Communiqué de presse - Paris, le 1er octobre 2026

KANTAR

Baromètre Kantar Adoption de l'IA dans les foyers Français "

Budget & énergie : 57 % des Français seraient prêts à confier leur thermostat à l'IA pour faire des économies

Et si l'intelligence artificielle s'attaquait à notre facture d'électricité ou de gaz ? Alors que **67 % des Français anticipent une hausse significative de leur facture d'énergie** dans les prochains mois, et que la Commission de régulation de l'énergie estime que **la facture annuelle moyenne de gaz pourrait être environ 10 % plus élevée en 2026 qu'en 2025**[1], l'intelligence artificielle pourrait devenir un nouvel outil pour mieux maîtriser leur consommation et leurs dépenses.

Selon le dernier **baromètre Kantar sur l'adoption de l'IA dans les foyers français, 57 % des Français utilisent déjà, ont l'intention ou pourraient envisager de confier à un système intégrant de l'IA, le réglage automatique de la température de leur logement.**

4 chiffres à retenir :

- **31 % des Français pensent pouvoir réaliser des économies** sur leurs dépenses d'énergie annuelles grâce à l'IA.
- **57 % seraient prêts à confier leur thermostat** à un système de programmation intégrant de l'IA.
- **29 % seraient prêts à faire appel à l'IA pour les aider à limiter leur budget énergie**.
- **33 % pourraient privilégier un fournisseur d'énergie proposant un service d'IA utile, gratuit et digne de confiance** pour les aider à gérer leur budget énergie.

De la facture au thermostat : l'IA pourrait devenir le nouvel assistant énergie des Français

[1] Commission de régulation de l'énergie

60 % des Français utilisent déjà, ont l'intention ou pourraient envisager de laisser l'IA programmer leurs appareils aux heures les moins coûteuses ; **63 % pourraient lui confier l'arrêt automatique des équipements inutilisés.**

L'IA pourrait également répondre à des difficultés très concrètes : **58 % pourraient l'utiliser pour identifier les aides auxquelles leur foyer est éligible, 56 % pour repérer leurs appareils les plus énergivores et 53 % pour comparer les contrats d'énergie.**

Ces usages trouvent un écho dans un contexte de forte pression sur les dépenses : **31 % des Français déclarent avoir déjà dû renoncer à certaines dépenses pour payer leur énergie.** Par ailleurs, **35 % ont du mal à savoir si leur consommation est normale et 33 % trouvent leur facture difficile à comprendre.** Dans ce contexte, **31 % estiment que l'IA pourrait leur permettre de réaliser des économies sur leurs dépenses d'énergie annuelles.**

Pour les fournisseurs d'énergie, la confiance peut faire la différence

Reste à savoir à qui les Français sont prêts à confier ces nouveaux services. Sur ce terrain, les fournisseurs d'énergie disposent d'un avantage **: 50 % leur feraient confiance pour proposer un service d'IA destiné à gérer leur budget, contre seulement 31 % à une entreprise technologique ou spécialisée dans l'IA.**

Cette confiance pourrait peser jusque dans le choix de la marque : **un Français sur trois pourrait privilégier un fournisseur proposant un service d'IA utile, gratuit et digne de confiance.** Cette proportion atteint 70 % parmi ceux déjà disposés à utiliser l'IA pour gérer leur budget énergie.

« *Les Français veulent des services qui les aident concrètement à comprendre leur facture d'énergie, à réduire leurs dépenses ou à mieux piloter leur consommation. Pour les fournisseurs d'énergie, l'enjeu est donc moins technologique que serviciel : transformer leur capital de confiance en solutions simples, immédiatement utiles au pouvoir d'achat* », explique **Cécile Lejeune, présidente de Kantar France.**

Méthodologie
Etude Kantar menée du 18/09/2026 au 23/09/2026 auprès de 1010 personnes âgées de 18 ans et plus issues du panel Metaskope, selon la méthode des quotas.

À propos de Kantar
Kantar est le leader mondial de l'analyse et des données marketing et un partenaire de marque indispensable pour les plus grandes entreprises du monde, y compris 96 des 100 plus grands annonceurs mondiaux. Nous combinons les données attitudinales et comportementales les plus significatives avec une expertise approfondie et des plateformes technologiques pour suivre la façon dont les gens pensent et agissent. Nous aidons nos clients à élaborer des stratégies de marketing qui façonnent leur avenir et leur assurent une croissance durable. Pour plus d'informations, visitez https://fr.kantar.com/ @KantarFR

Contacts Presse Kantar

Communiqué de presse - Paris, le 1er octobre 2026

Pauline Germain - pauline.germain@40hertz.fr - +33 (0)6 07 54 69 72
Bénédicte Baron - benedicte.baron@40hertz.fr - +33 (0)6 63 09 69 28
Anastasia Silva - anastasia.silva-ext@40hertz.fr - +33 (0)6 46 86 16 86