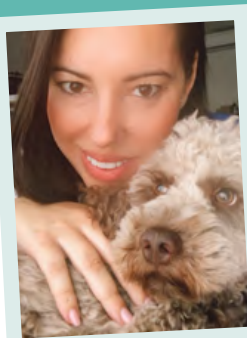


SAY *yes* to the **press**



**ΔΕΙΤΕ ΠΩΣ ΜΠΟΡΕΙΤΕ
ΝΑ ΓΙΝΕΤΕ... ΑΟΡΑΤΟΙ!**



Φτιάξε καφέ να στα πω...

Καλημέρα αγαπημένοι μου **SayYessers!!!**

Εσύ είσαι άτομο έκτακτης ανάγκης; Ή έχεις κάποιο άτομο alert σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης;

Η αλήθεια είναι πως μέσα στην εβδομάδα έχω ελάχιστο χρόνο και θα μου πεις σιγά το νέο και ποιος έχει; Λίγοι λογικά. Εκεί που θέλω να καταλήξω είναι πως δεν είμαι από τους ανθρώπους που θα μιλήσουν με τις ώρες στο τηλέφωνο με φίλους, κουμπάρους και αδέρφια -για ψυχαγωγικούς λόγους, ακόμα και όταν το κάνω δουλεύω και κάτι ταυτόχρονα. Ούτε είμαι και από αυτούς που θα αρχίσουν να στέλνουν μηνύματα αδιάκοπα, δεν το 'χω, βαριέμαι. Σίγουρα δεν είμαι και από αυτούς που συναντιούνται συχνά με φίλους και λοιπούς συγγενείς για καφεδάκι και κους κους, αφού όσο ελεύθερο χρόνο έχω τον αφιερώνω στα #Παπανικάκια (μικρά και μεγάλο).

Όμως είμαι από αυτούς που αν οποιαδήποτε ώρα μέσα στην ημέρα με χρειαστείς για κάτι σημαντικό ή γιατί απλά είσαι στα κάτω σου και δε νιώθεις καλά, θα τρέξω και θα είμαι εκεί αστραπιαία. Άρα μάλλον με λες "φίλο" έκτακτης ανάγκης.

Ένας εύκολος τρόπος για να προετοιμαστείς για καταστάσεις έκτακτης ανάγκης είναι να εντοπίσεις «φίλους έκτακτης ανάγκης» ή να γίνεις εσύ ένας από αυτούς καθώς οι φίλοι έκτακτης ανάγκης είναι άτομα που εμπιστεύεστε και μπορούν να παρέχουν βοήθεια όταν τη χρειάζεστε πραγματικά. Θα πρέπει να εντοπίσετε τουλάχιστον έναν φίλο έκτακτης ανάγκης που μένει κοντά και έναν δεύτερο που μένει πιο μακριά, έτσι για back-up.

Πώς μπορούν να σας βοηθήσουν οι φίλοι έκτακτης ανάγκης;

- Ερωτικά θέματα: Σε περίπτωση χωρισμού με το σύντροφό σου, είναι ο πρώτος άνθρωπος που θα τρέξει ώστε να μη μείνεις μόνος και "να το περάσετε" μαζί και αυτό, αλκοόλ και σοκολάτα είναι προαιρετικά.
- Θέματα συμπαράστασης: Εάν έχεις "μείνει" με το αμάξι σου θα είναι ο πρώτος άνθρωπος που θα καλέσεις (αμέσως μετά την οδική βοήθεια ελπίζω), για να σε "μαζέψει" όπου και αν βρίσκεσαι.
- Πρακτικά θέματα: Κρατώντας ένα εφεδρικό κλειδί σπιτιού. Ποτέ δεν ξέρεις πότε μπορεί να κλειδωθείς έξω ή αν σε περίπτωση έκτακτης απουσίας σου από το σπίτι, θα μπορούσε να φροντίσει τα κατοικίδια σου ή ακόμα και να πάρει τα παιδιά από το σχολείο.
- Θέματα υγείας: Σε περίπτωση αδιαθεσίας σου και αν το κοντινό σου περιβάλλον αδυνατεί, μπορεί να σε προμηθεύσει με τα ανάλογα φάρμακα ή να σε πάει στο πλησιέστερο νοσοκομείο.
- Θέματα SOS: Το σπίτι του μπορεί να λειτουργήσει ως σημείο επαφής για μέλη της οικογένειας που μπορεί να χωριστούν σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης.

Tip of the Day: Βεβαιωθείτε ότι όλη η οικογένειά σας γνωρίζει ποιι είναι οι φίλοι έκτακτης ανάγκης και σημειώστε τους στο οικιακό σχέδιο έκτακτης ανάγκης (αν δεν έχεις, συντονίσου coming soon). Μην ξεχνάτε - μπορείτε επίσης να γίνετε φίλος έκτακτης ανάγκης κάποιου. Κάντε μια συνομιλία για να εντοπίσετε όλους τους τρόπους με τους οποίους μπορείτε να βοηθήσετε ο ένας τον άλλον.

Τώρα μπορείτε να γίνετε... αόρατοι!

«Γκούγκλαρέ το!»: Μια φράση που χρησιμοποιούμε και ακούμε σε καθημερινή βάση. Γιατί στις μηχανές αναζήτησης μπορείς να βρεις και να μάθεις τα πάντα. Κι αν δεν θέλεις να βρουν... εσένα;

Η Google μας δίνει επιτέλους τη δυνατότητα να παραμείνουμε αόρατοι. Ουσιαστικά αυτό αποτελεί δικαίωμά μας. Άλλωστε, το 2014, το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο έκρινε ότι οι μηχανές αναζήτησης έπρεπε να επιτρέψουν στους Ευρωπαίους χρήστες του Διαδικτύου να ζητήσουν την αφαίρεση των προσωπικών τους στοιχείων για το «δικαίωμά τους στη λήθη». Τα επόμενα τέσσερα χρόνια, η Google έλαβε περισσότερα από 650.000 αιτήματα αφαίρεσης δεδομένων.

Τα σύνθετα γίνονται απλά

Η αφαίρεση προσωπικών δεδομένων – όπως ο αριθμός τηλεφώνου, το email κ.α.- από τα αποτελέσματα αναζήτησης δεν ήταν καθόλου εύκολη υπόθεση. Οι χρήστες έπρεπε να παρουσιάσουν στοιχεία πιθανής βλάβης, όπως το doxxing ή την κλοπή ταυτότητας, προκειμένου να πείσουν την Google να αφαιρέσει τα προσωπικά τους στοιχεία από τα αποτελέσματα αναζήτησης. Όχι πια! Τώρα μπορούμε να αφαιρέσουμε τις πληροφορίες μας από αυτά τα αποτελέσματα για οποιονδήποτε λόγο με το πάτημα ενός κουμπιού.

«Για πολλούς ανθρώπους, ένα βασικό στοιχείο του να νιώθουν πιο ασφαλείς και πιο προστατευμένοι στο διαδίκτυο είναι να έχουν μεγαλύτερο έλεγχο στο πού μπορούν να βρεθούν οι ευαίσθητες, προσωπικές



πληροφορίες τους» υπογράμμισε η Danielle Romain, αντιπρόεδρος εμπιστοσύνης της Google.

Οποιοσδήποτε μπορεί να συμπληρώσει μια ηλεκτρονική φόρμα για να υποβάλει αίτημα κατάργησης. Η Google ανακοίνωσε ένα νέο επερχόμενο εργαλείο, όπου οι χρήστες που βρίσκουν τα προσωπικά τους στοιχεία στα αποτελέσματα αναζήτησης θα μπορούν να ζητούν την αφαίρεση αυτών των δεδομένων με λίγα μόνο κλικ. Αυτό το εργαλείο θα είναι διαθέσιμο τους επόμενους μήνες.

Πώς γίνεται

Στην ηλεκτρονική φόρμα, κάνουμε κλικ στην επιλογή «αφαίρεση επιλεγμένων στοιχείων προσωπικής ταυτοποίησης (PII) ή περιεχομένου doxxing από την Αναζήτηση Google». Από εκεί, απαντάμε σε μια σειρά ερωτήσεων σχετικά με τον τύπο των προσωπικών πληροφοριών που εμφανίζονται στα αποτελέσματα αναζήτησης, τις διευθύνσεις URL των ιστότοπων που εμφανίζουν τις πληροφορίες, τους όρους αναζήτησης που χρησιμοποιούνται για την εμφάνιση αυτών των αποτελεσμάτων στις αναζητήσεις Google, ακόμη και στιγμιότυπα οθόνης των ιστότοπων και της αναζήτησης.



Γρηγόρης & Τερκενλής σε ένα κατάστημα Γεύσεις από τη Θεσσαλονίκη στο κέντρο της Αθήνας



Στη Λεωφόρο Βασιλίσσης Σοφίας 64, σε απόσταση λίγων μέτρων από τη στάση Μέγαρο του μετρό, άνοιξε ένα νέο κατάστημα που συσσεγάζει τον [Γρηγόρη](#) και τον [Τερκενλή](#). Από τη μία είναι τα φημισμένα & θρυλικά [τσουρέκια](#), που μόνο ο [Τερκενλής](#) μπορεί να φτιάξει! Κλασσικά, vegan, ή γεμιστά με κάστανο ή σοκολάτα. [Παραδοσιακά γλυκά](#) από τη Θεσσαλονίκη, όπως τρίγωνα κρέμας ή σοκολάτας και σιροπιαστά, είναι στη διάθεση των καταναλωτών για να τα απολαύσουν μόνοι ή με τα αγαπημένα τους πρόσωπα στο σπίτι, στο γραφείο ή στη βόλτα. Από την άλλη, ο μοναδικός [καφές](#) του [Γρηγόρη](#) και οι αγαπημένες γεύσεις του, κάνουν το κάθε διάλλειμα της ημέρας ακόμα πιο ξεχωριστό. Εκλεκτά [χαρμάνια](#), φρεσκοψημένες [παραδοσιακές πίτες](#), λαχταριστά [σάντουιτς](#) και δροσερές [σαλάτες](#), συνοδευμένα με ένα χαμόγελο από καρδιάς, σίγουρα φτιάχνουν την κάθε μέρα, από το ξεκίνημά της! Το νέο αυτό κατάστημα αποτελεί ένα all day γευστικό προορισμό και απευθύνεται στο σύγχρονο καταναλωτή, προσφέροντάς του μία ξεχωριστή γευστική εμπειρία.

Press Room

Η πρωτοβουλία ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ γιόρτασε τα 10 χρόνια της!

Με μεγάλη επιτυχία πραγματοποιήθηκε την Τρίτη 10 Μαΐου 2022 η 10ετής επετειακή εκδήλωση από την ίδρυση της Πρωτοβουλίας ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ στον Φάρο, στο Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος παρουσία Πολιτικών και Επιχειρηματιών. Στην επετειακή εκδήλωση της πρωτοβουλίας ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ έδωσαν το «παρών» ο Αναπληρωτής Υπουργός Ανάπτυξης και Επενδύσεων, Νίκος Παπαθανάσης, εκπροσωπώντας τον Πρωθυπουργό, η Υπουργός Παιδείας και Θρησκευμάτων, Νίκη Κεραμέως, και ο Υπουργός Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων, Κωστής Χατζηδάκης. Επίσης, παρευρέθηκαν Πρόεδροι Επιμελητηρίων, Πρόεδροι Φορέων, ο Πρύτανης του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής, τα περισσότερα από τα Μέλη της Πρωτοβουλίας, ιδιοκτήτες εταιριών που πληρούν τα κριτήρια για την ένταξή τους στην ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ καθώς και δημοσιογράφοι. Επίσης, χαιρετισμό απύθνηταν η Διευθύντρια Marketing και Επικοινωνίας του Κέντρου Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος, Αθηνά Μπαλοπούλου, ο Εμπορικός Διευθυντής της Groupama, Κωνσταντίνος Σεμερτζόγλου, ο Πρόεδρος του ΕΒΕΑ, Ιωάννης Μπρατάκος και το Μέλος της Διοικητικής Επιτροπής του ΕΒΕΠ, Μαυρίκος Νικόλας. Στο πλαίσιο της εκδήλωσης παρουσιάστηκαν από τον Πρόεδρο και τα Μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου της ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ, το όραμα των Ίδρυτών, οι αξίες και οι στρατηγικές δράσεις της Πρωτοβουλίας για τις συνέργειες εξαγωγών, η Δημόσια Παρέμβαση, η προβολή του σήματος εντός της Ελλάδας με τις συνέργειες των Μελών στο Λιανεμπόριο, αλλά και με την παρουσίαση της νέας διαφημιστικής καμπάνιας, καθώς και οι δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, δίνοντας στους παρευρισκόμενους μια συνολική και αντιπροσωπευτική εικόνα του πολυδιάστατου έργου της Κοινότητας, που συμπλήρωσε 10 χρόνια «ζωής».



Κωστής Χατζηδάκης - Υπουργός Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων.

TÜV AUSTRIA Hellas: Ανανεώνει τη χορηγική υποστήριξη της ομάδας καλαθοσφαίρισης της Νεανικής Εστίας Μεγαρίδος BC



Η TÜV AUSTRIA Hellas, ο κορυφαίος Οργανισμός Πιστοποίησης και Επιθεωρήσεων στην Ελλάδα, θα βρίσκεται στο πλευρό της NEM BC και τη σεζόν 2022-23, και ειδικότερα της Αντρικής Ομάδας καλαθοσφαίρισης, η οποία στέφθηκε πρωταθλήτρια στην Β' Εθνική κατηγορία μπάσκετ για το 2021-22.

Ακολουθώντας μια ανοδική πορεία τα τελευταία χρόνια, η ομάδα έχει ήδη προαχθεί σε 3 εθνικές κατηγορίες, ενώ φέτος

ανέβηκε και θα αγωνίζεται στην εθνική κατηγορία A2. Η TÜV AUSTRIA Hellas στηρίζει έμπρακτα το όραμα της ομάδας της NEM BC, αναδεικνύοντας το αθλητικό ιδεώδες και τις διαχρονικές αξίες του διαχρονικού Αθλητισμού που προάγονται στο σύλλογο μέσα από τα αθλήματα που συμμετέχει, ενώ στα συνεχώς αναπτυσσόμενα τμήματα μπάσκετ του NEM BASKETBALL SCHOOL, που αποτελούνται από περισσότερα από 400 παιδιά όλων των ηλικιών, οι νεαροί αθλητές μαθαίνουν τη σημασία της ομαδικότητας και την υγιεινό τρόπο ζωής μέσω του Αθλητισμού. Η NEM BC, με την βοήθεια έμπειρων προπονητών, έχει αντιμετωπίσει τις δυσκολίες που έφερε η πανδημία και μέσα από τουρνουά και φιλικούς αγώνες φροντίζει καθημερινά για την πρόοδο των παιδιών, με σύμμαχο «στον αγώνα» αυτό την TÜV AUSTRIA Hellas, μια εταιρεία που διαχρονικά προάγει τον Πολιτισμό. Η TÜV AUSTRIA Hellas στηρίζει της NEM BC για μια ακόμη χρονιά και δείχνει στην πράξη το διαχρονικό της ενδιαφέρον για την Κοινωνία και τον Αθλητισμό, ενισχύοντας όλους εκείνους που χρειάζονται στήριξη. Η εταιρεία, επενδύοντας σε μια «Ομάδα Πρότυπο» για το ήθος της, ενισχύει την κουλτούρα του Αθλητισμού, ενώ παράλληλα δίνει ώθηση στα όνειρα των νέων παιδιών και τιμά τον Πολιτισμό.



Ήξερες ότι...

Πώς δημιουργήθηκε το μπάσκετ

Το 1891 ο Dr. Naismith δίδασκε φυσική αγωγή στο Springfield College. Ο διευθυντής, Dr. Luther Gulick, του ζήτησε να επινοήσει ένα παιχνίδι όπου οι μαθητές θα είχαν τη δυνατότητα να παίζουν σε εσωτερικούς χώρους κατά τη διάρκεια του χειμώνα και δεν θα απαιτούσε μεγάλη σωματική επαφή, έτσι ώστε να αποφεύγονται οι τραυματισμοί. Και έτσι δημιουργήθηκε το μπάσκετ. Έχοντας στη διάθεση του μόλις 2 εβδομάδες προθεσμία, η έμπνευση προέκυψε από ένα παιχνίδι που έπαιζε, όταν ήταν παιδί, το "Duck on a Rock" και το οποίο υπήρχε από τα μεσαιωνικά χρόνια. Σύμφωνα με το παιχνίδι αυτό, μια μεγάλη πέτρα τοποθετούνταν στην κορυφή ενός βράχου. Ένας παίκτης φυλούσε τον βράχο και οι υπόλοιποι είχαν από μία πέτρα, την οποία έριχναν ο καθένας με τη σειρά του στην αρχική (duck), με σκοπό να τη ρίξουν κάτω.



Claire's Sparkling Room

Υπεροχή στα αθλητικά παπούτσια: Nike και Adidas μάχονται για την αγάπη της επωνυμίας

Η Nike και η Adidas έχουν παγιδευτεί σε έναν αδυσώπητο ανταγωνισμό που διοικεί τη βιομηχανία αθλητικών ειδών για σχεδόν 60 χρόνια, προσπαθώντας να κυριαρχήσουν στην παγκόσμια αγορά αθλητικών ειδών τώρα, αξίας 310 δισεκατομμυρίων δολαρίων.

Η άνθηση του τρεξίματος στα τέλη της δεκαετίας του 1960 και κατά τη δεκαετία του 1970 ξεκίνησε την αρχική μάχη με τα αθλητικά παπούτσια, αλλά ο σκληρός ανταγωνισμός τροφοδότησε τη Nike και την Adidas στη διάρκεια της νέας χιλιετίας, καθώς σε συνεργασία με αθλητές και διασημότητες επέκτειναν τη σειρά προϊόντων τους, καταφέροντας να ενσωματωθούν στην καταναλωτική κουλτούρα στην πορεία...

Οικονομικά, η Nike προηγείται από την Adidas, αλλά η τελευταία καταφέρνει να ξεπεράσει σε ποσότητα σε ό,τι αφορά τις πωλήσεις και έτσι ο ανταγωνισμός έχει αποκτήσει πολύ ενδιαφέρον.

«Δεν μπορείς να παραμείνεις στην κορυφή αν δεν παλεύεις να μείνεις εκεί. Και μέρος αυτού είναι να κρατάς το όνομά σου ψηλά εκεί έξω», είπε ο Νίκολας Σμιθ, συγγραφέας του βιβλίου «Kicks: The Great American Story of Sneakers».

Η αρχή

Η Adidas προέρχεται από τις ταπεινές απαρχές στη Γερμανία, όπου οι αδελφοί Adi και Rudolf Dassler ξεκίνησαν το Gebrüder Dassler Schuhfabrik (Dassler Brothers Shoe Factory) το 1924. Κατασκεύασαν μερικά από τα πρώτα παπούτσια τρεξίματος με καρφιά και γρήγορα κέρδισαν την εύνοια των ολυμπιονικών δρομέων Lina Radke και Jessse Owens. Μια διαμάχη χώρισε τα αδέρφια και την εταιρεία σε αυτό που σύντομα θα γινόταν Adidas και Puma, με τον Adi Dassler να ξεκινά εκ νέου με την ομώνυμη επωνυμία του που θα ηγείτο της βιομηχανίας παπουτσιών για τρέξιμο για σχεδόν δύο δεκαετίες.

Προτού η Nike εμφανιστεί στα μέσα της δεκαετίας του 1960, ο συνιδρυτής Phil Knight -τότε μεταπτυχιακός φοιτητής στη σχολή επιχειρήσεων του Stanford- έγραψε μια εργασία σχετικά με την εισαγωγή υψηλής ποιότητας αλλά χαμηλού κόστους παπουτσιών για τρέξιμο από την Ιαπωνία και την πώλησή τους στην αγορά των ΗΠΑ, στην οποία εκείνη την εποχή κυριαρχούσαν η Adidas και η Puma.

«Ως λάτρης των επιχειρήσεων, ήξερα ότι οι ιαπωνικές κάμερες είχαν ανακαλύψει πολλές καινοτομίες στην αγορά των καμερών, στην οποία κυριαρχούσαν οι Γερμανοί. Έτσι, υποστήριξα στην εργασία μου ότι τα ιαπωνικά παπούτσια για τρέξιμο μπορεί να κάνουν το ίδιο πράγμα» έγραψε ο Knight στα απομνημονεύματά

του το 2016, «Shoe Dog».

Ο Knight επέστρεψε στην πολιτεία του, το Όρεγκον, δύο χρόνια μετά την αποφοίτησή του και ξεκίνησε το Blue Ribbon Sports, συνεργαζόμενος με τον πρώην προπονητή του στίβου στο Πανεπιστήμιο του Όρεγκον, Bill Bowerman. Η Blue Ribbon Sports ως επί το πλείστον ασχολήθηκε με την εισαγωγή παπουτσιών, ενώ το δίδυμο ασχολήθηκε με τη δημιουργία πρωτότυπων σχεδίων, εντοπίζοντας μια ευκαιρία στο εκκολαπτόμενο κίνημα του τζόκινγκ στα τέλη της δεκαετίας του '60 και του '70.

«Ο συνιδρυτής της Nike είχε πάντα το βλέμμα του στο να είναι το No.1 και το να είσαι No.1 σήμαινε ότι έπρεπε να ανατρέψεις την Adidas από την κορυφή του πίνακα. Αυτό λοιπόν ήταν κάτι για το οποίο ο Knight δούλεψε δεκαετίες, όχι μόνο από την άποψη της εύρεσης πού στον κόσμο θα μπορούσατε να φτιάχεται ένα φθηνότερο, σχεδόν εξίσου καλό προϊόν, αλλά και μελετώντας τι κάνει τους επαγγελματίες αθλητές να συρρέουν προς την Adidas και όχι κάποιες άλλες μάρκες.» είπε ο Σμιθ.



Διαφήμιση αθλητικής φόρμας Franz Beckenbauer το 1967.

Η Adidas ήταν ακόμα κορυφαία εκείνη την εποχή, φτιάχνοντας αθλητικά παπούτσια για πολλά αθλήματα και συνδέθηκε με ποδοσφαιρικές ομάδες από όλο τον κόσμο. Η Converse ήταν ένας σημαντικός υποψήφιος για παπούτσια μπάσκετ, αλλά δεν υπήρχε μεγάλη αγορά για παπούτσια ειδικά για τρέξιμο, σύμφωνα με τον Smith.

Μεγαλώνω ή πεθαίνω

Η μάχη του Knight για την υπεροχή —που τροφοδοτείται από τη νοοτροπία «μεγαλώνω ή πεθαίνω», σύμφωνα με το βιβλίο του— έφτασε σε νέα ύψη στα μέσα της δεκαετίας του 1970, όταν το Blue Ribbon Sports μετονομάστηκε σε Nike και συνδυάστηκε με το εμβληματικό πλέον λογότυπο swoosh. Οι πωλήσεις διπλασιάζονταν κάθε χρόνο και η Nike είχε υπογράψει το πρώτο της συμβόλαιο υποστήριξης αθλητών με το αστέρι του τένις Ilie Năstase. Η εταιρεία προσέλαβε τον John Brown and Partners για να φέρει τη διαφήμισή της στο ίδιο επίπεδο με την επιτυχία της εταιρείας στα ύψη, παρουσιάζοντας την πρώτη διαφήμιση της Nike «[There Is No Finish Line](#)» για να μεταδώσει το υψηλό επίπεδο ενδορφίνης που κνηγούν οι δρομείς ενώ αγγίζουν το όραμα της Nike για έμπνευση και καινοτομία. Η αφίσα ήταν μια άμεση επιτυχία από τους καταναλωτές και σηματοδότησε μια μικρή αλλά σημαντική αλλαγή στον τρόπο με τον οποίο η επωνυμία προσέγγισε το μάρκετινγκ. Αντί να δίνει έμφαση στα αθλητικά παπούτσια, έβαλε τον καταναλωτή στο επίκεντρο και διεύρυνε την εστίαση της Nike πέρα από το προϊόν.

Η διαφήμιση και η επακόλουθη αλλαγή θέσης παρουσίασαν τη Nike ως μια επωνυμία με προσωπικότητα σε μια εποχή που σε πολλές μάρκες έλειπε κάτι τέτοιο, βασιζόμενη στη δήλωση αποστολής της να φέρει έμπνευση και καινοτομία σε κάθε άτομο.

Μέχρι τη στιγμή που έκανε το ντεμπούτο της καμπάνιας «Just Do It» του 1988 - κατατάχθηκε ως ένα από τα κορυφαία taglines του 20ου αιώνα - τα έσοδα της Nike ξεπέρασαν τα 1,2 δισεκατομμύρια δολάρια, με επικεφαλής την επιτυχία των προϊόντων Air που υποστηρίζονταν από τον Michael Jordan, και είχε αποκτήσει την επωνυμία υποδημάτων Cole Χάαν.

Σήμερα, η Adidas συχνά συνεργάζεται με αστέρια εκτός των παραδοσιακών αθλημάτων: μουσικούς, καλλιτέχνες, δημιουργούς και άλλα παρόμοια. Αλλά στα μέσα της δεκαετίας του 1980, αυτό ήταν μια νέα ιδέα. Τα αθλητικά παπούτσια μπάσκετ Superstar πέρασαν γρήγορα στη μόδα του δρόμου όταν το συγκρότημα hip-hop Run-DMC άρχισε να φοράει τα παπούτσια ως μέρος της υπογραφής του, απαθανατίζοντας την υποστήριξή τους με το τραγούδι «[My Adidas](#)». Οι πρώτοι δεσμοί της μάρκας με μη αθλητές έθεσαν κάποιες βάσεις για το πώς θα τοποθετηθεί η Adidas για τις επόμενες δεκαετίες, αν και διατήρησε τους δεσμούς της με πολλές ομάδες ποδοσφαίρου και τουρνουά σε όλο τον κόσμο, καθώς η Nike — και ο αντίπαλος Reebok — προσπάθησαν να τραβήξουν το ενδιαφέρον μέσω χορηγιών αθλητών.

Πρωτοπόρος στο αθλητικό μάρκετινγκ

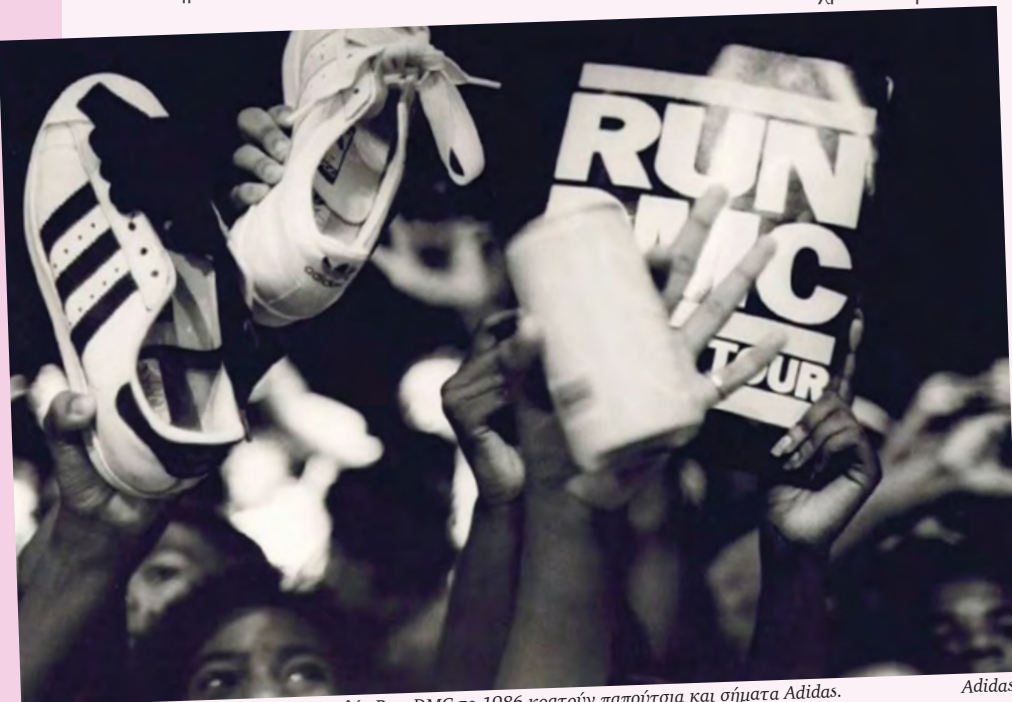
Πριν από την Adidas, λίγες μάρκες συνδέονταν τόσο στενά με αθλητές υψηλών επιδόσεων. Η Adidas έκανε όνομα από νωρίς κατασκευάζοντας μερικά από τα αυθεντικά παπούτσια τρεξίματος με καρφιά, φέρνοντας για πρώτη φορά την εφεύρεση στα πόδια των Ολυμπιονικών στις δεκαετίες του 1920 και του 1930. Αργότερα, οι καρφωμένες ακίδες αντικαταστάθηκαν με βιδωτά καρφιά και σύντομα κέρδισαν την εύνοια των ποδοσφαιρικών ομάδων σε όλη την Ευρώπη τη δεκαετία του 1950.

Το μυστικό της επιτυχίας της Adidas κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου επικεντρώθηκε στην καινοτομία προϊόντων και τις συνεργασίες αθλητών. Ο ιδρυτής Adi Dassler συναντήθηκε με δρομείς όλα αυτά τα χρόνια για να συγκεντρώσει σχόλια και να παρατηρήσει πιθανές βελτιώσεις στο σχεδιασμό για να υποστηρίξει τις ανάγκες τους.

Δημιουργώντας άμεσες συνεργασίες με πρωταθλητές, η εταιρεία ενώθηκε με την Wilson Sporting Goods και τη General Mills' Wheaties βοηθώντας στην πρωτοπορία της πλέον ακμάζουσας βιομηχανίας αθλητικού μάρκετινγκ.

Η σταθερή ανάπτυξη της Adidas πήρε στροφή λίγα μόλις χρόνια αφότου εισήλθε στο χρηματιστήριο, σημειώνοντας απώλειες ρεκόρ το 1992 και σχεδόν χρεοκοπώντας. Η νέα ηγεσία στον Robert Louis-Dreyfus ώθησε μια νέα κατεύθυνση που βασίστηκε στην κληρονομιά της μάρκας για περισσότερα από 50 χρόνια. Ο Louis-Dreyfus οδήγησε τον γίγαντα που κοιμόταν πίσω προς την ανάπτυξη, μεταφέροντας την Adidas από μια εταιρεία με γνώμονα τις πωλήσεις σε μια εταιρεία προσανατολισμένη στο μάρκετινγκ. Ένα σλόγκαν μάρκετινγκ του 1995 αναφερόταν στο πόσο μακριά είχε φτάσει η επιχείρηση: «Το ξέραμε τότε. Ξέρουμε τώρα».

Η Nike σε αυτό το σημείο είχε καταργήσει τόσο την Adidas όσο και τη Reebok ως τον κορυφαίο προμηθευτή αθλητικών παπουτσιών, αλλά η νοοτροπία του Knight «μεγάλωσε ή πέθανε» συνέχισε να οδηγεί την εταιρεία προς τα εμπρός.



Οι παρευρισκόμενοι σε μια συναυλία Run-DMC το 1986 κρατούν παπούτσια και σήματα Adidas.

Adidas

Η ΟΚ! ANYTIME MARKET Α.Ε. στη Ζάκυνθο: ανακοινώνει την υπογραφή σύμβασης Franchise με την ΠΙΠΕΡΗΣ Α.Ε

Η σύμβαση αφορά στη μετατροπή των 2 καταστημάτων της ΠΙΠΕΡΗΣ Α.Ε σε OK! Grocery Super Market & Deli. Ο χώρος πώλησης του πρώτου καταστήματος είναι 300 τ.μ. και βρίσκεται στην περιοχή ΕΙΦΥΤΑ στους Αμπελόκηπους Ζακύνθου, ενώ ο χώρος πώλησης του δεύτερου καταστήματος είναι 200 τ.μ. και βρίσκεται στην περιοχή Σαρακηνάδο της δημοτικής ενότητας Αρκαδίων Ζακύνθου. Και τα δύο καταστήματα σύντομα θα ανακαινιστούν βάσει των προδιαγραφών των καταστημάτων OK! Grocery Super Market & Deli. Η ΠΙΠΕΡΗΣ Α.Ε. έχει μεγάλη τεχνογνωσία και εμπειρία στον κλάδο της εμπορίας κρέατος στον οποίο δραστηριοποιείται 40 χρόνια διακινώντας κρέατα από όλο τον κόσμο. Τα τελευταία 13 χρόνια έχει έντονη δραστηριότητα και στην λιανική πώληση κρέατος.



Μια πεδιάδα από αλάτι!

SAY *yes* & get **impressed**

Salar de Uyuni: Μια πεδιάδα από αλάτι βρίσκεται στη Βολιβία. Έχει έκταση περίπου 10 τετραγωνικά χιλιόμετρα, σε υψόμετρο τριών χιλιάδων μέτρων. Η εντυπωσιακή επιφάνεια είναι απομεινάρια μιας τεράστιας προϊστορικής λίμνης και σχηματίστηκε περίπου 30.000 χρόνια πριν. Κάτω από το εντυπωσιακό ίσιο στρώμα αλατιού, υπάρχουν σαλαμούρες, δηλαδή νερά με πολύ μεγάλη περιεκτικότητα σε άλατα που περιέχουν περίπου το 70% των αποθεμάτων λιθίου στον πλανήτη!





Απονομή τιμητικού βραβείου “Walter Scheel Medaille” στην εταιρία Τρικαλινός

Σημαντική διεθνής διάκριση απέσπασε η Εταιρία Τρικαλινός, πρωτοπόρος στην παραγωγή του αυγοτάραχου, καθώς της απονεμήθηκε το τιμητικό βραβείο Walter Scheel Medaille.

Η βράβευση έλαβε χώρα στις 29 Μαρτίου 2022, κατά την οποία ο Christophe Wirtz, Πρόεδρος της Walter Scheel Association, παρέδωσε το βραβείο στο Ζαφείρη Τρικαλινό, Πρόεδρο της ομώνυμης εταιρίας. Η τελετή βράβευσης αποτέλεσε μια ιστορική στιγμή για την οικογένεια Τρικαλινός και τη χώρα, καθώς για πρώτη φορά μια Ελληνική Εταιρία ξεχώρισε ανάμεσα σε κορυφαίες ευρωπαϊκές εταιρίες και τιμήθηκε με το περίφημο XVII Μετάλλιο Walter Scheel προς αναγνώριση της συνολικής προσφοράς της στην Ελληνική και διεθνή γαστρονομία. Η Walter Scheel Association ιδρύθηκε το 1991 προσβλέποντας στην ανάδειξη των προσωπικοτήτων που έχουν συνεισφέρει στη διαμόρφωση και διατήρηση της Ευρωπαϊκής Οίνο- Γαστρονομικής Κουλτούρας. Εξασφαλίζοντας τη σημαντική αυτή διάκριση η Τρικαλινός έφερε το ελληνικό αυγοτάραχο στην κορυφή, το οποίο έχει γίνει πλέον περιζήτητο διεθνώς.

Το αυγοτάραχο «Τρικαλινός» κατέχει εξέχουσα θέση ανάμεσα στα ελληνικά γαστρονομικά προϊόντα, καθώς παράγεται αποκλειστικά από αυγά Κεφάλου, την καλύτερη πρώτη ύλη για την παρασκευή της εκλεπτυσμένης αυτής λιχουδιάς. Η εν λόγω διεθνής διάκριση της εταιρίας Τρικαλινός αποτελεί επιστέγασμα της αφοσίωσής της στην ανάπτυξη της παραγωγής εκλεκτού αυγοτάραχου. Μετά τη βράβευση οι παρευρισκόμενοι απόλαυσαν εξαιρετικά καναπέ με το εκλεκτό Trikalinos Αυγοτάραχο συνοδεία της Chimera Sparkling, αφρώδης οίνο με Κρόκο Κοζάνης.

Με εξαιρετική επιτυχία ολοκληρώθηκε η 2η Premium Real Estate Expo 2022



Έπειτα από δύο χρόνια αποχής, η 2η Premium Real Estate Expo 2022, η μοναδική έκθεση ακινήτων στην Ελλάδα, επέστρεψε σε νέο εκθεσιακό κέντρο, το MEC Παιανίας, από την Παρασκευή 13 έως και την Κυριακή 15 Μαΐου 2022 και ο απολογισμός της έκλεισε με θετικό πρόσημο στην ανταπόκριση των επαγγελματιών του κλάδου, αλλά και των ιδιωτών.

Στα εγκαίνια που πραγματοποιήθηκαν την 1η ημέρα της Έκθεσης, παρευρέθηκαν και απηύθυναν χαιρετισμό ο Υπουργός Ανάπτυξης και Επενδύσεων, Αδωνις Γεωργιάδης, ο Περιφερειάρχης Αττικής, Γιώργος Πατούλης, η Αναπληρώτρια Τομεάρχης Περιβάλλοντος και Ενέργειας της Κ.Ο. του ΣΥ.ΡΙΖ.Α., Χαρά Καφαντάρη, ο Πρόεδρος του Συλλόγου Μεσιτών Αθηνών Αττικής, Λευτέρης Ποταμιάνος και ο εκπρόσωπος του Διοικητικού Συμβουλίου του Επαγγελματικού Επιμελητηρίου Αθηνών, Αναστάσιος Καυκαλέτος. Στην 2η Premium Real Estate Expo 2022 συμμετείχαν 62 εταιρείες από τον κλάδο του Real Estate όπως μεσιτικά γραφεία, κατασκευαστικές εταιρείες, εταιρείες διαχείρισης ακινήτων, χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, ενώ σε ό,τι αφορά την επισκεψιμότητα καταγράφηκαν περισσότεροι από 5.000 επαγγελματίες του real estate, τεχνικά γραφεία, επενδυτές από Ελλάδα και εξωτερικό, καθώς και ιδιώτες ιδιοκτήτες ακινήτων.

Για ποιόν είναι τελικά τα Melissa; Η νέα τηλεοπτική καμπάνια μας δίνει την απάντηση: «Για όλους!»



Μία άκρως ρητορική ερώτηση θέτουν τα Melissa στη νέα τους τηλεοπτική καμπάνια, προσπαθώντας να σκιαγραφήσουν το προφίλ όλων εκείνων που αγαπούν και επιλέγουν τα μακαρόνια ως μέρος της διατροφής τους. Ένα προφίλ που, φυσικά, περιλαμβάνει όλους εμάς και όλους εκείνους που επιλέγουν τα Melissa στις διαφορετικές συνταγές τους. Κι αυτό γιατί τα Melissa πρωτοπορούν, δοκιμάζουν, πειραματίζονται και δημιουργούν προϊόντα με άριστα υλικά και πρώτες ύλες ικανά να συντροφεύσουν κάθε γαστρονομική επιλογή και κάθε τρόπο ζωής. High Protein, με λαχανικά όπως σπανάκι & παντζάρι, ολικής άλεσης & ολικής άλεσης με χαρούφι, χωρίς γλουτένη, κλασικά ή τα παιδικά σχήματα, τα Melissa γίνονται το φαγητό εκείνο που μας προσφέρει την ευχαρίστηση και την απόλαυση ενός πιάτου ζεστού φαγητού. Με υψηλής ποιότητας συστατικά και μεγάλη ποικιλία η μαγειρική γίνεται η συναρπαστική ασχολία της καθημερινότητας. Η έμπνευση παίρνει χρώμα, τα υλικά βγάζουν τις μυρωδιές τους, η φωτιά ζεσταίνεται και η δημιουργία ολοκληρώνεται μόλις ανοίξουμε τα αγαπημένα μας Melissa. Στο νέο τηλεοπτικό σποτ, που επιμελήθηκε η The Newtons Laboratory, δίνεται η απάντηση στο ερώτημα αυτό και ξετυλίγεται μέσα από ένα σύντομο ταξίδι γεύσεων και εικόνων όλη η ποικιλία των Melissa. Γιατί, τελικά, για ποιόν είναι τα Melissa; Φυσικά, «Για Όλους!»

Press Room

Σε πλήρη λειτουργία το νέο Wolt Market στη Νέα Ιωνία



Wolt Market

Το Wolt Market ενισχύει τις υπηρεσίες του στην Αθήνα, εμπλουτίζοντας το δίκτυό του με ένα ακόμα dark store στη Νέα Ιωνία. Έχοντας παρουσία σε Αθήνα, Θεσσαλονίκη και Πάτρα, η ομάδα του Wolt Market εργάζεται πυρετωδώς για τη δυναμική επέκταση της υπηρεσίας, συμπεριλαμβάνοντας στην ακτίνα εξυπηρέτησής της τις περιοχές Φιλαδέλφεια, Γαλάτσι, Μεταμόρφωση, Νέα Ιωνία, Καματερό και Αχαρνές. Με την προσθήκη του νέου dark store στη Νέα Ιωνία, οι πελάτες της Wolt Market στην ευρύτερη περιοχή μπορούν πλέον να παραλαμβάνουν στην πόρτα τους τα ψώνια του supermarket σε λίγα μόνο λεπτά.

Καθημερινά αλλά και το Σαββατοκύριακο, από τις 08:00 έως τις 00:00, οι αγορές μετατρέπονται

σε μία απλή και ευχάριστη εμπειρία. Οι πελάτες του Wolt Market μπορούν να διαλέξουν ανάμεσα σε περισσότερους από 3.000 κωδικούς, που είναι διαθέσιμοι στα ηλεκτρονικά ράφια της υπηρεσίας και που ανανεώνονται τακτικά με καινούριες ετικέτες και αποκλειστικές προσφορές, για να εναρμονίζονται πλήρως με τις τρέχουσες ανάγκες των νοικοκυριών.

Platinum βραβείο για το Scalani Hills Residences στα φετινά Tourism Awards



Η Λένια Μπουτάρη, Διευθύντρια Marketing της οιοποίας Μπουτάρη & ο Λευτέρης Πλακίδας, μέλος της κριτικής επιτροπής των Tourism Awards 2022.

Με το ανώτατο βραβείο platinum διακρίθηκαν οι ξενώνες Scalani Hills Residences της Οιοποίας Μπουτάρη, στα φετινά Tourism Awards 2022 και στην κατηγορία «Οινοκή Κουλτούρα» για τη μοναδική αισθητική, την

ολιστική προσέγγιση της ελληνικής φιλοξενίας και την ξεχωριστή εμπειρία που προσφέρουν στους επισκέπτες. Τα Tourism Awards πραγματοποιήθηκαν στις 9/5/2022, στο Ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού, επιβραβεύοντας για ακόμα μια χρονιά τους πρωτοπόρους και τους καινοτόμους του ελληνικού τουρισμού.

Το "Scalani Hills Residences" βρίσκεται στο κτήμα Scalarea, έξω από το χωριό Σκαλάκι στην Κρήτη και από το 2015 το διαχειρίζονται από κοινού η οιοποία Μπουτάρη και η Aria Hotels. Το αναπαλαιωμένο κτίσμα μέσα στο κτήμα περιλαμβάνει τρία πολυτελή δωμάτια με απόλυτο σεβασμό στον περιβάλλοντα χώρο σε μια έκταση 70 στρεμμάτων αμπελιών και ενός ελαιώνα.

Η Λένια Μπουτάρη, Διευθύντρια Marketing της οιοποίας Μπουτάρη, παραλαμβάνοντας τη διάκριση σχολίασε σχετικά: «Είναι μεγάλη ικανοποίηση που η πρωτοπορία της οιοποίας Μπουτάρη στο κομμάτι του οιοτουρισμού αναγνωρίζεται και επιβραβεύεται με τη διάκριση αυτή. Μαζί με την Aria Hotels και την εξαιρετική συνεργασία μας, καταφέραμε να αναδείξουμε έναν ονειρικό αμπελώνα στο Σκαλάκι της Κρήτης σε έναν προορισμό οινικού τουρισμού διεθνών προδιαγραφών. Ευχαριστούμε την οικογένεια Κωνσταντάκη και την ομάδα του κτήματος που εδώ και χρόνια στηρίζουν το έργο μας με την κρητική αυθεντικότητα που τους διακρίνει και κάνουν τη φιλοξενία μας να ξεχωρίζει».

Ήξερες ότι...

Τι σημαίνει... Κρήτη;



Ξέρετε από πού πήρε το όνομά της η Κρήτη και τι σημαίνει; Το όνομά της σημαίνει κραταιή, αυτή που είναι κράτος. Το επίθετο "κραταιός" σημαίνει ισχυρός, δυνατός. Και πράγματι η Κρήτη υπήρξε η μεγαλύτερη θαλασσοκράτειρα του κόσμου και οι πρώτοι της φύλακες ήταν οι Κουρήτες από τους οποίους πήραν το όνομά τους οι Κρήτες.

Τα πιο εκθαμβωτικά looks με τα νέα προϊόντα got2b!

Ανακάλυψε τα νέα προϊόντα got2b Guardian Angel spray θερμοπροστασίας για λαμπερό αποτέλεσμα και got2b Chaotic Fibre Gum κρέμα styling για messy-chaotic look! Είναι γεγονός ότι οι ανάγκες των μαλλιών μας είναι διαφορετικές για τον καθένα. Για τον λόγο αυτό, το got2b έρχεται να παρουσιάσει δύο νέα προϊόντα styling τα οποία ήρθαν για να μείνουν στην καθημερινότητά σου. Για εσένα που χρησιμοποιείς καθημερινά συσκευές θερμότητας για το styling των μαλλιών σου, όπως πιστολάκι, ψαλίδια ή και σίδερο ισιώματος, με το got2b Guardian Angel θα πεις αντί στα ταλαιπωρημένα μαλλιά για πάντα. Πρόκειται για ένα spray που προστατεύει τα μαλλιά σου από τη θερμότητα έως και 220°C! Δημιουργεί ένα προστατευτικό φράγμα γύρω από την επιφάνεια της τρίχας, σαν μια ασπίδα που επιβραδύνει τη μεταφορά της θερμότητας, αποτρέποντας την αφυδάτωση και την αποδυνάμωση της τρίχας. Τι το κάνει ξεχωριστό από τα άλλα spray προστασίας; Εκτός από την προστασία κατά της θερμότητας, υπόσχεται λαμπερή όψη στα μαλλιά χωρίς να τα βαραίνει! Για εσένα που θέλεις ατημέλητο look... το got2b Chaotic Fibre Gum είναι ο κατάλληλος σύμμαχός σου για το στιλ των μαλλιών που επιθυμείς. Δίνει δομή και φορμάρισμα στα μαλλιά για ένα messy look. Παράλληλα προσφέρει ελαστικό κράτημα για φυσικό αποτέλεσμα που διαρκεί, κάνοντας έτσι το styling πιο εύκολο από ποτέ!

#trends**Flip ends: Η ρομαντική τάση του καλοκαιριού**

Στο flip ends look οι άκρες είναι γυρισμένες προς τα έξω. Κάνει το χτένισμά σας ρομαντικό, ρετρό και πολύ κομψό. Μπορεί να γίνει και σε πιασμένα μαλλιά σε αλογοουρά αλλά και σε half up. Τα μαλλιά πρέπει να είναι ισιωμένα καλά και να γυρίσετε τις άκρες τους προς τα έξω.





Μαζί για ένα «πράσινο» μέλλον: ALUMIL και we4all ενώνουν δυνάμεις με στόχο την περιβαλλοντική εκπαίδευση παιδιών σε σχολεία

Με βασική αρχή ότι η Γη είναι το σπίτι όλων μας, η ALUMIL συνεχίζει με συνέπεια τις «πράσινες» ενέργειες για την προστασία του περιβάλλοντος, με όραμα οι νεότερες γενιές να κληρονομήσουν έναν τόπο όπου θα μπορούν να ζήσουν και να δημιουργήσουν όπως ονειρεύονται. Σε αυτό το πλαίσιο, η εταιρεία συμπράττει με τη we4all, συμμετέχοντας ως Earth Protector στην «Περιβαλλοντική Συμμαχία» του οργανισμού μέσω του προγράμματος “Green Future”, το οποίο εστιάζει στην περιβαλλοντική εκπαίδευση παιδιών σε σχολεία της χώρας. Η we4all είναι ένας μη κερδοσκοπικός περιβαλλοντικός οργανισμός, με αποστολή να βοηθήσει τον πλανήτη να θεραπευτεί και να θυμίσει στους ανθρώπους ότι η Γη είναι το σπίτι μας, πριν να είναι αργά. Από τη δημιουργία του το 2018 μέχρι σήμερα, ο οργανισμός έχει πραγματοποιήσει περισσότερες από 103.000 δεντροφυτεύσεις, ενώ το περιβαλλοντικό πρόγραμμα “Green Future” έχει υλοποιηθεί με επιτυχία σε εκατοντάδες σχολεία σε όλη την Ελλάδα. Μέσω του προγράμματος “Green Future”, θα πραγματοποιηθούν από τη we4all εκπαιδεύσεις σε 20 δημοτικά σχολεία που βρίσκονται «στη γειτονιά» της ALUMIL, κοντά, δηλαδή, στις εγκαταστάσεις της εταιρείας σε Κιλκίς, Ευκαρπία (Θεσσαλονίκη) και Αχαρνές (Αττική). Το πρόγραμμα ξεκινά στις 16 Μαΐου και αναμένεται να ολοκληρωθεί τον Νοέμβριο, δίνοντας την ευκαιρία σε μαθητές και μαθήτριες να ενημερωθούν και να ευαισθητοποιηθούν για τα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο πλανήτης μας αλλά και να υιοθετήσουν έναν τρόπο ζωής φιλικό προς το περιβάλλον.

Σίλφιο: Το «βιάγκρα» των Ρωμαίων ήταν το πρώτο θύμα της κλιματικής αλλαγής

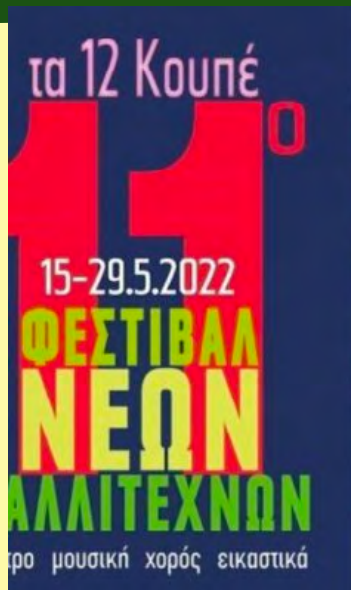


Το Σίλφιο ήταν το «θαυματουργό» φυτό των αρχαίων Ελλήνων και «βιάγκρα» των Ρωμαίων. Ήταν τόσο πολύτιμο που ο Ιούλιος Καίσαρας λέγεται πως είχε αποθηκεύσει πάνω από μισό τόνο. Ωστόσο, κατά τα χρόνια του Νέρωνα, εξαφανίστηκε και εκτοτε οι άνθρωποι αναρωτιούνταν το γιατί. Σήμερα οι ερευνητές οδηγούνται στο συμπέρασμα πως πιθανότατα το φυτό αυτό ήταν το πρώτο θύμα της ανθρωπογενούς κλιματικής αλλαγής! Η έρευνα των Πολ Πολάρο και Πολ Ρόμπερτσον από το Πανεπιστήμιο του Νιου Χαμψάιρ που δημοσιεύτηκε στην επιθεώρηση *Frontiers in Conservation Science*, κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η αποψίλωση και ραγδαία αστική ανάπτυξη άλλαξαν το ντόπιο μικροκλίμα στο οποίο ενδημούσε το σίλφιο.

11ο Φεστιβάλ Νέων Καλλιτεχνών «Τα 12 Κουπέ»

Το μοναδικό παγκοσμίως πολιτιστικό σιδηροδρομικό Φεστιβάλ Νέων Καλλιτεχνών «τα 12 Κουπέ», πιστό στο ετήσιο ανοιξιάτικο ραντεβού του από τον Μάιο του 2011, οργανώνεται και φέτος από την Αμαξοστοιχία - Θέατρο το Τρένο στο Ρουφ για 11η χρονιά. Νέες καλλιτεχνικές ομάδες και μεμονωμένοι καλλιτέχνες δημιουργούν και παρουσιάζουν καθημερινά επί ένα συνεχές δεκαπενθήμερο performances σύντομης διάρκειας (10-30 λεπτών). Έως και την Κυριακή 29 Μαΐου 2022. Στα 11 αυτά χρόνια, το ξεχωριστό αυτό Φεστιβάλ που εμπνεύστηκε και καθιέρωσε η Τατιάνα Λύγαρη, αναδεικνύει, ενθαρρύνει και προωθεί νέους καλλιτέχνες και ομάδες

από τους χώρους του Θεάτρου, της Μουσικής, του Χορού και των Εικαστικών προσφέροντας βήμα έκφρασης και δημιουργίας αλλά και έναυσμα για νέες συνεργασίες σε περισσότερες από 170 ταλαντούχες νεανικές ομάδες με συνολικά περισσότερους από 700 καλλιτέχνες από όλες τις μορφές της Τέχνης (Θέατρο, Μουσική, Χορός, Εικαστικά, Φωτογραφία, Κινηματογράφος, Video-Art κ.λπ.). Όλες οι performances παρουσιάζονται σε καθημερινή βάση από τις 19.00 έως τις 23:45 σε ένα κυλιόμενο πρόγραμμα. Είσοσος ελεύθερη. Απαραίτητη προϋπόθεση η προμήθεια δελτίων εισόδου. Έναρξη διανομής δελτίων εισόδου για τις performances τής κάθε ημέρας από 18.30 στο ταμείο της Αμαξοστοιχίας. Μέγιστος αριθμός δελτίων εισόδου 3 ανά άτομο/ανά ημέρα βάσει διαθεσιμότητας θέσεων. Δείτε το πρόγραμμα [εδώ](#).



TechWa
Technology In Greek

“Να θυμηθώ να παραγγείλω”: Παρουσίαση του βιβλίου του Στέλιου Μάινα

Ποιος είναι αυτός που θα κλείσει τον διακόπτη της ζωής; Μια ιστορία που γοητεύει και προβληματίζει. Την Πέμπτη 19 Μαΐου 2022, στις 7:30 μ.μ., στο βιβλιοπωλείο ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΙΔΗΣ (Μητροπόλεως 92), στη Θεσσαλονίκη θα πραγματοποιηθεί παρουσίαση βιβλίου του βιβλίου “Να θυμηθώ να παραγγείλω”, του Στέλιου Μάινα. Για το βιβλίο θα μιλήσει και θα

συζητήσει με τον συγγραφέα ο δημοσιογράφος και συγγραφέας Κυριάκος Αθανασιάδης. Αποσπάσματα διαβάζει η ηθοποιός Κάτια Σπερελάκη. Μια γιατρός αναισθησιολόγος ξεπερνά τα όρια της ιατρικής ηθικής, θέτοντας το δίλημμα «ευεργέτης ή φονιάς;».



ΚΩΣΤΑΣ ΜΠΑΡΜΠΑΤΣΗΣ

ΛΥΚΟΧΑΒΙΑ

ΚΑΙ ΑΛΛΕΣ ΙΣΤΟΡΙΕΣ



ΚΕΔΡΟΣ

"ΛΥΚΟΧΑΒΙΑ"

Έξι ιστορίες για την απώλεια. Την απώλεια των συναισθημάτων, της λογικής, της ίδιας της ζωής. Κυρίαρχο σκηνικό η Αιτωλοακαρνανία και η Ήπειρος κατά τη διάρκεια του πολέμου, της Κατοχής, του Εμφυλίου, της μετανάστευσης. Άνθρωποι εύθραστοι που, αδυνατώντας να αντιμετωπίσουν τη σκληρότητα που τους περιβάλλει, βλέπουν ως μόνη διέξοδο τη φυγή. Από τις εκδόσεις ΚΕΔΡΟΣ.



Η καμαριέρα

Η
ΚΑΜΑΡΙΕΡΑΤΗΣ
ΝΙΤΑ ΠΡΟΣΕ

*Είμαι η Μόνη, η καμαριέρα σας.
Ξέρω τόσα για εσάς κι εσείς τίποτα για μένα...*

**ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΟΜΩΣ ΝΑ ΜΑΘΕΤΕ ΤΑ ΠΑΝΤΑ
ΑΠΟ ΤΙΣ 5 ΜΑΪΟΥ**

Μυστήριο κλειδωμένου δωματίου και συγκινητικό πνευματικό ταξίδι, το Η καμαριέρα διερευνά τι σημαίνει να είσαι ίδιος με όλους τους άλλους και ταυτόχρονα ολότετα διαφορετικός – και αποκαλύπτει ότι όλα τα μυστήρια λύνονται, όταν ακούς την καρδιά. Το μεγαλύτερο μυστήριο όμως είναι οι ίδιοι οι άνθρωποι – και η αλήθεια δεν είναι πάντα ασπρόμαυρη: συχνά την ανακαλύπτεις στις πιο βρόμικες, πιο γκριζες περιοχές ανάμεσα στο άσπρο και το μαύρο. Από τις εκδόσεις ΜΕΤΑΙΧΜΙΟ.



quote of the day

I BELIEVE IN EQUALITY
FOR EVERYONE.
Mahatma Gandhi

Σήμερα
γιορτάζουν!
Ανδρόνικος,
Ανδρονίκη, Ιουνίας,
Ιούνιος, Ιουνία



tip of the day

MORE EQUALITY
MORE HOPE
MORE HUMANITY
MORE PRIDE
MORE ACCEPTANCE
MORE LOVE

17 Μαΐου

- › Διεθνής Ημέρα κατά της Ομοφοβίας, της Τρανσοφοβίας και της Αμφιφοβίας
- › Παγκόσμια Ημέρα κατά της Υπέρτασης
- › Παγκόσμια Ημέρα Τηλεπικοινωνιών και Κοινωνίας της Πληροφορίας
- › National Cherry Cobbler Day
- › National Graduation Tassel Day
- › National Idaho Day
- › National Pack Rat Day
- › National Walnut Day