

Το μέλλον είναι ήδη εδώ.



Αύξηση της ισχύος σε
Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας
με στόχο το μερίδιό μας
το 2026 να ανέλθει στο 40%
της χώρας.



Άμεση τοποθέτηση 1.000 σταθμών
φόρτισης σε όλη την Ελλάδα
που θα αυξηθούν σε
10.000 μεσοπρόθεσμα.



Νέα πρόσθετη υπηρεσία GreenPass
που εγγυάται στους καταναλωτές
πως όση ενέργεια καταναλώνουν,
τόση παράγεται για εκείνους
από ανανεώσιμες πηγές.



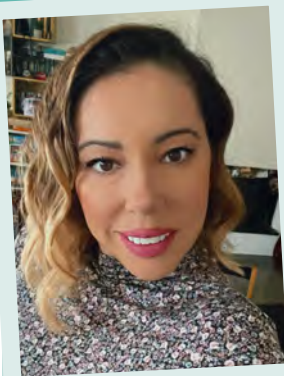
Σημαντική μείωση της λιγνιτικής
παραγωγής κατά 49% μεταξύ
2019 και 2021.

Ένα με το μέλλον
dei.gr

SAY *yes* to the **press**

DE-INFLUENCING: Η ΝΕΑ ΤΑΣΗ!





Φτιάξε καφέ να στα πω...

Καλημέρα **SayYesser!!!**

Το σημερινό editorial το αφιερώνω στην πρωτοβουλία ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ και συγκεκριμένα στο ξεχωριστό διήμερο που μας πρόσφερε με αφορμή την Κοπή της Πίτας 2023.

Στις 11 και 12 Φεβρουαρίου, λοιπόν, η Κοπή της Πίτας της πρωτοβουλίας ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ πραγματοποιήθηκε στην Εύβοια παρουσία Μελών, προσκεκλημένων Δημοσιογράφων, που συμμετείχαν για πρώτη φορά σε αυτή την εκδήλωση και των οικογενειών τους. Φυσικά το Say Yes to the Press δεν θα μπορούσε να λείπει! Οι οικοδεσπότες του διημέρου ήταν οι εταιρίες-Μέλη Ζύμη Ψαχνών, Δίρφυς και SABO.

Ένας από τους λόγους που ξεχωρίζω την πρωτοβουλία ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ είναι ότι έχει στόχο την προώθηση του Ελληνικού επιχειρηματικού πολιτισμού. Πραγματοποιεί επισκέψεις που σχετίζονται με ιστορικά αξιοθέατα, με τον πλούτο της ελληνικής φύσης, αλλά και με την ανάδειξη των τοπικών, ελληνικών προϊόντων.

Έτσι λοιπόν, αυτή τη φορά όσοι ήμασταν εκεί, το πρωί του Σαββάτου ξεναγηθήκαμε στην πόλη της Χαλκίδας, γνωρίσαμε πτυχές της ευβοϊκής και αιγαιακής ιστορίας και αρχαιολογίας, λιγότερο γνωστές και προβεβλημένες, αλλά και ανακαλύψαμε τον σύγχρονο χαρακτήρα της πόλης.

Στη συνέχεια είχαμε την ευκαιρία να παρακολουθήσουμε ένα πρότυπο Family Business Session, το οποίο προετοιμάστηκε με τη συνεργασία των 4 καταξιωμένων εισηγητών στο συγκεκριμένο αντικείμενο: κ. Μαρίκας Λάμπρου, Δρ. Χρήστου Γεωργίου, κ. Βαγγέλη Αποστολάκη, κ. Κατερίνας Πολυζώη. Μία πρόταση που ήταν αίτημα Μελών τα τελευταία χρόνια έγινε πραγματικότητα με στόχο την ουσιαστική συζήτηση, κατά την οποία εντοπίστηκαν χαρακτηριστικά της σύγχρονης οικογενειακής επιχείρησης, επισημάνθηκαν πλεονεκτήματα, προκλήσεις, ευκαιρίες και παθογένειες.

Την Κυριακή το πρωί επισκεφθήκαμε τις κτιριακές εγκαταστάσεις του Μέλους SABO, με έδρα το Βασιλικό Χαλκίδας, που ειδικεύεται στην παροχή ολοκληρωμένων λύσεων για την κεραμοποιία και άλλους βιομηχανικούς τομείς. Η διοίκηση αποτελούμενη από τον Δημήτρη Κοίλιαρη, πρόεδρο του Ομίλου SABO, την Ευγενία Κοίλιαρη, CEO της SABO και τη Ματίνα Κοίλιαρη, CEO του Ομίλου SABO, υποδέχτηκε τους καλεσμένους παρουσιάζοντας την ιστορική αναδρομή, την εξέλιξη και τα μελλοντικά πλάνα της εταιρίας. Η SABO εξάγει σήμερα σε 55 χώρες σε όλο τον κόσμο, από όπου προκύπτει περίπου το 60 - 70% του τζίρου της. Μεταξύ άλλων αναφέρθηκε ότι για το 2023 ο κύκλος εργασιών αναμένεται να ξεπεράσει τα 80 εκατ. €. Σε τοποθέτησή του κατά την επίσκεψη



στις εγκαταστάσεις της SABO, ο Πρόεδρος του ΔΣ της ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ, Άγις Πιστιόλας, τόνισε ότι το Μέλος αποτελεί λαμπρό παράδειγμα καθώς, ως ανταγωνιστικός παραγωγός βιομηχανικού εξοπλισμού υψηλών προδιαγραφών μπορεί να αποτελέσει επιλογή των επενδυτικών σχεδίων των επιχειρήσεων που παράγουν στην Ελλάδα, ενισχύοντας με αυτό τον τρόπο την οικονομία της χώρας».

Στη συνέχεια ακολούθησε η επίσκεψη στο εργοστάσιο της Δίρφυς στη Στενή Ευβοίας. Ο Νίκος Σέρρας, Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρίας μίλησε στους παρευρισκόμενους για τον τρόπο της παραγωγής του εμφιαλωμένου νερού δίρφυς καθώς και για τα συγκριτικά του πλεονεκτήματα. Μεταξύ άλλων ανέφερε ότι ο κύκλος εργασιών της Δίρφυς ανήλθε στα 9 εκ.€ για το 2022, ενώ στα επόμενα σχέδια της εταιρίας είναι το λανσάρισμα ενός νέου προϊόντος. Το «παρών» έδωσε ο Δήμαρχος Διρφύων – Μεσσαπίων, Γιώργος Ψαθάς.

Tip of the Day: Από αυτό το εποικοδομητικό διήμερο αποκόμισα γνώσεις και εμπειρίες, αλλά κυρίως είδα -για άλλη μια φορά- πως η συμμετοχικότητα, η προσήλωση και η εμπιστοσύνη οδηγούν στην επιτυχία και στην ευημερία...



Κλαίρη Στυλιάρá
Chief of SayYessers
claire@sayyescomm.gr

De-influencing: Η νέα τάση!

Μετά τους influencers έρχονται οι de-influencers!
Πάμε να δούμε τι κάνουν και πώς θα τους αναγνωρίσουμε!

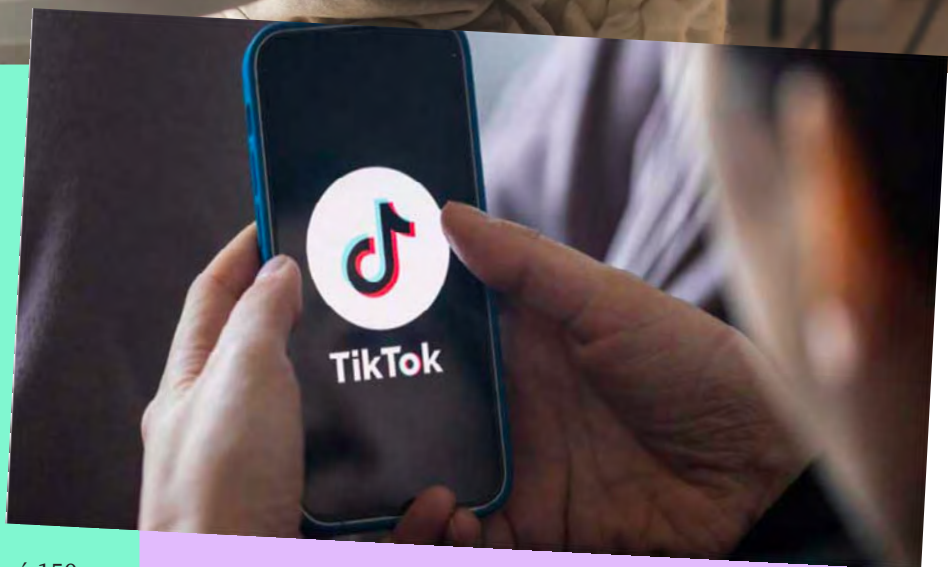


Πολλοί TikTokers προειδοποιούν πλέον τους ακολούθους τους για προϊόντα που δεν αξίζουν τα λεφτά τους, καθώς δεν ανταποκρίνονται σε αυτά που υπόσχονται. Τους ενθαρρύνουν επίσης να αντιστέκονται σε καταναλωτικούς πειρασμούς και να αγοράζουν μόνο ό,τι χρειάζονται και όχι ό,τι τους προτείνεται και είναι ελκυστικό.

Θυμάστε το #TikTokMadeMeBuyIt; Το “de-influencing” κάνει ακριβώς το αντίθετο! Είχαμε συνηθίσει να βλέπουμε χρήστες να επιδεικνύουν διάφορα προϊόντα που αγόρασαν αφού πρώτα τα είδαν στο TikTok. Τώρα βλέπουμε και βίντεο με το hashtag #deinfluencing που έχουν συγκεντρώσει πάνω από 150 εκατομμύρια προβολές σε διάστημα λίγων μηνών.

Πώς έγινε η αρχή

Ένα από τα πρώτα βίντεο της τάσης αναρτήθηκε από μία πρώην υπάλληλο καταστημάτων καλλυντικών, η οποία δημοσιοποίησε λίστες με τα προϊόντα που



επιστρέφουν συχνότερα οι καταναλωτές. Πρόκειται για την Πέιτζ Πρίτσαρντ, 33 ετών, που ήταν και η ίδια θύμα της καταναλωτικής της μανίας. Αποφάσισε λοιπόν να γίνει de-influencer όταν αποφοίτησε από το κολέγιο, επειδή συνειδητοποίησε ότι είχε ξοδέψει τον ετήσιο μισθό της, 60.000 δολάρια, αποκλειστικά σε ρούχα και καλλυντικά.



συνώνυμοι όροι, οι χρήστες αναζητούν επίμονα την αυθεντικότητα. Η έλλειψη αυθεντικότητας είναι ένα σοβαρό πλήγμα στην αξιοπιστία.

Οι influencers καλά κρατούν!

Πάντως, σύμφωνα με το Influencer Marketing Hub, η βιομηχανία μάρκετινγκ μέσω influencer εκτινάχθηκε από τα 1,6 δισ. δολάρια το 2016 στα 16 δισ. το 2022.

Το de-influencing σε ορισμένες περιπτώσεις γίνεται παρωδία... Κάποιοι χρήστες χρησιμοποιούν το hashtag απλώς και μόνο επειδή σκοπεύουν να προτείνουν άλλα προϊόντα “ανταγωνιστικά” αυτών

που σχολιάζουν αρνητικά, επομένως δεν βοηθούν τους ακολούθους τους να αγοράζουν λιγότερα και να σκέφτονται τι ανταποκρίνεται στις ανάγκες τους.

Αναζητώντας την αυθεντικότητα

Σύμφωνα με τον Άμπισεκ Κουνάρ, λέκτορα του Πανεπιστημίου του Έσεξ που μελετά πώς η Γενιά Z αλληλεπιδρά με τους δημιουργούς περιεχομένου, οι TikTokers που ακολουθούν τη νέα τάση ίσως δείχνουν πιο αξιόπιστοι, κάτι που θα μπορούσε να τους βοηθήσει να γίνουν διάσημοι.

Μελέτη της ομάδας του έδειξε μάλιστα ότι η Γενιά Z συνηθίζει να αγνοεί τις καμπάνιες influencer που δείχνουν να ελέγχονται από εταιρίες. Την ώρα που οι influencers και οι εταιρίες έχουν πλέον γίνει σχεδόν

Ήξερες ότι...

Η Γαλλία ανοίγει τον δρόμο για την υιοθέτηση εποπτικού πλαισίου για τους influencers. Πιθανό σενάριο είναι πλέον η υιοθέτηση ρυθμιστικού πλαισίου σε όλη Ευρώπη που θα διέπει τις άμεσες και έμμεσες διαφημίσεις που κάνουν οι influencers.



ΣΗΜΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΥ ΖΥΘΟΠΟΙΕΙΟΥ: Η πρωτοβουλία της Ελληνικής Ένωσης Ζυθοποιών που ανοίγει τις πόρτες των ζυθοποιείων στο ευρύ κοινό

Ένα σημαντικό βήμα για την προώθηση της κουλτούρας της μπίρας στη χώρα μας, σε συνεργασία με το Υπουργείο Τουρισμού.



ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟ
ΖΥΘΟΠΟΙΕΙΟ
BREWERY OPEN TO THE PUBLIC



Σε συνέντευξη Τύπου που πραγματοποιήθηκε την Τετάρτη 15 Φεβρουαρίου 2023, στο beer bar Barley Cargo, η Ελληνική Ένωση Ζυθοποιών και το Υπουργείο Τουρισμού, ανακοίνωσαν την θέσπιση του Σήματος Επισκέψιμου Ζυθοποιείου. Η πρόταση της Ελληνικής Ένωσης Ζυθοποιών είχε ως στόχο την σύνδεση της ελληνικής παραγωγής ζύθου με αυτήν της φιλοξενίας, μέσα από ένα οργανωμένο θεσμικό πλαίσιο. Η ένταξη του ζυθοτουρισμού στις εθνικές δράσεις προώθησης του τουριστικού προϊόντος, θα ενισχύσει την επισκεψιμότητα και την εξωστρέφεια των ζυθοποιείων, ενώ παράλληλα θα αναδείξει την κουλτούρα του ζύθου στη χώρα μας.

Ο Πρόεδρος της Ελληνικής Ένωσης Ζυθοποιών, κ. Σοφοκλής Παναγιώτου, δήλωσε σχετικά: «Με γνώμονα την εμπειρία από την μακρόχρονη λειτουργία των επισκέψιμων οινοποιείων και υλοποιώντας ως Ελληνική Ένωση Ζυθοποιών με μεγάλη επιτυχία τη δράση των Ανοικτών Ζυθοποιείων, από το 2018, αναλάβαμε την



πρωτοβουλία να ζητήσουμε από το Υπουργείο Τουρισμού την θέσπιση του Σήματος Επισκέψιμου Ζυθοποιείου. Το αυξανόμενο ενδιαφέρον του κοινού για τα προϊόντα του ζύθου και η αλματώδης ανάπτυξη της μικροζυθοποιίας την τελευταία δεκαετία, μας οδήγησαν στην υποβολή της συγκεκριμένης πρότασης.

Η ανταπόκριση του Υπουργείου Τουρισμού, σε συνεργασία με τα Υπουργεία Οικονομικών και Ανάπτυξης, στο συγκεκριμένο αίτημα του κλάδου και η ουσιαστική διαβούλευση που ακολούθησε, αποτελούν παράδειγμα υιοθέτησης μεταρρυθμίσεων που συμβάλλουν στην δίκαιη και βιώσιμη ανάπτυξη των ελληνικών επιχειρήσεων. Ελπίζουμε και ευχόμαστε να τύχουν αντίστοιχης αντιμετώπισης και άλλα, πολύ σοβαρά και χρόνια αιτήματα του κλάδου μας. Ο ζυθοτουρισμός, ως δράση μιας ευρύτερης γαστρονομικής εμπειρίας του επισκέπτη, θα ενισχύσει επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην περιφέρεια και σε τουριστικές περιοχές, ενδυναμώνοντας την αναπτυξιακή πορεία του κλάδου μας».

Η Υφυπουργός Τουρισμού, κα Σοφία Ζαχαράκη, ανέφερε: «Μετά από δουλειά πολλών μηνών και την ουσιαστική υποστήριξη μας από τους επαγγελματίες του κλάδου, το Υπουργείο Τουρισμού σχεδίασε και είναι σε θέση πλέον να παρουσιάσει το πρώτο Σήμα Επισκέψιμου Ζυθοποιείου.

Πρόκειται για ακόμη μία σημαντική πρωτοβουλία, ενταγμένη στο σύνολο των καινοτόμων πολιτικών που εφαρμόζουμε. Επιδιώκουμε την υπεύθυνη ανάπτυξη του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, με όρους βιωσιμότητας και την περαιτέρω διαφοροποίησή του μέσω της προώθησης των ειδικών μορφών τουρισμού και της δημιουργίας νέων, σύνθετων τουριστικών πακέτων, με έμφαση στην ποιότητα και την ένταση της εμπειρίας που προσφέρεται. Το νέο αυτό Σήμα έρχεται να παντρέψει δημιουργικά τον κόσμο του εγχώριου ζύθου συνολικά, από τις πρώτες





ύλες, την επεξεργασία τους στις ζυθοποιητικές εγκαταστάσεις και την παραγωγή της ελληνικής μπίρας, με αυτόν της φιλοξενίας. Με τον τρόπο αυτό, ερχόμαστε στην πράξη να ενισχύσουμε τις ελληνικές επιχειρήσεις, ενθαρρύνοντάς τες στην αναζήτηση νέων δρόμων ανάπτυξης».

Αξίζει να σημειωθεί, πως τα ζυθοποιεία, δέχονται ήδη πληθώρα αιτημάτων, τόσο από ιδιώτες όσο και από οργανωμένους φορείς και εταιρείες του τουριστικού κλάδου, για επισκέψεις στους χώρους παραγωγής, καθώς και για γευστικές δοκιμές των προϊόντων τους. Το Σήμα Επισκέψιμου Ζυθοποιείου έρχεται να δώσει ώθηση σε πληθώρα ζυθοποιείων σε όλη τη χώρα, να αποτελέσουν πόλους έλξης επισκεπτών, αναδεικνύοντας τα προϊόντα και τις εγκαταστάσεις τους.





Χρήστος Αρφάνης,
Σκηνοθέτης - Αρθρογράφος



Ant-Man και Wasp επιστρέφουν στη δράση με τη νέα ταινία του MCU

Η νέα ταινία των Marvel Studios, «ANT-MAN ΚΑΙ WASP: ΚΒΑΝΤΟΜΑΝΙΑ», η οποία ξεκινά την 5η φάση του MCU, κυκλοφορεί 16 Φεβρουαρίου 2023 στα Village Cinemas.

Ant-Man και Wasp επιστρέφουν στη δράση. Οι δυο τους, με τους γονείς της Hope, Hank Pym και Janet Van Dyne καλούνται να εξερευνήσουν τον Κβαντικό Κόσμο, όπου βρίσκονται να αλληλεπιδρούν με νέα παράξενα πλάσματα ξεκινώντας μια περιπέτεια που ξεπερνάει κάθε φαντασία.

Κατά τη διάρκεια Συνέντευξης Τύπου με το Collider για την προώθηση της πρόσφατης ταινίας Ant-Man, οι ηθοποιοί της ταινίας μαζί με τον σκηνοθέτη Peyton Reed και τον Πρόεδρο των Marvel Studios Kevin Feige μίλησαν για την εξέλιξη των χαρακτήρων του «ANT-MAN ΚΑΙ WASP: ΚΒΑΝΤΟΜΑΝΙΑ» που μέχρι τώρα έχουν συμμετάσχει σε τρεις ταινίες του MCU.

“Οι ταινίες Ant-Man ήταν πραγματικά πάντα για την οικογένεια”, δήλωσε στο Collider ο Reed. “Σε αυτήν την ταινία, η Cassie Lang είναι 18 ετών, αλλά συνεχίζουμε την ιστορία αυτής της οικογένειας. Ένα από τα πράγματα που έχουμε κάνει στο ΚΒΑΝΤΟΜΑΝΙΑ είναι πραγματικά να διευρύνουμε αυτήν την ιστορία και να αρχίσουμε να μιλάμε για τα μυστικά που κρατούν τα μέλη της οικογένειας το ένα από το άλλο, που δεν λένε μεταξύ τους. Στην αρχή της ταινίας, πολύ γρήγορα, ανακαλύπτουμε ότι ίσως η Janet να μην έχει



πει στην οικογένεια για τα 30 χρόνια της στο Quantum Realm και ίσως η Hope και ο Hank να μην έχουν πει στον Scott για το τι δουλεύουν με την Cassie κάτω





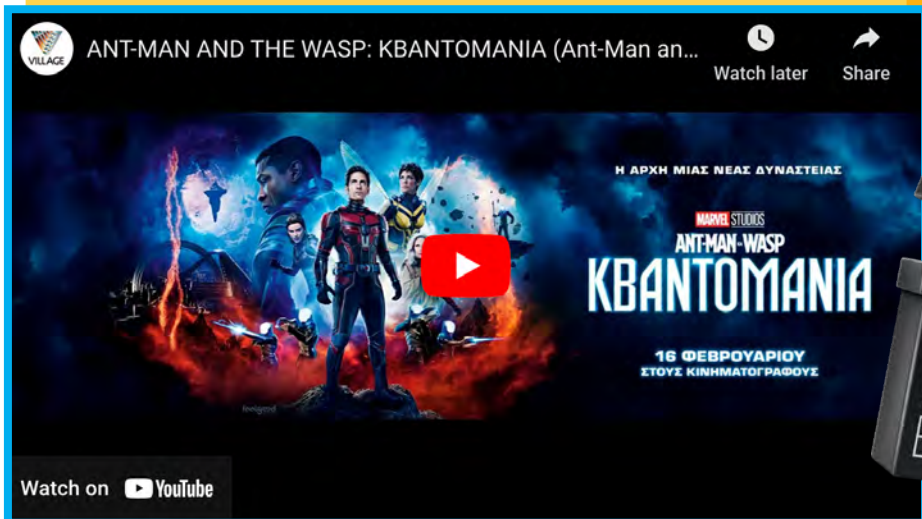
στο υπόγειο, και ίσως η Cassie να μην έχει πει στον μπαμπά της για τον χρόνο που μπορεί να είχε περάσει στη φυλακή. Όλοι κρατούν μυστικά από τον Scott, στην αρχή της ταινίας. Και τότε, ξαφνικά, ωθούνται στο Κβαντικό Βασίλειο και πρέπει να δουλέψουν αυτές τις δυναμικές της οικογένειας ενώ βρίσκονται σε αυτόν τον παράξενο, εκνευρισμένο κόσμο. Αλλά πραγματικά είναι το θέμα της οικογένειας που είναι το σταθερό στις ταινίες.”

Η ταινία είναι σε σκηνοθεσία Peyton Reed, ενώ συμμετέχουν μεταξύ άλλων οι Paul Rudd, Evangeline Lilly, Kathryn Newton, Jonathan Majors, Michelle Pfeiffer, Michael Douglas, Bill Murray, Randall Park και Mike Wood.



Πηγές

<https://youtu.be/ITLRC8tHwI>
<https://www.filmly.gr/movies-database/ant-man-and-the-wasp-quantumania>
<https://collider.com/ant-man-and-the-wasp-quantumania-cast-paul-rudd-jonathan-majors-interview/>



Η Samsung και η Natural Cycles φέρνουν την προηγμένη τεχνολογία παρακολούθησης του έμμηνου κύκλου, με βάση τη θερμοκρασία, στη σειρά Galaxy Watch5

Η Samsung Electronics Co., Ltd. και η Natural Cycles ανακοίνωσαν τη συνεργασία που θα φέρει προηγμένες δυνατότητες παρακολούθησης εμμηνορροϊκού κύκλου με βάση τη θερμοκρασία στη σειρά Galaxy Watch5. Είναι η πρώτη φορά που ο επαναστατικός αλγόριθμος της Natural Cycles ενσωματώθηκε σε ένα smartwatch. Η συνεργασία αυτή συνδυάζει την ανώτερη τεχνολογία αισθητήρων της Samsung με την καινοτόμο τεχνολογία γονιμότητας της Natural Cycles, παρέχοντας αναλυτικότερη εικόνα για τον εμμηνορροϊκό κύκλο.



Με το Galaxy Watch5 οι ενδιαφερόμενες χρήστριες, μπορούν να έχουν πρόσβαση στην προηγμένη παρακολούθηση του έμμηνου κύκλου μέσω της λειτουργίας Cycle Tracking, η οποία εγκρίθηκε πρόσφατα από το Υπουργείο Ασφάλειας Τροφίμων και Φαρμάκων (MFDS) της Δημοκρατίας της Κορέας. Η δυνατότητα παρακολούθησης κύκλου έχει, επίσης, καταχωρηθεί στον Οργανισμό Ελέγχου Τροφίμων και Φαρμάκων ενώ, συμμορφώνεται με τις απαιτήσεις σήμανσης CE 1.

«Ως εταιρεία που βασίζεται στην επιστήμη και στην τεχνολογία, είμαστε ενθουσιασμένοι που συνεργαζόμαστε με τη Samsung», δήλωσε ο Δρ Raoul Scherwitzl, Συνιδρυτής και Διευθύνων Σύμβουλος της Natural Cycles. «Η εφαρμογή The Natural Cycles έχει βοηθήσει εκατομμύρια γυναίκες σε όλο τον κόσμο. Η συνεργασία αυτή θα δώσει την ευκαιρία στη Samsung να αξιοποιήσει την τεχνολογία μας, προσφέροντας για πρώτη φορά δυνατότητα παρακολούθησης κύκλου βάσει θερμοκρασίας μέσω smartwatch».

Good News

Έρχεται δωρεάν WiFi σε όλους τους σταθμούς του Μετρό



Σύντομα οι επιβάτες του Μετρό θα έχουν δωρεάν ευρυζωνική πρόσβαση στο Διαδίκτυο. Με την υπογραφή Μνημονίου Συνεργασίας μεταξύ της ΣΤΑ.ΣΥ και του Υπουργείου Ψηφιακής Διακυβέρνησης ξεκινούν δράσεις με στόχο να αναβαθμίσουν τις παρεχόμενες προς τους επιβάτες υπηρεσίες και να συμβάλλουν στην ψηφιακή θωράκιση της ΣΤΑΣΥ.

Σύμφωνα με ενημέρωση της διοίκησης της ΣΤΑΣΥ, η αρχή θα γίνει με την εγκατάσταση δημόσια προσβάσιμου WiFi σε όλους τους χώρους σταθμών του Μετρό, με την ένταξη της ΣΤΑ.ΣΥ στο έργο «WiFi4GR - Ανάπτυξη δημοσίων σημείων ασύρματης ευρυζωνικής πρόσβασης στο Διαδίκτυο».



Η Βίκος Α.Ε. στηρίζει τον 10ο παιδικό διαγωνισμό ζωγραφικής του Μουσείου Κυκλαδικής Τέχνης

Το efood ενισχύει τη συμβολή του για τους σεισμόπληκτους της Συρίας και της Τουρκίας, με δωρεές στην Humanity Greece και στην Solidarity Now

Το efood, μέσα από το πρόγραμμα Εταιρικής και Κοινωνικής Ευθύνης Love Delivered, ανακοίνωσε τη στήριξή του στην Ύπατη Αρμοστεία του ΟΗΕ για τους Πρόσφυγες, με στόχο να ενισχύσει την παροχή άμεσης ανθρωπιστικής βοήθειας στις περιοχές της Τουρκίας και της Συρίας, που επλήγησαν από τους σεισμούς της 6ης Φεβρουαρίου, μέσα από την ενεργοποίηση των χρηστών της πλατφόρμας του.

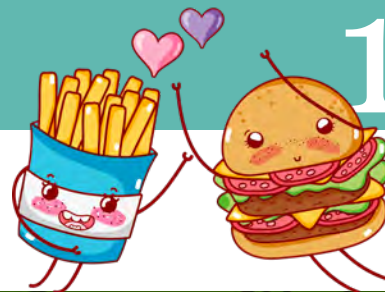
Θέλοντας να διευρύνει τη συμβολή του στη στήριξη των δεκάδων χιλιάδων ανθρώπων που επλήγησαν από τους σεισμούς, προχωράει σε επιπλέον δωρεά ύψους 10.000€, σε είδη πρώτη ανάγκης, τα οποία θα αποδοθούν στο Humanity Greece, σε μια από τις πιο δυναμικές εθελοντικές ομάδες που συντονίζει τη συλλογή, αποθήκευση και διανομή αγαθών για τις περιοχές της Συρίας και της Τουρκίας. Επιπλέον, προχωράει στη δωρεά του απαραίτητου εξοπλισμού στην Solidarity Now, έτσι ώστε να διευκολυνθεί η αποστολή της οργάνωσης στις πληγείσες περιοχές της Τουρκίας, για την καταγραφή των αναγκών και την οργάνωση της παραλαβής των προμηθειών από την Ελλάδα καθώς και για την οργάνωση δράσεων ψυχαγωγίας των παιδιών. Το πρόγραμμα Love Delivered για την Συρία και την Τουρκία, συνεχίζει τη δράση του, μέσα από την πλατφόρμα του efood, για την ενίσχυση της Ύπατης Αρμοστείας του ΟΗΕ, με τους χρήστες του efood να έχουν ήδη συγκεντρώσει περισσότερα από 12.000€, για την αγορά ειδών πρώτης ανάγκης, τα οποία θα αποσταλούν στις πληγείσες περιοχές.



Η Βίκος Α.Ε. στηρίζει έμπρακτα την παιδική δημιουργικότητα και φαντασία, συμμετέχοντας στον 10ο παιδικό διαγωνισμό ζωγραφικής, που διοργανώνεται από το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης, από 23/01/2023 μέχρι 30/05/2023.

Το θέμα του φετινού διαγωνισμού είναι «Ο Άνθρωπος στο Κέντρο». Με σημείο αναφοράς το Ειδώλιο γυναικείας μορφής (περ. 2700-2400/2300 π.Χ.) που παρουσιάζεται στον 1ο όροφο του Μουσείου στη μόνιμη έκθεση «Κυκλαδική Τέχνη», οι μικροί μας φίλοι, ηλικίας 4-15 ετών, καλούνται να εμπνευστούν και να δημιουργήσουν τα δικά τους έργα, αποδίδοντας με τον δικό τους τρόπο την ιστορία του Ανθρώπου μέσα στον χώρο και τον χρόνο. Στη συνέχεια, οι δημιουργίες αυτές θα παρουσιαστούν σε έκθεση που θα διοργανώσει το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης σε συνεργασία με τον Οργανισμό Πολιτισμού, Αθλητισμού και Νεολαίας Δήμου Αθηναίων (ΟΠΙΑΝΔΑ) στις 23 με 29 Σεπτεμβρίου 2023, στο Κέντρο Τεχνών του Δήμου Αθηναίων.

Την αξιολόγηση των έργων θα αναλάβει κριτική επιτροπή με διακεκριμένες προσωπικότητες από τον χώρο των τεχνών και του πολιτισμού. Στον διαγωνισμό μπορούν να συμμετάσχουν μαθητές από την Ελλάδα και το εξωτερικό, καθώς επίσης και από ειδικά σχολεία, κέντρα υποδοχής και ένταξης προσφύγων. Μέχρι σήμερα οι φυσικές εκθέσεις του παιδικού διαγωνισμού ζωγραφικής του Μουσείου Κυκλαδικής Τέχνης μετρούν συνολικά σχεδόν 75.000 συμμετέχοντες, ενώ την online πλατφόρμα έχουν επισκεφθεί περισσότεροι από 57.000 χρήστες, με πάνω από 495.000 views. Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να κατεβάσουν τη φόρμα συμμετοχής και το περίγραμμα μέσα από τη σελίδα του διαγωνισμού, και να αποστείλουν ταχυδρομικά το έργο τους μέχρι τις 30 Μαΐου.



Junk Food από σπίτι;

Το σπιτικό delivery κατακτά τις ελληνικές κουζίνες, κάνοντας το 2023 τη χρονιά του "Fakeaway" και όχι του takeaway!

Έγινε δημοφιλές κατά τη διάρκεια της πανδημίας, αλλά το trend "Fakeaway" ήρθε για να μείνει. Το "Fakeaway" δεν είναι παρά ένα σπιτικό μαγειρεμένο γεύμα που αντιγράφει ένα φαγητό που συνήθως παραγγέλνουμε απ' έξω.

Μια έρευνα από τη μαγειρική πλατφόρμα της [Cookpad](#) αποκαλύπτει ότι περισσότεροι από τους μισούς (53%) συμμετέχοντες στην Ελλάδα, επιχειρούν να φτιάξουν στο σπίτι το αγαπημένο τους delivery για να "τρέφονται πιο υγιεινά" (63%), αλλά και να "κάνουν οικονομία" (42%).

Κατά μέσο όρο, τα ελληνικά νοικοκυριά ξοδεύουν 19 ευρώ ανά παραγγελία, και παραγγέλνουν περίπου 3 φορές το μήνα. Οι νέοι ηλικίας 18-34 ετών παίρνουν φαγητό απ' έξω περισσότερο, με το 47% να παραγγέλνει 1-2 φορές την εβδομάδα, σε σύγκριση με το 26% όσων είναι άνω των 50 ετών.

Η Ναυσικά Λιμναίου, Community Manager της μαγειρικής πλατφόρμας της Cookpad, σχολιάζει: «Η Ελλάδα είναι από τις χώρες όπου η παιδική παχυσαρκία ανθεί, και οι νέοι 15-24 ετών μαγειρεύουν 40% λιγότερο από τον παγκόσμιο μέσο όρο. Αυτό είναι τρομακτικό, δεδομένου μάλιστα ότι οι μισοί περίπου νέοι άνθρωποι παραγγέλνουν 1-2 φορές την εβδομάδα. Μας δίνει λοιπόν τεράστια χαρά να βλέπουμε πλέον τους ανθρώπους που μαγειρεύουν σπίτι τους να πειραματίζονται με φαγητά που συνήθως παράγγελναν για να τρώνε, φτιάχνοντας γεύματα πιο υγιεινά, αλλά και πιο οικονομικά χωρίς να στερούνται το αγαπημένο τους delivery πιάτο! Σίγουρα η σπιτική πίτσα είναι το πιο δημοφιλές, καθώς υπάρχει τεράστια ποικιλία συνταγών με μερικές από αυτές να παίρνουν λιγότερο από 15 λεπτά για να σερβιριστούν και κοστίζουν το ¼ της τιμής μιας έτοιμης πίτσας από την πιτσαρία!»

5 λόγοι για να κάνεις "Fakeaway" αντί να παραγγείλεις

1. Το να παραγγέλνεις δεν είναι πάντα ο πιο σύντομος δρόμος: Ο μέσος χρόνος για να λάβεις μια παραγγελία είναι περίπου 30', αλλά αυτός αυξάνεται σε ώρες αιχμής.



2. Εγγυημένα καλή γεύση: 1 στους 10 αισθάνονται απογοητευμένοι μετά την κατανάλωση φαγητού που έχουν παραγγείλει, σε σύγκριση με 1 στους 100 ανθρώπους που καταναλώνουν ένα σπιτικό γεύμα.

3. Φτάνει ζεστό στο πιάτο σου: το 35% των συμμετεχόντων προτιμούν να τρώνε αυτά που μαγειρεύουν μόνοι τους και αυτός είναι ένας πολύ καλός λόγος!

4. Εξοικονομείς ετησίως εκατοντάδες ευρώ... Το 89% υποστηρίζει ότι κοστίζει λιγότερο από 10 ευρώ να μαγειρέψεις ένα "Fakeaway" για την οικογένειά σου, περίπου το μισό σε σύγκριση με το να παραγγείλεις!

5. Σε κάνει να νιώθεις καλύτερα! Ο άνθρωποι νιώθουν 4 φορές περισσότερη ενέργεια μετά από ένα σπιτικό γεύμα (19%) σε σχέση με ένα γεύμα που έχουν παραγγείλει (4%). Επιπλέον, τα επίπεδα ευχαρίστησης μετά το γεύμα διπλασιάζονται από 25% (delivery) σε 55% (σπιτικό).

Δες εδώ το Cookbook ["Junk food από σπίτι"](#) με 27 νόστιμες συνταγές που επιμελήθηκε η ελληνική μαγειρική κοινότητα, για να ξεκινήσεις από κάτω!

Τι δεν ξέραμε για την Τσικνοπέμπτη



Η Τσικνοπέμπτη είναι μια ημέρα που αγαπούν πολλοί στην Ελλάδα, καθώς είναι μια ακόμα αφορμή για να συναντηθούμε με αγαπημένα πρόσωπα γύρω από ένα τραπέζι.

Κάποια πράγματα που δεν ξέρουμε γι' αυτή την ημέρα...

Και σε άλλες χώρες γιορτάζουν την αντίστοιχη Τσικνοπέμπτη τους: Οι Γάλλοι έχουν την «Mardi Gras» («Λιπαρή Τρίτη») ενώ οι Γερμανοί έχουν την «Weiberfastnacht».

Στη Θήβα την Τσικνοπέμπτη αρχίζει ο επονομαζόμενος «βλάχικος γάμος» που περιλαμβάνει το προξενικό δύο νέων που συνεχίζει με τον γάμο και τελειώνει την Καθαρά Δευτέρα.

Στην παλιά πόλη της Κέρκυρας, τα «Κορφιάτικα Πετεγολέτσα» ή αλλιώς «Πέτε Γόλια» είναι ένα έθιμο κατά το οποίο οι Κερκυραίοι υποδύονται κουτσομπόληδες που έχουν να αφηγηθούν νέα κουτσομπολιά.

Στην Κομοτηνή υπάρχει το έθιμο τα αρραβωνιασμένα ζευγάρια να ανταλλάσσουν φαγώσιμα δώρα. Ο αρραβωνιαστικός στέλνει τον κούρκο ενώ η αρραβωνιαστικιά στέλνει μια κότα γεμιστή και μπακλαβά.

Press Room

Ολοκληρώθηκε με μεγάλη επιτυχία η συμμετοχή της PepsiCo Hellas στην Έκθεση HORECA 2023

Με μεγάλη επιτυχία ολοκληρώθηκε η συμμετοχή της PepsiCo Hellas στη δημοφιλή εμπορική έκθεση HORECA 2023.

Χιλιάδες επισκέπτες ενθουσιάστηκαν από το δημιουργικό booth της PepsiCo Hellas, όπου βρέθηκαν για να απολαύσουν τα αγαπημένα brands, Pepsi, Lipton Ice Tea, Ήβη, 7up, Gatorade και Eonio Λουτράκι, αλλά και τα πρωτότυπα cocktails, εμπνευσμένα από τη μοναδική γεύση της Pepsi Max, τα οποία χάρισαν δροσιά και μοναδικές γευστικές εμπειρίες, σε περισσότερους από 1200 επισκέπτες που τα απόλαυσαν.

Τις εντυπώσεις έκλειψε το νέο προϊόν της PepsiCo Hellas, Lipton Ice Tea Sparkling, το μόνο παγωμένο τσάι με ελαφρύ ανθρακικό, που συνδυάζει την υπέροχη γεύση του Lipton Ice Tea μαζί με απολαυστικές και δροσιστικές φυσαλίδες. Πρόκειται να κυκλοφορήσει, σε κουτί αλουμινίου 330ml, σε 3 υπέροχες γεύσεις: λεμόνι, ροδάκινο και λεμόνι χωρίς ζάχαρη. Το νέο, καινοτόμο Lipton Ice Tea Sparkling είναι χαμηλό σε θερμίδες και δεν περιέχει συντηρητικά ή πρόσθετα γλυκαντικά, γεγονός που το έκανε περιζήτητο στο πλαίσιο της έκθεσης καθώς πάνω από 10.000 επισκέπτες είχαν την ευκαιρία να το δοκιμάσουν πρώτοι!



PEPSICO

Hellas Food & Beverages

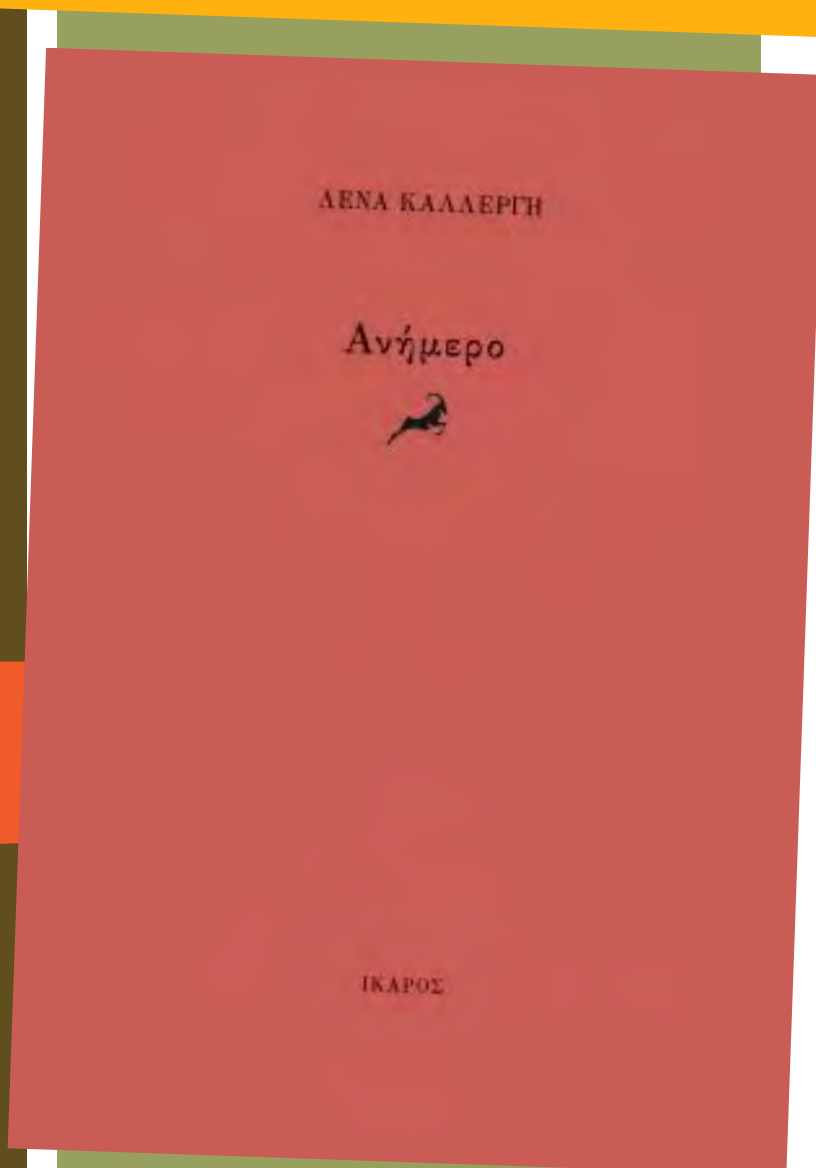


Αναζητώντας έναν άλλο κόσμο

Στη μεταστροφή της ορμής που έχουμε για τη δύναμη μέσα στα χρόνια, το «θέλω να είμαι και πράττω» άρχισε πια να γίνεται όχι με τη μορφή της φυσικής ύπαρξης –με το να επιλέγει, δηλαδή, κανείς θέσεις για να ζει τη ζωή του απλά σαν φυσικό ον–, αλλά με τη μορφή της αυταπάτης του μεγαλείου της δύναμης ενός «εγώ» που ζει στην αναγνώριση και στις καλές γνώμες των άλλων, και το οποίο δημιουργεί έναν νέο ασυνείδητο πυρήνα που παίρνει όλη την ενέργεια του είναι προς το μέρος του. Κατάσταση που παγίδευσε τη θέλησή μας και μαζί και την ελευθερία της. Και από εκεί που ο άνθρωπος νόμιζε πως άρχισε να ξυπνάει και να θυμάται, στην ουσία του άρχισε να κοιμάται και να ξεχνάει ποιος πραγματικά είναι και ποια είναι η ανώτερη αποστολή του. Πρόκειται για μια παρανόηση.

Στην ίδια σειρά πραγμάτων, η αποκάλυψη πως η ανθρώπινη μηχανή έχει μέσα της ένα όργανο εμφυτευμένο που σκοπό έχει την εκπλήρωση της ανώτερης αποστολής που αναλαμβάνουμε κατά τη συμπαντική μας εμφάνιση σαν όντα, αυτήν της κατάστασης της αθανασίας μας, μας δίνει τη δυνατότητα να φτάσουμε στην κατανόηση ενός συστήματος συνεργασίας που μέχρι τώρα ξεφεύγει σε χώρο και χρόνο από την εμβέλεια της ανθρώπινης παρατήρησης. Μια πολύ σημαντική συζήτηση ξεκινάει από εδώ, που θέλει θάρρος και συνέπεια για τη συνέχειά της. Από τις εκδόσεις ΠΑΠΑΖΗΣΗ.

Ανήμερο



Το άγριο κομμάτι της φύσης γίνεται θήραμα και θηρευτής αλλά και συνταξιδιώτης στην πορεία των ανθρώπων, σημαδεύοντας μια πληγωμένη ελευθερία και τη δυνατότητα μιας πιο αυθεντικής ζωής. Αναδύεται πότε ως μικρό κι απαρατήρητο έντομο, πότε ως πεινασμένο θηρίο στο βάθος της φωνής, και πότε ως στιβαρό δέντρο που θέτει τους δικούς του όρους. Ο αληθινός εαυτός και κόσμος ανθίζει αντιστρέφοντας τις δεδομένες εντολές, κάνει πατρίδα του την ερημιά, δημιουργεί πλάσματα από το πουθενά και επιβιώνει με ουλές που σημαίνουν πόνο μαζί με χαρά, σ' ένα παράλληλο εσωτερικό και εξωτερικό ταξίδι. Από τις εκδόσεις ΙΚΑΡΟΣ.



quote of the day

"THE VALUE OF AN IDEA LIES IN THE USING OF IT."
Thomas Edison

Σήμερα
γιορτάζουν!
Πάμφιλος, Παμφίλη,
Παμφύλη, Σέλευκος,
Σελεύκα, Σελεύκη,
Σελεύκεια

★ TURN ★
IDEAS INTO
REALITY

tip of the day

Innovation is the ability to
see change as an
opportunity – not a threat.

Steve Jobs

16 Φεβρουαρίου

- › Τουκνοπέμπτη
- › World Anthropology Day
- › World Cholangiocarcinoma Day
- › Innovation Day
- › Introduce A Girl To Engineering Day
- › National Almond Day
- › Fat Thursday