

**I MEDIA COREANI SBARCANO IN SICILIA PER RACCONTARE L’UVA
E LE TECNICHE COLTURALI PER FRONTEGGIARE IL “CLIMATE CHANGE”**
La YNA tra i vigneti di Mazara del Vallo per documentare la vendemmia di Colomba Bianca



La Corea strizza l’occhio ai vini siciliani. E lo fa con un reportage giornalistico che proprio in questi giorni ha visto a lavoro il corrispondente a Roma della YNA (*Yonhap News Agency Korea*) **Kim Chang Ho**, tra i vigneti di **Colomba Bianca**, la cooperativa vitivinicola siciliana che opera sul territorio di Trapani. La YNA è un’agenzia di stampa sudcoreana, con sede a Seul, che fornisce news, immagini e video ai media del Paese, che si sta occupando delle nostre eccellenze: da Palermo a Catania, dall’uva all’arancia rossa di Sicilia.

Il giornalista, in visita presso lo stabilimento produttivo dell’azienda di Mazara del Vallo ha approfondito le criticità legate alla siccità, ai cambiamenti climatici e alla carenza di

risorse idriche nell'Isola, per poi puntare l'attenzione sulla necessità di preservare e valorizzare i frutti di una terra che ha tutti i requisiti per puntare con successo ai mercati internazionali. Ad accoglierlo il presidente di cantine Colomba Bianca **Dino Taschetta**, la responsabile comunicazione e marketing **Marisa Leo** e l'enologo **Antonio Pulizzi**, che hanno illustrato la nostra vendemmia, i processi di gestione dei vigneti e le nuove tecniche colturali, nate con l'obiettivo di garantire la qualità della nostra uva in un contesto di *Climate Change*, che ha rivoluzionato le stagioni e le tempistiche legate ai più tradizionali schemi produttivi. «L'attenzione della YNA ci inorgoglisce – ha commentato il presidente **Taschetta** – grazie alla presenza del giornalista abbiamo avuto l'opportunità di raccontare e far toccare con mano la qualità della nostra uva e la bontà dei nostri vini. Sul tavolo, i progetti messi in campo per affrontare il caldo e i fenomeni legati alla siccità; i nostri obiettivi di export - Colomba Bianca oggi esporta stabilmente in 26 nazioni e in diversi continenti – e tutte le iniziative portate avanti per promuovere il brand “Sicilia”, conosciuto oramai in tutto il mondo».

