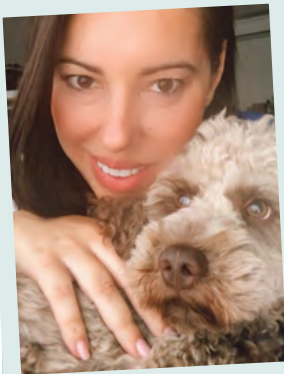


SAY *yes* to the **press**



ΤΙ ΣΚΕΦΤΟΝΤΑΙ  
ΟΙ ΕΛΛΗΝΕΣ  
ΟΤΑΝ ΨΩΝΙΖΟΥΝ;



## Φτιάξε καφέ να στα πω...

Καλημέρα αγαπημένοι μου SayYessers!!!

Εσείς ακούτε μουσική όταν εργάζεστε;

Προσωπικά μου αρέσει να ακούω μουσική όταν δουλεύω. Και τώρα το ερώτημα είναι: “Πρέπει να ακούμε μουσική όταν δουλεύουμε;”, και: “Η ακρόαση μουσικής ενισχύει την παραγωγικότητα;”.

Ας ξεκινήσουμε με το “Πρέπει να ακούς μουσική όταν εργάζεσαι;” ή μάλλον, “Μας βοηθάει η μουσική να εστιάζουμε ή μας αποσυντονίζει από αυτό που έχουμε να κάνουμε;”.

**ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΕΡΕΥΝΕΣ Η ΜΟΥΣΙΚΗ ΜΑΣ ΒΟΗΘΑ ΝΑ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΘΟΥΜΕ ΑΠΟΚΛΕΙΟΝΤΑΣ ΤΟΝ ΘΟΡΥΒΟ ΠΟΥ ΜΑΣ ΑΠΟΣΠΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΟΧΗ. ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙ ΩΣ ΕΡΕΘΙΣΜΑ ΠΟΥ ΕΜΠΛΕΚΕΙ ΤΟΝ ΕΓΚΕΦΑΛΟ, ΤΟ ΟΠΟΙΟ ΤΡΟΠΟΠΟΙΕΙ ΤΗ ΔΙΑΘΕΣΗ ΜΑΣ ΚΑΙ ΠΑΡΕΧΕΙ ΕΝΑΝ ΡΥΘΜΟ ΠΟΥ ΜΑΣ ΚΡΑΤΑ ΣΕ ΕΓΡΗΓΟΡΗ. ΑΥΤΟ ΧΡΗΣΙΜΕΥΕΙ ΓΙΑ ΝΑ ΚΑΝΕΙ ΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ ΠΙΟ ΕΛΚΥΣΤΙΚΗ, ΛΙΓΟΤΕΡΟ ΒΑΡΕΤΗ ΚΑΙ ΠΙΟ ΕΥΚΟΛΗ ΣΤΗΝ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗ.**

Και νομίζω ότι μπορούμε όλοι να συμφωνήσουμε σε αυτό. Δεν νομίζω ότι χρειάζεται πραγματικά καμία έρευνα για να αποδείξει αυτό το γεγονός, ωστόσο πρέπει να γνωρίζουμε πως δεν μπορούν όλα τα είδη της μουσικής να συμβάλουν στη συγκέντρωση. Εάν οι σταθμοί που ακούμε είναι πιο πολύ κουβέντα παρά μουσική, μπορεί να απομακρύνει την προσοχή μας από τη δουλειά (και δεν το θέλουμε αυτό). Αυτός είναι και ο λόγος που το Lo-fi είναι τόσο δημοφιλές ως μουσική εργασίας/μελέτης.

Τώρα ας συνεχίσουμε με το μέρος “Παραγωγικότητα”. Αρκετές μελέτες έχουν αποδείξει ότι η μουσική βοηθάει στη διευκόλυνση των επαναλαμβανόμενων εργασιών. Και ενώ το beat μπορεί να μας βοηθήσει να κατανοήσουμε καλύτερα αυτό που κάνουμε μπορεί επίσης να βελτιώσει τη διάθεσή μας, και όταν είμαστε χαρούμενοι αυξάνεται η αποτελεσματικότητα και η παραγωγικότητα μας.

**Tip of the Day:** 3 αγαπημένα μου Lo-fi’s που προτιμώ να ακούω εν ώρα εργασίας:

1. [Yasumu — Until Forever \[lofi hip hop/relaxing beats\]](#)
2. [Kupla — Kingdom in Blue](#)
3. [Bcalm — Elements \[lofi hip hop/relaxing beats\]](#)

# Τι σκέφτονται οι Έλληνες όταν ψωνίζουν;

**Ποια είναι η καταναλωτική συμπεριφορά των Ελλήνων και τι προσδοκούν από τα brands;**



Μόνο το 30% των Ελλήνων έχουν επιστρέψει σε ένα brand που είχαν ορκιστεί να μην ψωνίσουν ποτέ ξανά, με το κόστος, την εξυπηρέτηση πελατών και την ευκολία να παίζουν σημαντικό ρόλο στις αποφάσεις τους.

Εντυπωσιακά είναι τα αποτελέσματα της έρευνας της Sitecore “Sitecore Brand Authenticity” για τη συμπεριφορά των καταναλωτών στη χώρα μας. Η έρευνα διεξήχθη με τη συμμετοχή 1070 καταναλωτών από την Ελλάδα. Η Sitecore πραγματοποίησε την έρευνα για να βοηθήσει τις εταιρείες να κατανοήσουν τις μεταβαλλόμενες προσδοκίες των καταναλωτών, αλλά και για να αναδείξει τους λόγους που πρέπει τώρα να δημιουργήσουν στρατηγικές ενσυναίσθησης και εξατομικευμένης εμπειρίας.



## Τι θέλουν οι Έλληνες από τα brands

Συνολικά οι Έλληνες καταναλωτές επιθυμούν τα brands να θυμούνται τις προηγούμενες αλληλεπιδράσεις τους, με το 71% να απαιτεί από ένα brand να δείχνει ενσυναίσθηση και κατανόηση για να χτίσει μια ισχυρότερη σχέση. 6 στους 10 θέλουν να συνδεθούν με ένα brand σε προσωπικό επίπεδο. Αυτό δείχνει ότι έχει έρθει η ώρα για τα ελληνικά brands να εγκαταλείψουν τις παλιές πρακτικές και να υιοθετήσουν μια διαφορετική αληθινή συναισθηματική προσέγγιση για να εξασφαλίσουν την ικανοποίηση των πελατών.

## To Brand Loyalty απουσιάζει...

Σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας το Brand Loyalty δεν αποτελεί έναν σταθερό στόχο στην Ελλάδα. Μόλις το 18% των καταναλωτών εμφανίζεται να περιγράφει τον εαυτό του ως “οπαδό” του αγαπημένου του brand, ενώ μόνο το 10% δηλώνει ότι είναι “μέλος μιας κοινότητας”. Από την άλλη, μόλις το 4% δηλώνει ότι είναι influencer ή υποστηρικτής του αγαπημένου του brand, με τους κλάδους των καταναλωτικών αγαθών, της καταναλωτικής τεχνολογίας και της υγείας και ευεξίας δημιουργούν το μεγαλύτερο brand loyalty.



## To Brand Representation είναι απαραίτητο για τους Έλληνες

Σχεδόν όλοι οι ερωτηθέντες (93%) υποστηρίζουν ότι τα brands θα πρέπει να καταβάλλουν συνειδητή προσπάθεια για να διασφαλίσουν ότι οι πελάτες τους αισθάνονται ότι εκπροσωπούνται στο μάρκετινγκ και την επικοινωνία τους. Οι Έλληνες θέλουν να δουν τους εαυτούς τους να εκπροσωπούνται επαρκώς στις μάρκες από τις οποίες ψωνίζουν. Μάλιστα, το 59% θέλει τα brands να συνδέονται μαζί τους σε προσωπικό επίπεδο, ενώ 1 στους 3 αναφέρει ότι επέλεξε να ψωνίζει brands που επιδεικνύουν αξίες που ευθυγραμμίζονται με τις δικές τους.

## Αναζητώντας τη διαφάνεια και την αυθεντικότητα

Όσον αφορά την αξιολόγηση των brand κλάδων ως προς τη διαφάνεια και την αυθεντικότητα, οι περισσότερες εταιρείες στην Ελλάδα έλαβαν μέτρια αξιολόγηση. Αν και οι εταιρείες καταναλωτικής τεχνολογίας, καταναλωτικών αγαθών, υγείας και ευεξίας λαμβάνουν τους υψηλότερους βαθμούς, μόνο 1 στους 5 δηλώνει ότι οι κλάδοι αυτοί είναι “εξαιρετικά διαφανείς και αυθεντικοί”. Οι τράπεζες και τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, καθώς και οι επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών, θεωρούνται οι λιγότερο διαφανείς και αυθεντικές. Εντυπωσιακό εύρημα ήταν επίσης ότι το 74% των ερωτηθέντων συμφώνησε ότι τα brands θα πρέπει να παρουσιάζουν διαφάνεια σχετικά με τα πολιτικά κόμματα και τα κοινωνικά ζητήματα που υποστηρίζουν οικονομικά. Η υποστήριξη των επιχειρήσεων που ανήκουν σε μειονότητες είναι επίσης σημαντική για τους Έλληνες, με 4 στους 10 να θέλουν περισσότερα προϊόντα και υπηρεσίες διαθέσιμα από τέτοιες εταιρείες. Οι νεότεροι καταναλωτές είναι πιο πιθανό να ψωνίσουν από μια επωνυμία με ισχυρή ηθική στάση, αν και η τιμή εξακολουθεί να είναι βασικό κριτήριο για την πλειονότητα των καταναλωτών.

## Ο ρόλος της ανταμοιβής... όταν υπάρχουν ανατιμήσεις

Η προσφορά ενός προγράμματος loyalty ή μιας έκπτωσης για πολλαπλές αγορές μπορεί να αντισταθμίσει τις ανατιμήσεις περισσότερο από οποιαδήποτε άλλη δραστηριότητα. Επιπλέον, οι μεγαλύτεροι σε ηλικία πελάτες εκτιμούν επίσης την ξεκάθαρη επικοινωνία,

ιδανικά πριν από τις αυξήσεις των τιμών, με το 97% των ερωτηθέντων να σημειώνουν ότι είναι σημαντικό για τα brands να εξηγούν και να είναι διαφανή για τις ανατιμήσεις που κάνουν. Ωστόσο, είναι λιγότερο πιστοί σε προϊόντα, με πολλούς να αναφέρουν ότι οι αύξηση τιμών θα τους οδηγούσε προς πιο γενικές μάρκες. Στον αντίποδα, οι νεότεροι καταναλωτές είναι πιο πιθανό να δεχτούν αυξήσεις τιμών από brands που υποστηρίζουν τη δίκαιη αμοιβή του προσωπικού ή για προϊόντα που είναι πιο φιλικά προς το περιβάλλον.

## Η online εμπειρία & οι αγορές μέσω κινητού

4 στους 10 Έλληνες καταναλωτές δηλώνουν ότι έχουν στραφεί στην ψηφιακή τεχνολογία (40%), ιδίως όσοι είναι κάτω των 44 ετών ή εργάζονται, παρά επιλέγουν την προσωπική αγοραστική εμπειρία (34%). Οι μισοί αισθάνονται ότι έχουν δημιουργήσει μια βαθύτερη σύνδεση με κάποιες εταιρείες φέτος, μέσω της online εμπειρίας τους. Επίσης, περισσότεροι από τους μισούς Έλληνες καταναλωτές έχουν ψωνίσει από κινητή συσκευή και το 61% κατατάσσει την ευκολία των αγορών μέσω κινητού ως τον πιο σημαντικό τρόπο με τον οποίο ένα brand μπορεί να βελτιώσει την αγοραστική εμπειρία. Τέλος, οι πληρωμές από τρίτους γίνονται επίσης όλο και πιο συνηθισμένες.



**SITECORE**

info

Αν θέλετε να μάθετε περισσότερα σχετικά με την έρευνα Brand Authenticity Report επισκεφτείτε το <https://www.sitecore.com/brand-authenticity/greece>

## TÜV AUSTRIA Hellas: Γιορτάζει την επέτειο των 150 χρόνων από την ίδρυση του Ομίλου TÜV AUSTRIA

Με την ανακοίνωση των οικονομικών αποτελεσμάτων του TÜV AUSTRIA Group για το έτος 2021, που βρίσκει την TÜV AUSTRIA με νέο ρεκόρ εσόδων και κερδοφορίας και θεμελιώδη μεγέθη (κερδοφορία, καθαρή θέση, ρευστότητα) καλύτερα από σχεδόν το σύνολο του ανταγωνισμού της σε διεθνή κλίμακα, εορτάζεται στην Βιέννη και σε άλλες 40 χώρες που το Group έχει σήμερα παρουσία, η συμπλήρωση 150 ετών από την ίδρυσή της. Η Ελληνική θυγατρική TÜV AUSTRIA HELLAS - εδώ και σχεδόν τρεις δεκαετίες στη χώρα μας - δημιουργεί υπηρεσίες ελέγχου, εκπαίδευσης και πρωτοποριακών σχημάτων πιστοποίησης, συμβάλλοντας στη συνολική εξέλιξη της κοινωνίας, της οικονομίας, της αγοράς και της κάλυψης των σύγχρονων προκλήσεων. Σήμερα, η εταιρεία αναπτύσσεται περαιτέρω και στοχεύει στην ενδυνάμωση της Ελληνικής οικονομίας μέσω εξειδικευμένων προγραμμάτων που προάγουν την επαγγελματική κατάρτιση και την πιστοποίηση δεξιοτήτων, τον έλεγχο και την πιστοποίηση αιεφόρων και περιβαλλοντικών πρακτικών μέσα από τα έργα ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, την υιοθέτηση πραγματικών μέτρων και διαδικασιών προστασίας του περιβάλλοντος καθώς και την συνεχή αύξηση και διαρκή κατάρτιση του εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού της. Το 2021 η TÜV AUSTRIA ως υπεύθυνος «εταιρικός πολίτης» ανέπτυξε και εξέλιξε το καινοτόμο και υψηλών προδιαγραφών χαρτοφυλάκιο των περισσότερων από 270 υπηρεσιών της, εμπλουτίζοντας το με την σειρά ολοκληρωμένων υπηρεσιών για την αειφορία και το περιβάλλον TÜV AUSTRIA Green Action, που καλύπτουν τις ανάγκες της κοινωνίας και των επιχειρήσεων και απαντούν στα σύγχρονα ερωτήματα των εταιρικών πελατών της αλλά και των πολιτών, γράφοντας κατ' αυτόν τον τρόπο ένα νέο κεφάλαιο για τους Τεχνικούς Ελέγχους και την Πιστοποίηση στην χώρα μας. Ο Διευθύνων Σύμβουλος της TÜV AUSTRIA Hellas και Executive Business Director του Business Assurance του TÜV AUSTRIA Group, κ. Ιωάννης Καλλιός, δήλωσε σχετικά: «Ολοκληρώνοντας μια χρονιά γεμάτη προκλήσεις, συνεχίζουμε με ευθύνη και μεγάλη αισιοδοξία να δημιουργούμε πρωτοποριακές υπηρεσίες ελέγχων, καινοτόμα ολοκληρωμένα σχήματα πιστοποίησης, νέα σχήματα επαγγελματικής κατάρτισης και πιστοποίησης δεξιοτήτων, διευρύνοντας το ήδη ισχυρό χαρτοφυλάκιο μας, ενώ, παράλληλα ανταποκρινόμαστε με γρήγορα αντανακλαστικά στις αναδυόμενες ανάγκες της κοινωνίας και της αγοράς μας. Δεν ξεχνάμε, πως η κύρια αποστολή μιας σύγχρονης επιχείρησης σήμερα, είναι, πρώτα να ακούει, να αφογκράζεται και μετά να δρα υπεύθυνα. Ταυτόχρονα, επενδύουμε ολοένα και περισσότερο στους ανθρώπους μας. Η μεγαλύτερη διαχρονική επένδυσή μας ήταν και θα είναι οι άνθρωποί μας. Η ιδιότητά μας ως υπεύθυνος εταιρικός πολίτης δίπλα στους ανθρώπους μας και στους πελάτες μας, είναι ο οδηγός για το μέλλον μας. Αυτό ορίζει και το όραμά μας για το 2030».

**TÜV**  
**AUSTRIA**

**HELLAS**

**Ήξερες ότι...**

**Το βαθύτερο σημείο της Γης**



Το βαθύτερο σημείο της Γης βρίσκεται μεταξύ της Ινδονησίας και της Ιαπωνίας και είναι η Τάφος των Μαρριανών. Το πιο βαθύ σημείο της, το λεγόμενο Challenger Deep, φτάνει τα 11.035 μέτρα κάτω από την επιφάνεια της θάλασσας και είναι το σημείο όπου οι δύο μεγάλες τεκτονικές πλάκες του Ειρηνικού συναντιούνται.

## Campo Farm Το κρητικό φυτικό μπιφτέκι διακρίνεται στα Chefs' Choice Awards 2022

Η ποιότητα, τα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά, η γεύση, η εμφάνιση και η αξιοποίηση υπεύθυνων περιβαλλοντικών πρακτικών ανέδειξαν το plant based μπιφτέκι Campo Farm σε έναν από τους πρωταγωνιστές της επαγγελματικής κουζίνας. Τα Chefs' Choice Awards διοργανώθηκαν για πρώτη φορά στην Ελλάδα από την Boussias και το Hotel & Restaurant Daily. Μέσα από μια «τυφλή» μαγειρική δοκιμασία οι σεφ της Κριτικής Επιτροπής δημιούργησαν γεύσεις και βαθμολόγησαν τις υποψηφιότητες αποδίδοντας στο PLANT BASED ΜΠΙΦΤΕΚΙ Campo Farm διάκριση στην κατηγορία The Vegan Choice – shortlisted. Τα Campo Farm αποτελούνται από 100% φυτική πρωτεΐνη, με εξαιρετικό παρθένο κρητικό ελαιόλαδο, βότανα της Κρήτης και μεσογειακά μπαχαρικά, χωρίς ΣΥΝΤΗΡΗΤΙΚΑ, είναι PALM OIL FREE, GMO FREE, GLUTEN FREE, LACTOSE FREE, είναι πλούσια σε φυτικές ίνες, παράγονται δε με μειωμένο περιβαλλοντικό αποτύπωμα.

Προωθώντας την αρμονική διαβίωση και την ισορροπία του πλανήτη, το Campo Farm είναι το μοναδικό plant based προϊόν στην ελληνική αγορά που διατίθεται σε χάρτινο δισκάκι FSC με 90% λιγότερο πλαστικό. Η σειρά αποτελείται από 4 κωδικούς – burger, λουκάνικο, κεφτεδάκια και κιμά, όλα πιστοποιημένα από τη V-Label GmbH και έχει τοποθετηθεί σε μεγάλες αλυσίδες λιανεμπορίου και σε μικρότερα σημεία σε όλη την Ελλάδα.

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



ΕΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΜΕ  
**90%**  
ΛΙΓΟΤΕΡΟ ΠΛΑΣΤΙΚΟ

Η CAMPOFARM εξελίχθηκε τη σύγχρονη διατροφή!

Με σεβασμό στον άνθρωπο αλλά και στο περιβάλλον, παρουσιάζει μια σειρά Φυτικών Προβλεπτικών προϊόντων, που υποστηρίζουν έναν υγιεινό τρόπο ζωής με υψηλή διατροφική αξία, σέβονται την καρδιά της φύσης και παράγονται με Κρητικό Εξαιρετικό Παρθένο Ελαιόλαδο και βότανα. Το CampoFarm είναι το πρώτο Plant Based στην Ελλάδα που ασκείται στην σε χάρτινο δισκάκι, από FSC κατά με εντύπωση και σε μέθοδο Braille.

ΚΑΡΤΩΝΕΣ ΚΑΤΑΓΩΓΗΣ: ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ. [WWW.CAMPOFARM.GR](http://WWW.CAMPOFARM.GR)



[www.campofarm.gr](http://www.campofarm.gr)

# Press Room

Οι «ΣΕΡΡΕΣ», η σειρά-ύμνος στη διαφορετικότητα, ολοκληρώθηκαν και όλα τα επεισόδια είναι πλέον διαθέσιμα στο ANTI+



## ΣΕΡΡΕΣ

ΤΟΥ ΓΙΩΡΓΟΥ ΚΑΠΟΥΤΖΙΔΗ

σκηνοθεσία Σταμάτης Πατρώνης



Οι «ΣΕΡΡΕΣ» του Γιώργου Καπουτζίδη, σε σκηνοθεσία του Σταμάτη Πατρώνη, ολοκληρώθηκαν την Παρασκευή 03.06, με το δέκατο επεισόδιο να είναι πλέον διαθέσιμο στο ANTI+, συμπληρώνοντας τον κύκλο του πρώτου ANTI+ Original. Οι «ΣΕΡΡΕΣ» αποτελούν μια βαθιά επιδραστική σειρά που υμνεί την αποδοχή και τη διαφορετικότητα και αγαπήθηκε από το κοινό, αποσπώντας δεκάδες διθυραμβικές κριτικές από ανθρώπους της τηλεόρασης και του κινηματογράφου. Όλα τα επεισόδια είναι πλέον διαθέσιμα αποκλειστικά στη streaming πλατφόρμα ANTI+ ([antennaplus.gr](http://antennaplus.gr)), για όλους εκείνους που επιθυμούν να απολαύσουν μια από τις πιο τολμηρές και επίκαιρες ιστορίες που δημιούργησε το σπάνιο ταλέντο του Γιώργου Καπουτζίδη, αναγνωρίζοντας ταυτόχρονα την αξία ενός αφηγήματος που δίνει βήμα σε όλα όσα αξίζει να ειπωθούν

και μοιράζοντας απλόχερα ελπίδα για έναν καλύτερο κόσμο. Με ισχυρές, αλλά μετρημένες, δόσεις γέλιου και συγκίνησης, οι «ΣΕΡΡΕΣ» αποτελούν μια μικρή κατάθεση ψυχής του αγαπημένου δημιουργού, που μας οδηγεί να δούμε τη ζωή με άλλα μάτια και να αντιμετωπίσουμε την πραγματικότητα με ειλικρίνεια, ευγένεια και αποδοχή.

# Jukebooks και... ένα υπέροχο ταξίδι ξεκινά!

Η συζήτηση με τον Αλέξανδρο Χούντα είναι πάντα ενδιαφέρουσα, επειδή είναι ένας ταλαντούχος καλλιτέχνης που αγαπάει πραγματικά τα πρότζεκτ με τα οποία καταπάνεται, δεν σταματάει να ονειρεύεται, να δημιουργεί και να μεταδίδει τη θετική του ενέργεια.



**Jukebooks:** Ένα νέο ταξίδι ξεκινά για σένα και θα ήθελα να μιλήσουμε γι' αυτό...

Είναι ακριβώς αυτό. Ένα νέο ταξίδι και είμαι πολύ χαρούμενος γι' αυτό! Ήταν μια πρόταση που ήρθε εκεί που δεν την περίμενα. Πέρα απ' το θέατρο και το ραδιόφωνο, έδινα συχνά τη φωνή μου σε διαφημιστικά και

καμπάνιες αλλά αυτό... είναι κάτι πολύ διαφορετικό και ξεχωριστό στη μέχρι τώρα πορεία μου. Το δοκιμαστικό πήγε καλά και... το ταξίδι ξεκίνησε!



## Αρχικά, τι ακριβώς είναι το Juke-books; Πώς νιώθεις που θα είσαι μέρος του και τι σε κέρδισε σε αυτό το πρότζεκτ;

Πρόκειται για τη νέα μεγάλη συνδρομητική πλατφόρμα του ANTENNA με βιβλία που ακούγονται (audiobooks) και πιστεύω πως θα κάνει τη διαφορά! Στο Juke-Books θα ακούσετε πολλά έργα Ελλήνων και ξένων συγγραφέων, βιβλία όλων των ειδών τα οποία αφηγούνται (ή και ερμηνεύουν) αγαπημένοι καλλιτέχνες (ηθοποιοί, τραγουδιστές κ.α.) που έχουν επιλεγεί με ιδιαίτερη προσοχή γι' αυτό. Αισθάνομαι ενθουσιασμένος που δίνω τη φωνή μου σε τόσα βιβλία! Ειλικρινά νιώθω ότι ταξιδεύω! Και κάθε φορά που ολοκληρώνεται η ηχογράφηση ενός βιβλίου, νιώθω ιδιαίτερη συγκίνηση. Είμαι, λοιπόν, χαρούμενος που ανήκω στο δυναμικό του ομίλου ANTENNA γιατί συνεργάζεται με κορυφαίους εκδοτικούς οίκους και πραγματικά έχει συγκεντρώσει εξαιρετικούς, έμπειρους και καταξιωμένους επαγγελματίες σε όλα τα πόστα. Για να είμαι ειλικρινής είναι ένα πολύ απαιτητικό project για το οποίο δουλεύουμε όλοι πολύ και με πίστη! Και νομίζω πως το αποτέλεσμα θα "αποζημιώσει" και εμάς αλλά και εσάς που θα μας ακούσετε! Σύντομα... σ' αφτιά σας!

## Τα τελευταία χρόνια η φωνή σου βρίσκεται στην καθημερινότητά μας μέσα από τη συχνότητα του Nostos 100,6. Πώς ξεκίνησε και πώς έχει εξελιχθεί η σχέση σου με το ραδιόφωνο;

Το πιστεύεις ότι συγκινοῦμαι και μόνο που με ρωτάς γι' αυτό; Πολύ ευσυγκίνητος έχω γίνει! Γερνάω μου φαίνεται! Έπειτα από 6 χρόνια συνεχόμενα και καθημερινά στον αέρα του ραδιοφώνου, μπορώ να σου πω πως είναι ένα κομμάτι μου που δεν συγκρίνεται με άλλα! Ο Nostos 100,6 στήθηκε με ενθουσιασμό και αγάπη για την καλή μουσική. Και όχι με "εμπορικούς" αρχικά στόχους... Γι' αυτό πιστεύω και έχει αγαπηθεί τόσο από τον κόσμο και έχει καταφέρει να κερδίσει μια θέση στους καλύτερους εναλλακτικούς μουσικούς σταθμούς στα FM! Όσον αφορά τον ρόλο μου ως ραδιοφωνικός παραγωγός, σε διαβεβαιώ ότι έγινε σχεδόν τυχαία! Δεν το είχα σκεφτεί ποτέ παρότι με γοήτευε πάντα. Κι από την πρώτη μέρα που βγήκα σχεδόν δοκιμαστικά στον αέρα, έμεινα εκεί! Είναι μεγάλο δώρο για μένα να λαμβάνω τόση αγάπη από τους ακροατές μας! Μπορεί να ακούγεται παράξενο αλλά μεταξύ μας χτίζεται μια "σχέση". Υπάρχουν καθημερινοί φανατικοί ακροατές που, αν μια μέρα είμαι π.χ. στενοχωρημένος και το κρύβω με κάθε τρόπο, μου στέλνουν μηνύματα και με ρωτούν τι μου συμβαίνει. Καταλαβαίνουν τα πάντα από



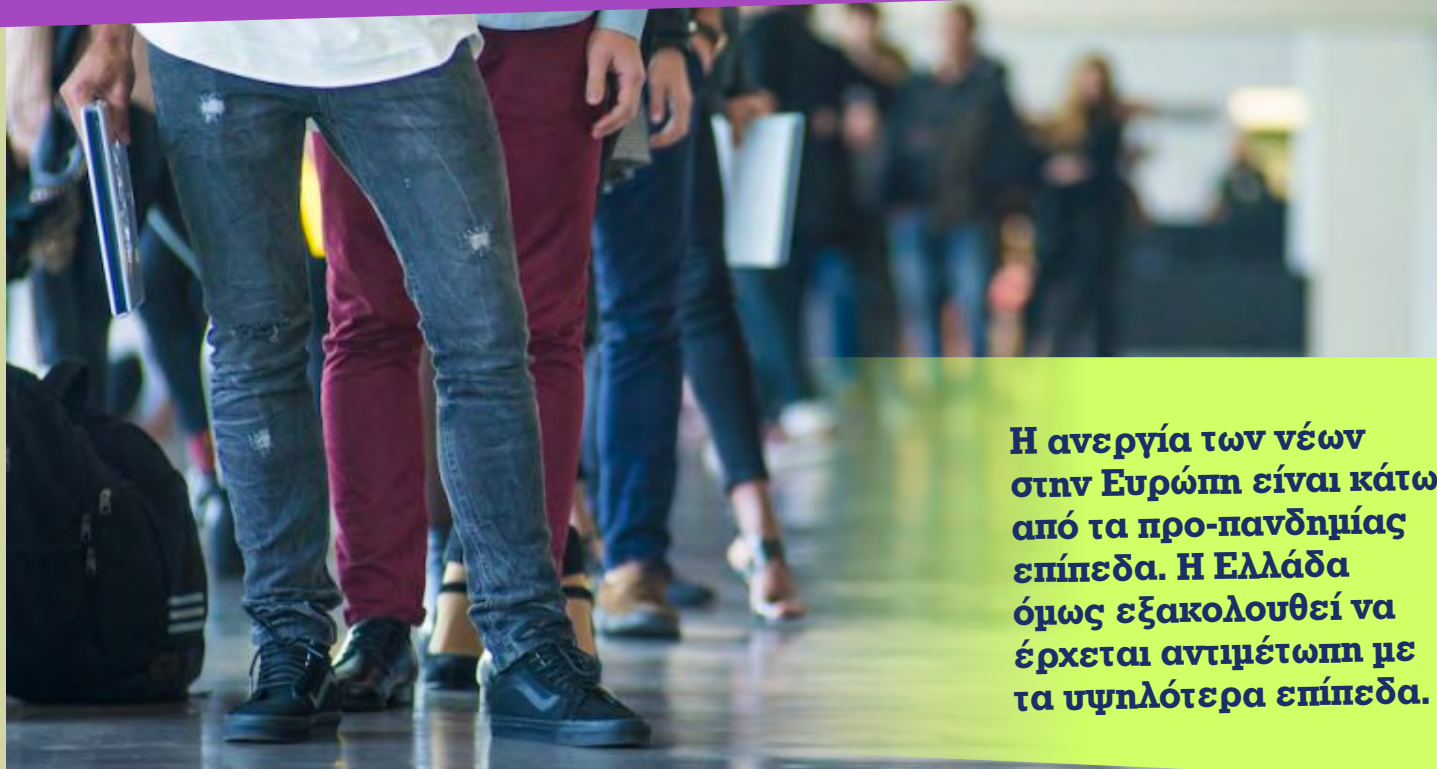
το ηχόχρωμά σου. Κάτι που συχνά δεν καταλαβαίνουν ούτε οι πιο δικοί σου άνθρωποι! Πρόσφατα μια κοπέλα με συνάντησε και μου είπε "Δεν ξέρω αν μπορείς να καταλάβεις πόσο σημαντικό είναι για εμάς που σε ακούμε το ότι μας δίνεις τόση χαρά, ενέργεια και να μας κάνεις να γελάμε!". Είμαι ευγνώμων. Βαθιά ευγνώμων. Και ίσως γι' αυτό κάθε σεζόν στην τελευταία εκπομπή δακρύζω μόλις κλείσει το μικρόφωνο και σε κάθε πρώτη εκπομπή της σεζόν τρέμω κυριολεκτικά από τρακ λίγο πριν βγω στον αέρα να πω την πρώτη "Καλημέρα".

## Είσαι πολυπράγμων και έχω την αίσθηση ότι πάντα κάτι ετοιμάζεις! Τώρα υπάρχει κάτι που σχεδιάζεις ή που ονειρεύεσαι και θα ήθελες να το μοιραστείς μαζί μας;

Ωχι! Πού το ξέρεις; Με παρακολουθείς; Η αλήθεια είναι ότι είμαι σε συζητήσεις για διάφορα πράγματα όμως δεν είναι κάτι προς το παρόν ανακοινώσιμο! Θεατρικά επέλεξα να απέχω για λίγο την εποχή της πανδημίας. Συνειδητά δεν αποδέχτηκα τις προτάσεις που μου έγιναν για να παίξω. Επίσης, συνειδητά δεν θέλησα ούτε να γράψω ούτε να σκηνοθετήσω. Τώρα βέβαια, δεν ξέρω αν θα σου πω το ίδιο. Γιατί προκύπτουν ενδιαφέροντα πράγματα και έχουμε ανάγκη να αφήσουμε πίσω όλη αυτή τη "μαύρη" περίοδο που μας καταρράκωσε όλους σε όλα τα επίπεδα! Να έχουμε υγεία, δύναμη και αλληλεγγύη! Αυτό εύχομαι και θα κλείσω με αισιοδοξία και λίγους αγαπημένους στίχους του Ναζίμ Χικμέτ, σε μετάφραση Γιάννη Ρίτσου... "Η πιο όμορφη θάλασσα είναι αυτή που δεν έχουμε ακόμα ταξιδέψει. Τα πιο όμορφα παιδιά δεν έχουν μεγαλώσει ακόμα. Τις πιο όμορφες μέρες μας δεν τις έχουμε ζήσει ακόμα. Κι αυτό που θέλω να σου πω, το πιο όμορφο απ' όλα, δε στο' χω πει ακόμα".



# Τι γίνεται με την ανεργία των νέων στην Ευρώπη



**Η ανεργία των νέων στην Ευρώπη είναι κάτω από τα προ-πανδημίας επίπεδα. Η Ελλάδα όμως εξακολουθεί να έρχεται αντιμέτωπη με τα υψηλότερα επίπεδα.**

Το ποσοστό ανεργίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση συνέχισε να μειώνεται τον Απρίλιο του 2022. Από έτος σε έτος, ο αριθμός των ανέργων μειώθηκε κατά 2,5 εκατομμύρια και το ποσοστό ανεργίας μειώθηκε κατά 1,3 ποσοστιαίες μονάδες στο 6,2%. Το ίδιο φαινόμενο παρατηρείται και για τους νέους κάτω των 25 ετών.

Ο αριθμός των ανέργων κάτω των 25 ετών στην Ευρωπαϊκή Ένωση έφτασε τα 2,6 εκατομμύρια τον Απρίλιο. Σε σύγκριση με τον Μάρτιο, σημειώθηκε μικρή μείωση (κατά 6 χιλιάδες άτομα). Ωστόσο, αυτό είναι σχεδόν 700.000 λιγότεροι νέοι σε σχέση με έναν χρόνο πριν. Το ποσοστό των ανέργων νέων μειώθηκε επίσης από έτος σε έτος, από 18,4% στο σημερινό 13,9%. Σε απόλυτους αλλά και σε σχετικούς όρους, η ανεργία των νέων είναι σημαντικά χαμηλότερη από ό,τι πριν από την πανδημία του κορωνοϊού, όπως αναφέρουν τα τρέχοντα στοιχεία της [Eurostat](#).

Αν και το γεγονός ότι το ποσοστό των ανέργων κάτω των 25 ετών είναι χαμηλότερο από 14% φαίνεται ικανοποιητικό, υπάρχει τεράστια διακύμανση σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση. Το χαμηλότερο ποσοστό ανεργίας των νέων αναφέρει η Ιρλανδία, στο 5,6%. Είναι ελαφρώς υψηλότερο στη Γερμανία (5,7) και στις σταθερές χώρες περιλαμβάνονται επίσης η Μάλτα (6,8), η Ολλανδία (6,9) και η Τσεχία (7,9).

Στις περισσότερες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, άτομα κάτω των 25 ετών έχουν να αντιμετωπίσουν διψήφια ανεργία. Η Ελλάδα αντιμετωπίζει το υψηλότερο ποσοστό ανεργίας μεταξύ των νέων (36,8%), ενώ η Ισπανία πλησιάζει το 30% (28,9%).

Η ανεργία των νέων σε συγκεκριμένες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης αγγίζει δύο έως τρεις φορές το ποσοστό

ανεργίας στο σύνολο της οικονομίας. Αν και μια τέτοια κατάσταση μπορεί να θεωρηθεί ότι επιβεβαιώνει τη θέση της χαμηλής ευελιξίας της αγοράς εργασίας στην ΕΕ, σύμφωνα με την AegeanEquity, δεν υπάρχει σταθερό έδαφος για ένα τέτοιο συμπέρασμα, επειδή κράτη εκτός της ΕΕ των 27 βρίσκονται σε παρόμοια θέση. Τέτοια κράτη είναι η Ελβετία ή οι Ηνωμένες Πολιτείες, οι οποίες συχνά αποτελούν πρότυπο για την Ευρώπη από την άποψη της αγοράς εργασίας.

## Τι μπορεί να γίνει...

Η ενεργητική εργασιακή πολιτική, σύμφωνα με την AegeanEquity, δεν θα πρέπει να επικεντρώνεται μόνο στο να ευνοούνται οι μαθητές που εγκαταλείπουν το σχολείο, αλλά και στη στήριξη της δημιουργίας θέσεων εργασίας σε ολόκληρη την οικονομία. Τα στοιχεία δείχνουν ότι το συνολικό ποσοστό ανεργίας συνδέεται στενά με την ανεργία των νέων και εάν οι θέσεις εργασίας αυξηθούν γενικά, τότε αυξάνονται και για άτομα κάτω των 25 ετών.

## info

**Η Aegean Equity είναι διορισμένος συνδεδεμένος αντιπρόσωπος της BCM Begin Capital Markets CY Ltd (εφεξής "BCM"), όπως ορίζεται στο άρθρο 29 του νόμου για τις Αγορές Χρηματοοικονομικών Μέσων και άλλων διατάξεων (νόμος 3606/2007), η οποία είναι πλήρως αδειοδοτημένη και ρυθμιζόμενη εταιρεία από την Επιτροπή Κεφαλαιαγοράς Κύπρου (ΕΚΚ), με αριθμό άδειας ΚΕΠΕΥ 274/15, παρέχοντας ολοκληρωμένες υπηρεσίες συναλλαγών παγκοσμίως.**

## Αέρας ανανέωσης στο εστιατόριο Kuzina στο Θησείο



### “Boutari & Chefs’ Stories@48 Urban Garden” Το 3ο γαστρονομικό event της οινοποιίας Μπουτάρη πραγματοποιήθηκε στην Αθήνα και συζητήθηκε πολύ

Στο εστιατόριο 48 Urban Garden διοργανώθηκε στις 6 Ιουνίου, το 3ο event υψηλής γαστρονομίας “Boutari & Chefs’ Stories”, με την ανταπόκριση του κοινού να είναι εντυπωσιακή. Μετά τις επιτυχημένες εκδηλώσεις στα οινοποιεία της στη Σαντορίνη και την Κρήτη, η οινοποιία Μπουτάρη προσκάλεσε και πάλι διακεκριμένους, ταλαντούχους σεφ να εμπνευστούν από τα κρασιά της, να τα συνδυάσουν με δημιουργικά πιάτα τους και από κοινού να προσφέρουν στο κοινό ένα αποτέλεσμα γευστικής απόλαυσης, αναδεικνύοντας έτσι το υψηλό επίπεδο της ελληνικής γαστρονομίας και οινοποιίας. Το κάλεσμα της οινοποιίας αποδέχτηκαν αλφαβητικά οι chefs: Γιάννης Αραπακόπουλος - Chef στο 48 UrbanGarden, Δημήτρης Δημητριάδης - Head Chef στο Artisanal, Χάρης Νικολούζος - Chef Patron στο Jerár, Γιάννης Παρίκος - Executive Chef στο koosecrets Costa Navarino και Σταμάτης Τσίλιας - Maitre Rotisseur, ChefPatron στο Mayan, εντυπωσιάζοντας με τις γευστικές τους προτάσεις που ανέδειξαν ακόμα περισσότερο τα κρασιά που τις συνόδευσαν. Ο Γιάννης Αραπακόπουλος ταίριαξε τα πιάτα του με τα ανανεωμένα: [Σημείο Στίξης Λευκό](#), [Σημείο Στίξης Ροζέ](#) και [Σημείο Στίξης Ερυθρό](#), ο Δημήτρης Δημητριάδης εμπνεύστηκε από το [Λευκό Γράμμα](#), ο Χάρης Νικολούζος δημιούργησε για το [Dianthos](#), ο Γιάννης Παρίκος για το [Scalarea Ερυθρό](#) και ο Σταμάτης Τσίλιας για το [Μοσχοφίλερο Cuvee Speciale](#).



Το αγαπημένο εστιατόριο Kuzina, που βρίσκεται στο ιστορικό κέντρο της Αθήνας, αποτελεί διαχρονικό προορισμό για Έλληνες και ξένους επισκέπτες, αφού συνδυάζει τη μοναδική τοποθεσία με μια अपαράμιλλη γαστρονομική εμπειρία. Η πρόσφατη ανακαίνιση του εμβληματικού εστιατορίου πραγματοποιήθηκε με σεβασμό στην ιστορικότητα του υπέροχου νεοκλασικού αρχοντικού στο οποίο φιλοξενείται. Οι καφέ αποχρώσεις των «γήινων» υλικών- όπως το ξύλο και οι ψάθινες λεπτομέρειες -δημιουργούν μια μοναδική ατμόσφαιρα, ενώ το στιβαρό λευκό μάρμαρο υπογραμμίζει τα δύο σημεία από τα οποία πηγάζει η δύναμη του εστιατορίου: την ανοιχτή κουζίνα και το επιβλητικό bar. Επιπλέον, η μαγνητική tarazza περιμένει όπως πάντα τους επισκέπτες της να απολαύσουν ανεπανάληπτες βραδιές με συγκλονιστική θέα στον Ναό του Ηφαίστου και την Ακρόπολη.

Ο ευφάνταστος και δημιουργικός chef, Άρης Τσανακλίδης, που βρίσκεται από την πρώτη μέρα στο τιμόνι του Kuzina, παρουσιάζει ένα γευστικό μενού συνδυάζοντας ελληνικές πρώτες ύλες σε ιδιαίτερες συνταγές με fusion επιρροές. Ευφάνταστη κουζίνα, απείριτο περιβάλλον και μοναδική θέα συνδυάζονται αρμονικά, ώστε να προσφέρουν μια ξεχωριστή εμπειρία, σε ένα εστιατόριο που προτείνεται από τον οδηγό Michelin επί σειρά ετών, φιγουράρει συστηματικά στον οδηγό Gogobot, και συγκαταλέγεται ανάμεσα στα top 10 εστιατόρια με θέα στον κόσμο, σύμφωνα με το BBC.

## ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ ΚΑΡΑΒΑΚΙ: «Κανένα παιδί χωρίς διακοπές!», μια σπουδαία δράση κοινωνικής ευαισθησίας

Το ανανεωμένο **KARAVAKI** της **Παπουτσάνης**, ένα από τα πιο εμβληματικά και αγαπημένα brands, με περισσότερα από 70 χρόνια ιστορίας στην ελληνική αγορά, ενώνει τις δυνάμεις του με το Φιλανθρωπικό Σωματείο «Οι Φίλοι του Παιδιού» και προσφέρει διακοπές σε 20 ευάλωτες οικογένειες φέτος το καλοκαίρι. Με κοινωνική ευαισθησία και κεντρικό μήνυμα «Κανένα παιδί χωρίς διακοπές!», η Παπουτσάνης, βάζει για μια ακόμη φορά, στο επίκεντρο τον άνθρωπο και τις ευάλωτες κοινωνικές ομάδες. Με κάθε αγορά προϊόντος KARAVAKI από τη νέα σειρά αφρόλουτρων, σαμπουάν και κρεμοσάπουνων, συμβάλλετε κι εσείς ώστε 20 οικογένειες με παιδιά να μη στερηθούν πολύτιμες καλοκαιρινές στιγμές ξεγνοιασιάς και ξεκούρασης.



**ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ**  
**KARAVAKI**  
ΦΡΟΝΤΙΔΑ ΠΑΝΤΟΤΙΝΗ

*Κανένα παιδί χωρίς διακοπές!*

Στήριξε την προσπάθειά μας να προσφέρουμε  
καλοκαιρινές διακοπές σε 20 ευάλωτες οικογένειες!

## Η GROHE εξοικονομεί 37 εκατομμύρια πλαστικά αντικείμενα ετησίως, με την αφαίρεση του περιττού πλαστικού από τις συσκευασίες της



Η Παγκόσμια Ημέρα Ωκεανών αποτελεί μία σημαντική υπενθύμιση για την ανάγκη της καταπολέμησης των πλαστικών αποβλήτων, καθώς συμβάλλουν στο πρόβλημα της ρύπανσης των υδάτων το οποίο παρατηρείται σε παγκόσμιο επίπεδο, επηρεάζοντας την υγεία μας σε μεγάλο βαθμό. Η GROHE, παγκόσμιος ηγέτης προϊόντων για ολοκληρωμένες λύσεις μπάνιου και κουζίνας, εντείνει τις προσπάθειες πρόληψης της πλαστικής ρύπανσης, καθώς η ανάγκη αντιμετώπισης της είναι πλέον άμεση, με τα τελευταία στοιχεία να αναφέρουν ότι τα πλαστικά απόβλητα θα έχουν τριπλασιαστεί έως το 2040. Στο πλαίσιο αυτό, η GROHE καλεί συνεργάτες και πολίτες να συμμετάσχουν στην εύρεση νέων λύσεων που θα επιφέρουν σημαντική αλλαγή. Παράλληλα, η συνεργασία της GROHE με την everwave, στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας Less Plastic, παίρνει τώρα νέα μορφή με την πιλοτική ανάπτυξη της καινοτόμου πλατφόρμας καθαρισμού HiveX.

# Φτιάχνουμε φυσικά καθαριστικά για το σπίτι



## Σκεφτόμαστε οικολογικά και φτιάχνουμε μόνοι μας φυσικά καθαριστικά!

Ας ξεκινήσουμε με ένα φυσικό καθαριστικό για όλες τις χρήσεις.

### Θα χρειαστούμε:

- μισό φλιτζάνι ξίδι
- 1 κ.σ. μαγειρική σόδα
- 6 φλιτζάνια χλιαρό νερό
- λίγες σταγόνες σιτρονέλα

### Πώς γίνεται:

- Αναμειγνύουμε το ξίδι, τη μαγειρική σόδα και το νερό σε ένα μπουκάλι ψεκασμού. Στη συνέχεια προσθέτουμε μερικές σταγόνες σιτρονέλα, ανακινούμε καλά και εφαρμόζουμε στις επιφάνειες που θέλουμε να καθαρίσουμε.

#### TIP

Αντί για σιτρονέλα, μπορείτε να προσθέσετε λίγες σταγόνες λεμονόχορτο.

## Φτιάχνουμε καθαριστικό για την κουζίνα!

Ο πάγκος της κουζίνας είναι πρακτικός αλλά... συχνά μετά από επιδρομές θέλει καθαρίσμα ξανά και ξανά. Καθαρίστε τον φυσικά!

### Θα χρειαστούμε:

- 1 φλιτζάνι λευκό ξίδι
- 1 φλιτζάνι χλιαρό νερό
- 2-3 σταγόνες τείέλαιο
- 2-3 σταγόνες αιθέριο έλαιο γκρέιπφρουτ

### Πώς γίνεται:

- Ανακατεύουμε το ξίδι με το νερό μέσα στο μπουκάλι ψεκασμού. Προσθέτουμε τα αιθέρια έλαια. Ανακινούμε καλά το μπουκάλι. Ψεκάζουμε όπου χρειάζεται και σκουπίζουμε με λίγο χαρτί κουζίνας.

# Το πιο καλό μου ματς! (Σχεδόν δηλαδή...)

Γνωρίστε τον Άντον, τον καλύτερο παίκτη των Αετών, που θα βάλει γκολ στην καρδιά σας!

Μια νέα κωμική σειρά με θέμα το ποδόσφαιρο, γραμμένη σε μορφή κόμικ/ημερολογίου, ιδανική για παιδιά που ξεκινούν να διαβάζουν μόνα τους.

Φτου, ρε φίλε! Αυτή τη φορά είναι πολύ σοβαρά τα πράγματα: Εμείς οι Αετοί πρέπει οπωσδήποτε να νικήσουμε!

Ο Τόρστεν, ο προπονητής μας, πιστεύει ότι η γούρικη μπάλα του θα μας φέρει τύχη.

ΕΓΩ, που είμαι ο καλύτερος παίκτης των Αετών, πρέπει να έχω τον νου μου στην μπάλα. Λογικό!

Όμως τελικά φαίνεται ότι τη χάσαμε τελείως την μπάλα, και γι' αυτό δε φταίω ΚΑΘΟΛΟΥ εγώ. Σχεδόν καθόλου δηλαδή...

ΣΥΝΑΓΕΡΜΟΣ! Πρέπει να καταστρώσω ένα σχέδιο!

Από τις εκδόσεις ΜΕΤΑΙΧΜΙΟ.



## “Ο Ραφτάκος των Λέξεων” στο Modus Vivendi



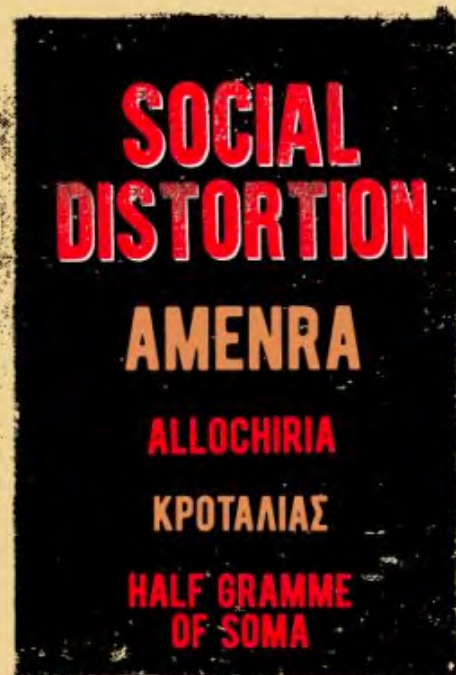
Η θεατρική ομάδα Μικρός Νότος ζωντανεύει ξανά την αγαπημένη ιστορία μικρών και μεγάλων, το έργο “Ο Ραφτάκος των λέξεων” του Αντώνη Παπαθεοδούλου.

Για την ιστορία: Κάποτε σε μια μικρή πόλη που έμοιαζε ακόμα με χωριό ζούσε ένας ράφτης μοναδικός. Μοναδικός όχι μόνο επειδή δεν υπήρχε άλλος ράφτης στην πόλη μα επειδή ο ράφτης αυτός έφτιαχνε τα ρούχα του με λέξεις! Διάλεγε προσεχτικά τις λέξεις του για κάθε έναν κάτοικο ξεχωριστά κι έτσι φορώντας τα ρούχα του περνούσαν τους χειμώνες τους ζεστοί και τα καλοκαίρια πάντα δροσεροί. Ο καιρός όμως πέρασε, η πόλη μεγάλωσε κι οι κάτοικοι έγιναν βιαστικοί και ξεχασιάρηδες και ξέχασαν τον Ραφτάκο. Κι έπεσε ένας χειμώνας τόσο βαρύς που κανένα από τα καινούρια τους ρούχα δεν μπορούσε να τους ζεστάνει. Τότε θυμήθηκαν τον Ραφτάκο τους που τόσο ωραία έπλεκε τις λέξεις και

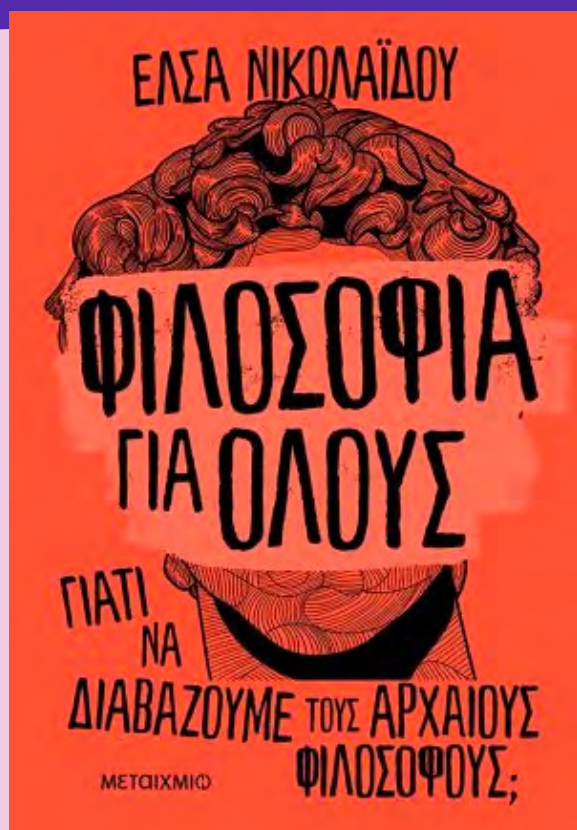
ξεναζεστάθηκαν. Γιατί οι λέξεις είναι αυτές που ζεσταίνουν, δροσίζουν και παρηγορούν τελικά κάθε καρδιά. Για παιδιά από 4+. 10 Ιουλίου στις 10:30 και 24 Ιουλίου στις 10:30 στο Modus Vivendi.

## Rockwave Festival | Τελικό line up

Το Rockwave line up της πολυαναμενόμενης, πρώτης εμφάνισης των Social Distortion στην Ελλάδα, ολοκληρώνεται με την προσθήκη τριών από τα πιο «καυτά» συγκροτήματα για τις σκηνές που κάθε ένα εκπροσωπεί. Οι Allochiria θεωρούνται ένα από τα πιο σημαντικά post/sludge metal σχήματα που υπάρχουν στη χώρα μας και τα live τους συζητιούνται εδώ και αρκετά χρόνια σε γνωστά ψηφιακά καφενεαία. Ο Κροταλιάς εκπροσωπεί στο φετινό Rockwave την αναδύομενη ελληνόφωνη punk σκηνή της χώρας μας. Οι Half Gramme of Soma, μπαρουτοκαπνισμένοι ήρωες του ελληνικού heavy rock επιστρέφουν ξανά σε μεγάλο σανίδι για να ξεκινήσουν το party του Rockwave. Παρασκευή 22 Ιουλίου, Terra Vibe Park.



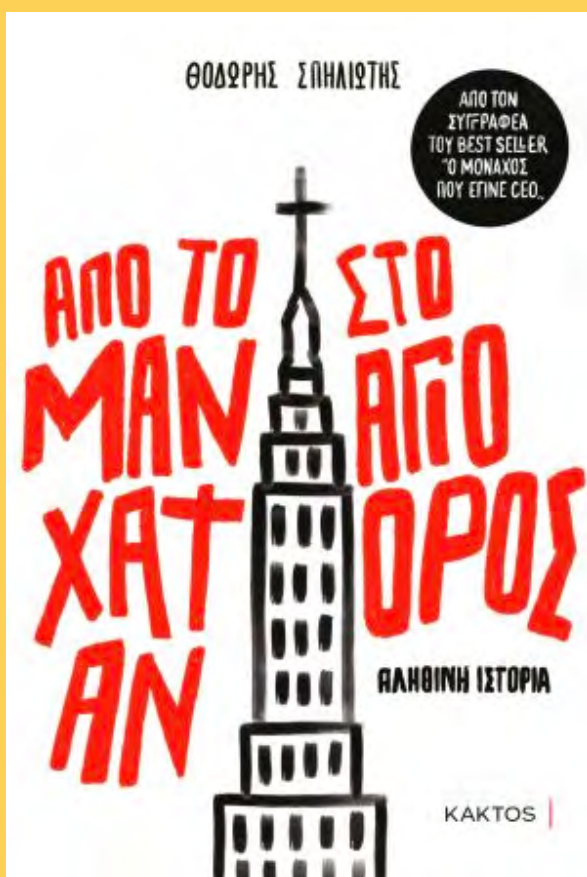
## Παρουσίαση του βιβλίου “Φιλοσοφία για όλους”



Γιατί να διαβάζουμε τους αρχαίους φιλοσόφους Το βιβλίο που θα σας μυήσει στη σκέψη των σοφών, για να βρείτε τις απαντήσεις που (ανα)ζητάτε. Παρουσίαση του βιβλίου [Φιλοσοφία για όλους](#) της Έλσας Νικολαΐδου, την Πέμπτη 16 Ιουνίου 2022, στις 7 μ.μ., στη Στέγη Γραμμάτων και Τεχνών Λάρνακας (Αρχιεπισκόπου Κυπριανού, πρώην Συνεργατικό Ταμειτήριο Αμμοχώστου). Για το βιβλίο θα μιλήσουν ο Δρ Κυπριανός Λούης, Διευθυντής Μέσης Γενικής Εκπαίδευσης του Υπουργείου Παιδείας, Πολιτισμού, Αθλητισμού και Νεολαίας (ΥΠΠΑΝ), η Έλενα Καλλή, λειτουργός νεολαίας στον Οργανισμό Νεολαίας Κύπρου (ΟΝΕΚ) και ο Δρ Χρίστος Χατζηγιάννου, μεταδιδακτορικός ερευνητής Φιλοσοφίας στο Πανεπιστήμιο Κύπρου.

Η Έλσα Νικολαΐδου θα απαντήσει σε ερωτήσεις του κοινού και θα υπογράψει αντίτυπα του βιβλίου της. Γνωρίστε τους αρχαίους φιλοσόφους, τη ζωή και το έργο τους, μέσα από πρωτογενείς και δευτερογενείς πηγές και αξιοποιήστε τα διδάγματα της αρχαίας φιλοσοφίας για να βρείτε απαντήσεις σε σύγχρονους προβληματισμούς.

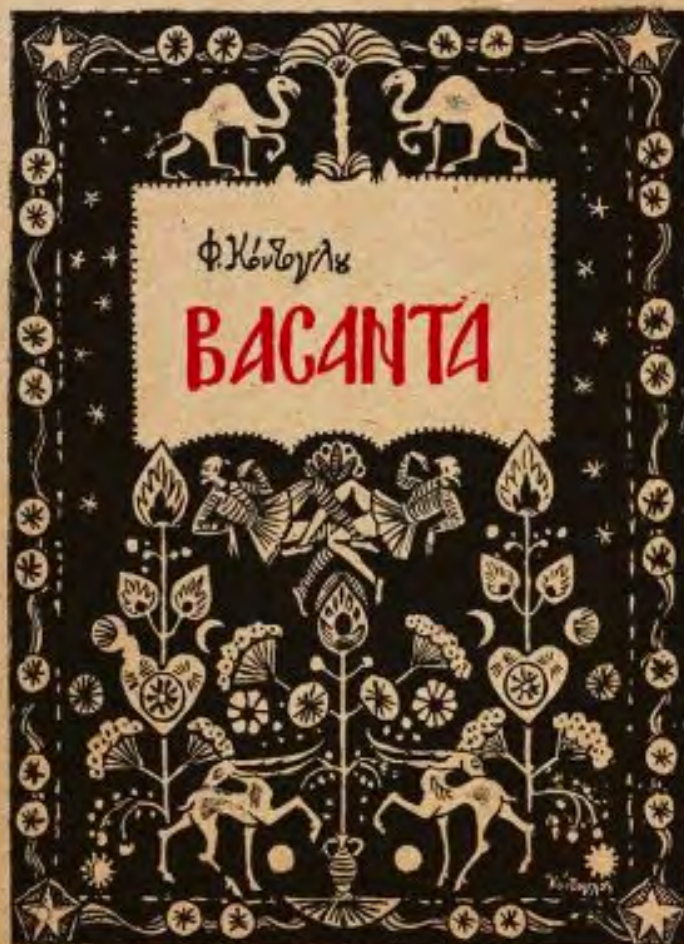




## Από το Μανχάταν στο Άγιο Όρος

Σεπτέμβριος 1973. Μανχάταν, παγκόσμιο εμπορικό και επιχειρηματικό κέντρο. Στην Αθήνα οι κλιμακούμενες φοιτητικές κινητοποιήσεις κατά της Χούντας των Συνταγματαρχών προοιωνίζουν τη μεγάλη εξέγερση του Πολυτεχνείου τον Νοέμβριο του ίδιου χρόνου. Η διαφαινόμενη κοινωνικοπολιτική ένταση και ανασφάλεια στη χώρα οδηγούν τον Πέτρο στην απόφαση να αφήσει πίσω του πατρίδα και οικογένεια και να πάει για σπουδές στη Νέα Υόρκη, τη μητρόπολη του κόσμου. Πόσο τον επηρεάζει το αμερικανικό όνειρο και η φιλοσοφία του «sky is the limit» στην προσωπική του αυτοπραγμάτωση και ευτυχία; Ιανουάριος 2020. Τελικά, πόσα χιλιόμετρα δρόμος χωρίζουν τη φαινομενική επιτυχία από την αληθινή ευτυχία; Αν με την ιστορία του Μοναχού που έγινε CEO επικοινωνήθηκαν στο επιχειρηματικό και ευρύτερο αναγνωστικό κοινό οι αρχές του Αθωνικού Management, με αυτό το βιβλίο Από το Μανχάταν στο Άγιο Όρος φωτίζεται ο δρόμος της εσωτερικής θέασης (ή απελευθέρωσης) ως ο μόνος δρόμος για την προσωπική μας ευτυχία. Μια αληθινή ιστορία, ωστόσο, δεν είναι αρκετή από μόνη της να εγείρει το αναγνωστικό ενδιαφέρον, αν δεν έχει ειλικρινή ανθρωπιστικό προορισμό, αν δεν μπορεί να βοηθήσει τον άνθρωπο να δυναμώσει εσωτερικά, να κάνει ένα βήμα μπροστά, να αναπροσδιορίσει τη ζώνη άνεσής του και να προχωρήσει με πιο ασφαλή βήματα τη ζωή του. Από τις εκδόσεις ΚΕΔΡΟΣ.

## Βασάντα



ΜΕΤΑΙΧΜΙΟ

Βασάντα: η άνοιξη στα σανσκριτικά. Κείμενα, μεταφράσεις, εντυπώσεις και ζωγραφίες του πολύπλευρου συγγραφέα. Το πιο παράδοξο και πρωτοποριακό έργο του. Ακόμα και από τον τίτλο φανερώνεται πως η Βασάντα είναι το πιο παράδοξο βιβλίο του Φώτη Κόντογλου, ένα βιβλίο εκρηκτικά πρωτοποριακό, ένα βιβλίο μοναδικό. Είναι μια σούμα παράταιρων κειμένων. Περιέχονται κείμενα δικά του, αφηγηματικά και προσωπικά, καθώς και εντυπώσεις από μοναστήρια, αλλά και κείμενα που μετέφρασε, από τους Ψαλμούς και τον Ιώβ μέχρι και κείμενα του Σαίξπηρ.

Ό,τι περάση απ' το κεφάλι μου είναι ένα θάμα. Μπορείτε να φαναστήτε ένα κατακόκκινο πουλί που πετά σπαθωτά μέσα σε μια βαθειά λίμνη; Το νερό της λίμνης είναι ένα νερό από χαρά, και το πουλί είμαι γω. Από τις εκδόσεις ΜΕΤΑΙΧΜΙΟ.

quote of the day

THINGS DON'T ALWAYS WORK OUT THE FIRST TIME, BUT KEEP TRYING.  
Donald Duck

Σήμερα  
γιορτάζουν!  
Ροδάνθη,  
Ροζάνθη

tip of the day

"Happiness is the richest thing we will ever own."

-DONALD DUCK



9 Ιουνίου

- > Παγκόσμια Ημέρα Αρχείων
- > Παγκόσμια Ημέρα Διαπίστευσης
- > Coral Triangle Day
- > World APS Day
- > National Donald Duck Day
- > National Earl Day
- > National Strawberry Rhubarb Pie Day