

ΤΑ ΠΡΩΤΑ PLANT BASED ΜΕ ΚΑΤΑΓΩΓΗ...ΤΗΝ ΚΡΗΤΗ!



ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΜΕ
90% 
ΛΙΓΟΤΕΡΟ ΠΛΑΣΤΙΚΟ

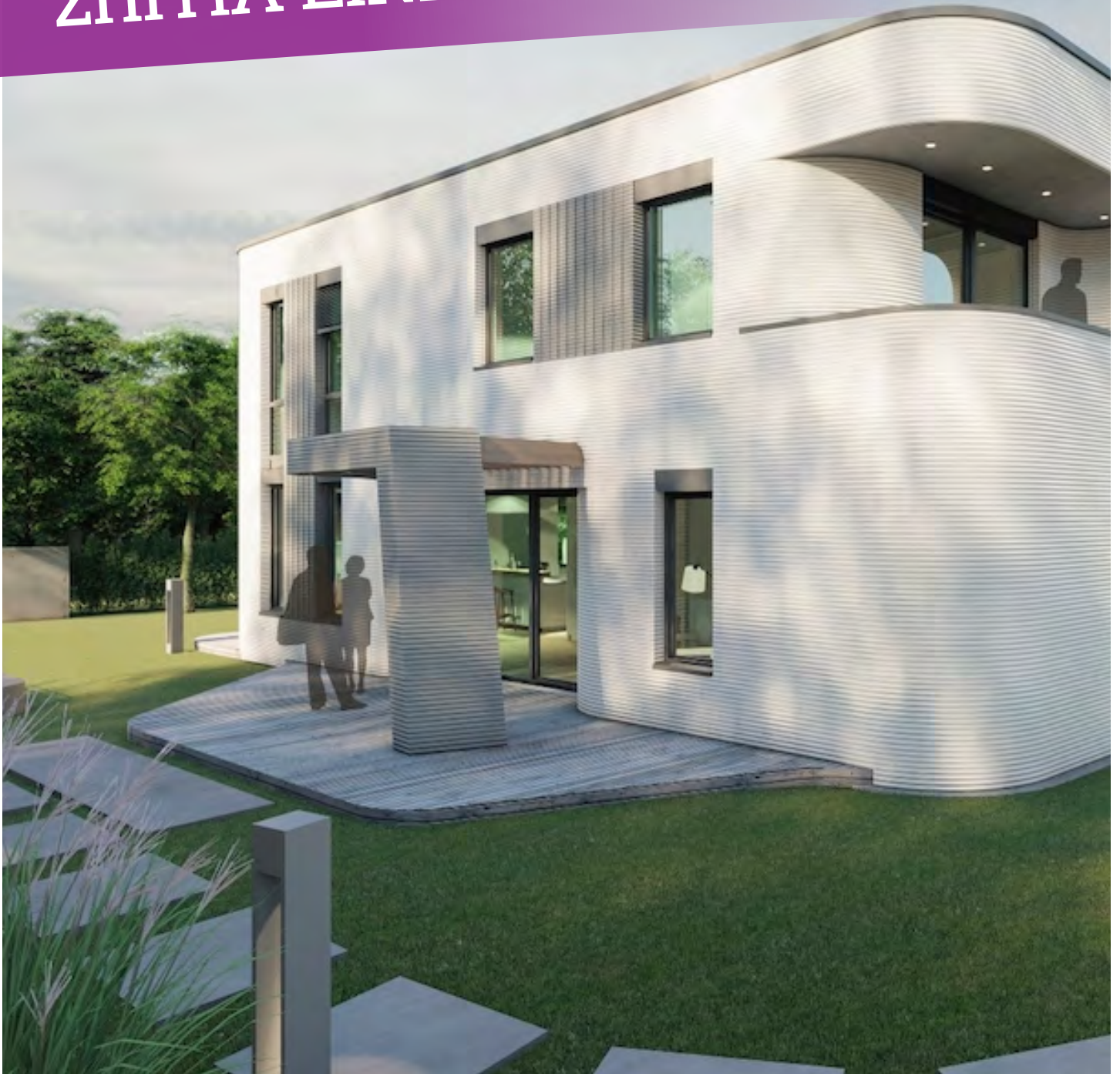
Η CAMPOFARM εξελίσει τη σύγχρονη διατροφή!

Με σεβασμό στον άνθρωπο αλλά και στο περιβάλλον, παρουσιάζει μια σειρά Φυτικής Προέλευσης προϊόντων, που υποστηρίζουν έναν υγιεινό τρόπο ζωής, με υψηλή διατροφική αξία, σέβονται την ισορροπία της φύσης και παράγονται με Κρητικό Εξαιρετικό Παρθένο Ελαιόλαδο και βότανα. Τα CampoFarm είναι τα πρώτα Plant Based στην Ελλάδα που συσκευάζονται σε χάρτινο δισκάκι, από FSC χαρτί με ενδείξεις και σε μέθοδο Braille.



SAY *yes* to the **press**

ΤΑ 3D ΕΚΤΥΠΩΜΕΝΑ
ΣΠΙΤΙΑ ΕΙΝΑΙ ΕΔΩ!



HAPPY
45

ΚΑΘΕ ΜΕΡΑ
45 ΤΥΧΕΡΟΙ
ΚΕΡΔΙΖΟΥΝ
ΤΑ ΨΩΝΙΑ ΤΟΥΣ!

1 ΤΥΧΕΡΟΣ
ΚΕΡΔΙΖΕΙ
ΗΛΕΚΤΡΙΚΟ
ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟ
ΑΞΙΑΣ 40.000€



Αυτόν τον Απρίλιο, εμείς γιορτάζουμε, εσείς κερδίζετε!

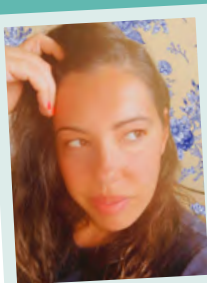


μασούτης
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΑ

Ισχύει έως 30/4/2022

Περισσότερες πληροφορίες στο www.masoutis.gr





Φτιάξε καφέ να στα πω...

Καλημέρα αγαπημένοι μου **SayYessers!!!**

Σήμερα λέω να σου μιλήσω για το Full Life Framework.

Το Full Life Framework είναι 5 απλές αρχές ζωής που μπορούν να μας βοηθήσουν να πετύχουμε μία πληρέστερη και πιο ουσιαστική ζωή.

1. Αποστολές της Ζωής

Οι αποστολές ζωής είναι οι βασικές πτυχές της ζωής μας που την κάνουν να αξίζει. Η εκπλήρωση αυτών των αποστολών είναι αυτό που δίνει στη ζωή μας νόημα, χαρά και πληρότητα.

Μια αποστολή ζωής μπορεί να είναι η εκπλήρωση ενός στόχου ή ενός ονείρου. Ή μπορεί να είναι μια αποστολή για τις σχέσεις σας με την οικογένειά σας. Μπορεί να σχετίζεται με την υγεία, τη φυσική κατάσταση ή άλλες πτυχές της ζωής σας.

Ο καθένας μας έχει αποστολές ζωής, είτε το ξέρουμε είτε όχι. Είναι προγραμματισμένες στο υποσυνείδητό μας και εξηγούν τους λόγους που για κάποια πράγματα νοιαζόμαστε περισσότερο. Όμως για να πάρουμε τον έλεγχο, πρέπει να αναγνωρίσουμε συνειδητά τι είναι αυτό που μας κάνει να σηκώνομαστε από το κρεβάτι κάθε μέρα.

2. Συμβιβάζομαστε με τη μέθοδο, όχι με την αποστολή

Η αγνόηση ή η θυσία των αποστολών της ζωής μας προκαλεί πόνο και ταλαιπωρία. Προκαλεί χρέος... και όσο περισσότερο το αγνοούμε, τόσο περισσότερο τόκοι συσσωρεύονται.

Το 99% των ανθρώπων συμβιβάζεται με την αποστολή. Θυσιάζουμε, ότι είναι πραγματικά σημαντικό πιστεύοντας ότι αξίζει τον κόπο.

Είναι σαν να εγκαταλείπεις τα όνειρά σου γιατί πιστεύεις ότι είναι ο μόνος τρόπος να γίνεις σπουδαίος γονιός... Ή να θυσιάζεις τις σχέσεις που είναι πραγματικά σημαντικές για σένα για να προχωρήσεις στην καριέρα σου.

Αλλά ξέρεις τι; Ποτέ δεν αξίζει τον κόπο. Αυτού του είδους οι θυσίες καταλήγουν μόνο στο να μας προκαλούν λύπη.

Το πρόβλημα είναι ότι οι περισσότεροι άνθρωποι πιστεύουμε πως δεν έχουμε επιλογή. Κι όμως, πάντα υπάρχει επιλογή. Γι' αυτό πιστεύουμε στον "Συμβιβασμό της μεθόδου", όχι στην αποστολή.

Πάντα υπάρχει τρόπος. Μπορούμε πάντα να αλλάξουμε τον τρόπο που κάνουμε τα πράγματα, αντί απλά να εγκαταλείψουμε την προσπάθεια. Αλλά για να μπορέσουμε να έχουμε την επιλογή, χρειαζόμαστε τις κατάλληλες δεξιότητες και τη σωστή νοοτροπία.

3. Νοοτροπία Προόδου

Πρώτα, πρέπει να απελευθερωθούμε από το βάρος που φέρει η νίκη ή η ήττα. Επειδή φοβόμαστε τόσο πολύ την απώλεια που δεν δίνουμε ποτέ στον εαυτό μας την ευκαιρία για αληθινή ανάπτυξη.

Μια νοοτροπία προόδου δεν ενδιαφέρεται για την «επιτυχία» ή την «αποτυχία». Νοιάζεται μόνο για την πρόοδο. Όσο μπορείς να "παράγεις" ανάπτυξη και βελτίωση, έχεις πετύχει. Εφόσον σημειώνουμε πρόοδο κάθε φορά... τελικά είμαστε κερδισμένοι.

Φανταστείτε να εφαρμόσουμε αυτόν τον τρόπο σκέψης σε διαφορετικές πτυχές της ζωής μας!

4. Συστήματα Αυτοελέγχου

Δεν αρκεί μόνο να έχουμε νοοτροπία προόδου. Δεν γίνεται κάτι αν απλά το σκεφτούμε! Πρέπει να είμαστε σε θέση για "συνεπή δράση".

Συνεπής σημαίνει να ακολουθώ τακτικές, μακροπρόθεσμες, ποιοτικές ενέργειες. Αλλά αυτό απαιτεί πολλή θέληση και ενέργεια. Πρέπει να είμαστε σε θέση να αναλάβουμε δράση αβίαστα. Και εκεί είναι που παίζουν τα Συστήματα Αυτοελέγχου. Αυτά είναι τα συστήματα που μας δίνουν τη δυνατότητα να προγραμματίσουμε τα κανονικά μοτίβα σκέψης και τις ρουτίνες μας στη ζωή. Έτσι, η ανάληψη δράσης για τις αποστολές της ζωής μας γίνεται κάτι που κάνουμε ασυνείδητα... τόσο αβίαστα όσο παρακολουθούμε τηλεόραση.

Θέλεις να μάθεις ποια είναι η πραγματική διαφορά μεταξύ των κορυφαίων και όλων των άλλων; Οι κορυφαίοι στο είδος τους ενσωματώνουν την επιτυχία στη ζωή τους συστηματικά!

5. Πολλαπλασιαστές Ζωής

Οι Πολλαπλασιαστές ζωής γνωστοί και ως Life Multipliers είναι οι βασικές δεξιότητες που προάγουν και αναβαθμίζουν τη ζωή μας.

Αντί για συγκεκριμένες παραδοσιακές δεξιότητες, όλοι χρειαζόμαστε πολλαπλασιαστές ζωής. Γιατί; Γιατί για να ζήσεις αληθινά μια γεμάτη ζωή δεν μπορείς να σκέφτεσαι και να ενεργείς όπως ο μέσος άνθρωπος.

Οι πολλαπλασιαστές ζωής είναι βασικές δεξιότητες που μπορούν να μας προσφέρουν τεράστια κέρδη σε πολλές πτυχές της ζωής μας ταυτόχρονα. Είναι σαν θεμελιώδεις δεξιότητες που ζωντανεύουν την αυτοπεποίθηση, την ικανότητα και την αποτελεσματικότητά μας σε ένα εντελώς νέο επίπεδο.

Tip of the Day: Δεν τελειώσαμε εδώ! Φτιάξε και αύριο καφέ να στα πω, για το πως θα κάνεις πράξη και θα εντάξεις στην καθημερινότητά σου αυτά που σου περιέγραφα παραπάνω... Γιατί κανένας δε θα σε κάνει πραγματικά ευτυχισμένο αν δεν νιώσεις την ευτυχία να πηγάζει πρώτα από μέσα σου!

Κλαίρη Στυλιάρη
Chief of SayYessers
claire@sayyescomm.gr

Τα 3D εκτυπωμένα σπίτια είναι εδώ!

Στο μέλλον θα μένουμε σε εκτυπωμένα σπίτια λένε κάποιοι. Το μέλλον ωστόσο είναι ήδη εδώ...



Η αγορά σπιτιού είναι... ακριβή υπόθεση, γι' αυτό και η απόκτηση οικονομικών κατοικιών είναι ένα μεγάλο στοίχημα.

3D σπίτια - Πώς έγινε η αρχή

Η SQ4D είναι μία αμερικανική εταιρεία που σχεδίασε έναν βιομηχανικού μεγέθους 3D εκτυπωτή προκειμένου να μπορεί να εκτυπώσει ένα 3D Printed σπίτι σε πραγματικό μέγεθος στην περιοχή που επιθυμεί ο ιδιοκτήτης του. Μπορεί να ακούγεται απίστευτο, όμως η εκτύπωση και η κατασκευή του σπιτιού γίνεται με μπετόν. Η SQ4D τοποθετεί τον τρισδιάστατο εκτυπωτή στον χώρο που θα χτίσει το σπίτι μέσα σε 6 με 8 ώρες. Σε μόλις δύο ημέρες μπορεί να είναι πανέτοιμο ένα 3D Printed σπίτι 580 τετραγωνικών μέτρων! Πώς γίνεται αυτό; Αρχικά ο εκτυπωτής απλώνει το μπετόν σε στρώματα και δημιουργούνται τα θεμέλια. Στη συνέχεια σειρά έχουν οι εσωτερικοί και εξωτερικοί τοίχοι του σπιτιού.

Σπίτι σε 24 ώρες!

Τον Δεκέμβριο του 2016, η Apis Co, μία startup με έδρα της το Σαν Φρανσίσκο, σε συνεργασία με τη ρωσική κατασκευαστική Prik, χρησιμοποίησε έναν φορητό 3D εκτυπωτή για να κατασκευάσει σε μόλις 24 ώρες την



πρώτη πλήρως εκτυπωμένη κατοικία στον πλανήτη. Ένα σπίτι 38 τετραγωνικών μέτρων, φουτουριστικού design που διαθέτει σαλόνι, κρεβατοκάμαρα και μπάνιο.

Τα + του 3D εκτυπωμένου σπιτιού

Ένα από τα πιο σημαντικά πλεονεκτήματα ενός τρισδιάστατου εκτυπωμένου σπιτιού είναι η ανθεκτικότητά του. Για ένα 3D εκτυπωμένο σπίτι χρησιμοποιείται μίγμα τσιμέντου υψηλής αντοχής. Επίσης, μιλάμε για μία διαδικασία που δεν είναι ούτε



χρονοβόρα ούτε κοστοβόρα συγκριτικά με την αγορά ενός συμβατικού σπιτιού. Δεδομένου ότι πρόκειται για μία αυτοματοποιημένη κατασκευαστική διαδικασία γνωρίζουμε από την αρχή την ποσότητα του υλικού που θα χρειαστεί για την κατασκευή του σπιτιού. Έτσι, εκτός του ότι αποφεύγονται τα περιττά έξοδα, περιορίζονται και τα οικοδομικά απόβλητα.

Το πρώτο χωριό όπου όλα τα σπίτια είναι εκτυπωμένα!

Στην Nacajuca, που βρίσκεται στο Μεξικό, ο μη κερδοσκοπικός οργανισμός New Story σε συνεργασία με την κατασκευαστική εταιρεία Échale και την τεχνολογική εταιρεία Icon καατοκέασαν κατά τη διάρκεια του προηγούμενου έτους σπίτια για Μεξικανούς που αντιμετωπίζουν σοβαρά οικονομικά προβλήματα. Τα σπίτια έχουν επιφάνεια 47 τετραγωνικών μέτρων και διαθέτουν δύο υπνοδωμάτια, κουζίνα και μπάνιο. Αξίζει να αναφερθεί ότι οι περισσότεροι κάτοικοι της υποβαθμισμένης περιοχής ζούσαν έως τότε σε αυτοσχέδια, τσίγκινα σπίτια. Αν και τα σπίτια είναι μικρά, είναι ανθεκτικά καθώς η Nacajuca βρίσκεται σε σεισμική ζώνη. Τα σπίτια μάλιστα έχουν περάσει και crash test αφού μετά την εγκατάστασή τους σημειώθηκε σεισμός 7,4 Ρίχτερ στην περιοχή και όλα παρέμειναν άθικτα.



Τι είναι το Coachella και τι σχέση έχει με την Absolut Vodka;

Η Absolut Vodka, που ανήκει στην Pernod Ricard, στήνει ένα κατάστημα στο metaverse για να σηματοδοτήσει την επιστροφή της Coachella μετά από μερικά ταραχώδη χρόνια. Η εικονική εγκατάσταση έχει σκοπό να επιστήσει την προσοχή στη μακροχρόνια χορηγία της Absolut στην Coachella, διευρύνοντας παράλληλα το αποτύπωμά της πέρα από την εκδήλωση στον ευρύτερο ψηφιακό κόσμο.



Η τριώροφη εγκατάσταση, γνωστή ως Absolut.Land, επιχειρεί να συνδυάσει την πραγματική και την εικονική παρουσία της μάρκας. Ένα κτίριο της Decentraland είναι φτιαγμένο για να μοιάζει με ένα μπουκάλι Absolut που οι επισκέπτες μπορούν να εξερευνήσουν. Ένα περίπτερο θα είναι επίσης διαθέσιμο στη σκηνή Absolut στο Coachella. Οι άνθρωποι που επισκέπτονται τη σκηνή θα μπορούν να προσελκύουν μπαρ στον εικονικό κόσμο και να διανέμουν φορητές συσκευές σε όσους επισκέπτονται τον χώρο του μετασύμπαντος στο σπίτι. Η ενεργοποίηση προέρχεται από την επιθυμία να συνδεθεί περαιτέρω η επωνυμία Absolut με το μουσικό φεστιβάλ, σύμφωνα με την Pam Forbus, επικεφαλής μάρκετινγκ της Pernod Ricard στη Βόρεια Αμερική.

“Πώς γινόμαστε γνωστοί επειδή είμαστε στο Coachella; Δεν ξέρω πόσοι ήξεραν ακόμη και ότι η Absolut ήταν η επίσημη βότκα της Coachella... Πώς λοιπόν μπορούμε να ενισχύσουμε αυτή τη συνεργασία και να γίνουμε γνωστοί για αυτήν”, είπε ο Forbus.

Μια πολυεπίπεδη προσέγγιση

Ο πρώτος όροφος του Absolut.Land είναι φτιαγμένος για να μοιάζει με ένα εικονικό μπαρ, όπου ένας εικονικός μάγιστρος μοιράζει φορετά είδη και συνταγές για

κοκτέιλ από την πραγματική ζωή αναβιβάζονται σε μια μεγάλη οθόνη. Χρησιμοποιώντας έναν θάλαμο κατά της βαρύτητας, οι καταναλωτές μπορούν να πετάξουν μέχρι τους άλλους δύο ορόφους και τον κήπο στον τελευταίο όροφο. Στον δεύτερο όροφο, οι χρήστες μπορούν να καθοδηγήσουν το avatar τους μέσα από μια συλλογή εμβληματικών διαφημίσεων Absolut και να βγάλουν selfies. Στον τρίτο όροφο, μπορούν να εξερευνήσουν την αίθουσα Pride με θέμα το ουράνιο τόξο, όπου θα δοθούν φορητές συσκευές σε όσους δημοσιεύουν την εμπειρία τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Στην ταράτσα, οι καταναλωτές θα έχουν επίσης την ευκαιρία να ακούσουν το νέο άλμπουμ των Swedish House Mafia, “Paradise Again”. Το άλμπουμ είναι το πρώτο από το συγκρότημα από τότε που επανενώθηκε το 2018.

Ο εικονικός χώρος metaverse θα περιλαμβάνει επίσης εικονικά κοκτέιλ, παιχνίδια και δώρα. Όσον αφορά την εμπορική ολοκλήρωση, κανένα πραγματικό μπουκάλι Absolut δεν θα είναι διαθέσιμο για αγορά στον χώρο του metaverse. Ωστόσο, χώροι που μοιάζουν με μηχανήματα αυτόματης πώλησης που είναι διάσπαρτοι σε όλη την εγκατάσταση θα ωθήσουν τους χρήστες να εισαγάγουν τους ταχυδρομικούς κωδικούς τους και να κατευθυνθούν εκεί όπου μπορούν να αγοράσουν ένα μπουκάλι αλκοολούχο ποτό μετά την ενεργοποίηση.

Το Absolut.Land είναι το πιο πρόσφατο σε μια μακρά σειρά ενεργοποιήσεων μεταστροφών από μάρκες αλκοόλ. Κατά τη διάρκεια του Super Bowl, ο Miller Lite άνοιξε ένα bar metaverse, ενώ η Heineken και ο Jose Cuervo ακολούθησαν τις ζυθοποιίες metaverse. Το metaverse προσφέρει στις επωνυμίες έναν μοναδικό τρόπο προσέγγισης των καταναλωτών και οι επωνυμίες αλκοόλ θέλουν να είναι πρώτοι μέρος αυτού του κινήματος. Καθώς αυτές οι ενεργοποιήσεις γίνονται πιο mainstream, οι επωνυμίες θα πρέπει να βρουν τρόπους να διακριθούν σε μια ολοένα και πιο γεμάτη αγορά.

Ανάμεσα σε κόσμους

Με την ενεργοποίηση της Absolut, το αλκοόλ δεν είναι το μόνο πράγμα που προσελκύει τους χρήστες στο χώρο. Η δυνατότητα λήψης ενός δωρεάν NFT που σχεδιάστηκε από τη Susan Alexandra όχι μόνο θα ενθαρρύνει τους ανθρώπους να εμφανιστούν, αλλά και θα μοιραστούν την εμπειρία τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι θαυμαστές του Swedish House Mafia μπορεί να παρακινηθούν να δημιουργήσουν ένα avatar μόνο και μόνο για να ακούσουν αποκλειστικά το νέο άλμπουμ του γκρουπ.

Η Absolut είχε μια μακροχρόνια σχέση με τη Swedish House Mafia, η οποία συνεργάστηκε για πρώτη φορά με τη μάρκα πριν από 10 χρόνια.

Εκτός από την υπάρχουσα συνεργασία με τη Swedish House Mafia, η Absolut.Land αγκαλιάζει τους συλλόγους Pride της. Η επωνυμία είναι εδώ και πολύ καιρό χορηγός οργανισμών και εκδηλώσεων LGBTQ+ και τώρα μπορεί να ενισχύσει αυτή τη σύνδεση μέσω της αίθουσας Pride στον εικονικό χώρο.

Ο εικονικός κόσμος της Absolut δημιουργεί θόρυβο για την επιστροφή ενός δημοφιλούς μουσικού φεστιβάλ, ενώ παράλληλα επεκτείνει την προβολή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ο εικονικός χώρος έχει σχεδιαστεί για να ενθαρρύνει την αλληλεπίδραση των χρηστών τόσο στον πραγματικό όσο και στον εικονικό κόσμο.

«Αυτό που θα παρακολουθώ περισσότερο είναι πώς μπορούμε να ενθαρρύνουμε την κοινωνική αλληλεπίδραση τόσο στην πραγματική ζωή όσο και στο μετασύμπαν και μεταξύ των δύο κόσμων. Νομίζω ότι αυτό είναι πραγματικά μοναδικό», είπε ο Forbes. «Και θα είμαι στο έδαφος κάθε μέρα και θα το παρακολουθώ και θα βλέπω πώς λειτουργεί».

Τι είναι το Coachella;

Το Coachella Valley Music and Arts Festival (κοινώς αποκαλούμενο Coachella Festival ή απλά Coachella) είναι ένα ετήσιο φεστιβάλ μουσικής και τεχνών που πραγματοποιείται στο Empire Polo Club στο Indio της Καλιφόρνια, στην κοιλάδα Coachella στην έρημο του

Κολοράντο. Ιδρύθηκε από τους Paul Tollett και Rick Van Santen το 1999 και διοργανώνεται από την Goldenvoice, θυγατρική της AEG Presents. Στην εκδήλωση συμμετέχουν μουσικοί καλλιτέχνες από πολλά είδη μουσικής, συμπεριλαμβανομένου του ροκ, ποπ, indie, hip hop και ηλεκτρονική χορευτική μουσική, καθώς και καλλιτεχνικές εγκαταστάσεις και γλυπτά. Σε όλη την έκταση, πολλές σκηνές φιλοξενούν συνεχώς ζωντανή μουσική.

Η προέλευση του φεστιβάλ εντοπίζεται σε μια συναυλία του 1993 που οι Pearl Jam ερμήνευσαν στο Empire Polo Club ενώ μοϊκοτάρουν χώρους που ελέγχονται από την Ticketmaster. Η εκπομπή επικύρωσε τη βιωσιμότητα του ιστότοπου για τη φιλοξενία μεγάλων εκδηλώσεων, με αποτέλεσμα το εναρκτήριο Φεστιβάλ Coachella να πραγματοποιηθεί κατά τη διάρκεια δύο ημερών τον Οκτώβριο του 1999, τρεις μήνες μετά το Woodstock '99. Αφού δεν πραγματοποιήθηκε καμία εκδήλωση το 2000, το Coachella επέστρεψε σε ετήσια βάση ξεκινώντας τον Απρίλιο του 2001 ως μονοήμερη εκδήλωση. Το 2002, το φεστιβάλ επανήλθε σε διήμερη μορφή. Το Coachella επεκτάθηκε για τρίτη μέρα το 2007 και τελικά ένα δεύτερο Σαββατοκύριακο το 2012. Πλέον διεξάγεται διαδοχικά τριήμερα Σαββατοκύριακα του Απριλίου, με την ίδια σύνθεση κάθε Σαββατοκύριακο. Οι διοργανωτές άρχισαν να επιτρέπουν στους θεατές να κατασκηνώσουν στους χώρους το 2003, μια από τις πολλές επεκτάσεις και προσθήκες στην ιστορία του φεστιβάλ. Το φεστιβάλ δεν είχε πραγματοποιηθεί το 2020 και το 2021 λόγω ταξιδιωτικών περιορισμών και απαγόρευσης δημόσιων συγκεντρώσεων σε σχέση με την πανδημία COVID-19.

Το Coachella παρουσιάζει δημοφιλείς και καταξιωμένους μουσικούς καλλιτέχνες καθώς και ανερχόμενους καλλιτέχνες και επανενωμένα γκρουπ. Είναι ένα από τα μεγαλύτερα, πιο διάσημα και πιο κερδοφόρα μουσικά φεστιβάλ στις Ηνωμένες Πολιτείες και στον κόσμο. Κάθε Coachella που παρουσιάστηκε από το 2013 έως το 2015



έθεσε νέα ρεκόρ για τη συμμετοχή στο φεστιβάλ και τα ακαθάριστα έσοδα. Το φεστιβάλ του 2017 παρακολούθησαν 250.000 άτομα και συγκέντρωσε 114,6 εκατομμύρια δολάρια. Η επιτυχία του Coachella οδήγησε στην ίδρυση πρόσθετων μουσικών φεστιβάλ στο χώρο του Goldenvoice, συμπεριλαμβανομένου του ετήσιου φεστιβάλ κάντρι μουσικής Stagecoach που ξεκίνησε το 2007, του Big 4 thrash metal φεστιβάλ το 2011 και του κλασικού ροκ προσανατολισμού Desert Trip το 2016.

Η ομορφιά της απλότητας

Η Anna Maria Lambert εντυπωσιάζει μέσα από την απλότητα και την αυθεντικότητα των δημιουργιών της.

Η Anna Maria Lambert είναι γεννημένη δημιουργός. Προερχόμενη από καλλιτεχνική οικογένεια, από πολύ μικρή αναζητούσε τρόπους έκφρασης μέσα από την τέχνη. Πάντα είχε έφεση στη μόδα και στις χειρωνακτικές δημιουργίες. «Σε πρώτη φάση ασχολήθηκα με το κόσμημα. Ήθελα να παντρέψω διαφορετικούς πολιτισμούς και να δημιουργήσω το δικό μου στιλ. Οι συλλογές μου έχουν τη δική τους ταυτότητα, είναι ιδιαίτερες». Στη συνέχεια, μετά από

πρόταση μιας φίλης της wedding planner, που της ζήτησε να δημιουργήσει μία δική της εκδοχή στεφάνων, γεννήθηκαν τα πρώτα στέφανα Anna Maria Lambert με τη χαρακτηριστική ταυτότητά τους. «Έκανα μια εκδοχή του στιλ μου σε στέφανα. Ουσιαστικά σαν προέκταση της ήδη υπάρχουσας δουλειάς μου γεννήθηκαν τα στέφανα».

Λιτά αλλά εντυπωσιακά

«Πάντα κύριο χαρακτηριστικό των δημιουργιών μου είναι ότι συνδυάζουν τη λιτότητα με τον εντυπωσιασμό. Αυτό βγήκε και στα στέφανα.» δηλώνει η Anna Maria Lambert και συμπληρώνει: «Με ενδιαφέρει να ασχολούμαι με την ουσία των πραγμάτων. Ο γάμος είναι η ένωση δύο ανθρώπων, είναι κάτι ιερό. Είναι η ένωση δύο ψυχών. Είναι επομένως ιερό και το να φτιάχνεις ένα τόσο συμβολικό αντικείμενο που βοηθάει σε αυτή την ένωση. Τα στέφανα που δημιουργώ εξαρχής ήθελα να είναι απλά, ουσιαστικά, να χαρακτηρίζονται από καθαρότητα και λιτότητα, να διατηρούν τον συμβολισμό και φυσικά να είναι πολύ όμορφα και αυθεντικά. Γενικότερα ό,τι δημιουργώ θέλω να είναι αυθεντικό, μοναδικό και ιδιαίτερο. Μ' αρέσει πάντα να ακολουθώ τον δικό μου δρόμο, να είμαι αυθεντική στη δημιουργία μου και αυτό



αγάπησε ο κόσμος. Γι' αυτό και από πολύ νωρίς τα στέφανα είχαν μεγάλη απήχηση».

Η ιεροτελεστία της δημιουργίας...

«Για μένα, οι δημιουργίες μου είναι η προέκτασή μου» μας λέει η Anna Maria Lambert. «Είναι πολύ σημαντικό το κομμάτι της πρόθεσης στη δημιουργία. Η διαδικασία της δημιουργίας είναι κάτι σαν ιεροτελεστία. Κάνω πάντα ευχή και προσευχή για το ζευγάρι και είμαι πολύ συνειδητά επικεντρωμένη και αφοσιωμένη την ώρα της δημιουργίας των στεφάνων. Δεν θέλω να φτιάξω απλά ωραία στέφανα... και χαίρομαι γιατί οι νύφες μου λένε ότι αυτό το εισπράττουν, αισθάνονται τα στέφανα σαν φυλαχτά!». Απώτερος στόχος και επιθυμία της είναι «ό,τι δημιουργώ να ξευφώνει όποιον έρχεται σε επαφή μαζί του, να έχει μια μεταμορφωτική εμπειρία».





Από αριστερά προς τα δεξιά: Στέλλα Λίτου, General Manager Antenna TV, John Κοτσαύτης, CEO Ott Platform, Φωτεινή Ραζή, Executive Board Member

Avant Premiere για τη νέα, πολυαναμενόμενη σειρά του Γιώργου Καπουτζίδα «ΣΕΡΡΕΣ» στο Μουσείο Μπενάκη

Η πολυαναμενόμενη σειρά του Γιώργου Καπουτζίδα, «ΣΕΡΡΕΣ», σε σκηνοθεσία του Σταμάτη Πατρώνη, έκανε πρεμιέρα με διπλό επεισόδιο στις 11 Απριλίου, σε μια ειδική προβολή για δημοσιογράφους στο αμφιθέατρο του Μουσείου Μπενάκη, σηματοδοτώντας την αρχή των ANT1+ Originals, που θα εμπλουτίσουν το περιεχόμενο της νέας συνδρομητικής πλατφόρμας ANT1+. Ο Γιώργος Καπουτζίδης, μαζί με τον σκηνοθέτη Σταμάτη Πατρώνη και τους υπόλοιπους συντελεστές της σειράς, μίλησε στους προσκεκλημένους για την ιδέα του νέου του δημιουργήματος, ταξιδεύοντάς τους στην ιδιαίτερη πατρίδα του, τις Σέρρες. Αμέσως μετά την προβολή, οι καλεσμένοι είχαν την ευκαιρία να μιλήσουν με τον δημιουργό, τον σκηνοθέτη, αλλά και τους πρωταγωνιστές της σειράς, ανταλλάσσοντας απόψεις και σκέψεις.

Η νέα σειρά «ΣΕΡΡΕΣ» έκανε πρεμιέρα αποκλειστικά στη streaming πλατφόρμα ANT1+ στις 12 Απριλίου 2022 με διπλό επεισόδιο. Η σειρά αποτελείται από δέκα επεισόδια. Το νέο επεισόδιο θα είναι διαθέσιμο κάθε Παρασκευή μόνο στο ANT1+. Το κοινό θα μπορεί να απολαύσει τις «ΣΕΡΡΕΣ», όπως και άλλες ANT1+ Originals ελληνικές σειρές, αποκλειστικά στη συνδρομητική πλατφόρμα ANT1+, κάνοντας εγγραφή στο antennaplus.gr με 14 ημέρες δωρεάν δοκιμή και προσφορά γνωριμίας 4,99€ τον μήνα, για τους πρώτους τρεις μήνες.

THE NEWTONS LABORATORY: Ο Μεγάλος Συντελεστής της ταινίας «ΕΚΕΙ ΠΟΥ ΖΟΥΜΕ»



Το γνωστό βιβλίο του βραβευμένου Χρίστου Κυθρεώτη από τις εκδόσεις Πατάκη, «Εκεί που Ζούμε», παίρνει σάρκα και οστά στις οθόνες των κινηματογράφων σε σενάριο και σκηνοθεσία του καταξιωμένου κινηματογραφιστή Σωτήρη Γκορίτσα, και με τη στήριξη της εταιρείας διαφήμισης και επικοινωνίας The Newtons Laboratory σε ρόλο συμπαραγωγής. Η ταινία «ΕΚΕΙ ΠΟΥ ΖΟΥΜΕ» είναι η αφήγηση της ημέρας των γενεθλίων ενός νεαρού δικηγόρου που έρχεται αντιμέτωπος με τις προκλήσεις και τις δυσκολίες της ζωής και των υποχρεώσεων του ως ενήλικας εργαζόμενος, φίλος, οικογενειάρχης και άνθρωπος.

Οι πρωταγωνιστές της επερχόμενης ταινίας «ΕΚΕΙ ΠΟΥ ΖΟΥΜΕ» είναι μεταξύ άλλων ο Προμηθέας Αλειφερόπουλος, ο Στέλιος Μάινας, ο Μάκης Παπαδημητρίου, η Μαρία Καλλιμάνη, ο Γεράσιμος Σκιαδαρέσης, η Λένα Κιτσοπούλου. Η παραγωγή της ταινίας είναι μια δημιουργική σύμπραξη της Black Tree του Ηρακλή Μαυροειδή και της The Newtons Laboratory με συμπαραγωγή του Ελληνικού Κέντρου Κινηματογράφου (ΕΚΚ) και της εταιρείας Ελληνική Ραδιοφωνία Τηλεόραση (ΕΡΤ), η μουσική είναι του Νίκου Πορτοκάλογλου, η διεύθυνση φωτογραφίας του Διονύση Ευθυμίου, ενώ την διανομή της ταινίας στους κινηματογράφους έχει αναλάβει η FEELGOOD.

Το Φυσικό Μεταλλικό Νερό AQUA Carpatica «κερδίζει» τους καταναλωτές στην Ελλάδα

Το AQUA Carpatica συνεχίζει να αποδεικνύει την υψηλή ποιότητα και τη μοναδικότητά του μέσω της ανάδειξής του ως προϊόν της χρονιάς για το 2022 στην κατηγορία του. Το προϊόν της χρονιάς είναι ο μεγαλύτερος διεθνής θεσμός που ψηφίζεται από τους ίδιους τους καταναλωτές με κριτήριο την καινοτομία των προϊόντων. Δραστηριοποιείται σήμερα σε σχεδόν 50 χώρες με σκοπό να καθοδηγήσει τους καταναλωτές στα καλύτερα προϊόντα της αγοράς και να επιβραβεύσει τους παραγωγούς για την ποιότητα και την

καινοτομία. Η μελέτη των φετινών βραβείσεων διεξήχθη από την IRI σε αντιπροσωπευτικό δείγμα 3.200 καταναλωτών στην Ελλάδα. Η πηγή του AQUA Carpatica ανακαλύφθηκε το 2000 μέσα στα δάση των Καρπαθίων. Εξερευνήθηκε, αναλύθηκε σαν σύσταση και άρχισε να εμφιαλώνεται το 2010. Το Φυσικό Μεταλλικό, το Φυσικός Ανθρακούχο νερό AQUA Carpatica, αλλά και το Kids, εμφιαλώνονται στην πηγή, σε αυστηρά προστατευόμενες περιοχές, εκεί όπου απαγορεύεται η προσέλευση και κάθε ανθρώπινη δραστηριότητα. Το αποτέλεσμα; Ένα δροσερό, ευχάριστο, με απαλή, βελούδινη γεύση και χωρίς καμία επίγευση Φυσικό Μεταλλικό και Φυσικός Ανθρακούχο νερό. Το AQUA Carpatica είναι το μοναδικό νερό στον κόσμο χωρίς νιτρικά (το Φυσικό Μεταλλικό Νερό) ή σχεδόν χωρίς το Φυσικό Μεταλλικό Νερό.



Το «AQUA Carpatica» αναδείχθηκε Προϊόν της Χρονιάς στην κατηγορία του.

* Ανεξάρτητη καταναλωτική έρευνα, που διεξήχθη από την IRI σε δείγμα 3.200 καταναλωτών στην Ελλάδα.

Η νέα απολαυστική γεύση ENERGY COFFEE Salted Caramel χωρίς λακτόζη από την HELL είναι εδώ!



Η HELL παρουσίασε τη σειρά ENERGY COFFEE το καλοκαίρι του 2019 με τρεις γεύσεις. Η υψηλή ποιότητα, η περιεκτικότητα σε πραγματικό γάλα και το εκχύλισμα καφέ, όσο και η αρμονική τους γεύση κέρδισαν γρήγορα την προτίμηση των καταναλωτών. Σε λιγότερο από έξι μήνες από το λανσάρισμά της, η σειρά βρέθηκε στην πρώτη θέση των ready-to-drink παγωμένων καφέδων στην Ελλάδα, όσον αφορά την

αξία του και τον αριθμό των προϊόντων που πωλήθηκαν, μια θέση που διατηρεί σήμερα η εταιρεία από το Μάιο του 2020. Το επιτυχημένο brand από την Ουγγαρία, που προμηθεύει και τον ηθοποιό Bruce Willis με την απαραίτητη ενέργεια που χρειάζεται, αναζητά διαρκώς νέες καινοτομίες για να ξελιξίσει το προϊόν του. Την άνοιξη του 2021, η HELL δημιούργησε το ENERGY COFFEE Coconut για τους λάτρεις του καφέ με ευαισθησία στη λακτόζη και πλέον ο παγωμένος καφές Salted Caramel είναι η νέα προσθήκη στη δημοφιλή του λίστα προϊόντων καφέ χωρίς λακτόζη. Το νέο ρόφημα latte συνδυάζει αρμονικά αλμυρή και γλυκιά γεύση και συγχρόνως βρίσκεται σε ένα εύχρηστο, φιλικό προς το περιβάλλον αλουμινένιο κουτάκι των 250 ml.

Νέα ΔΩΔΩΝΗ Plant'd με ακαταμάχητη γεύση και κρεμώδη υφή

Η ΔΩΔΩΝΗ δημιούργησε τα Plant'd, τα νέα φυτικά επιδόρπια που ξεχωρίζουν για την πλούσια, ακαταμάχητη γεύση και την κρεμώδη υφή τους και κυκλοφορούν σε τρεις μοναδικές γεύσεις: Βρώμη, Βρώμη Βανίλια και Βρώμη με Μήλο και Κανέλα. Η νέα σειρά φυτικών επιδορπίων της ΔΩΔΩΝΗ χαρακτηρίζεται από μία συσκευασία, με μοντέρνα εμφάνιση, με κυρίαρχα χρώματα το μπεζ και το πράσινο, φιλοξενώντας διαφορετικές λεπτομέρειες για την κάθε γεύση.

Κατάλληλα για όσους επέλεξαν μια vegan διατροφή ή μία διατροφή με λιγότερα γαλακτοκομικά προϊόντα, τα ΔΩΔΩΝΗ Plant'd παράγονται από εξαιρετικής ποιότητας φυσικά συστατικά με βάση την βρώμη και φυτικές πρωτεΐνες μπιζελιού. Δεν περιέχουν

λακτόζη, φοινικέλαιο, σόγια, ξηρούς καρπούς και συντηρητικά. Επιπλέον, τα φυτικά επιδόρπια Plant'd φέρουν την πιστοποίηση V-Label, η οποία αποτελεί ένα διεθνώς αναγνωρισμένο και καταχωρημένο σύμβολο σήμανσης προϊόντων που είναι κατάλληλα για vegan και vegetarian κοινό, με την ΔΩΔΩΝΗ να αποτελεί την μοναδική γαλακτοβιομηχανία στην χώρα μας που έχει την συγκεκριμένη πιστοποίηση στην συσκευασία για τα φυτικά της επιδόρπια.

Αποτελώντας ιδανική επιλογή για κάθε στιγμή της ημέρας, τα φυτικά επιδόρπια Plant'd είναι ήδη διαθέσιμα στα σούπερ μάρκετ σε όλη την Ελλάδα, σε μονά κύπελλα, 150g το καθένα.



Good News

Το efood, για 2η συνεχή χρονιά, προσφέρει Πασχαλινά γεύματα σε παιδιά που έχουν ανάγκη

Μαζί **προσφέρουμε**
πασχαλινά **γεύματα**



Το efood ενώνει, για μία ακόμα φορά, τις δυνάμεις του με την Ένωση «Μαζί για το Παιδί», συγκεντρώνοντας Πασχαλινά γεύματα που προορίζονται για το γιορτινό τραπέζι των παιδιών που βιώνουν φτώχεια και κοινωνικό αποκλεισμό σε όλη την Ελλάδα, πάντα με την πολύτιμη συμβολή των χρηστών του. Μέσα από το πρόγραμμα Εταιρικής και Κοινωνικής Ευθύνης Love Delivered του efood, δίνεται η δυνατότητα σε όσους επιθυμούν, να συμβάλλουν ενεργά και ουσιαστικά στην εορταστική δράση, μέσω των παραγγελιών τους. Πιο συγκεκριμένα, ο χρήστης μπορεί

να δωρίσει 1€ στην Ένωση «Μαζί για το Παιδί», κατά την ολοκλήρωση της παραγγελίας του στην πλατφόρμα του efood, συνεισφέροντας στη συγκέντρωση πασχαλινών γευμάτων που θα δοθούν σε παιδιά που το έχουν πραγματικά ανάγκη, σε όλη τη χώρα. Μπορείτε να κάνετε τη δωρεά σας στην επόμενη παραγγελία μέχρι και την Κυριακή 24 Απριλίου 2022.

Τεχνητή Νοημοσύνη: ισχυρό εργαλείο στην εμπειρία πελάτη

Παγκόσμια έρευνα από το MIT Sloan Management Review Connections αποκαλύπτει τα μυστικά των επιτυχημένων CX ομάδων, για περισσότερους και πιο ποιοτικούς πελάτες.



Μια νέα παγκόσμια έρευνα από το MIT Sloan Management Review Connections, με τίτλο Delivering Experiences That Win Business and Build Loyalty: CX Champions Share Their Strategies, χορηγούμενη από την SAS, αποκαλύπτει ότι οι εταιρείες που σημειώνουν βέλτιστες επιδόσεις στην εμπειρία πελάτη επιτυγχάνουν καλύτερες αποδόσεις από τις επενδύσεις στην τεχνολογία CX σε σχέση με τον ανταγωνισμό, αξιοποιώντας τεχνολογίες analytics και Τεχνητής Νοημοσύνης. Στην έρευνα συμμετείχαν 2,670 ερωτηθέντες, εκ των οποίων το 15% χαρακτηρίζονται ως κορυφαίοι στην εμπειρία καταναλωτή. «Με πάνω από το 40% των ερωτηθέντων να σχεδιάζουν την αύξηση των επενδύσεων σε τεχνολογία CX μέσα στα επόμενα δυο χρόνια κατά 25%, και ένα 35% να αναμένεται να ενισχύσει τις επενδύσεις έως και 50% σε σχέση με τώρα, είναι επιτακτικό για τις εταιρείες να υλοποιούν ένα πλάνο για το πώς θα αξιοποιήσουν πιο αποδοτικά αυτά τα εργαλεία» δήλωσε η Lisa Loftis, Principal Product Marketer της SAS® Customer Intelligence.

Οι κορυφαίες εταιρείες στην εμπειρία πελάτη διακρίνονται για την εξελιγμένη χρήση των analytics και της τεχνητής νοημοσύνης. Περισσότερες από το 80% των εταιρειών αυτών κάνουν σημαντική χρήση των analytics κατά την διάρκεια όλου του customer journey, από την έρευνα έως την υιοθέτηση και τη συνεχή αλληλεπίδραση. Μάλιστα, οι κορυφαίοι στην εμπειρία πελάτη έχουν τρεις φορές περισσότερες πιθανότητες να βασίζονται στην τεχνητή νοημοσύνη από εκείνους που η μελέτη αποκάλυψε «Υστερούντες», με το ποσοστό να είναι μικρότερο του 40%.

Οι πρωταθλητές στην εμπειρία πελάτη έχουν επίσης προβάδισμα και όσον αφορά την υιοθέτηση εργαλείων CX. Για την ακρίβεια, ορισμένα εργαλεία θα χρησιμοποιούνται καθολικά από αυτές τις εταιρείες μέσα στα επόμενα δύο χρόνια:

- ▶ Το 86% θα έχει υιοθετήσει τεχνολογία εξατομίκευσης.
- ▶ Το 84% θα έχει υιοθετήσει τη συλλογή δεδομένων σε πραγματικό χρόνο.
- ▶ Το 81% θα έχει υιοθετήσει chatbots με τεχνητή νοημοσύνη.
- ▶ Το 72% θα έχει υιοθετήσει omnichannel εμπειρίες.

Για περισσότερες πληροφορίες επισκερθείτε το [SAS Customer Intelligence](#).



THE
POWER
TO KNOW.

info

Σχεδόν το 50% των επιχειρήσεων στους τομείς των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, του λιανικού εμπορίου και της τεχνολογίας/τηλεπικοινωνιών σχεδιάζουν να αυξήσουν κατά 25% τις επενδύσεις τους στην τεχνολογία CX τα επόμενα δύο χρόνια, με μόλις το 10% σχεδιάζει να αυξήσει τις επενδύσεις του κατά 75%. Ορισμένες μάλιστα σχεδιάζουν να διπλασιάσουν τις επενδύσεις τους σε τεχνολογία CX.

Η Emirates SkyCargo έχει μεταφέρει 1 δισεκατομμύριο δόσεις εμβολίων κατά της Covid-19

Τα αεροσκάφη της Emirates Sky-Cargo μετέφεραν περισσότερες από 1 δισεκατομμύριο δόσεις εμβολίων για την καταπολέμηση της Covid-19. Ο αερομεταφορέας πέτυχε αυτό το ιστορικό ορόσημο μέσα σε διάστημα 18 μηνών από την πρώτη μεταφορά εμβολίων, τον Οκτώβριο του 2020.

Περισσότεροι από 4.200 τόνοι εμβολίων κατά της Covid-19, που ισοδυναμούν με περισσότερες από 1 δισεκατομμύριο δόσεις, έχουν μεταφερθεί σε πάνω από 80 προορισμούς με περισσότερες από 2.000 πτήσεις της Emirates, ενώ περίπου τα δύο τρίτα των δόσεων

μεταφέρθηκαν σε αναπτυσσόμενες χώρες. Ο Nabil Sultan, Αντιπρόεδρος της Emirates, Cargo, δήλωσε μεταξύ άλλων: «Από την αρχή της πανδημίας, η Emirates SkyCargo έχει επικεντρωθεί στην υποστήριξη της προσπάθειας των παγκόσμιων κοινοτήτων να ανακάμψουν από τις καταστροφικές συνέπειες της νόσου, δίνοντας προτεραιότητα στην παροχή βοήθειας στις αναπτυσσόμενες χώρες. Η στρατηγική θέση του κόμβου μας στο Ντουμπάι, σε συνδυασμό με τα πλεονεκτήματα του σύγχρονου στόλου αεροσκαφών ευρείας ατράκτου που διαθέτουμε, τις εγκαταστάσεις και τη δυνατότητά μας να μεταφέρουμε ευαίσθητα στη θερμοκρασία προϊόντα, όπως τα φαρμακευτικά, μας επέτρεψαν να μεταφέρουμε τα εμβόλια κατά της Covid-19 με ασφάλεια, αξιοπιστία και ταχύτητα από τη μια γωνιά του πλανήτη στην άλλη».



Γιατί τα Πασχαλινά Αβγά της ΑΒ Βασιλόπουλος είναι τα πιο «πολύτιμα» από όλα;



Με κάθε αγορά Πασχαλινού Αβγού της ΑΒ ενισχύεις κι εσύ με **0,30€** το έργο της ΕΛΕΠΑΠ

Κι εμείς στην ΑΒ διπλασιάζουμε το ποσό που θα συγκεντρωθεί.

Ποιο είναι το «πολύτιμο έκθεμα» της ΑΒ Βασιλόπουλος; Τα Πασχαλινά της Αβγά, που για 6 η συνεχή χρονιά είναι αφιερωμένα σε πράξεις προσφοράς, που αλλάζουν τον κόσμο των παιδιών προς το καλύτερο. Φέτος, με κάθε αγορά ενός Πασχαλινού Αβγού της ΑΒ, οι πελάτες συνεισφέρουν με 0,30€ για τη στήριξη του έργου της ΕΛΕΠΑΠ, του πρώτου ελληνικού φιλανθρωπικού σωματείου στην Ελλάδα, το οποίο παρέχει υπηρεσίες αποκατάστασης σε παιδιά με αναπηρίες. Ταυτόχρονα, η ΑΒ Βασιλόπουλος διπλασιάζει το ποσό που θα συγκεντρωθεί για τις θεραπείες των γενναίων αυτών παιδιών.

Με αυτόν τον τρόπο, όλοι μαζί, προσφέρουμε κάτι πολύτιμο... Αγάπη για τα Γενναία Παιδιά της ΕΛΕΠΑΠ! Τα αβγά διατίθενται σε δύο διαφορετικά μεγέθη,

με πολύχρωμες παιδικές ζωγραφιές που έχουν επιμεληθεί οι μικροί επισκέπτες του Ελληνικού Παιδικού Μουσείου. Τα Πασχαλινά Αβγά ΑΒ μπορείτε να τα βρείτε σε όλα τα καταστήματα του δικτύου της ΑΒ, σε κάθε γειτονιά της Ελλάδας, αλλά και στο ΑΒ Eshop.

“Αγγίξτε ελεύθερα, λοιπόν, είναι για καλό σκοπό!”. Δείτε το ευφάνταστο τηλεοπτικό σποτ της ΑΒ για τα Πασχαλινά Αβγά, με πρωταγωνιστές μικρά παιδιά, [εδώ](#).

Το Zeffirino, το ιστορικό εστιατόριο της Γένοβας, στο Zaffron Resort στη Σαντορίνη

Ο Όμιλος Fais φέρνει στη Σαντορίνη το ιστορικό Zeffirino, το εστιατόριο που προτιμούσαν και προτιμάνε οι Πάπες της Ρώμης αλλά και η Σοφία Λόρεν, ο Έρος Ραμαζότι και επιλεγμένοι αστέρες του διεθνούς στερεώματος. Το Radisson Blu Zaffron Resort στη Σαντορίνη, με συνέπεια στο υψηλό επίπεδο υπηρεσιών που δεσμεύεται να προσφέρει στους επισκέπτες του, φιλοξενεί στον χώρο του έναν γαστρονομικό θρύλο:



το όνομα Belloni. Για την οικογένεια του Zeffirino, η συνταγή του Γενοβέζικου Pesto είναι η «ναυαρχίδα» της γαστρονομικής ιταλικής κουλτούρας της. Χωρίς αμφιβολία η οικογένεια Belloni έχει αξιοποιήσει και προωθήσει το Γενοβέζικο pesto διεθνώς και για αυτό της έχει απονεμηθεί ο τίτλος του «Πρεσβευτή της Ιταλικής κουζίνας» στον κόσμο.

Η συνεργασία αυτή όχι απλά φέρνει στη Σαντορίνη το πρώτο αυθεντικό ιταλικό εστιατόριο για το νησί, αλλά το κάνει με έναν από τους κορυφαίους πρεσβευτές της μεσογειακής κουζίνας. Η συνταγή της επιτυχίας του, απλή: τα σωστά υλικά, αποκλειστικά χειροποίητα ζυμαρικά, και η περίφημη σάλτσα pesto Genovese, με την ξεχωριστή (και άκρως μυστική) συνταγή της. Στην κυκλαδίτικη εκδοχή του, το Zeffirino αποκαλύπτει στον επισκέπτη του την αυθεντική πλευρά της ιταλικής γαστρονομίας με μία εσάνς Σαντορίνης, συνδυάζοντας παραδοσιακές συνταγές με τοπικά υλικά.



Το fashion show της Irene Angelopoulos στους κήπους του Ζαπείου Μεγάρου



Λάκης Γαβαλάς, Αλεξάνδρα Παναγιώταρου, Irene Angelopoulos, Σταματίνα Τσιμτσιλή, Dr. Αριστομένης Γιαννόπουλος, Τόνια Φουσέκη

Με την ευγενική υποστήριξη του AG Plastic Surgery - Dr. Αριστομένης Γιαννόπουλος, η βραβευμένη σχεδιάστρια μόδας Irene Angelopoulos, παρουσίασε στον εντυπωσιακό χώρο των κήπων του Ζαπείου Μεγάρου τη νέα της haute couture συλλογή "Road - Tripping to Freedom" S/S 2022. Πλήθος επωνύμων, φίλων της σχεδιάστριας και εκπροσώπων του Αθηναϊκού fashion crowd την τίμησαν με την παρουσία τους στην Ελληνική Εβδομάδα Μόδας - AXDW και παρακολούθησαν την πιο λαμπερή collection, από φορέματα και σύνολα υψηλής ραπτικής. Το fashion show άνοιξε ο γνωστός χορογράφος Τάσος Ειαρχό ντύνοντας μοναδικά το εντυπωσιακό catwalk. Η καινούργια συλλογή είναι εμπνευσμένη από την ιδέα της ελευθερίας. Με χρώματα έντονα, ζωηρά που είναι και οι απόλυτες τάσεις της σεζόν θα δούμε και τις δύο συλλογές της σχεδιάστριας. Ξεκινώντας με τα χειροποίητα υφάσματα που ζωγραφίζει η ίδια η Irene Angelopoulos στο χέρι και μετά τυπώνονται σε πανιά, όλα ελληνικής παραγωγής, από την pret a porter σειρά της με αέρινα φορέματα, δροσερούς συνδυασμούς και αποκαλυπτικά cut-outs που θα μας κάνουν να νοσταλγήσουμε το δροσερό αεράκι ενός καλοκαιρινού ηλιοβασιλέματος.

JAMES H. BARRON

Ο ΑΝΘΡΩΠΟΣ ΚΛΕΙΔΙ

ΗΛΙΑΣ ΔΗΜΗΤΡΑΚΟΠΟΥΛΟΣ
Ο ΑΓΩΝΑΣ ΤΟΥ ΓΙΑ ΤΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΑΤΟΧΗ
ΚΑΙ ΤΑ ΤΑΡΑΓΜΕΝΑ ΧΡΟΝΙΑ ΤΗΣ ΔΙΚΤΑΤΟΡΙΑΣ
ΜΕΧΡΙ ΚΑΙ ΜΕΤΑ ΤΗ ΜΕΤΑΠΟΛΙΤΕΥΣΗ

ΚΑΚΤΟΣ

Ο άνθρωπος κλειδί

Ο Ηλίας Δημητρακόπουλος υπήρξε μια από τις πιο συναρπαστικές προσωπικότητες της πολιτικής ιστορίας του 20ού αιώνα. Ωστόσο μέχρι σήμερα, κατά περίεργο τρόπο, παραμένει αγνοημένος, παρόλο που η ζωή του μοιάζει με ένα περιπετειώδες επικό μυθιστόρημα... Ως νεαρός έφηβος στην κατεχόμενη Αθήνα, ενεπλάκη στην ηρωική αντίσταση εναντίον των ναζί, με αποτέλεσμα να φυλακιστεί και να βασανιστεί. Έγινε ερευνητικός δημοσιογράφος, καλύπτοντας την ταραχώδη πολιτική ζωή της Ελλάδας και την αυξανόμενη επιρροή της Αμερικής στην περιοχή. Σύντομα απέκτησε πρόσβαση σε ισχυρές προσωπικότητες και των δύο κυβερνήσεων, αλλά και πολλούς εχθρούς. Όταν η στρατιωτική δικτατορία εγκαθιδρύθηκε στην Ελλάδα το 1967, ο Ηλίας κατέφυγε στην Ουάσινγκτον, όπου ηγήθηκε του αγώνα για την αποκατάσταση της δημοκρατίας στην πατρίδα του. Μετά από μια δεκαετία έρευνας, ο James H. Barron αποκαλύπτει την ιστορία ενός ανθρώπου που το ακούραστο κνημητό του για τις δυσάρεστες αλήθειες τον έφερε σε σύγκρουση όχι μόνο με την κυβέρνηση της πατρίδας του, αλλά και με εκείνες του Τρούμαν, του Αϊζενχάουερ, του Κένεντι, του Τζόνσον, του Νίξον, του Φορντ, του Κάρτερ και του Ρίγκαν, πράγμα που τον κατέστησε στόχο παρακολούθησης και παρενοχλήσεων από τη CIA, το FBI και το Στέιτ Ντιπάρτμεντ, ενώ ελληνικά σχέδια απαγωγής και δολοφονίας του πιθανώς παραβλέφθηκαν σκόπιμα από τις αμερικανικές αρχές. Από τις εκδόσεις ΚΑΚΤΟΣ.

Εθνογραφικά

ΕΘΝΟΓΡΑΦΙΚΑ

ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΙΑΚΟ ΛΑΟΓΡΑΦΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ

Οι γυναικείες φορεσιές
της Αργολιδοκορινθίας

ΝΑΥΠΑΙΟ 2021

ΤΟΜΟΣ 15B



Κυκλοφόρησε ο δίγλωσσος (ελληνικά-αγγλικά) τόμος 15B της επιστημονικής επετηρίδας του ΠΛΙ «Εθνογραφικά», με τίτλο «Οι γυναικείες φορεσιές της Αργολιδοκορινθίας». Το κείμενο είναι της ιδρύτριας και προέδρου του ΠΛΙ Ιωάννας Παπαντωνίου και συνοδεύεται από έγχρωμο φωτογραφικό υλικό. Η έκδοση πραγματοποιήθηκε με την επιχορήγηση του Υπουργείου Πολιτισμού και Αθλητισμού - Διεύθυνση Νεότερης Πολιτιστικής Κληρονομιάς - Μητρώο Πολιτιστικών Φορέων. Συντονισμός/Επιμέλεια έκδοσης: Μαρία Παπαδοπούλου.

quote of the day

YOU ARE THE SKY. EVERYTHING ELSE IS JUST THE WEATHER.
Pema Chodron

**Σήμερα
γιορτάζουν!**
Αρίσταρχος
Θωμαΐς, Θωμαΐδα,
Θωμαή
Σάββας, Σαββούλα



tip of the day

**Look up to the sky.
You'll never find
rainbows if you're
looking down.**

Charlie Chaplin

14 Απριλίου

- > Παγκόσμια Ημέρα για τη νόσο Τσάγκας
- > International Moment of Laughter Day
- > Look Up at the Sky Day
- > National Dolphin Day
- > National Ex-Spouse Day
- > National Gardening Day
- > National Pan American Day
- > National Pecan Day
- > National Reach as High as You Can Day