

Territorio

Le isole Eolie pronte alla destagionalizzazione con il progetto Brand Eolie

di: Redazione

14 luglio 2026



Le Isole Eolie non sono sole e mare. Sono anche cultura, enogastronomia, trekking, turismo religioso, agricoltura e, soprattutto, maestria nell'ospitalità. E dietro tutto questo patrimonio economico, storico e sociale dell'arcipelago, c'è Brand Eolie, che da gennaio lavora a ritmo serrato per promuovere e valorizzare il territorio ed è titolare dell'omonimo marchio EUIPO, e l'impegno e il coraggio di imprenditori che hanno scelto di resistere e creare qualcosa che resti alle generazioni future e che hanno aderito al progetto lanciato sei mesi fa da Daniele Corrieri, event manager di BE.

Una rete di eccellenze che i giornalisti di testate nazionali e regionali hanno conosciuto durante il secondo tour press organizzato da Brand Eolie dal 7 all'11 luglio scorsi. "In questi giorni abbiamo presentato il nostro programma per la destagionalizzazione 2026-2027 -spiega Corrieri. La nostra società ha come obiettivo principale il rilancio dell'economia eoliana e la promozione di un territorio unico, inspiegabilmente ignorato sistematicamente dalle istituzioni e dalla politica. Non vogliamo assistenzialismo, perché da gennaio a oggi, coinvolgendo la stampa italiana ed estera in due eventi a Milano e Roma, abbiamo ampiamente dimostrato cosa riusciamo a fare. Però, pretendiamo risposte, soprattutto dal punto di vista infrastrutturale".

Un programma fitto, intenso e impegnativo, che oltre a Lipari ha riguardato anche Salina, Vulcano, Stromboli e Panarea, e che è iniziato martedì scorso con una cena all'hotel Carasco, con lo sfondo dello scenario mozzafiato della Baia di Portineti. Un welcome dinner che ha visto la presenza di Francesca e Valentina Marino dell'agenzia turistica "Isole d'Italia", main partner di Brand Eolie, e degli imprenditori Daniela Virgona e Calogero Marino delle Cantine Virgona, che hanno raccontato la storia della propria azienda e dei vini degustati nel corso della serata.



L'8 luglio la protagonista è stata Salina, l'antica Didyme (gemella) chiamata così per i due vulcani ormai spenti che caratterizzano il suo profilo, mentre il nome attuale deriva da un antico laghetto di acqua salata a Lingua, dal quale si estraeva il sale. Una volta sbarcati, prima tappa al Resort Capofaro, che l'imprenditore ragusano Giancarlo Licitra e la moglie Maria Grazie Scarso hanno rilevato un paio di anni fa, impedendo così che ad acquistarlo fosse una società straniera. La struttura offre adesso una nuova filosofia dell'ospitalità, illustrata ai giornalisti dall'imprenditrice, dall'hotel manager Matteo Manco e dalla marketing manager Alessia Ristuccia, che hanno raccontato come sta cambiando il resort e i progetti e gli obiettivi futuri. Altra tappa fondamentale a Salina il Museo dell'Emigrazione: toccante racconto di un esodo di uomini e donne costretti ad abbandonare la terra nella quale erano nati e che le iniziative per la destagionalizzazione e la valorizzazione del territorio organizzate da Brand Eolie, alla quale fanno riferimento gli oltre 120 imprenditori che hanno deciso di fare rete con la società, ciascuno dei quali mette a disposizione servizi e competenza, puntano a fermare. E sempre in tema di imprenditori che investono sulla storia e sulle tradizioni familiari, la degustazione nell'azienda "Sapori Eoliani" a Pollara ha visto Maurizia De Lorenzo impareggiabile padrona di casa e la presenza della chef stellata Martina Caruso, executive chef e patron del ristorante Signum di Malfa. Nata nel 1989, Caruso è stata la più giovane chef italiana a ricevere la Stella Michelin (confermata ininterrottamente da 10 anni), oltre a ottenere la Stella Verde per la sostenibilità. Subito dopo pranzo, la degustazione dei vini delle cantine Eolia, Salvatore d'Amico e Virgona, presentati rispettivamente da Natasha Santandrea, Giuseppe La Malfa e Calogero Marino. Appuntamento immancabile la sera la cena da Filippino, che ha visto gli interventi di Lorenzo Fenech (Cantine Fenech) e Lorenzo Cortese, presidente dell'associazione Capperò delle Isole Eolie DOP.

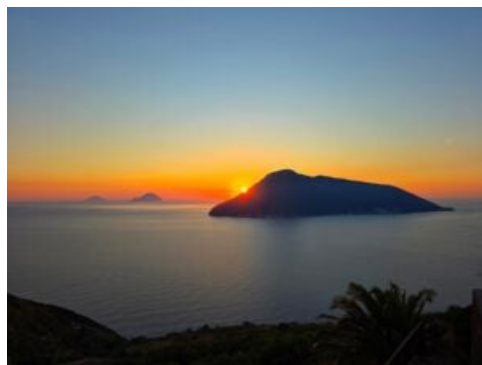
E visto che le Eolie non sono solo una meta turistica, la mattina del 9 luglio è stata dedicata a un itinerario esclusivamente culturale, iniziato al Castello di Lipari con il Percorso del Confinio e proseguito con la visita alla cattedrale, al chiostro, al Museo delle Eolie e al Museo Archeologico "Luigi Bernabò Brea", uno dei più importanti del Mediterraneo per la ricchezza dei reperti esposti. A fare da cicerone, Giuseppe La Greca, cultore di storia patria, che ha guidato gli oltre 20 giornalisti anche attraverso il centro storico dell'isola fino ad arrivare al Museo Diocesano, dove ad accoglierli c'era don Bartolo Saltalamacchia. Subito dopo tutti in barca a Vulcano con l'immancabile giro intorno ai Faraglioni, per poi dare di nuovo spazio ad alcune eccellenze del posto: il lido-pizzeria All'asino beach della famiglia Carnevale e il ristorante Da Gaetano a Gelso, distrutto da un incendio a marzo del 2022 e riaperto anche grazie alla catena di solidarietà scattata immediatamente. Ad accompagnare il pranzo cucinato dallo chef Francesco Basile i vini delle Cantine Caravaglio, raccontati, è il caso di dirlo, da Nino Caravaglio, e i formaggi di Fabrizio Lo Piccolo, l'ultimo pastore-casaro dell'isola. Prima di rientrare, un passaggio anche al Resort Therasia della catena di lusso Leading Hotels of the World, nato a picco sul mare, circondato da una natura incontaminata e unico per la collocazione geografica, che permette di vedere sia il sorgere del sole che il tramonto.



La sera, invece, appuntamento nella piazza di Chiesa Vecchia a Quattropiani, per l'evento "Saperi e sapori del territorio" riservato solo a 200 persone e organizzato dall'associazione sportiva e culturale Castellaro, presieduta da Nino Allegrino, grazie alla disponibilità del parroco don Giuseppe Cosa, che ha messo a disposizione lo spazio antistante l'edificio religioso. In programma, dopo una sosta agli stand presenti, che rappresentavano il meglio delle aziende artigianali del posto, anche un incontro con i vertici dell'ASP di Messina. L'Azienda



Sanitaria 5, che ha sposato il progetto di Brand Eolie, proprio quella sera ha presentato le novità per la tutela della salute di turisti e residenti eoliani: le quattro nuove golf car, una delle quali attrezzata con la barella spinale, messe a disposizione per rafforzare il sistema di emergenza sanitaria. A illustrare obiettivi e mezzi ai giornalisti ospiti di BE Giancarlo Niutta, direttore amministrativo dell'ASP 5, accompagnato da Giusy Lorio, responsabile della Casa della Comunità di Lipari, Enzo Picciolo, referente provinciale Emergenza-Urgenza dell'ASP e Sergio Quaranta, direttore del Distretto Sanitario di Lipari. "Dopo un iter complesso siamo riusciti a omologare questi mezzi, fondamentali per il soccorso nelle aree meno accessibili delle Eolie -ha spiegato Niutta. Inoltre, dalla prossima settimana sarà avviato anche un servizio di dialisi per i turisti che non possono interromperla, in collaborazione con l'Unità operativa di Nefrologia e Dialisi dell'ospedale di Taormina". "Servire una comunità significa anche e soprattutto prendersi cura della salute di chi risiede nel luogo o di chi lo sceglie per le vacanze -aggiunge Corrieri. Grazie quindi all'ASP che ha raccolto le istanze degli isolani e che ha dato prova di tenere alla salute degli eoliani e dei turisti". Poi l'aperitivo al tramonto, con lo sfondo impareggiabile di Alicudi, Filicudi e Salina, e subito dopo tutti da "A Za' Tonuzza" dove, mentre si gustava la cena supervisionata dallo chef Lucio Bernardi, (un'istituzione alle Isole, amatissimo dai gourmet di tutto il mondo e sempre presente alle iniziative di Brand Eolie), accompagnata dai vini della Cantina Criesa Vecchia, sono intervenuti gli imprenditori Antonello Cincotta (Grani Antichi Azienda Agricola Mandarano e Birra delle Eolie), Bartolina Cincotta (Il ventaglio) e Giuseppe e Tiziana Natoli (proprietari di A Za' Tonuzza). Contestualmente, le tante persone in piazza hanno assistito alle esibizioni dei Cantori Popolari delle Isole Eolie, delle band Panta rei e Sounds good e degli artisti Nicola Merlo e Rossano Giorgi.



Panarea e Stromboli le isole da scoprire durante l'ultimo giorno del tour. Ma prima c'è il tempo per fare un salto all'Eolian Bunker, società che dagli anni '70 garantisce i rifornimenti di benzina e gasolio senza limiti di quantità, garantendo servizi di altissimo livello anche grazie al proprio pontile in ferro lungo 50 metri, situato nella baia di Marina Lunga, tramite 11 erogatori suddivisi per tipologia di prodotto. Sempre in tema di servizi offerti alla nautica da diporto, per la clientela più esigente c'è Lipari Service di Salvatore Natoli, che mette a disposizione non solo il proprio approdo galleggiante, ma anche personale specializzato per servizi personalizzati, dalle cene esclusive a bordo agli eventi a terra. Panarea e Stromboli, dicevamo. Affascinante ed esclusiva la prima, con le sue spiagge e i suoi vicoli, misteriosa e affascinante la seconda. A raccontarla Dario Famularo, presidente dell'Associazione Balneari di Stromboli, che dopo un giro nel centro dell'isola fino a piazza San Vincenzo per far ammirare lo splendido panorama che si affaccia sul mare e su Strombolicchio e un doveroso passaggio davanti alla casa nella quale la tre volte premio Oscar Ingrid Bergman ha vissuto durante le riprese del film "Stromboli", diretto dal futuro marito Roberto Rossellini, ha condotto la stampa nell'atelier di Salvatore Russo, noto scultore e maestro artigiano, che ha affascinato i giornalisti con le proprie opere e con il racconto di come nel 2009 ha scoperto l'arte. Un po' di relax al lido Blackbeach a Ficogrande e poi di nuovo in mare, con i vini della Cantina Colosi descritti e fatti degustare da Marianna Colosi, per ammirare la Sciara del Fuoco e poi rientrare. La chiusura ufficiale del tour press a Lipari, con un apprezzatissimo farewell dinner di specialità eoliane al ristorante L'angolo del pesce, cucinato alla perfezione sotto la supervisione dello chef Bernardi e della padrona di casa, la chef Antonella Calabrò.

"Sono stati giorni impegnativi per noi di Brand Eolie e anche per tutte le aziende che si sono messe a disposizione -commenta Daniele Corrieri. A loro va tutta la nostra riconoscenza: siamo partiti a gennaio con pochi imprenditori e adesso fanno rete con noi oltre 120 imprese locali che danno lavoro a più di 1.500 dipendenti. Come ho già spiegato, il nostro obiettivo è quello di far lavorare queste imprese e queste persone 10 mesi su 12.

Qui abbiamo tutto, con il nostro impegno e la nostra testardaggine, negli ultimi sei mesi abbiamo dimostrato che unire le forze senza personalismi porta a grandi risultati. La stampa italiana e straniera che ci è stata vicina, ha creduto nel nostro progetto e ci ha permesso di ottenere 45 milioni di contatti certificati. E tutto questo senza fare ricorso a fondi pubblici. Stiamo già lavorando al prossimo tour press e puntiamo a 100 milioni di contatti certificati entro la fine del 2026. Abbiamo dimostrato che le Eolie possono dare molto e lo abbiamo fatto da soli: spetta adesso alle istituzioni fare la propria parte, garantendo infrastrutture e supporto agli imprenditori, perché per una vera svolta serve una legge per le isole minori. Come del resto promesso a ottobre dell'anno scorso da alcuni ministri e, in particolare, da Roberto Calderoli, titolare del dicastero per gli Affari regionali e autonomie, nel corso degli Stati Generali delle isole minori convocati a Lipari".



Brand Eolie ringrazia:

i patrocini istituzionali della Regione Siciliana, assessorato Turismo, Sport e Spettacolo, della Città Metropolitana di Messina e della Camera di Commercio di Messina;

i main partner Caronte&Tourist, Eolian Bunker, Isole d'Italia, Liberty Lines e Siremar;

i partner A' Biddikkia, Aeolian Charme Collection, Aeolian Escape, Aeolian Security, Aeolian Service, Associazione Balneare Isole Eolie, Associazione Capperò delle Isole Eolie DOP, Associazione culturale e sportiva Castellaro, azienda agricola Roberto Rossello – Sapori Eoliani, Cantine Caravaglio, Cantine Colosi, Cantine Criesa Vecchia, Cantine Eolia, Cantine Fenech, Cantine Salvatore d'Amico, Cantine Virgona, Eolie Parking, Fratelli Laise, Giardina Tour, Grani Antichi Mandarano, hotel Aktea, hotel Amarea, hotel Carasco, hotel Casajanca, hotel Cuti Mare, hotel Gattopardo, hotel La Filadelfia, hotel Marina Palace, hotel Mea, hotel Oasi, hotel Pietra Pomice, hotel Tritone, hotel Villa Enrica, imbarcazioni Regina dei Mari e Vossia, La Perla delle Eolie, Lipari Service, Lo Nardo Accomodation, Oasi del Marano, pescheria Fantasie di Mare, Pescheria Lo Re, PrenotaSalina.it, Ravesi, residence La Giara, residence Il Ventaglio, Resort Capofaro, ristorante Da Filippino, ristorante Don Piricuddu, ristorante Il Capperò, ristorante I Tenerumi, ristorante L'angolo del Pesce; ristorante Signum, supermercati Danieri Bartolo, supermercati Spesa Mia, Taxi Panarea Paola e Angela, Therasia Resort Leading Hotels, Typography, trattoria A Za' Tonuzza, trattoria Da Gaetano.



