



NON SIAMO ROMPI PALLE! E NEANCHE MESTRUATE E ISTERICHE

LE DONNE ITALIANE DICONO BASTA AGLI STEREOTIPI

- **Lo rivela una recente ricerca sulla forza interiore femminile commissionata da Special K**
- **Le donne con figli e le over 50 si dimostrano le più forti e le più consapevoli della loro forza interiore**
- **La mamma è un modello ispirazionale per la forza interiore. Seguono Rita Levi Montalcini e Madre Teresa di Calcutta**
- **Giorgia Surina e Giusy Versace ambasciatrici della forza interiore per Special K**

Milano, 4 Ottobre 2016 – Le donne italiane si ribellano alle etichette con cui molto spesso le più forti tra di loro vengono identificate e chiedono un nuovo lessico rispettoso del loro valore e della loro forza.

Lo conferma una recente ricerca*commissionata da **Special K** e che ha coinvolto un campione di donne italiane, alle quali è stato chiesto di stilare **l'elenco delle parole che non vorrebbero più sentire e quelle che invece contribuiscono a celebrare la forza interiore femminile nella società.**

La classifica delle **5 parole che secondo le italiane sminuiscono la forza di una donna** vede al primo posto **mestruate** e **isterica** al secondo. Seguono **rompi palle**, **stronzetta** e **prima donna**. Il 63% delle intervistate è convinta che, ogni volta che le espressioni della loro forza vengono qualificate con questo genere di aggettivi, la loro forza ne esca indebolita e ferita. E pensano che queste definizioni andrebbero eliminate dal vocabolario comune.

*«Le parole ritenute poco tollerabili da parte delle donne sono quelle che le etichettano in modo svalutante fondandosi sugli stereotipi legati alla “donna lavoratrice” o alla “donna forte” – ha commentato la **psicologa e psicoterapeuta Laura Duranti**. - Come stereotipi sono particolarmente irritanti poiché tendono ad inquadrare qualsiasi donna nello stesso cliché riducendola al solo essere donna e stressandone le caratteristiche prettamente femminili (diresti mai ad un uomo che è “mestrutato” o “isterico”?) ed è questo che li rende meno tollerabili, perché la attaccano in quanto donna e non in quanto persona».*

Mentre oltre il 65% del campione in età tra i 50 e 65 anni ritiene che il pregiudizio espresso da queste parole non abbia impatti sulla loro capacità di essere sempre e comunque se stesse. Molto diversa è la valutazione delle donne giovani: oltre il 58% delle intervistate tra i 18 e i 34 anni, se descritto in questo modo, si sente meno saldo nella propria determinazione a essere fedele a se stessa.

Tra le parole più amate che, secondo il campione, definiscono meglio una donna forte troviamo nell'ordine: **determinata**, **sicura di sé**, **coraggiosa**, **intraprendente** e **coerente**. Termini che delineano in modo concreto e qualitativo, e non emozionalmente aggressivo, una solidità interiore e una chiarezza di intenti su cui basare e costruire la propria vita.

L'86% delle italiane pensa di poter contare su una considerevole forza interiore; le donne con figli e quelle con più di 50 anni sono quelle che sono convinte di possederne più della media.

Secondo quanto rilevato dalla ricerca, inoltre, circa una donna su due afferma di avere un modello femminile di forza interiore. Nella classifica dei tre esempi ispirazionali più forti troviamo al primo posto una figura fondamentale come la **mamma**. A seguire rispettivamente, Rita Levi Montalcini al secondo e Madre Teresa di Calcutta al terzo sono le due icone di solidità femminile in cui le donne italiane riconoscono un modello di forza interiore a cui ispirarsi.

*Ricerca condotta dall'istituto di ricerca Opinion Matters per Special K su un campione di 1000 donne italiane dai 18 ai 65 anni

La ricerca è parte della nuova campagna di Special K “La Forza è...”, nata con l’obiettivo di arrivare al cuore della forza femminile e celebrarne ogni giorno le sue espressioni.

Ambasciatrici ed esempi concreti dell’impegno di Special K contro questi stereotipi verbali sono **Giorgia Surina** e **Giusy Versace** due modelli femminili di vera forza interiore.

«*Mi sono molto riconosciuta nella parola “coraggiosa” – ha dichiarato l’attrice e conduttrice radiofonica Giorgia Surina. Essere coraggiose significa saper sorridere anche nei momenti difficili, anche quando va tutto storto, anche quando vorresti solo piangere e lamentarti. Ed è sempre il coraggio delle donne che invece fa esplodere sul loro viso quel sorriso contagioso e disarmante anche per il più avverso dei destini. E con coraggio, anche se ha paura, una donna affronta tutto. Così ho fatto anche io nella mia vita ed è per questo che sento davvero mia la parola “coraggiosa”. Chi ha coraggio ha certamente anche una grandissima forza interiore.*»

«*Come molte donne italiane sono stanca di sentire utilizzare l’appellativo “Prima Donna” riferito alle donne che sono state capaci di distinguersi e avere successo e soddisfazioni nella loro vita privata e professionale – ha dichiarato l’atleta paralimpica Giusy Versace. Essere protagoniste e padrone delle propria vita è un grande risultato di forza interiore. A seguito del mio incidente ho lottato duramente con me stessa per poter riprendere a camminare e non mi sono mai arresa, allenandomi tutti i giorni per tornare a vincere personalmente e professionalmente. Per questo sono una prima donna? Non credo! Penso solo di avere una grande forza interiore.*»

Come nutrire questa forza interiore? Il 70% delle donne intervistate ha identificato **la colazione** come il momento per ricaricarsi e partire con il piede giusto per affrontare la giornata.

Per dare il suo contributo per nutrire la forza interiore delle donne, Special K ha lanciato un prodotto innovativo: Special K nutri-mi™, una gustosa combinazione di fiocchi e agglomerati multicereali con semi di lino e girasole per iniziare con forza, allegria e gusto ogni giornata.

Special K nutri-mi™ è la risposta di Special K per nutrire la forza interiore delle donne grazie al suo mix esclusivo di fibre, fiocchi di frumento integrale, fiocchi multicereali, ferro, vitamine D e B dal sapore delizioso; è disponibile in due varianti, una con frutta secca e semi e l’altra con frutti di bosco.

Special K Nutri-mi contiene $\geq 15\%$ dei valori nutritivi di riferimento di acido folico e ferro che contribuiscono alla riduzione della stanchezza e dell’affaticamento e $\geq 15\%$ dei valori nutritivi di riferimento di vitamina D che contribuisce al mantenimento di ossa normali. Parte di una dieta varia ed equilibrata e di uno stile di vita sano.

A proposito di Kellogg

In Kellogg Company (NYSE: K), ci impegniamo per migliorare e soddisfare il mondo con food e brand di valore. Con vendite pari a 14,6 miliardi di dollari nel 2014 e più di 1.600 prodotti, Kellogg è l’azienda leader mondiale nei cereali; il secondo più grande produttore di biscotti, cracker e snack salati, azienda leader in Nord America nei cibi surgelati.

In Italia i primi prodotti Kellogg’s® sono stati commercializzati fin dall’inizio del 1930 e nel 1987 è stata costituita Kellogg Italia S.p.A

I marchi disponibili sul mercato italiano nei comparti dei cereali pronti per la prima colazione, degli snack a base di cereali e degli snack salati – Kellogg’s Corn Flakes®, Special K®, Coco Pops®, Miel Pops®, Kellogg’s Choco Krave®, Rice Krispies®, All Bran®, Frosties®, Kellogg’s Extra®, Nice Morning®, Nutri Grain® e Pringles® - offrono un contributo per nutrire le famiglie e aiutarle a crescere.

Attraverso la nostra iniziativa Breakfast for Better Days™ forniremo 1 miliardo porzioni di cereali e snacks – oltre la metà delle quali sono colazioni – ai bambini e famiglie in difficoltà di tutto il mondo entro la fine del 2016.

Per saperne di più, puoi collegarti ai siti www.kelloggcompany.com oppure www.kelloggs.it, seguirci su Twitter @KelloggCompany, [YouTube](https://www.youtube.com) e su [Social K](https://www.facebook.com).

UFFICIO STAMPA KELLOGG ITALIA

Carla Triglia – carla.triglia@mslgroupp.com
Tel: 02 77336263

KELLOGG ITALIA

Sara Faravelli – sara.faravelli@kellogg.com
Mob: 3428911313