

L'INTERVISTA

Laura Audi

“Torino magica è un brand mondiale anche così si aiuta l’economia”

La fondatrice del tour operator che porta nei luoghi ritenuti misteriosi: non è un’invenzione

ANDREA PARODI

«**L**a Torino magica una burla? Mi spiace, ma non sono per nulla d'accordo». A rompere le tesi del dibattito di questi giorni, e a difendere la tradizione esoterica e secolare della città, è Laura Audi, allieva dello scrittore e saggista Renzo Rossotti, autore di numerosi volumi dedicati all'argomento.

Soprattutto, Audi è stata, con Nicoletta Ambrogio, colei che nel 1997 ha fondato il tour operator Somewhere e che ha fatto della «Torino magica» un vero e proprio appuntamento tra i più famosi e celebri riconosciuto dai turisti in arrivo in città.

Dario Argento e Piero Chiambretti tra i partecipanti alla visita guidata

La «Torino Magica» di Somewhere è da anni ormai un vero brand, un marchio registrato alla Camera di Commercio, con numeri che possono essere riassunti così: visite settimanali, normalmente il sabato sera; tra i 1.000 e i 1.500 visitatori all'anno; venti persone per gruppo; due ore e mezza di tour; 29 euro il costo del biglietto a testa.

Una sorta di indotto turistico che Audi difende con orgoglio: «A prescindere da noi titolari, per valutare il rilievo economico generale bisogna calcolare le guide turistiche autorizzate coinvolte, le ditte di autobus turistici che vengono impiegate, le comparse dei rievocatori storici che vengono impiegati per animare le visi-



La Fontana dei Tritoni ai Giardini reali rappresenterebbe il cuore "bianco" della Torino magica



LAURA AUDI
FONDATRICE
DI SOMEWHERE

La narrazione occulta tiene conto di un elemento fondamentale della città: il suo spiritismo

te, eventuali alberghi e ristoranti». Tra gli altri, negli anni hanno partecipato al particolare giro turistico il regista dell'horror Dario Argento, l'attore Paolo Villaggio, la cantante Fiorella Mannoia e il comico Piero Chiambretti.

«Dire che Torino magica è un'invenzione mi sembra una visione un po' miope - sostiene Audi -; si tratta di una lettura e di un'insieme di conclusioni che non tengono conto di un ingrediente fondamentale di questa città: il suo spiritismo, che è decisamente molto alto». Nel supportare le sue idee Audi ricorre al tema dell'impronta esoterica della città, la sua realtà fortemente massonica, la tradizione letteraria. «Non leggere que-

sti segni e non vedere queste realtà - continua - è un grave atto di non conoscenza di una parte importante di Torino». «Voglio precisare una cosa che considero importante - incalza -; non chiediamo ai nostri visitatori di firmare una sorta di "atto di fede" all'inizio o alla fine dei nostri tour. Lo diciamo subito ai partecipanti che "trascorreremo insieme una serata pensando che Torino sia magica"».

Le motivazioni di Audi si avvicinano in un certo modo a quelle di Ivo Maistrelli del Cicap (Il Comitato italiano per il controllo delle affermazioni sulle pseudoscienze fondato nel 1989), secondo il quale questo mito avrebbe preso piede in un periodo (gli anni Settanta), in cui la città aveva un'anima unicamente industriale e si sentiva un forte bisogno di evasione. Allo stesso modo Audi ammette: «Nel 1997, quando nasce il nostro tour di punta, Torino non aveva una narrazione propria e non viveva ancora di turismo: abbiamo fornito un racconto alternativo che funziona, e che serve a far conoscere la città. Non è un caso se siamo finiti sulla stampa internazionale, ad esempio dal New York Times».

Torino ha ancora bisogno di essere considerata "magica" ed esoterica per attrarre i turisti? Non tutte le guide turistiche professionistiche lo pensano. «Chi viene in città vuole vivere esperienze - spiega una di

loro, Ardena Caramello -. Ultimamente piacciono molto gli itinerari tematici, ad esempio la Torino Liberty, i luoghi post industriali, e quello enogastronomico nelle vie del centro».

Un percorso, quest'ultimo, che è una passeggiata attraverso il Quadrilatero. Si parte con l'affaccio su Porta Palazzo, l'anima popolare della città, visitando i luoghi legati al gusto. «Si termina alla Latteria Bera di via San Tommaso con degli assaggi - conclude Caramello -; i turisti, soprattutto gli stranieri, vanno pazzi per questa immersione nella cultura del cibo italiana, anche perché la loro panna montata è la numero uno».

Il New York Times è tra i giornali che hanno scritto dell'ex capitale "insolita"

Su La Stampa



L'altro ieri il dibattito avviato dal Fai su "Torino città magica" è proseguito sul giornale con l'intervento del sociologo Massimiliano Panarari, secondo il quale l'immagine esoterica della città è "una fake news assai resistente e duratura".

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il giornalista napoletano Del Tufo ha scritto un libro sull'argomento “I torinesi sono stanchi di diavoli e spiriti è una paccottiglia del Medioevo più buio”

IL COLLOQUIO

«**I** torinesi non ne possono più di veder additata la propria città come la capitale internazionale della magia nera, del satanismo e di altre cianfrusaglie da Medioevo, quello più buio».

Ad analizzare senza mezzi termini quanto sta emergendo in questi giorni dal di-

battito in corso su La Stampa è Vittorio Del Tufo, giornalista napoletano, caporedattore centrale del quotidiano «Il Mattino». Nel 2020 ha scritto per l'editore Neri Pozza «Torino magica», prosecuzione naturale del suo primo volume, «Napoli magica», offrendo così una lettura complessiva del fenomeno con occhi non torinesi. Chiuso il libro, l'occultismo, il satanismo e le magie di Torino ne vengo-

no fuori come prodotto di disturbi mentali mai sanati. «In particolare chi abita a Torino non ne può più - spiega e scrive nel libro - di sentir parlare di sette segrete, raduni luciferini e messe nere; ne hanno le scatole piene del Maligno e di Belzebù, e della facile paccottiglia che continua a far presa su menti deboli, o malate, tuttora convinte dell'esistenza di schiere di demoni intenti a scavalcare le seve-

re mura sabaude».

Del Tufo parla chiaramente di Torino magica come di un vero e proprio stereotipo. «La verità è che la vostra città è straordinariamente ricca di simboli, di archetipi, di storia, di memorie, e perciò straordinariamente complessa, definita ingiustamente dalla stampa mondiale, a caccia di banali semplificazioni, una città "diabolica". Ma di diabolico, fa intendere Del Tufo, c'è soltanto molta fantasia.

Il giornalista parla soprattutto di Torino come di una città che cela tanto della sua bellezza, in particolare agli occhi di chi non la conosce bene. «Amo di Torino la parte nascosta, notturna, silenziosa, buia - scrive -. ed è



VITTORIO DEL TUFO
GIORNALISTA
DE "IL MATTINO" DI NAPOLI

Sono fantasie di chi crede che ci siano schiere di demoni intenti a scavalcare le mura sabaude

una città che conosciamo meno, schizza via al nostro sguardo, non si lascia afferrare. Ma poi, ogni tanto, dalla nebbia che avvolge i palazzi e le strade, ecco riemergere il passato. E, con il passato, storie in bilico tra realtà e leggenda».

Del Tufo non se la prende tanto con chi ne decanta l'essere una città magica, bianca, ma soprattutto nera, esoterica e diabolica. «I torinesi - conclude - dovrebbero prendersela in primo luogo con le autorità ecclesiastiche, che periodicamente, e ai livelli più alti, tirano in ballo il demone attribuendogli una certa consuetudine con la città della Mole». A. PAR. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA