

Una ventina di concessionari della Chevrolet, indossate le maglie del famoso Club calcistico inglese Manchester United, di cui il brand americano è sponsor, hanno messo sotto accusa la General Motors per il modo in cui ha deciso unilateralmente di cancellare il brand Chevrolet dai mercati europei entro la fine del 2014.



Una decisione che era stata presa nel dicembre 2013 da Dan Akerson, allora presidente della Casa di Detroit, a causa della violenta crisi che aveva colpito il mondo dell'automobile, in particolare l'Europa, che l'aveva portata a concentrare tutte le sue forze soltanto sul marchio tedesco Opel di sua proprietà. Una decisione che a quel tempo sorprese un po' tutti, in quanto era proprio il brand Opel ad apparire più fragile rispetto a quello Chevrolet.

La General Motors impose la propria volontà dando un preavviso di due anni (2014 e 2015) e offrendo ai concessionari Chevrolet alcuni benefit, fra cui un indennizzo di 600 euro per ogni auto venduta nel corso dei due anni precedenti, a condizione che i concessionari avessero chiuso la loro attività prima del 31 marzo 2014, che si sarebbero però ridotti a 460 euro se la chiusura fosse avvenuta entro il 30 giugno. Dopo il 31 dicembre 2014 il benefit si sarebbe ridotto a zero.



Il 30 giugno dello scorso anno la General Motors ha

sospeso qualsiasi attività di promozione. Questa decisione è stata interpretata come “una cessazione anticipata dell’attività e proprio per questo vogliono essere indennizzati”.

Forti delle loro motivazioni, i 21 concessionari hanno chiesto al “Tribunale del commercio” di Parigi di essere indennizzati per 33 milioni di euro. Il Tribunale si è riservato di decidere entro il 23 marzo.

La domanda che sorge è semplice: e in Italia come è stata risolta la questione?

Photogallery

