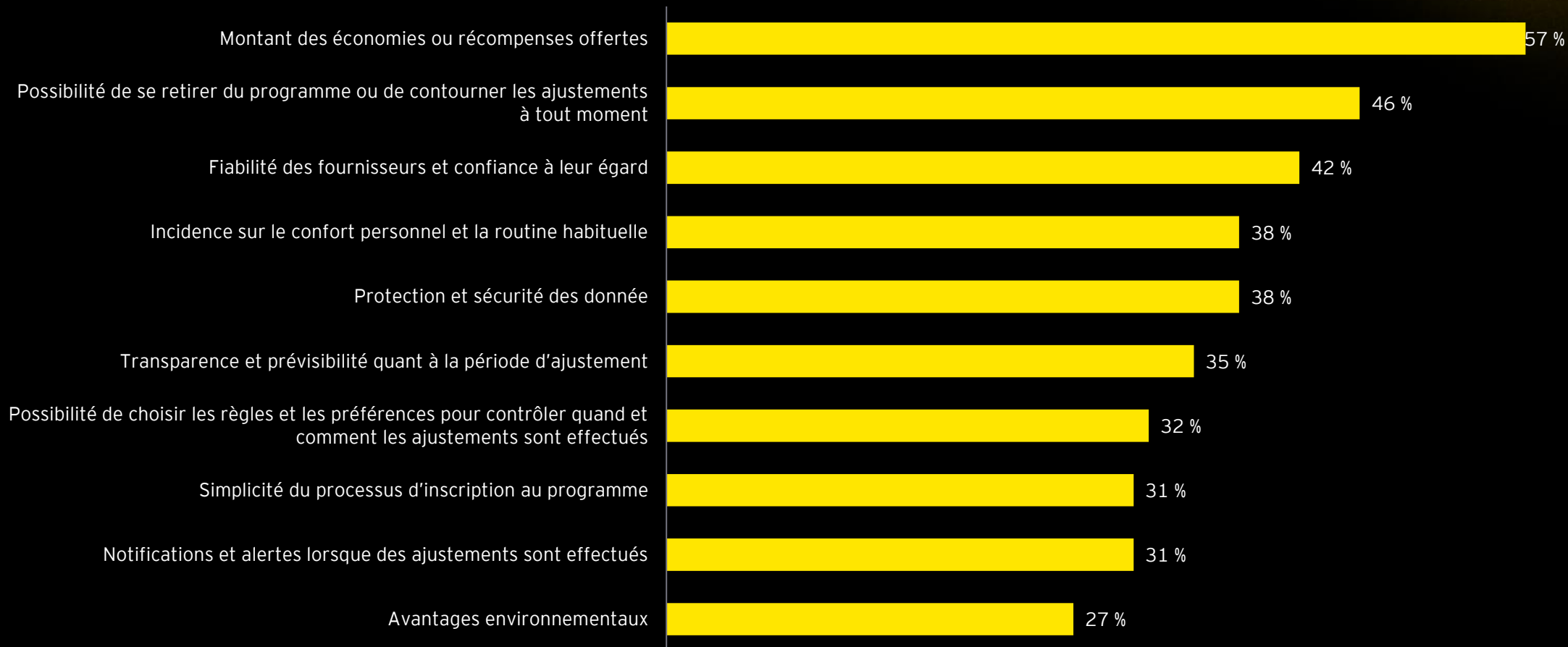
Les jeunes consommateurs et les consommateurs plus vulnérables sont deux fois plus susceptibles d'inscrire un appareil à un tel programme.

Recherche de 2026 d'EY sur la transformation de l'expérience client dans le secteur de l'énergie et des services publics. Base : Répondants du Canada.

Facteurs favorisant l'adoption

Les récompenses, le contrôle, la confiance et le confort sont les principaux facteurs.

Principaux facteurs que les consommateurs prendraient en compte avant de s'inscrire à un programme de gestion de l'énergie automatisée :

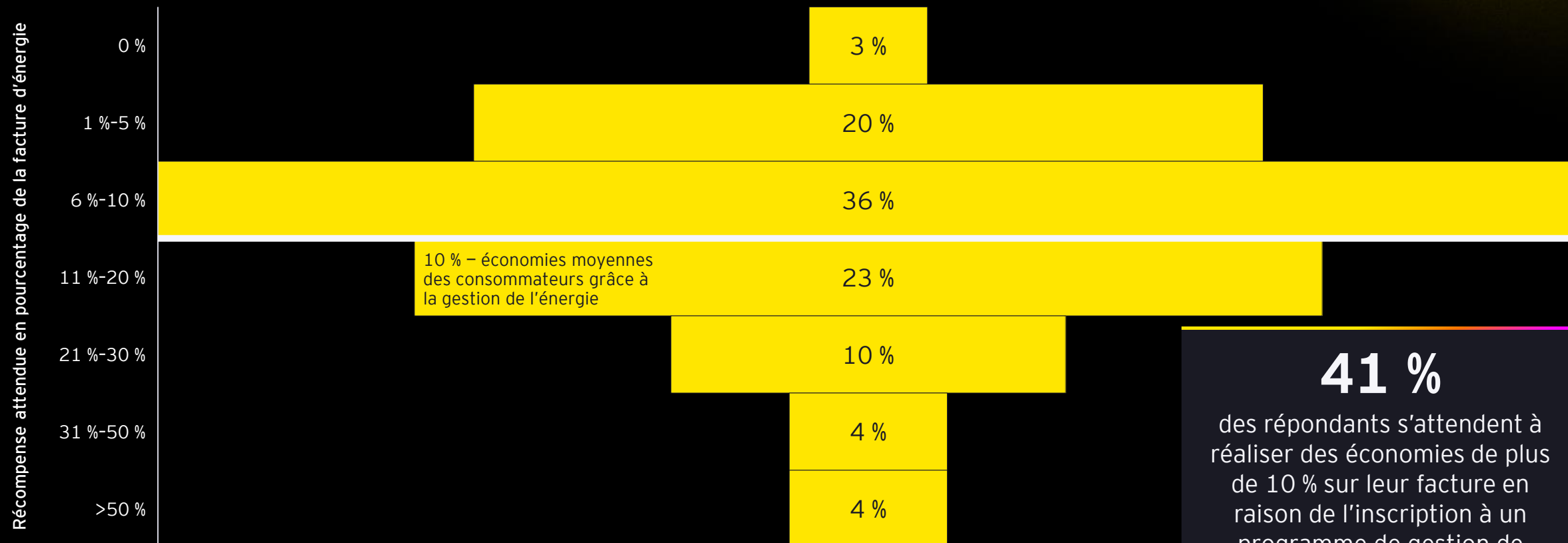


Recherche de 2026 d'EY sur la transformation de l'expérience client dans le secteur de l'énergie et des services publics. Base : Répondants du Canada.

Récompenses liées à la flexibilité

Les clients s'attendent à des récompenses importantes pour participer à des programmes de gestion de l'énergie automatisée.

Récompenses attendues pour l'inscription à un programme de gestion de l'énergie automatisée (en pourcentage de la facture) :



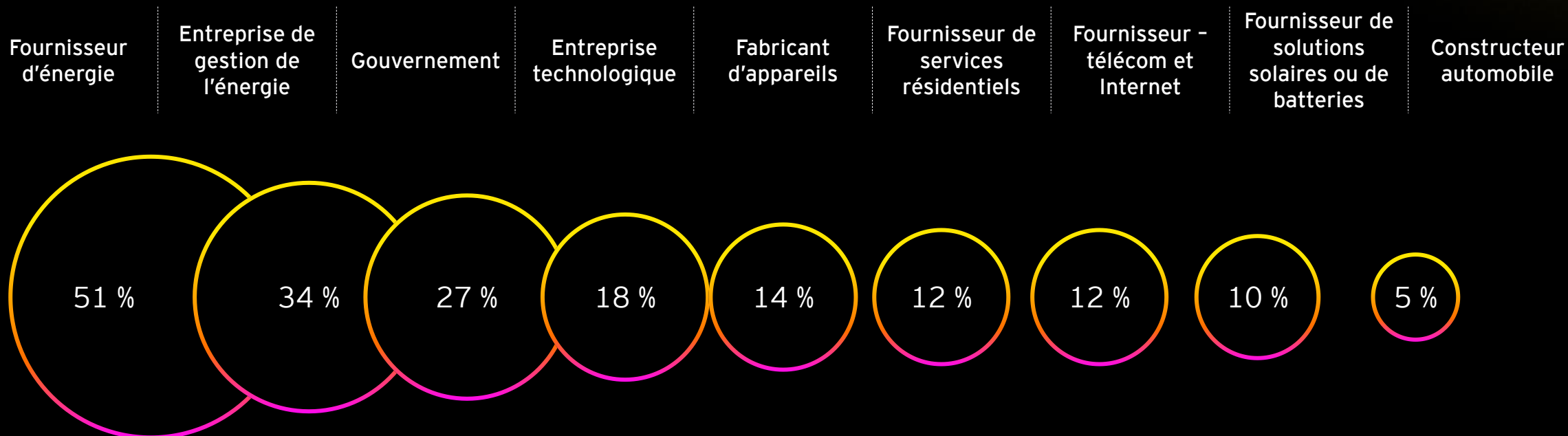
Recherche de 2026 d'EY sur la transformation de l'expérience client dans le secteur de l'énergie et des services publics. Base : Répondants du Canada.

Économies moyennes fondées sur les estimations de l'AIE, de l'EIA, de l'EPRI et d'Eurelectric

Fournisseurs offrant de la souplesse

Les consommateurs se montrent ouverts à un vaste éventail de fournisseurs potentiels de services de gestion de l'énergie.

Fournisseur privilégié pour la gestion de l'énergie automatisée (en pourcentage parmi les trois premiers choix) :

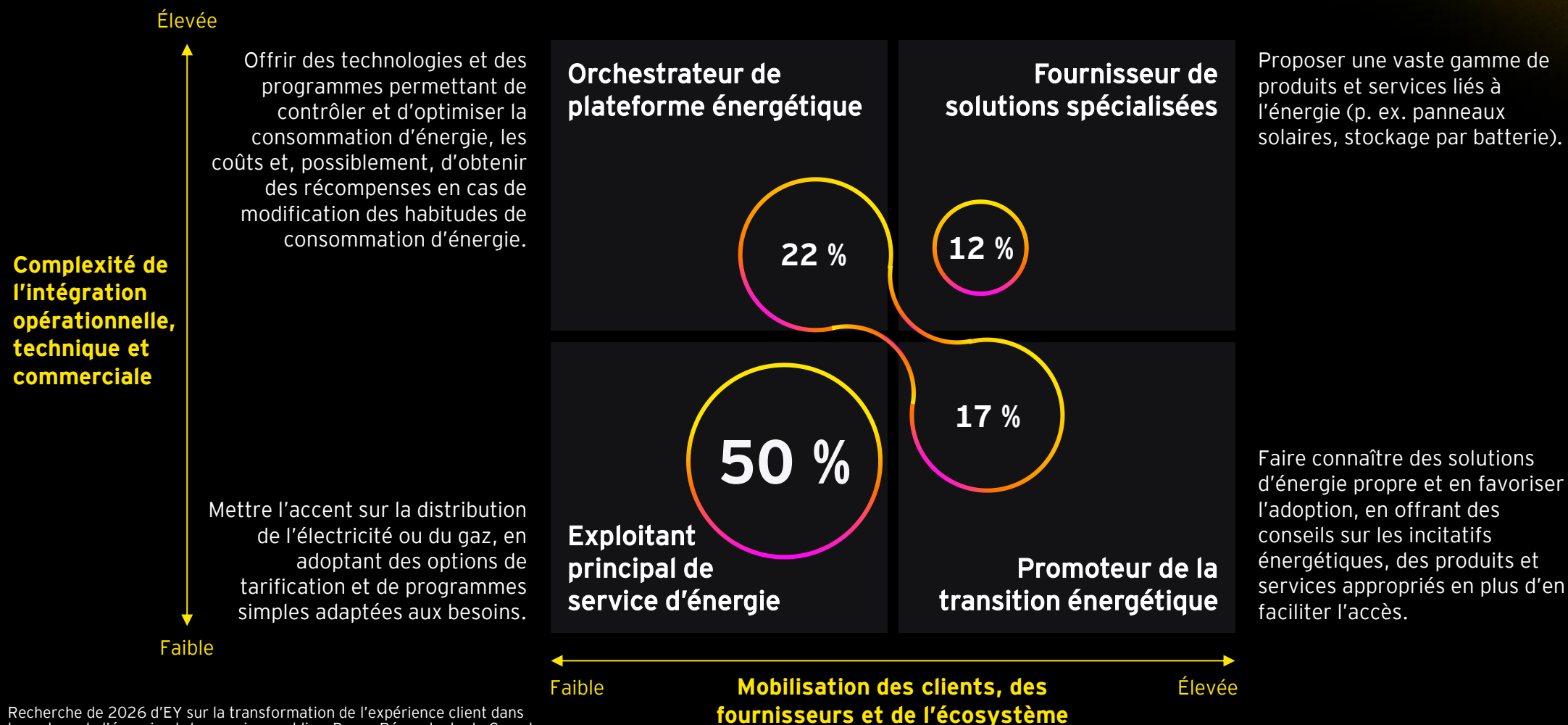


Recherche de 2026 d'EY sur la transformation de l'expérience client dans le secteur de l'énergie et des services publics. Base : Répondants du Canada.

Rôles des fournisseurs

Les consommateurs cherchent un fournisseur qui les soutient en agissant comme exploitant principal, orchestrateur et défenseur de leurs intérêts.

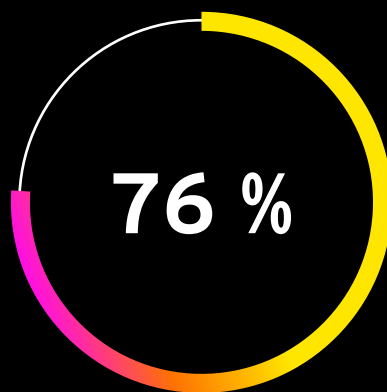
Rôle attendu des fournisseurs d'énergie à l'avenir par les consommateurs :



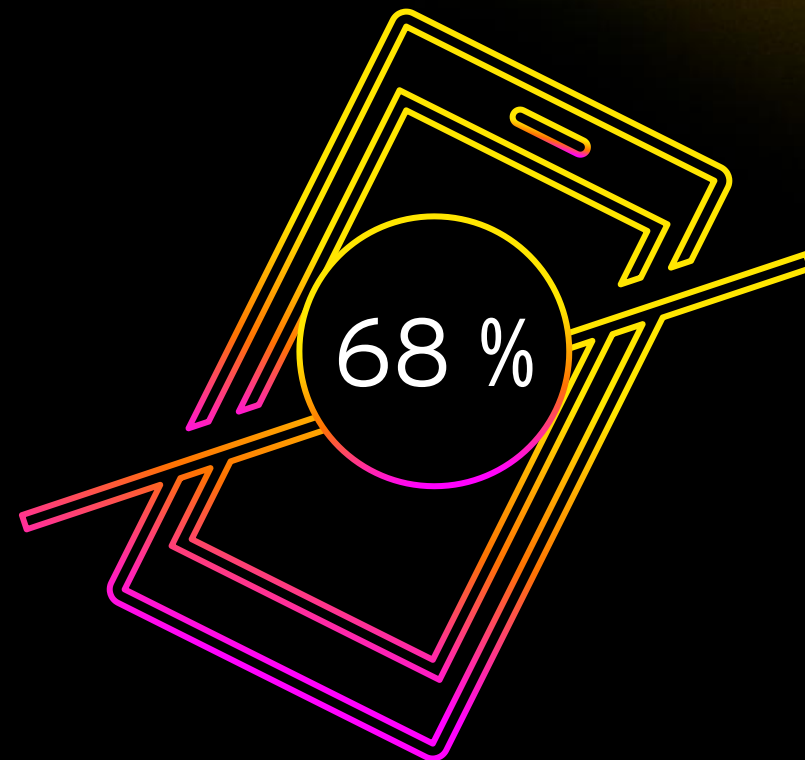
Recherche de 2026 d'EY sur la transformation de l'expérience client dans le secteur de l'énergie et des services publics. Base : Répondants du Canada.

Insatisfaction de la clientèle

Les interactions avec les fournisseurs d'énergie sont souvent négatives dès le départ, et les clients sont réticents à en parler au téléphone.



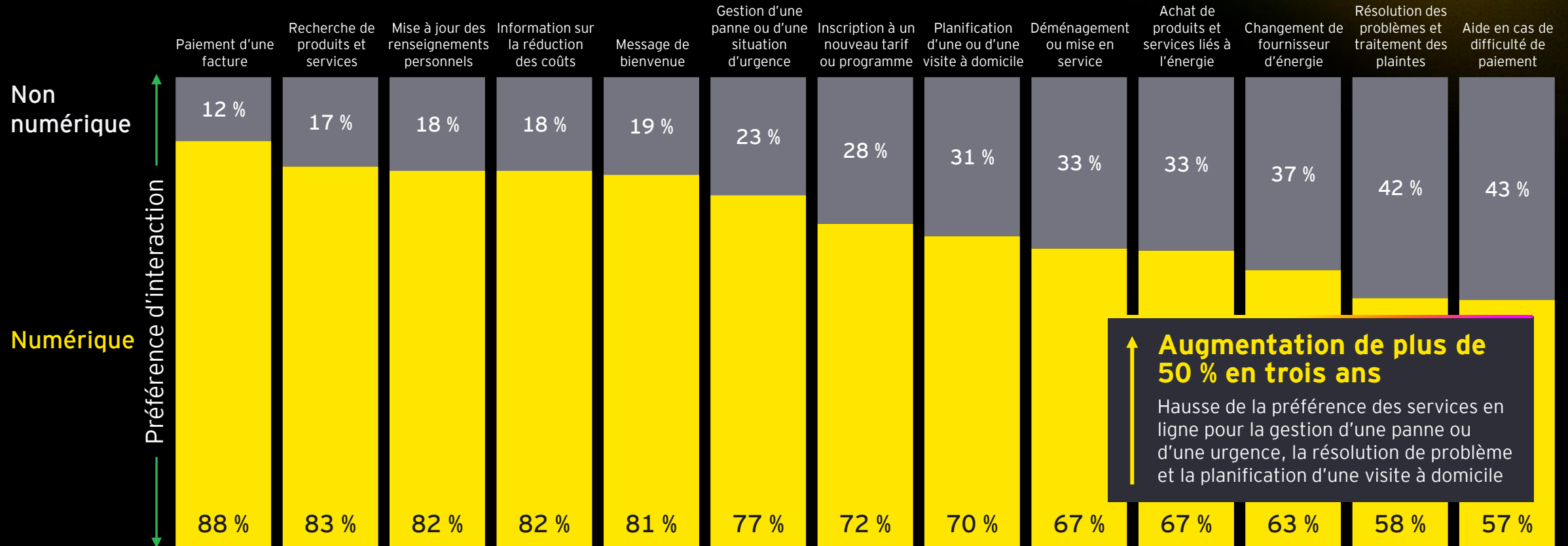
affirment interagir avec leur fournisseur d'énergie que lorsqu'il y a un problème ou que le fournisseur a commis des erreurs.



évitent d'appeler leur fournisseur d'énergie.

La préférence au numérique

La préférence des consommateurs pour les services en ligne a fortement augmenté, et les canaux numériques sont privilégiés pour les interactions courantes.



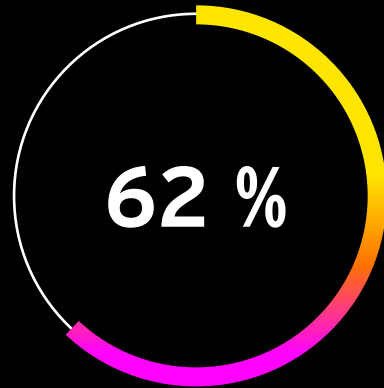
Numérique : site Web, application mobile, clavardage, RVI, assistant virtuel (vocal ou Web), courriel

Non numérique : centre d'appels, points de service

Recherche de 2026 d'EY sur la transformation de l'expérience client dans le secteur de l'énergie et des services publics. Base : Répondants du Canada.

Préférence pour le numérique

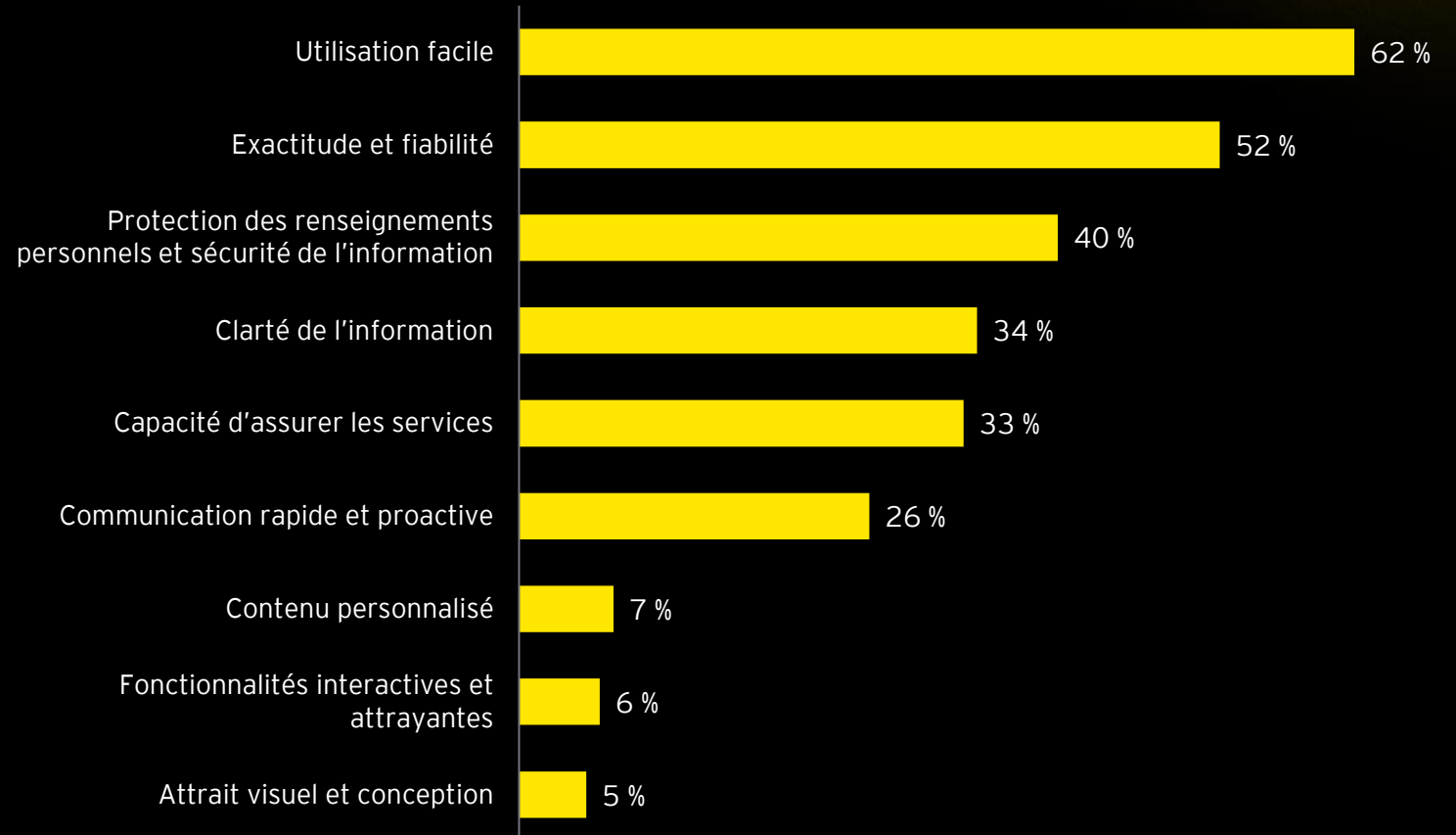
La plupart des clients privilégient les interactions en ligne avec leur fournisseur et cherchent des expériences fluides et fiables.



affirment préférer utiliser les canaux numériques pour interagir avec leur fournisseur d'énergie, si possible.



Principaux facteurs favorisant le recours par les consommateurs aux canaux numériques des fournisseurs d'énergie (trois principaux) :



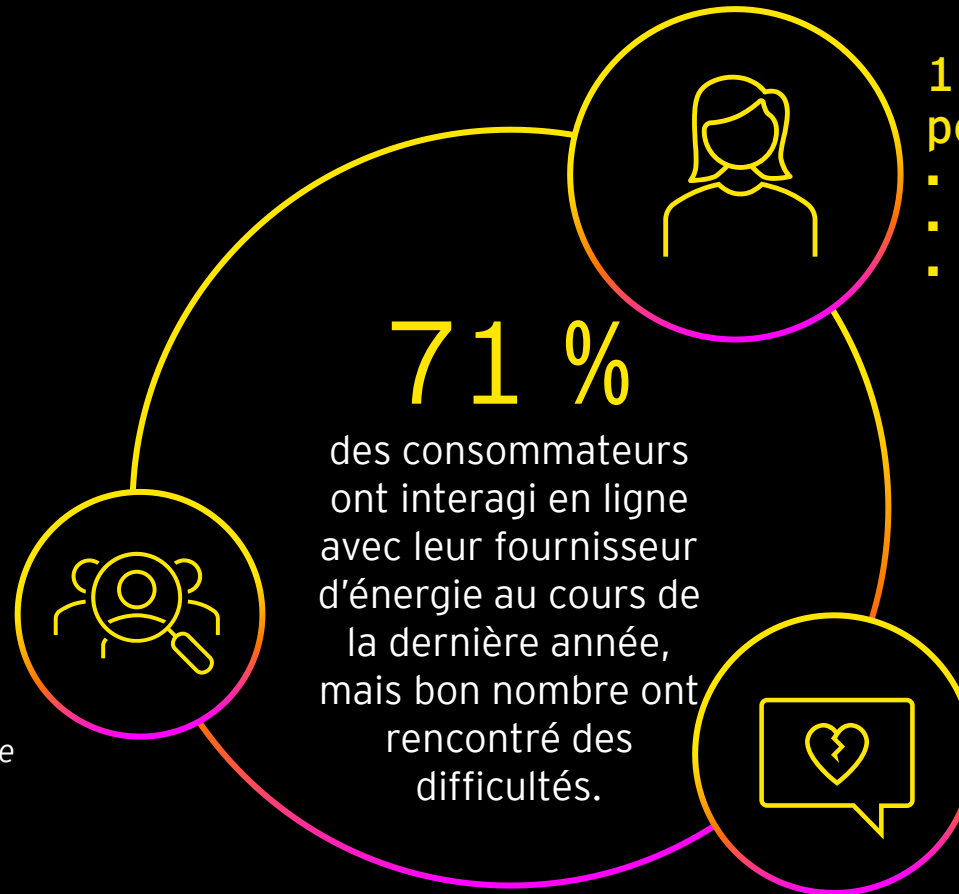
Recherche de 2026 d'EY sur la transformation de l'expérience client dans le secteur de l'énergie et des services publics. Base : Répondants du Canada.

Difficultés liées au numérique

Aucun accès à une personne, une mauvaise utilisation de l'intelligence artificielle (IA) et l'importance des efforts requis sont les principales difficultés liées à l'expérience numérique actuelle.

3 - L'expérience n'est pas personnalisée

- Aucune proactivité quant au signalement d'un problème
- L'information et les conseils ne sont pas adaptés
- L'expérience n'est ni pratique ni intéressante



1 - Personne n'est disponible pour m'aider

- Je n'arrive pas à parler à quelqu'un
- Je dois tout de même téléphoner
- Je n'arrive pas à faire ce dont j'ai besoin

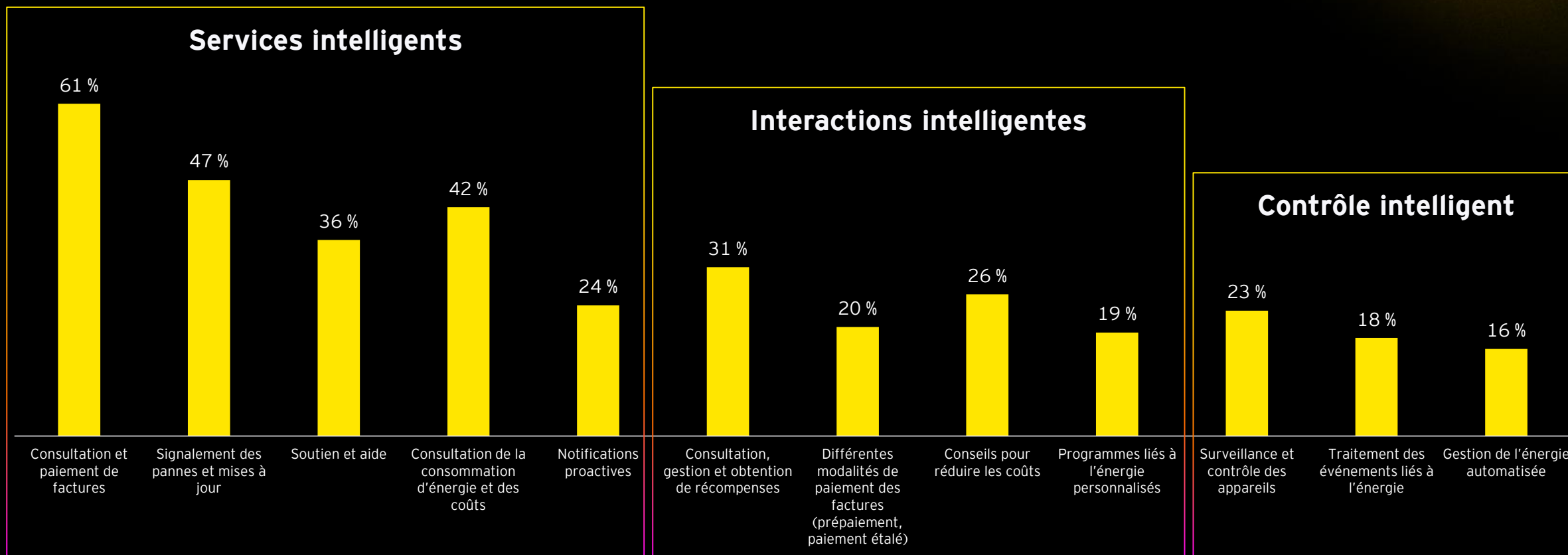
2 - Le service est trop compliqué à utiliser

- Le processus est difficile et chronophage
- Les réponses des robots automatisés sont vagues et inexactes
- L'information est difficile à trouver et incohérente
- Il y a trop d'options de canaux numériques

Services mobiles

Les consommateurs cherchent une expérience mobile interactive offrant un service à la clientèle intelligent et du contrôle.

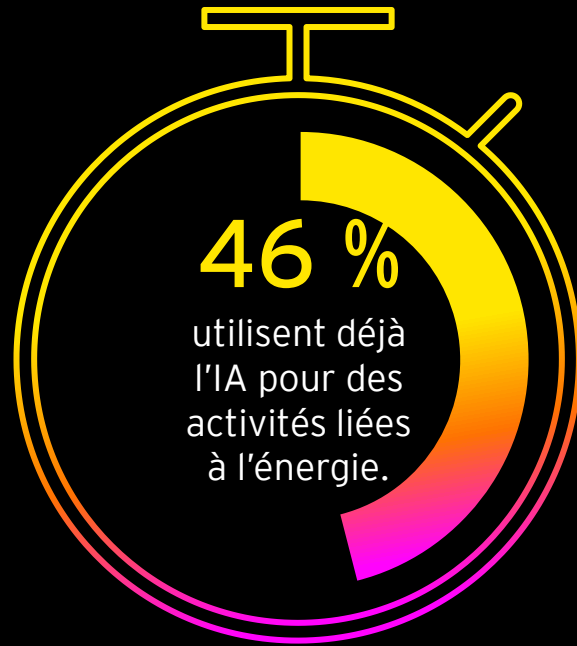
Principales fonctionnalités souhaitées par les consommateurs dans les applications mobiles des fournisseurs d'énergie :



Recherche de 2026 d'EY sur la transformation de l'expérience client dans le secteur de l'énergie et des services publics. Base : Répondants du Canada.

Consommateurs très avisés quant à l'IA

De nombreux consommateurs utilisent déjà l'IA pour des activités liées à l'énergie, et ils prévoient en accroître l'utilisation.



16 %

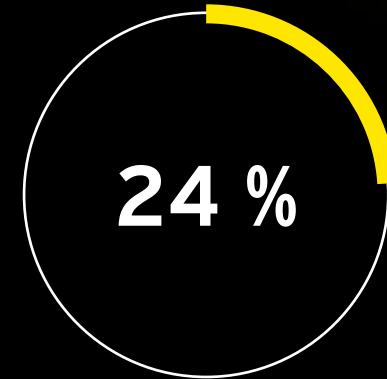
quelques fois par année

12 %

quelques fois par mois

18 %

une fois par semaine

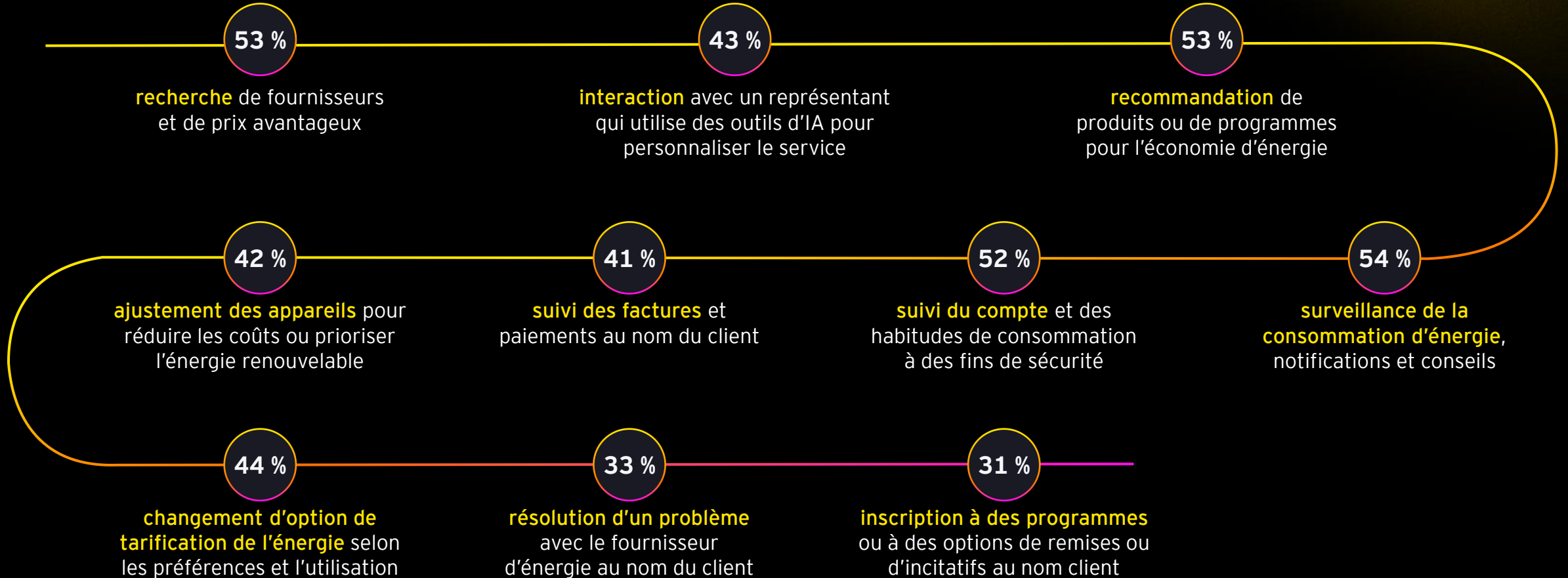


prévoient utiliser davantage l'IA
à l'avenir pour des activités liées
à l'énergie.

Utilisation de l'IA agentive

De nombreux consommateurs utilisent avec aisance l'IA pour des interactions liées à l'énergie plus complexes.

Niveau accru de l'autonomie de l'IA 

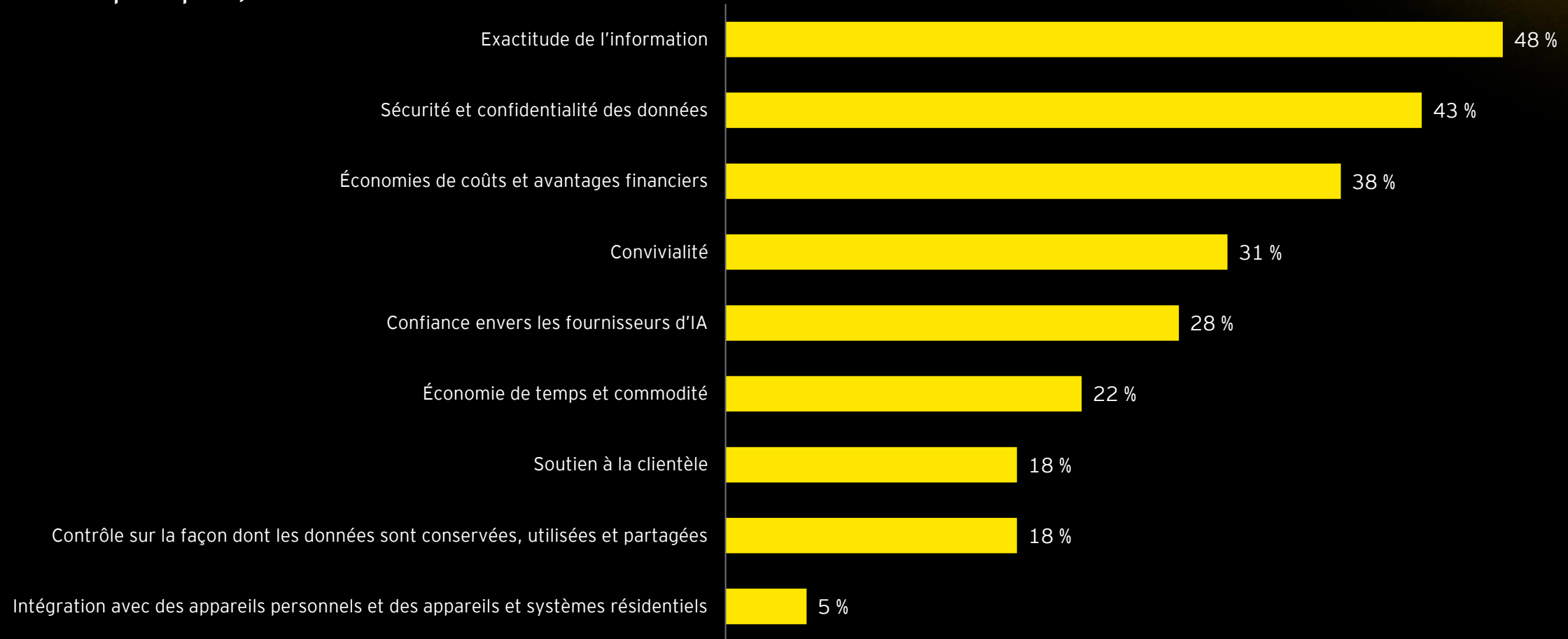


Recherche de 2026 d'EY sur la transformation de l'expérience client dans le secteur de l'énergie et des services publics. Base : Répondants du Canada.

Facteurs favorables à l'adoption de l'IA

L'adoption de l'IA repose sur la perception des consommateurs quant à son exactitude, à la protection des renseignements personnels, aux économies et à la convivialité.

Principaux facteurs pour les consommateurs qui envisagent d'utiliser l'IA pour des activités liées à l'énergie (en pourcentage parmi les trois principaux) :

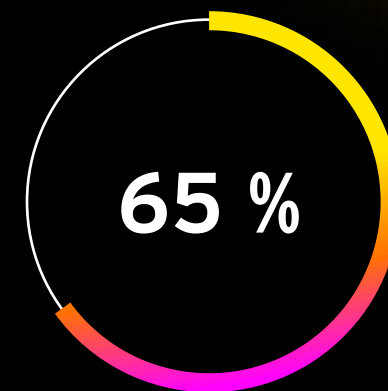
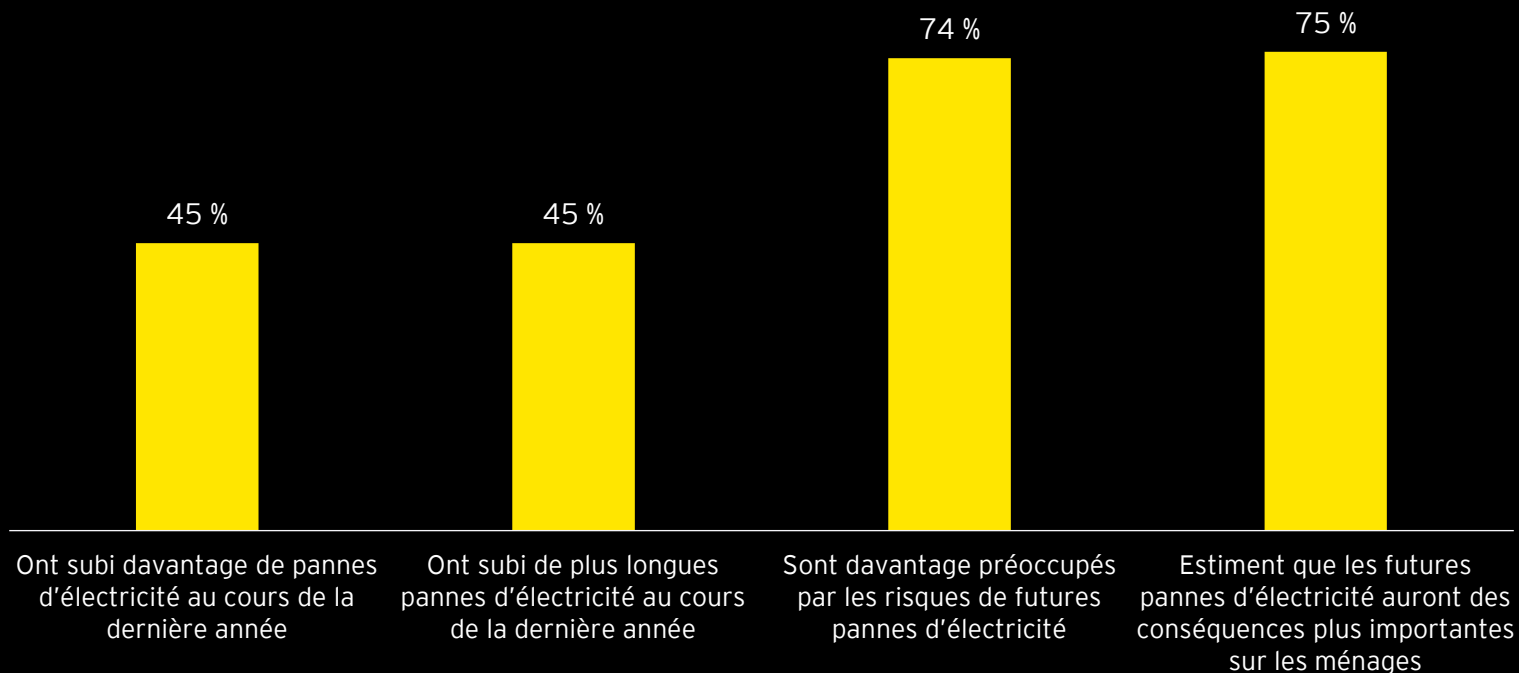


Recherche de 2026 d'EY sur la transformation de l'expérience client dans le secteur de l'énergie et des services publics. Base : Répondants du Canada.

Augmentation des attentes en cas de panne

Les pannes de courant préoccupent de plus en plus les consommateurs, qui ont des attentes accrues en matière de soutien.

Pannes et perception des consommateurs :



affirment que leurs attentes en matière de soutien pendant les pannes envers leur fournisseur d'énergie ont augmenté.

Pannes d'électricité

Les mises à jour en ligne sont essentielles à la gestion des pannes, et les consommateurs s'attendent à l'application de la règle des « sept R » en cas de panne.

Facteurs importants pour les consommateurs pendant une panne (en pourcentage parmi les trois plus importants) :

Rétablissement

72 %

Information sur le délai avant le rétablissement du courant

Récurrence

56 %

Notifications et mises à jour continues et régulières

Raison

43 %

Cause de la panne d'électricité et de l'interruption

Réponse

39 %

Information sur les mesures d'intervention prises par le fournisseur d'énergie

Reprise

35 %

Information et sommaire de l'événement une fois le courant rétabli

Rayon

33 %

Zone géographique et nombre de clients touchés

Résolution

22 %

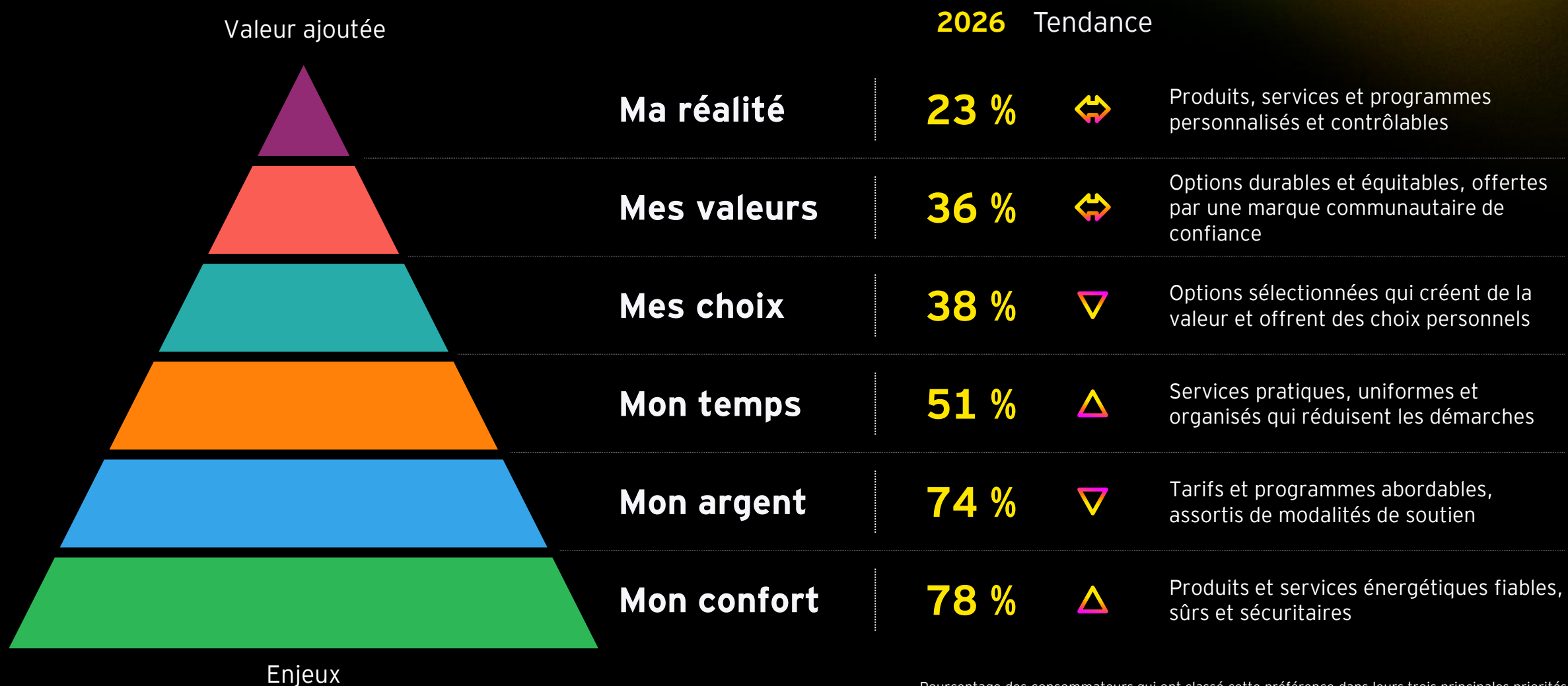
Conseils de sécurité et de gestion pendant la panne

77 %

des consommateurs préfèrent les canaux numériques pour gérer les pannes et les situations d'urgence.

Recherche de 2026 d'EY sur la transformation de l'expérience client dans le secteur de l'énergie et des services publics. Base : Répondants du Canada.

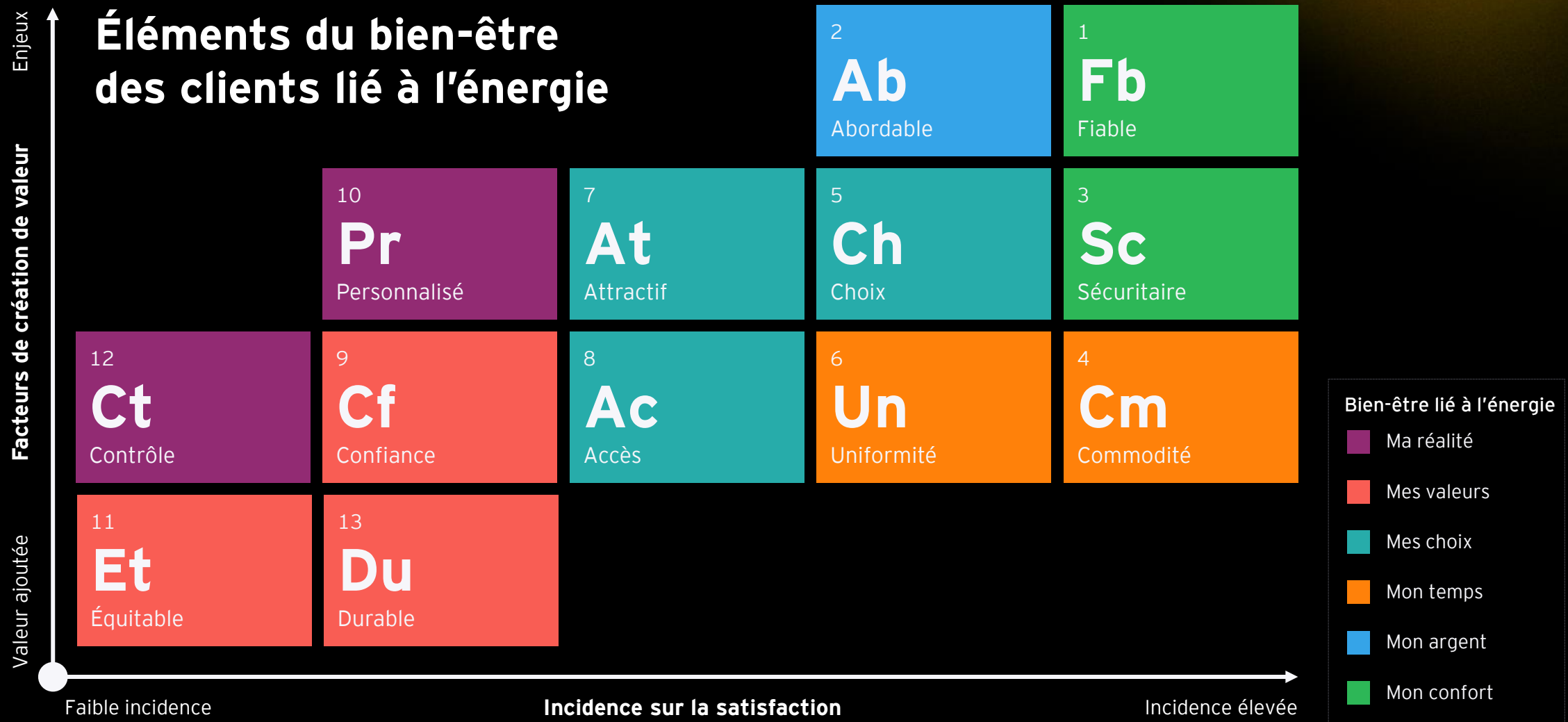
Facteurs de bien-être des clients lié à l'énergie



Pourcentage des consommateurs qui ont classé cette préférence dans leurs trois principales priorités

* Tendance sur trois ans qui ressort de l'étude continue du programme de recherche NET d'EY

Éléments du bien-être des clients lié à l'énergie



Note : les numéros des éléments sont classés par ordre d'importance.

Annexe

Indice de confiance des consommateurs
du secteur de l'énergie d'EY

Indice de confiance des consommateurs du secteur de l'énergie d'EY

Le niveau de confiance est stable ou en baisse dans la majorité des régions depuis 2023.

Indice de confiance des consommateurs du secteur de l'énergie

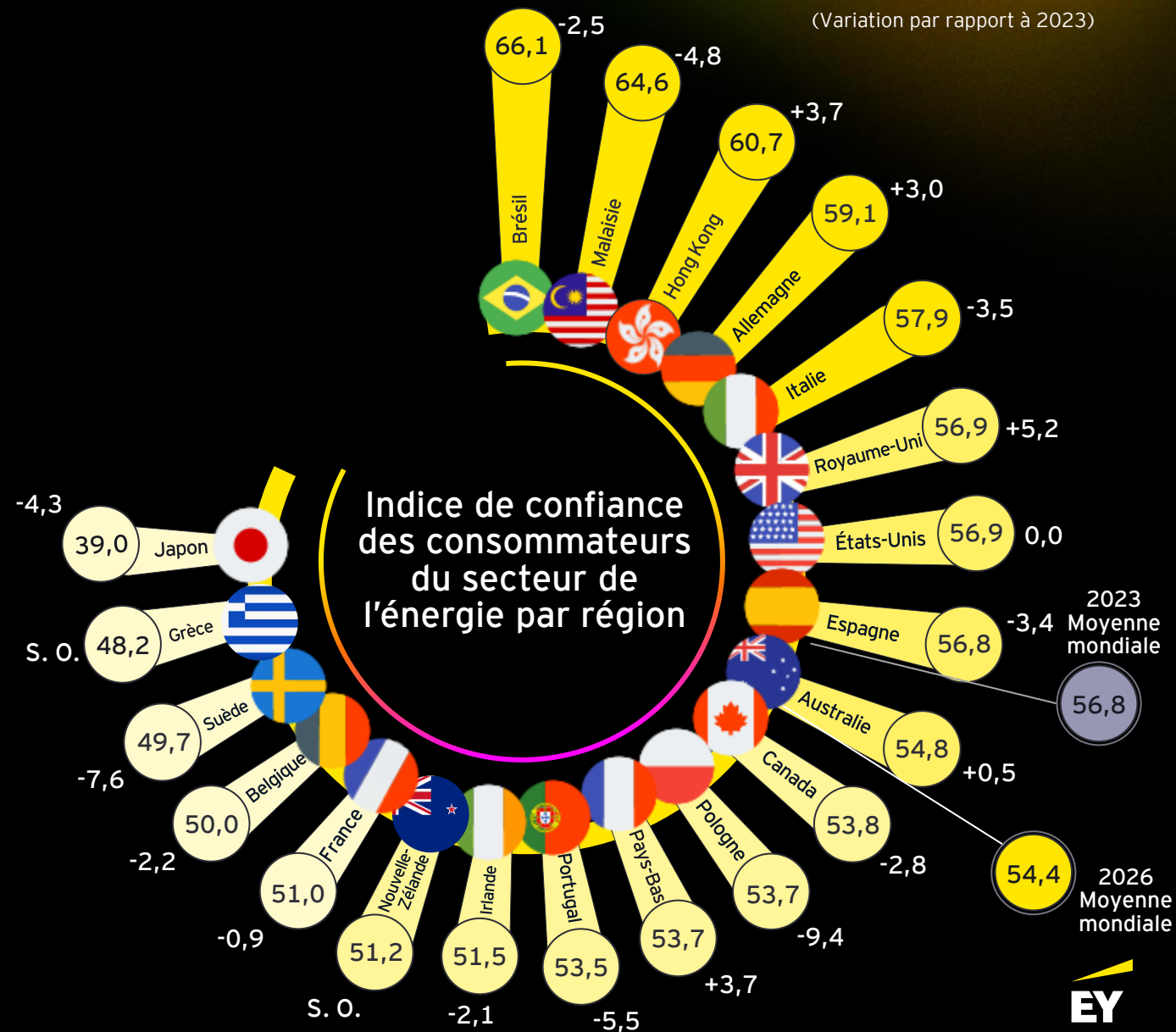
L'indice de confiance des consommateurs du secteur de l'énergie mesure la confiance actuelle des consommateurs à l'égard du marché global de l'énergie et de la transition énergétique, ainsi que leur optimisme quant à l'orientation de cette dernière.

Il s'inspire de l'indice de confiance des consommateurs, un indicateur économique utilisé pour prévoir la croissance globale. Il s'agit d'une mesure axée sur les attitudes prédominantes à l'égard des expériences liées à l'énergie et des perceptions de la valeur créée par la transition énergétique en cours.

Aperçu de l'indice

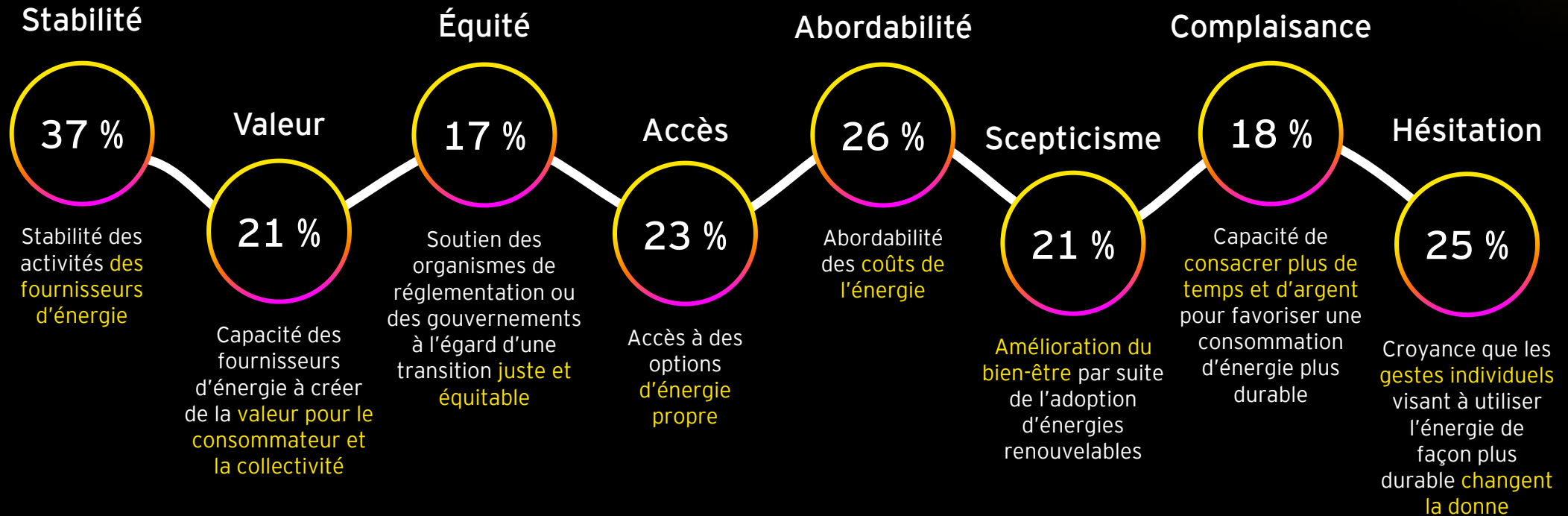
L'indice tient compte de huit facteurs déterminants qui influencent la perception des consommateurs à l'égard de la transition énergétique et de la valeur créée par les fournisseurs d'énergie :

Stabilité des fournisseurs d'énergie	Valeur créée par les fournisseurs	Accès aux solutions d'énergie propre	Abordabilité de l'énergie
Équité de la transition énergétique	Scepticisme quant à l'incidence des gestes individuels	Complaisance à l'égard des résultats	Hésitation à consacrer davantage de temps et d'argent



Facteurs influençant l'indice de confiance

Les consommateurs se préoccupent particulièrement de l'équité, de la complaisance et de la valeur.



Recherche de 2026 d'EY sur la transformation de l'expérience client dans le secteur de l'énergie et des services publics. Base : Répondants du Canada.

EY | Travailler ensemble pour un monde meilleur

EY contribue à un monde meilleur en créant de la valeur pour ses clients, pour ses gens, pour la société et pour la planète, tout en renforçant la confiance à l'égard des marchés financiers.

Grâce aux données, à l'intelligence artificielle et aux technologies de pointe, les équipes d'EY aident les clients à façonner l'avenir en toute confiance et proposent des solutions aux enjeux les plus pressants d'aujourd'hui et de demain.

Les équipes d'EY fournissent une gamme complète de services en certification, en consultation et en fiscalité ainsi qu'en stratégie et transactions. S'appuyant sur des connaissances sectorielles, un réseau mondial multidisciplinaire et des partenaires diversifiés de l'écosystème, les équipes d'EY sont en mesure de fournir des services dans plus de 150 pays et territoires.

EY est *All in* pour façonner l'avenir en toute confiance.

EY désigne l'organisation mondiale des sociétés membres d'Ernst & Young Global Limited et peut désigner une ou plusieurs de ces sociétés membres, lesquelles sont toutes des entités juridiques distinctes. Ernst & Young Global Limited, société à responsabilité limitée par garanties du Royaume-Uni, ne fournit aucun service aux clients. Des renseignements sur la façon dont EY collecte et utilise les données à caractère personnel ainsi qu'une description des droits individuels conférés par la réglementation en matière de protection des données sont disponibles sur le site ey.com/fr_ca/privacy-statement. Les sociétés EY ne pratiquent pas le droit là où la loi le leur interdit. Pour en savoir davantage sur notre organisation, visitez le site ey.com.

© 2026 Ernst & Young s.r.l./S.E.N.C.R.L.
Tous droits réservés.

Aucune date d'expiration

La présente publication ne fournit que des renseignements sommaires, à jour à la date de publication seulement et à des fins d'information générale uniquement. Elle ne doit pas être considérée comme exhaustive et ne peut remplacer des conseils professionnels. Avant d'agir relativement aux questions abordées, communiquez avec EY ou un autre conseiller professionnel pour en discuter dans le cadre de votre situation personnelle. Nous déclinons toute responsabilité à l'égard des pertes ou dommages subis à la suite de l'utilisation des renseignements contenus dans la présente publication.

ey.com/ca_fr