

# Guerra dell'acqua, la versione di Bertone: "Acqua Eva ha cercato di distruggermi, il mio era solo gossip"



Era il suo giorno e lui non si è negato. Nell'aula assise del tribunale di Cuneo **Alberto Bertone**, il "signor Sant'Anna", ha parlato a lungo di tutti gli aspetti connessi alla vicenda per cui è imputato di diffamazione e turbata libertà del commercio, insieme al suo direttore commerciale, **Luca Cheri**.

Un fiume in piena, verrebbe da dire, con un'analogia appropriata alla "guerra dell'acqua" che si sta combattendo

tra il colosso di Vinadio e i concorrenti di Paesana, la Fonti Alta Valle Po della famiglia Rivoira, titolare del marchio Acqua Eva. Da “radio gazzosa”, come Bertone definisce il chiacchiericcio tra i produttori di acque minerali, lo scontro è giunto nelle aule di tribunale. È un’ostilità che arriva da lontano, ben prima della denuncia presentata dai Rivoira nel 2018, dopo la scoperta di una fantomatica testata giornalistica (“Mercato Alimentare”) che riportava informazioni delicate: si parlava di un’imminente acquisizione del marchio Eva da parte della catena Lidl. [Un sassolino che avrebbe provocato una valanga](#), secondo la parte civile. A testimonianza di questo si sono portate mail, telefonate, perfino gli audio delle conversazioni registrate tra il direttore commerciale di Acqua Eva, **Emanuele Pacetta**, e lo scaffalista di un punto vendita Coop toscano. Al manager, che si era finto un normale cliente, l’addetto aveva risposto che Acqua Eva non veniva più venduta *“perché l’ha comprata Lidl”*.

Dietro al famigerato sito, registrato a nome della sua defunta nonna, c’era un 22enne neodipendente di Bertone, **Davide Moscato**. E dietro a Moscato – che ha già definito la questione con la giustizia – secondo le accuse c’erano Cheri e lo stesso Bertone. Il quale non ha negato le pressioni sul suo collaboratore, [provate del resto dai messaggi via Whatsapp](#). Ma lo scopo, ha precisato, non era certo quello di creare un danno economico: *“È assurdo pensarlo. Un link mandato a una sola persona [Luciano Villani, category manager di Coop Italia, ndr] non poteva creare nessun danno”*. Ma allora, qual era il senso di tutto? Una ripicca, visto che gli agenti di Acqua Eva – secondo l’imputato – avrebbero approfittato di un problema di produzione nello stabilimento di Vinadio, per far circolare voci malevole su Sant’Anna: *“Parlavano di ‘acqua che puzza’. Volevamo mettere in soggezione anche loro”*. L’idea sarebbe nata durante un pranzo di lavoro fra Bertone, Cheri e Moscato, a suggerirla sarebbe stato proprio quest’ultimo: *“L’avevo conosciuto in università, era un ragazzo sveglio che faceva molte domande sul commercio online.*

*In quell'occasione disse che poteva cercare documentazione su Eva e Lidl e realizzare un link".*

Un sito non indicizzato, inaccessibile a chiunque non avesse ricevuto un link diretto. Alla fine l'“operazione” si fece, sebbene l'avvocato di Sant'Anna l'avesse sconsigliata: *“Non ho partecipato alla redazione dell'articolo e non ho nemmeno aperto la bozza che mi inviò Moscato via mail”* assicura Bertone, sostenendo quindi di non sapere cosa fosse stato davvero scritto. Era solo gossip, dice, nulla di cui *“radio gazzosa”* non fosse già a conoscenza: *“Bastava girare nei supermercati: non trovavi Eva da nessuna parte, la trovavi solo in Lidl e anche con una presenza massiccia”*. E l'idea che alcune coop abbiano troncato i rapporti con Eva, dato che si diceva fosse stata acquistata da una catena di supermercati concorrenti? *“È una barzelletta, può crederci solo chi non fa questo mestiere”*. Idem per quanto riguarda la mancata acquisizione di una partecipazione societaria in Acqua Eva da parte di Red Circle, la finanziaria di **Renzo Rosso**: *“Il problema reale è che erano distanti sul prezzo: il gruppo Rosso lo valutava 25 milioni, i Rivoira chiedevano 40 milioni. Inoltre non c'era la titolarità del marchio nei mercati esteri”*.

Non era stata solo la faccenda dell'“acqua che puzza” a far saltare la mosca al naso al patron di Sant'Anna, in realtà. Nella compagine di Eva, ai primordi, ci sarebbe dovuto essere proprio Bertone. Poi l'affare andò a monte, arrivarono i Rivoira e Sant'Anna ne subì l'agguerrita concorrenza, soprattutto in termini di organico: da Vinadio erano usciti l'allora direttore commerciale e vari responsabili. *“È la prima volta nella storia delle acque minerali che qualcuno nasce cercando di distruggere un altro: ero disperato, quando mi sono trovato senza direttore commerciale e senza l'intera struttura”* lamenta Bertone ancora adesso, dopo più di dieci anni: *“Gli avevano promesso mari e monti, sicuramente c'era qualcosa di mezzo: altrimenti non sarebbero passati da*

*un'azienda leader di mercato a gente che, con tutto il rispetto, vende frutta e verdura".* Altri argomenti buoni per "radio gazzosa".

Ben più tangibile è la questione dei danni, stimati dalla parte civile in 10 milioni e 40mila euro per i mancati ricavi e le perdite di profitti, più altri 3 milioni e 184mila euro solo per i danni alla reputazione. *"Oggi la reputazione equivale a soldi, non è più solo un parlar bene o male di qualcuno"* spiega il professor Luca Poma, docente di reputation management, con un riferimento all'affaire **Chiara Ferragni**, sulla bocca di tutti in questi giorni e [oggetto di attenzioni anche nella Procura di Cuneo](#). Calcoli sbagliati, ribattono i consulenti di difesa, ammesso e non concesso che un danno ci sia stato: *"Un gossip non può influenzare le scelte assortimentali della grande distribuzione"*. Se ne riparlerà tirando le fila del processo, nel frattempo è in programma per il 7 marzo prossimo l'audizione dei testi rimanenti.