

Flambée des prix du gaz ou quand GDF Suez est intraitable avec les consommateurs

C'est désormais officiel, la Commission de Régulation de l'Energie (CRE) a donné son aval pour une hausse de 9,7% des prix du gaz au 1^{er} Avril. Une fois de plus, les consommateurs vont devoir déboursier pour une dépense pourtant de première nécessité !

Cette annonce fait suite à la saisine de la CRE par GDF Suez qui demandait cette augmentation.

Si les prétentions de la société résultent effectivement de l'application de la formule tarifaire, la Confédération Syndicale des Familles (La CSF) conteste vivement la légitimité d'une telle envolée des prix :

- La CSF s'interroge d'abord sur le lien entre les prix du gaz et le coût des produits pétroliers. A cet égard, elle constate et ne peut que **regretter la déconnexion entre le prix du gaz et le coût du pétrole sur le marché. Ce dernier est acheté moins cher mais vendu à prix fort aux consommateurs.**
- D'autre part, la CSF conteste la pertinence et la décence de la demande eu égard au contexte économique et social et rappelle que GDF Suez vantait au début du mois un résultat net du groupe à 4,5 milliards d'euros pour l'année 2009.

Alors qu'en souhaitant « dépolitiser » les prix du gaz, le gouvernement arguait d'une volonté de transparence, le fournisseur historique s'est empressé de saisir la première occasion d'user de ses nouvelles prérogatives pour... demander aux familles **de payer plus pour consommer autant !**

Concrètement, cette hausse se traduira par une augmentation moyenne annuelle de 70 € pour les familles se chauffant au gaz : une hausse énorme d'autant plus que la CSF rappelle que les familles ne sont pas toutes égales face aux factures d'énergie.

A l'heure où la **précarité énergétique** est devenue une préoccupation nationale, la CSF aurait souhaité que GDF Suez ne mette pas **un bâton de plus dans les roues des familles populaires.**

Dans ce contexte, GDF Suez aurait pu faire preuve d'une réelle responsabilité sociale sur laquelle le groupe communique fortement ; force est de constater que ce n'est pas pourtant pas l'intérêt des consommateurs qui a guidé les choix stratégiques de l'Entreprise.

Le budget des familles et l'image que le groupe leur renvoie pèse moins lourd que les bénéfices engendrés !

La CSF veillera à ce que le groupe respecte aussi scrupuleusement la formule tarifaire lorsqu'il devra la répercuter à la baisse.

Contact : Vincent MICHEL - 01 44 89 86 89

Le 25 Mars 2009
CP n°5