

Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΒΡΙΣΚΕΤΑΙ

Baby φύλλο
Σπανακιού

Αναλλοίωτη θρεπτική αξία
- Φρεσκάδα που διαρκεί
(παράδοση σε 24 ώρες
από την συσκευασία)

Πλούσιο σε
βιταμίνη C

Χωρίς καμία
επεξεργασία (από
την καλλιέργεια έως
και την τυποποίηση)

Εργαστηριακές
αναλύσεις και έλεγχοι
ποιότητας καθημερινά,
όλο το χρόνο

Πιστοποιήσεις
GLOBALGAP PLUS /
ISO 22000:2018/
GRASP

ΣΤΗ ΛΕΠΤΟΜΕΡΕΙΑ



Στην εταιρεία "Απ' τα Περιβόλια του Βεζύρογλου" επενδύουμε καθημερινά στο άριστο αποτέλεσμα. Όλοι μας, εργαζόμενοι και διοίκηση, ενώνουμε τις δυνάμεις μας συνδυάζοντας εμπειρία, τεχνογνωσία και σύγχρονη τεχνολογία, για την παραγωγή εξαιρετικών προϊόντων.

110 χρόνια εμπειρίας, 110 χρόνια άριστη ποιότητα!

www.vezyrogloufarm.com

@VezyroglouFarm

1110
ΧΡΟΝΙΑ



απ' τα περιβόλια του
Βεζύρογλου

SAY *yes* to the **press**
YOUR DAILY ONLINE MAGAZINE



**ΣΥΝΕΙΔΗΤΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ:
Η ΝΕΑ ΕΠΟΧΗ ΤΗΣ ΜΟΔΑΣ
ΚΑΙ ΠΩΣ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ
ΕΠΙΒΙΩΣΟΥΝ ΤΑ BRANDS**

Good morning SayYessers!



Φτιάξε καφέ να στα πω...



Καλημέρα **SayYesser** και καλή εβδομάδα!!!

Σήμερα ήρθα να σου θυμίσω κάτι που το ξέρεις με την καρδιά σου, αλλά το ξεχνάς με το στόμα σου: όταν συγκρίνεις, δεν επικοινωνείς. Κατηγορείς.

Το 'είναι όλες έτσι', το 'ο Κώστας δεν θα το έκανε αυτό', το 'η Ελένη με καταλάβαινε καλύτερα' δεν είναι λέξεις. Είναι μαχαιριές μεταμφιεσμένες σε προτάσεις. Και δεν χρειάζονται ούτε φωνές ούτε ύβρεις για να πονέσεις κάποιον. Μερικές φορές, αρκεί μια σύγκριση.

Γιατί η σύγκριση δεν φέρνει λύση. Φέρνει άμυνα. Αντί να ανοιχτεί ο άλλος, κλείνεται. Αντί να μιλήσει, σιωπά. Αντί να σε πλησιάσει, απομακρύνεται — και με το δικό του.

Ξέρεις τι σημαίνει ουσιαστική επικοινωνία;
Να πεις "νιώθω μόνος", όχι "εσύ δεν είσαι όπως οι άλλοι".
Να πεις "με πληγώνει αυτό που έγινε", όχι "ούτε η πρώην μου δεν το έκανε αυτό".
Να μιλάς για σένα, όχι για τους άλλους.

Γιατί αλλιώς, δεν επικοινωνείς. Απλώς επιτίθεσαι φορώντας το κοστούμι της "ειλικρίνειας".

Και η αλήθεια είναι ότι δεν χρειάζεται να συγκρίνεις για να ακουστείς.
Χρειάζεται να τολμήσεις να φανερωθείς.
Να πεις τι σε πονάει, τι σε χαλάει, τι σε φοβίζει.
Γιατί αυτό, είναι θαρραλέο. Το άλλο, είναι απλώς άδικο.

Tip of the Day: Την επόμενη φορά που θα θες να πεις "δεν είσαι όπως...", σταμάτα. Και περ "εγώ νιώθω ότι...". Θα δεις πόση διαφορά κάνει.

Claire Styliara
Chief of SayYessers



Μπορείς να με βρεις στο Viber, στο WhatsApp και στο email μου με ένα κλικ!

Η vodka Finlandia επανασυστήνεται στο κοινό μέσα από τη νέα της καμπάνια "It's soooooo fine"



Η premium vodka Finlandia παρουσιάζει τη νέα της παγκόσμια καμπάνια "It's soooooo fine", συστήνοντας εκ νέου τη μάρκα στους νέους ενήλικους καταναλωτές, με φρέσκια διάθεση, χιούμορ και δημιουργικότητα.

Με έμπνευση από τις νέες τάσεις γύρω από τη συνειδητή και υπεύθυνη κατανάλωση, η Finlandia ενθαρρύνει αυθεντικές στιγμές απόλαυσης που ξεφεύγουν από τα κλισέ. Η καμπάνια αναδεικνύει τον εκλεπτυσμένο χαρακτήρα της vodka, που αποστάζεται από φινλανδικό κριθάρι και νερό από παγετώνες, προσφέροντας απαλή και καθαρή γεύση - ιδανική για κάθε περίπτωση.

Το δημιουργικό υπογράφει η DDB Paris και η σκηνοθεσία ανήκει στον βραβευμένο με Emmy Max Siedentopf, γνωστό για τη συνεργασία του με τον οίκο Gucci. Μέσα από εκκεντρικούς χαρακτήρες και ανατρεπτι-

κές σκηνές καθημερινής κατανάλωσης, η Finlandia στέλνει το μήνυμα πως... η απόλαυση έχει τη δική της, προσωπική στιγμή. Όπως σημειώνει η Olena Klymenchuk, Global Marketing Director: «Η νέα γενιά αναζητά αυθεντικότητα και χαρά - και η Finlandia έχει τη γεύση για να τη συνοδεύσει». Ο Γιάννης Αθανασιάδης, General Manager, προσθέτει: «Ενισχύουμε τη φωνή της Finlandia με σύγχρονη ταυτότητα και ξεχωριστό χαρακτήρα».

Η καμπάνια ξεκίνησε στις 28 Απριλίου σε 22 αγορές και συνεχίζει την παγκόσμια πορεία της. Απολαύστε υπεύθυνα. Μπορείτε να δείτε το βίντεο [εδώ](#).

Press Room

Η Carlsberg γιορτάζει το "Miracle of 2005" με limited edition συσκευασίες και μία επετειακή ταινία-έκπληξη

Είκοσι χρόνια μετά το ιστορικό comeback της Liverpool FC στον τελικό του Champions League του 2005, η Carlsberg τιμά μία από τις πιο συγκλονιστικές βραδιές στην ιστορία του ποδοσφαίρου με το συλλεκτικό Miracle Can - μια επετειακή συσκευασία 330ml που αποτυπώνει τα highlights του μεγάλου "θαύματος της Κωνσταντινούπολης".

Με τα χρώματα της Liverpool και της Carlsberg και λεπτομέρειες από εκείνη τη μαγική νύχτα, το συλλεκτικό κουτί ταξιδεύει τους φιλάθλους πίσω στο 3-3 και τη δραματική νίκη στα πέναλτι, σε έναν αγώνα που έγινε σύμβολο πίστης, αντοχής και ομαδικού πνεύματος.

Για να σηματοδοτήσει την κυκλοφορία του Miracle Can, η Carlsberg δημιούργησε μια επετειακή ταινία με πρωταγωνιστές τους Jerzy Dudek, Sami Hyypriä και Vladimír Šmicer, που πρωταγωνίστησαν εκείνη τη νύχτα και επιστρέφουν σήμερα, μεταφέροντας το ίδιο πάθος και συγκίνηση στους σύγχρονους φιλάθλους.

Μόνο στην Ελλάδα, κυκλοφορεί και ένα promo box με συλλεκτικό ποτήρι Carlsberg-Liverpool.

Η Carlsberg είναι χορηγός της Liverpool FC από το 1992 και η συνεργασία τους έχει ανανεωθεί ως το 2034. Με αυτή την καμπάνια, συνεχίζει να φέρνει τους φιλάθλους πιο κοντά στις στιγμές που μετρούν.

Miracle Can. Γιατί τα θαύματα στο ποδόσφαιρο, μπορούν να ξανασυμβούν. Probably.

Ο Όμιλος Carlsberg εκπροσωπείται στην Ελλάδα από την Ολυμπιακή Ζυθοποιία.



Συνειδητή κατανάλωση: Η νέα εποχή της μόδας και πώς μπορούν να επιβιώσουν τα brands



Τι αποκαλύπτει η νέα έκθεση της WGSN για το μέλλον της μόδας και το τέλος της κουλτούρας “μιας φοράς”

Μια νέα εποχή ανατέλλει στον κόσμο της μόδας — και λέγεται συνειδητή κατανάλωση. Σύμφωνα με την πρόσφατη έκθεση του παγκόσμιου οργανισμού τάσεων WGSN, ολοένα και περισσότεροι καταναλωτές στρέφονται σε αγορές με ουσία, διάρκεια και συναισθηματική αξία, εγκαταλείποντας το παλιό μοντέλο της γρήγορης, παρορμητικής κατανάλωσης.

«Δεν πρόκειται απλώς για οικονομική προσαρμογή λόγω ακρίβειας», εξηγεί η ερευνήτρια της WGSN, Natacia Lim. «Οι άνθρωποι επαναπροσδιορίζουν τι έχει πραγματική αξία στη ζωή τους — και αυτό αποτυπώνεται και στον τρόπο που ψωνίζουν. Το “φορώ κάτι μία φορά και το πετάω” δεν συγκινεί πλέον, γιατί η απλή καινοτομία δεν αρκεί για να δικαιολογήσει το κόστος.»

Τι σημαίνει “συνειδητή κατανάλωση”;

Η συνειδητή κατανάλωση δεν σημαίνει να σταματήσουμε να αγοράζουμε, αλλά να αγοράζουμε αλλιώς. Οι καταναλωτές, λέει η WGSN, κάνουν πλέον ερωτήσεις πριν από κάθε αγορά: Πόσο θα κρατήσει; Τι αξία έχει για μένα; Μπορώ να το μεταπουλήσω ή να το ξαναχρησιμοποιήσω;

Μέσα από αυτή τη νέα φιλοσοφία, αναδύονται έξι βασικές τάσεις που διαμορφώνουν το τοπίο της μόδας: από τον επαναπροσδιορισμό της ιδιοκτησίας μέχρι την άνοδο του resale, τη στροφή στη νοσταλγία και την αναζήτηση αυθεντικών εμπειριών αντί για εντυπωσιασμούς.





Αναγέννηση του resale: Η επιστροφή των αξιών

Η ανακύκλωση, η μεταπώληση και η ανταλλαγή αγαπημένων ρούχων δεν είναι πια ανάγκη ή εναλλακτική, αλλά νέα τάση status. Η «αναθεώρηση της ιδιοκτησίας», όπως τη χαρακτηρίζει η WGSN, εκφράζει μια νέα ανάγκη για ευελιξία και νοηματική διάρκεια.

Πλέον, ο καταναλωτής δεν αγοράζει κάτι μόνο για να το έχει. Αγοράζει με σκοπό να επενδύσει – είτε συναισθηματικά, είτε πρακτικά. Από τις πλατφόρμες όπως το Vestiaire Collective και το Depop, μέχρι grass-roots πρωτοβουλίες νέων που στήνουν pop-up συλλογές, ανταλλακτήρια ρούχων και κοινότητες γύρω από το vintage, η συνειδητή κατανάλωση γίνεται πράξη.

Τα «dupes» ως νέα μορφή εξυπνάδας

Ακόμα και τα αντίγραφα – τα αποκαλούμενα dupes – αποκτούν νέο νόημα. Όχι πια ως φτηνή λύση, αλλά ως σήμα καταναλωτικής ευφυΐας. Όπως εξηγεί η Lim, «η κατοχή δεν είναι

πια από μόνη της status. Status είναι η γνώση: να ξέρεις να ξεχωρίσεις το original και να επιλέγεις το καλύτερο dupe».

Με άλλα λόγια, η γνώση του τι αξίζει γίνεται το νέο «είμαι μέσα στα πράγματα». Και τα dupes αναδεικνύονται όχι απλώς ως λύση οικονομίας, αλλά ως πολιτική στάση: ένας τρόπος να αποκτάς το στυλ χωρίς να αγοράζεις το brand.

Η νοσταλγία επιστρέφει – αλλά όχι όπως νομίζεις

Τα brands πολυτελείας έχουν ήδη αρχίσει να «σκαλίζουν» τα αρχεία τους.

Επανακυκλοφορίες, iconic κομμάτια, συνεργασίες με ιστορικές υπογραφές – όλα αυτά αντλούν από το παρελθόν, αλλά απευθύνονται στο παρόν.

«Οι καταναλωτές δεν ζητούν απλώς αντίγραφα. Ζητούν να ξαναζήσουν ένα συναίσθημα», λέει η Lim.

Η τάση αυτή δεν είναι μουσειακή, είναι βιωματική: θες να φορέσεις το Dior J'adore γιατί σου θυμίζει ποιος ήσουν τότε – ή ποιος θες να είσαι τώρα.





Η επόμενη πίστα στο retail: οικειότητα, όχι θέαμα

Η εποχή των instagrammable pop-up stores αρχίζει να ξεθωριάζει. Οι καταναλωτές, κορεσμένοι από τον αλγόριθμο, αναζητούν αυθεντικότητα, σχέση, προσωπική εμπειρία. Η WGSN μιλά για retail ως "intimacy flex": το να σε αναγνωρίσουν στο κατάστημα, να ξέρουν το όνομά σου, να αισθανθείς πως ανήκεις.

Οι τοπικές αγορές, τα bar με βινύλια, τα σαλόνια με συζητήσεις και events — όλα δείχνουν μια στροφή στη σχέση καταναλωτή-brand που χτίζεται στο χρόνο, όχι στην εντύπωση.

Το τέλος της fast fashion;

Ίσως η πιο ριζική αλλαγή από όλες είναι αυτή: το γρήγορο, φτηνό και μαζικό δυσκολεύεται να επιβιώσει. Όπως τονίζει η έκθεση, «brands χτισμένα πάνω στην ταχύτητα και την παθητική κατανάλωση δεν θα μπορέσουν να προσαρμοστούν».

Η νέα επιθυμία είναι η συναισθηματική ανθεκτικότητα, η δυνατότητα να μεταπωλήσεις κάτι, να το ξαναφορέσεις, να το αγαπήσεις. Όσες μάρκες μπορέσουν να μεταφράσουν την αξία σε διάρκεια και να ενταχθούν σε κυκλικά οικοσυστήματα, θα επιβιώσουν. Όσες μείνουν στην κουλτούρα της υπερπαραγωγής, θα μείνουν πίσω.

Συνειδητή κατανάλωση: μια νέα κανονικότητα

Δεν μιλάμε για μια ακόμα μόδα. Μιλάμε για μια αλλαγή φιλοσοφίας. Σε έναν κόσμο που δεν αντέχει πια ούτε την εξάντληση του πλανήτη, ούτε την εξάντληση του ίδιου του ανθρώπου, η επιστροφή στο ουσιαστικό και το αληθινό δεν είναι τάση – είναι ανάγκη.

Η συνειδητή κατανάλωση δεν είναι περιορισμός.

Είναι ελευθερία. Να διαλέγεις τι έχει αξία για σένα, να απορρίπτεις το περιττό, να ντύνεσαι με τρόπο που σου μοιάζει. Κι αυτό, ίσως, είναι η πιο μοντέρνα επιλογή που μπορείς να κάνεις σήμερα.





Η Serkova Vodka έδωσε τον παλμό στο X Show των Adriatique στο Λατομείο Διονύσου

Μια βραδιά που θα μείνει αξέχαστη έζησε η Αθήνα, καθώς οι διεθνώς αναγνωρισμένοι Adriatique, το πρωτοποριακό μουσικό δίδυμο από την Ελβετία, παρουσίασαν για πρώτη φορά στην ελληνική πρωτεύουσα το παγκοσμίου φήμης X Show – ένα μοναδικό οπτικοακουστικό υπερθέαμα, στον επιβλητικό χώρο του Λατομείου Διονύσου.

Στην καρδιά της εμπειρίας, δεν θα μπορούσε να λείπει η Serkova Vodka, η No.1 vodka στην Ελλάδα, που έδωσε τον απόλυτο παλμό της νύχτας. Με ένα εντυπωσιακό, φωτισμένο booth και τη signature ενέργειά της, η Serkova πρόσφερε στους επισκέπτες μια μοναδική εμπειρία: επαγγελματίες makeup artists δημιούργησαν εντυπωσιακά festival looks, κάνοντας κάθε εμφάνιση ξεχωριστή, κάθε στιγμή συναρπαστική.

Η Serkova απογείωσε τη διάθεση και επιβεβαίωσε για ακόμη μία φορά πως κάθε της παρουσία σηματοδοτεί "The Greatest Night of Your Life".

Η γεύση της νύχτας

Η Serkova Vodka παράγεται στην Πολωνία, αποκλειστικά από δημητριακά (100% pure grain), και χαρακτηρίζεται από την εξαιρετικά απαλή αλλά έντονη γεύση της. Η επιλογή πρώτων υλών ανώτερης ποιότητας της προσδίδει γευστικό βάθος, διάρκεια και ξεχωριστό άρωμα – ο ιδανικός συνδυασμός για ένα αξέχαστο party night.

Η μουσική, η ενέργεια και η Serkova έγιναν ένα, για μια βραδιά γεμάτη φως, ρυθμό και γεύση που θα συζητιέται για καιρό.

Η Dyson αλλάζει τον αέρα του σπιτιού σας!



Το καλοκαίρι πλησιάζει και μαζί του έρχονται ζέστη, υγρασία, σκόνη και ρύποι που κάνουν την ατμόσφαιρα στο σπίτι δυσάρεστη. Η Dyson έχει τη λύση: με τις συσκευές καθαρισμού αέρα, υγραντήρες και ανεμιστήρες νέας γενιάς, εξασφαλίζει δροσιά, καθαρότητα και αναζωογόνηση, κάθε ώρα της ημέρας.

Οι συσκευές της Dyson δεν καθαρίζουν απλώς τον αέρα – τον ανανεώνουν σε κάθε του διάσταση. Χάρη στην πατενταρισμένη τεχνολογία Air Multiplier™, προσφέρουν συνεχή και ομοιόμορφη ροή καθαρού αέρα έως και 500 λίτρα/δευτερόλεπτο, ενώ προηγμένοι αισθητήρες προσαρμόζουν αυτόματα τη λειτουργία τους ανάλογα με τις ανάγκες του χώρου. Τα φίλτρα HEPA και ενεργού άνθρακα αφαιρούν το 99,95% αλλεργιογόνων, ιών και βλαβερών αερίων.

Η TP02 Pure Cool Link κατανέμει καθαρό αέρα ομοιόμορφα και διαθέτει Night Mode για ήσυχο ύπνο. Η TP07 ξεχωρίζει με τον μινιμαλιστικό σχεδιασμό και τις 10 ταχύτητες, ενώ η PH3A Humidify & Cool Autoreact καθαρίζει, υγραίνει και δροσίζει ταυτόχρονα.

Με τηλεχειριστήριο, φωνητικό έλεγχο, σχεδόν αθόρυβη λειτουργία και εντυπωσιακό design, οι συσκευές Dyson γίνονται απαραίτητες – όχι μόνο για την υγεία, αλλά και για την καθημερινή άνεση. Φέτος το καλοκαίρι, πες αντίο στον αποπνικτικό αέρα και καλωσόρισε τη φρεσκάδα Dyson στο σπίτι σου.

Handmade: φτιάξε κάτι με τα χέρια σου (και θα δεις πόσο ωραία νιώθεις)



Δεν υπάρχει τίποτα πιο πολύτιμο από κάτι που έχει φτιαχτεί με αγάπη. Με φροντίδα. Με προσοχή στη λεπτομέρεια. Με χέρια που δούλεψαν, όχι μηχανές. Αυτό είναι το handmade – όχι απλώς κατασκευή, αλλά δημιουργία. Όχι απλώς αντικείμενο, αλλά ενέργεια.

Και δεν χρειάζεται να είσαι “καλλιτεχνικός τύπος” για να το δοκιμάσεις. Χρειάζεται μόνο κάτι πολύ απλό: να θες να φτιάξεις κάτι. Για σένα. Για κάποιον άλλον. Για το σπίτι. Για τη χαρά του «το έφτιαξα εγώ».

Τι είναι handmade;

Handmade είναι οτιδήποτε έχει φτιαχτεί στο χέρι, χωρίς βιομηχανοποιημένη διαδικασία. Από ένα βραχιολάκι, μέχρι ένα κεραμικό πιάτο. Από ένα σαπούνι, μέχρι μια χειροποίητη κάρτα. Είναι η επιστροφή στο αυθεντικό. Στο μοναδικό. Στο προσωπικό.

Δεν υπάρχει δεύτερο ίδιο. Δεν υπάρχει “γραμμή παραγωγής”. Υπάρχει μεράκι. Και πίσω από κάθε hand-

made κομμάτι, υπάρχει ένας άνθρωπος – που ξόδεψε χρόνο, που έκανε λάθη, που ξανάπιασε το νήμα, που ένιωσε περήφανος.

Γιατί να ασχοληθείς;

- Γιατί ξεφεύγεις από την οθόνη. Τα χέρια σου δουλεύουν, το μυαλό σου αδειάζει. Είναι σαν διαλογισμός.
- Γιατί νιώθεις δημιουργικός. Από εκεί που απλώς καταναλώνεις, αρχίζεις να παράγεις. Κι αυτό αλλάζει την ψυχολογία σου.
- Γιατί μπορεί να γίνει δουλειά. Αν κολλήσεις με αυτό, μπορεί να γίνει το χόμπι που πληρώνεται.
- Γιατί φτιάχνεις δώρα με ουσία. Δεν υπάρχει πιο συγκινητικό δώρο από κάτι που έφτιαξες εσύ.
- Γιατί σε συνδέει με άλλους. Μαθαίνεις, ρωτάς, γνωρίζεις κόσμο, φτιάχνεις κοινότητα.



5.

Και τι μπορώ να φτιάξω;

Η λίστα είναι τεράστια – αλλά ορίστε μερικές όμορφες ιδέες:

- Κοσμήματα: Βραχιόλια, σκουλαρίκια, δαχτυλίδια. Με χάντρες, με σύρμα, με μακραμέ.
- Κεραμικά: Πιάτα, φλυτζάνια, ρεσώ. Αν αγαπάς το χρώμα και τις φόρμες.
- Χειροποίητα σαπούνια & καλλυντικά: Με αιθέρια έλαια, με φυσικά υλικά, με άρωμα που εσύ επιλέγεις.
- Πλεκτά: Καλάθια, σουβέρ, κουβέρτες, κασκόλ. Πλέκεις και ξεπλέκεις με ρυθμό.
- Χειροποίητες κάρτες & art journals: Αν αγαπάς χαρτί, χρώματα και λέξεις.
- Upcycling αντικειμένων: Μεταμόρφωσε ένα παλιό κουτί σε κοσμηματοθήκη. Ή μια κονσέρβα σε γλαστράκι.
- Διακοσμητικά τοίχου (macramé, στεφάνια, καδράκια): Φτιάχνεις τέχνη που μένει.

Φτιάξε, χάλασε, ξαναφτιάξε. Είναι η ομορφιά του handmade: όλα επιτρέπονται.

Και κάτι τελευταίο...

Το handmade είναι ένας τρόπος να ξαναπιάσεις επαφή με τον εαυτό σου. Με τον ρυθμό σου. Με τα χέρια σου. Είναι ένας τρόπος να πεις «Say Yes» στη δημιουργία, στην ηρεμία, στο «έχω κι εγώ κάτι να φτιάξω».

Μπορεί να γίνει το χόμπι σου, η ψυχοθεραπεία σου, το δώρο σου, το μικρό σου επάγγελμα. Αλλά πάνω απ' όλα – είναι το δικό σου αποτύπωμα στον κόσμο.

*** Διάλεξε σήμερα ένα υλικό (μαλλί, χαρτί, πηλό) και ψάξε στο YouTube ένα βίντεο με τίτλο «easy handmade project». Δες πού σε πάει η έμπνευση!

Πώς ξεκινάς;

1. Δες βιντεάκια. Το YouTube και το TikTok είναι γεμάτα tutorials για κάθε τεχνική.
2. Πήγαινε σε ένα σεμινάριο. Θα μάθεις από κοντά και θα πάρεις έμπνευση.
3. Αρχισε με κάτι απλό. Μην πας κατευθείαν να φτιάξεις... πολυέλαιο! Ένα βραχιολάκι ή ένα σαπουνάκι είναι τέλεια για αρχή.
4. Πάρε τα βασικά υλικά. Δεν χρειάζεται να επενδύσεις περιουσία. Ξεκινάς με λίγα – και βλέπεις.





Η νέα παγκόσμια πρωτοβουλία κυκλικής οικονομίας της COCO-MAT. Χάρισε στα παλιά σου λευκά είδη μια δεύτερη ζωή



Η LG εξοπλίζει το Pinewood με διαδραστικές οθόνες CreateBoard

19 σύγχρονες οθόνες ανοίγουν νέους δρόμους στην ψηφιακή εκπαίδευση του διεθνούς σχολείου της Θεσσαλονίκης

Η LG Business Solutions συνεχίζει να επενδύει στην εκπαίδευση και την τεχνολογική καινοτομία, εξοπλίζοντας το Pinewood American International School με 19 διαδραστικές οθόνες LG CreateBoard. Συγκεκριμένα, εγκαταστάθηκαν 14 οθόνες 86TR3DK-B και 5 οθόνες 75TR3DK-B, φέρνοντας τη δύναμη της τεχνολογίας στην καρδιά της σχολικής τάξης.

Το Pinewood, ένα ιστορικό εκπαιδευτικό ίδρυμα με παρουσία στη Θεσσαλονίκη από το 1950, προσφέρει ένα απαιτητικό και πλήρως πιστοποιημένο αμερικανικό πρόγραμμα σπουδών. Με πυλώνες του την περιέργεια, τη δημιουργικότητα και τη φροντίδα, το σχολείο επενδύει συστηματικά σε εργαλεία που ενισχύουν τη μάθηση και προετοιμάζουν τους μαθητές για έναν διαρκώς μεταβαλλόμενο κόσμο.

Οι οθόνες LG CreateBoard προσφέρουν:

- Υψηλή απόκριση αφής και υποστήριξη πολλαπλών ταυτόχρονων χρηστών
- Προηγμένες δυνατότητες συνδεσιμότητας και real-time διαμοιρασμού περιεχομένου
- Αψογή ενσωμάτωση με ψηφιακά εργαλεία διδασκαλίας
- Ανθεκτικότητα, ενεργειακή απόδοση και 5ετή εγγύηση¹

Η λύση της LG αναβαθμίζει τη διαδραστική εκπαίδευση, ενισχύει την ενεργό συμμετοχή των μαθητών και υποστηρίζει τους εκπαιδευτικούς σε ένα πολυγλωσσικό και διαπολιτισμικό περιβάλλον.

Η ΕΠΑΦΟΣ, επίσημος συνεργάτης υλοποίησης, ανέλαβε τόσο την εγκατάσταση των οθονών όσο και την εκπαίδευση του προσωπικού στη χρήση τους, διασφαλίζοντας τη βέλτιστη αξιοποίηση της τεχνολογίας στη σχολική καθημερινότητα.

Για περισσότερες πληροφορίες, επισκεφθείτε: www.lg.com/gr/business

¹ Η εγγύηση ισχύει σύμφωνα με τους όρους της LG για επαγγελματικά προϊόντα.

Η COCO-MAT ανακοινώνει τη νέα παγκόσμια πρωτοβουλία της στο πλαίσιο της κυκλικής οικονομίας, προσκαλώντας το κοινό να δώσει στα παλιά του λευκά είδη μια δεύτερη ευκαιρία ζωής. Με αφορμή τον Μήνα της Γης, η εταιρεία ενισχύει τη δέσμευσή της στη βιωσιμότητα και την κοινωνική προσφορά.

Η πρωτοβουλία εφαρμόζεται σε καταστήματα COCO-MAT στην Ελλάδα και το εξωτερικό και στοχεύει στη μείωση του υφασμάτινου απορρίμματος. Κάθε χρόνο, εκατομμύρια τόνοι υφασμάτων καταλήγουν στις χωματερές, παρά το γεγονός ότι πολλά από αυτά είναι ακόμη χρήσιμα. Στις ΗΠΑ, κάθε άτομο πετά κατά μέσο όρο 47 κιλά υφάσματα ετησίως, με τα λευκά είδη να αποτελούν σημαντικό ποσοστό αυτών.

Τα λευκά είδη που θα συγκεντρωθούν θα αξιοποιηθούν με δύο τρόπους:

- Μέσω συνεργασίας με εταιρείες του ομίλου, όπως η thiswasasheet.com, θα μετατραπούν σε νέα χρηστικά αντικείμενα και θα δοθούν σε Μη Κερδοσκοπικούς Οργανισμούς.
- Μέσω άμεσων δωρεών σε ΜΚΟ, τόσο από τη συλλογή των πολιτών όσο και από τις σειρές προϊόντων της COCO-MAT.

Με απλές πράξεις και συνειδητές επιλογές, η COCO-MAT αποδεικνύει πως η κυκλική οικονομία μπορεί να συνδυάζει την περιβαλλοντική ευθύνη με την κοινωνική αλληλεγγύη.

Δες [εδώ](#) πώς μπορείς να συμμετάσχεις.

Το Walmart, ένα ψώνιο και... ρέστα 998.000 δολαρίων



Πρωταγωνίστρια: η Alice Pike. Τοποθεσία: Τζόρτζια, ΗΠΑ. Χρόνος: 2004. Σκηνικό: ένα συνηθισμένο Walmart. Ή σχεδόν.

Η Alice μπήκε στο κατάστημα για να πληρώσει έναν λογαριασμό ύψους 1.671,55 δολαρίων – κανείς δεν ξέρει τι ακριβώς ψώνισε, αλλά σίγουρα δεν ήταν μπουκαλάκι νερού και τσίχλες. Πρώτη προσπάθεια πληρωμής: δύο δωροκάρτες. Η μία είχε 0,50\$, η άλλη 1,82\$. Σύνολο: απογοήτευση.

Και τότε, η Alice έβγαλε το μεγάλο «χαρτί». Κυριολεκτικά. Ένα χαρτονόμισμα του ενός εκατομμυρίου δολαρίων.

Ναι, καλά διάβασες. Ένα κομμάτι χαρτί, τόσο φανταχτερό όσο και ανύπαρκτο, καθώς ούτε το Υπουργείο Οικονομικών, ούτε η Fed, ούτε ο Άγιος των Οικονομικών εκδίδουν τέτοια χαρτονομίσματα. Ο ταμίας – σώφρων άνθρωπος – κάλεσε τον προϊστάμενο. Ο προϊστάμενος κάλεσε την αστυνομία.

Η Alice, αντί να το βάλει στα πόδια, περίμενε στωικά. Δήλωσε ότι νόμιζε πως ήταν αληθινό, γιατί της το είχε δώσει ο (μάλλον χιουμορίστας ή εκδικητικός)

σύζυγός της. «Δεν μπορείς να παρακολουθείς τι κάνει η Ομοσπονδιακή Τράπεζα», είπε. Και πως «θα ήταν γελοίο να προσπαθήσω να πάρω ρέστα από το Walmart». Σωστά, εκτός αν πιστεύεις ότι το Walmart έχει ταμείο... Κεντρικής Τράπεζας.

Πάντως, όταν έφτασε η αστυνομία, βρήκε πάνω της άλλα δύο "χαρτονομίσματα του εκατομμυρίου". Για κάθε ενδεχόμενο. Αν δεν την πίστευε το Walmart, ίσως την πίστευε το Target.

Η Alice συνελήφθη για πλαστογραφία. Και κανείς δεν ξέρει αν προσπάθησε να χρησιμοποιήσει το... ψεύτικο εκατομμύριο για την εγγύηση.

Ήξερες ότι...

η πρώτη γνωστή υπόθεση πλαστογραφίας στην ιστορία χρονολογείται από την αρχαία Ρώμη, όταν ένας γραφέας πλαστογράφησε τη διαθήκη του πατέρα του για να αποκτήσει μεγαλύτερη κληρονομιά: Οι Ρωμαίοι είχαν τόσο αυστηρούς νόμους για την πλαστογραφία, ώστε η τιμωρία μπορούσε να φτάσει μέχρι και την εξορία ή τον θάνατο!

Η AVIN δίπλα στη νέα γενιά αθλητών για 3η συνεχόμενη χρονιά

Η AVIN, πιστή στη δέσμευσή της για έμπρακτη υποστήριξη στον ελληνικό αθλητισμό, ανανεώνει για 3η χρονιά τη στήριξή της σε διακεκριμένους Έλληνες αθλητές, συμβάλλοντας στη διαδρομή τους προς την κορυφή, αλλά και αναδεικνύοντας τις αξίες του αθλητισμού στη νέα γενιά.

Η εταιρεία στηρίζει τον χρυσό Ολυμπιονίκη Στέφανο Ντούσκο, που συνεχίζει να εντυπωσιάζει με τις επιδόσεις του στην κωπηλασία, έχοντας ήδη κατακτήσει 6 μετάλλια σε Παγκόσμια, Ευρωπαϊκά και Μεσογειακά Πρωταθλήματα. Η συνεργασία ξεκίνησε το 2022 και βασίζεται σε κοινές αξίες όπως η αφοσίωση, η προσπάθεια και η διαρκής εξέλιξη.

Παράλληλα, η AVIN ενισχύει τη νεαρή πρωταθλήτρια κολύμβησης Αρτεμис Βασιλάκη, που στα 18 της έχει ήδη σημειώσει πανελλήνια ρεκόρ και διακρίσεις σε παγκόσμιο επίπεδο, ενώ φέτος στηρίζει και τη Δώρα Γκουντούρα, πρωταθλήτρια ξιφασκίας, μέλος της Εθνικής Ομάδας, Ολυμπιονίκης και Νο3 παγκοσμίως στη σπάθη.

Μέσα από το χορηγικό της πρόγραμμα, η AVIN προσφέρει στους αθλητές τα μέσα για να συνεχίσουν την πορεία τους, δίνοντας έμφαση όχι μόνο στην κορυφή αλλά και στις αξίες που κάνουν έναν αθλητή πρότυπο: πάθος, επιμονή και έμπνευση.

Μαζί σε κάθε διαδρομή. Και στον αθλητισμό.


AVIN

Η AVIN δίπλα
στους αθλητές μας!

Πρόγραμμα "CAFF Work powered by Viohalco": Μια νέα ευκαιρία για κοινωνική ενδυνάμωση μέσω εκπαίδευσης



Η Viohalco, σε συνεργασία με το Charles Antetokounmpo Family Foundation (CAFF), παρουσιάζει το νέο Πρόγραμμα Επαγγελματικής Κατάρτισης "CAFF Work powered by Viohalco", μια πρωτοβουλία που στοχεύει στην ενδυνάμωση ευάλωτων κοινωνικών ομάδων μέσω της επαγγελματικής εκπαίδευσης.

Το πρόγραμμα προσφέρει θεωρητική και πρακτική κατάρτιση σε σύγχρονες βιομηχανικές δεξιότητες, με πιστοποίηση από το ΙΒΕΠΕ-ΣΕΒ, και απευθύνεται σε άτομα που επιθυμούν να αποκτήσουν πρόσβαση στην αγορά εργασίας. Μέσα σε 8 εβδομάδες, οι συμμετέχοντες θα εκπαιδευτούν σε χρήση μηχανημάτων, θα επισκεφθούν εργοστάσια, θα παρακολουθήσουν εντατικά μαθήματα ελληνικής γλώσσας και θα συμμετάσχουν σε προπονήσεις μπάσκετ με την Eurohoops,

ενισχύοντας τη συνολική τους ενσωμάτωση.

Όπως δήλωσε ο CEO της Viohalco, Ιωάννης Στασινόπουλος, η πρωτοβουλία αυτή αντανακλά τις αξίες της συνεργασίας, της κοινωνικής ένταξης και της ομαδικότητας. Αντίστοιχα, η οικογένεια Αντετοκούνμπο τόνισε πως η γνώση και η εκπαίδευση μπορούν να μεταμορφώσουν ζωές και να διαμορφώσουν ένα καλύτερο μέλλον για όλους.

Το πρόγραμμα αποτελεί ένα ακόμη βήμα προς την ανθεκτική και συνεκτική κοινωνία, όπου η εκπαίδευση δεν είναι προνόμιο, αλλά δικαίωμα.



Η τεχνητή νοημοσύνη στον αγώνα κατά των καρδιοπαθειών

Καινοτόμα πλατφόρμα επιταχύνει τη διάγνωση και σώζει ζωές



Μια νέα εποχή ανατέλλει στη διάγνωση καρδιολογικών παθήσεων, καθώς η τεχνητή νοημοσύνη (AI) αξιοποιείται πλέον δυναμικά για την ανάλυση ιατρικών δεδομένων με ταχύτητα και ακρίβεια που μέχρι πρότινος έμοιαζε αδιανόητη. Ειδικότερα, μια καινοτόμα ψηφιακή πλατφόρμα έρχεται να αλλάξει τα δεδομένα, επιτρέποντας στους γιατρούς να εντοπίζουν εγκαίρως σημάδια καρδιοπάθειας, σώζοντας χρόνο – και κυρίως, ζωές.

Η πλατφόρμα βασίζεται σε εξελιγμένους αλγόριθμους μηχανικής μάθησης και έχει σχεδιαστεί για να «διαβάζει» καρδιολογικές απεικονίσεις όπως αξονικές ή μαγνητικές τομογραφίες της καρδιάς, εντοπίζοντας ύποπτα ευρήματα σε κλάσματα του χρόνου που θα απαιτούσε ένας άνθρωπος. Το αποτέλεσμα; Μια διαδικασία που άλλοτε διαρκούσε ώρες ή ακόμα και ημέρες, ολοκληρώνεται πλέον σε λίγα λεπτά, προσφέροντας πολύτιμο προβάδισμα στους επαγγελματίες υγείας.

«Η έγκαιρη διάγνωση είναι κρίσιμη όταν μιλάμε για καρδιαγγειακές παθήσεις. Με τη βοήθεια της AI, μπορούμε να εντοπίσουμε πρόβλημα πριν καν εκδηλωθούν

συμπτώματα», δηλώνει καρδιολόγος που συμμετέχει στο πρόγραμμα εφαρμογής της τεχνολογίας σε νοσοκομεία του εξωτερικού.

Πέρα από την ταχύτητα, το σύστημα επιτυγχάνει και υψηλά ποσοστά ακρίβειας, περιορίζοντας την πιθανότητα ανθρώπινου σφάλματος. Παράλληλα, λειτουργεί υποστηρικτικά – δεν αντικαθιστά τον γιατρό, αλλά τον ενισχύει, δίνοντάς του περισσότερα και καλύτερα δεδομένα για να πάρει κρίσιμες αποφάσεις.

Η τεχνολογία αυτή ήδη εφαρμόζεται πιλοτικά σε κορυφαία ιατρικά κέντρα στην Ευρώπη και τις ΗΠΑ, με τα πρώτα αποτελέσματα να είναι ενθαρρυντικά. Αναμένονται με ενδιαφέρον οι επόμενες φάσεις αξιολόγησης, που θα κρίνουν την καθολική υιοθέτηση του συστήματος στα συστήματα υγείας.

Σε μια εποχή που οι καρδιαγγειακές παθήσεις εξακολουθούν να αποτελούν την πρώτη αιτία θανάτου παγκοσμίως, η συμβολή της τεχνητής νοημοσύνης αποδεικνύεται πολύτιμη. Και όπως φαίνεται, το μέλλον της καρδιολογίας χτυπά... στον ρυθμό της τεχνολογίας.



Φεστιβάλ στη Σκιά των Βράχων 2025: Το καλοκαίρι ξεκινά με πολιτισμό

Από τις 3 Ιουνίου έως τις 3 Οκτωβρίου, τα Θέατρα Βράχων Μελίνα Μερκούρη και Άννα Συνοδινού μεταμορφώνονται και φέτος σε πυρήνα τέχνης και ψυχαγωγίας. Το Φεστιβάλ στη Σκιά των Βράχων, που διοργανώνεται από τους Δήμους Βύρωνα και Δάφνης-Υμηττού, επιστρέφει με ένα πλούσιο πρόγραμμα παραστάσεων, συναυλιών, χορού, θεάτρου και stand-up comedy.

Ξεχωριστή θέση φέτος κατέχει το αφιέρωμα στον διεθνούς φήμης σκηνοθέτη Θεόδωρο Τερζόπουλο, με αφορμή τη συμπλήρωση 40 χρόνων από την ίδρυση του Θεάτρου Άτις. Το αφιέρωμα «Σκότος, εμόν φάος» περιλαμβάνει έκθεση φωτογραφίας, πολυτελή έκδοση και δημόσια εκδήλωση με ελεύθερη είσοδο στις 10 Ιουνίου, ενώ η Ορέστεια θα κάνει πρεμιέρα στο Θέατρο Βράχων στις 11 και 12 Ιουνίου.

Με παραστάσεις από τα σημαντικότερα σχήματα της ελληνικής θεατρικής παραγωγής και εμφανίσεις καλλιτεχνών από όλο το φάσμα της μουσικής σκηνής, το φεστιβάλ επιβεβαιώνει τον ρόλο του ως σημείο αναφοράς του πολιτιστικού καλοκαιριού.

Φέτος, δίνουμε ραντεβού στα Βράχια — εκεί που το θέατρο, η μουσική και η ποίηση της φύσης ενώνονται σε μια γιορτή για όλους.

Ραντεβού από 3 Ιουνίου έως 3 Οκτωβρίου. Θα είμαστε εκεί!

RELIC του Ευριπίδη Λασκαρίδη: Επιστρέφει στην Αθήνα για λίγες τελευταίες παραστάσεις



Μετά από δέκα χρόνια διεθνούς επιτυχίας, η παράσταση RELIC του Ευριπίδη Λασκαρίδη επιστρέφει για πέντε αποχαιρετιστήριες εμφανίσεις στην Αθήνα, από 24 έως 28 Σεπτεμβρίου 2025, στο Πτι Παλαί.

Η εμβληματική σόλο περφόρμανς με την οποία ο Λασκαρίδης συστήθηκε στο διεθνές κοινό, έχει παρουσιαστεί σε 19 χώρες, 38 πόλεις και 40 κορυφαία φεστιβάλ, μεταξύ των οποίων το Barbican Pit στο Λονδίνο και το Palais de Tokyo στο Παρίσι. Το RELIC τιμήθηκε το 2017 με το βραβείο Creative Innovation in Lighting στα Theatre & Technology Awards Ηνωμένου Βασιλείου.

Συνδυάζοντας στοιχεία φάρσας, βαριετέ και καμπαρέ, το RELIC παρουσιάζει μια μοναχική φιγούρα που κινείται σε ένα παράξενο σκηνικό, δημιουργώντας έναν κόσμο μεταμόρφωσης και συγκίνησης. Η καθηλωτική παρουσία του Λασκαρίδη επί σκηνής, σε συνδυασμό με το εντυπωσιακό κοστούμι του Αγγέλου Μέντη, καθιστούν την παράσταση μοναδική εμπειρία.

«Το RELIC γεννήθηκε σε μια στιγμή προσωπικού ρίσκου. Δέκα χρόνια μετά, συνεχίζει να συγκινεί γιατί μιλά για κάτι πανανθρώπινο: τη μοναξιά, την ανάγκη για επαφή, τη ζωή την ίδια», δηλώνει ο δημιουργός.

Πτι Παλαί, 24–28 Σεπτεμβρίου 2025

Προπώληση: more.com

Διάρκεια: 40'

Περιλαμβάνει strobe lights και δυνατούς ήχους.

«ΒΙΤΡΟΥΒΙΟΣ»:

Ο συγκλονιστικός μονόλογος του Στέφανου Κακαβούλη εμπνέεται από τον Da Vinci και ζωντανεύει στη σκηνή της ΑΣΚΤ



Το Θέατρο της Ανωτάτης Σχολής Καλών Τεχνών άνοιξε τις πόρτες του με τη δυνατή πρεμιέρα του «ΒΙΤΡΟΥΒΙΟΣ», του νέου μονολόγου που έγραψε και ερμηνεύει ο Στέφανος Κακαβούλης, σε σκηνοθεσία του Χρήστου Δήμα. Το κοινό από τον καλλιτεχνικό, δημοσιογραφικό και επιχειρηματικό χώρο γέμισε το θέατρο, για να παρακολουθήσει μια παράσταση που ξεδιπλώνει την ανθρώπινη ύπαρξη μέσα από τον φακό της τέχνης, της ανατομίας και της φιλοσοφίας.

Ο «ΒΙΤΡΟΥΒΙΟΣ» αντλεί έμπνευση από το διάσημο σχέδιο του Leonardo Da Vinci, «Ο Άνθρωπος του Βιτρούβιου», και επιχειρεί να φωτίσει τις αθέατες πτυχές του μοντέλου που πόζαρε για το έργο. Ο Κακαβούλης, μέσα από μια εξομολόγηση-μονόλογο, ερμηνεύει έναν άντρα που γίνεται σύμβολο, φωνή, σώμα και πνεύμα – μια μορφή που αναζητά τη δική της αλήθεια μέσα στο φως του δημιουργού. Η παράσταση πλέκει με μαεστρία ιστορικά στοιχεία, αλληγορίες και μεταφυσικούς συμβολισμούς, φέρνοντας στο προσκήνιο τις υπαρξιακές αγωνίες και τη μεταμόρφωση του ανθρώπου.

Η σκηνογραφία του Márton Ágh, τα κοστούμια της Katrin Wolfertman, η μουσική του Nicolas Fehr και η χορογραφία της Χαράς Κότσαλη ολοκληρώνουν ένα αισθητικό σύμπαν που προκαλεί δέος, ενώ το πρωτότυπο θεατρικό κείμενο οδηγεί τον θεατή σε έναν λαβύρινθο ανάμεσα στην αλήθεια, τη μνήμη και τη σιωπή.

Ο «ΒΙΤΡΟΥΒΙΟΣ» είναι το 13ο θεατρικό έργο του Κακαβούλη και αποτελεί έναν προσωπικό στοχασμό πάνω στην τέχνη, το σώμα και την πνευματικότητα. Μέσα από την αποκάλυψη και την έκθεση του ήρωα στη σκηνή, ο θεατής προσκαλείται να σταθεί γυμνός απέναντι στο φως, όπως και ο άνθρωπος του Βιτρούβιου.

Η παράσταση παρουσιάζεται για 10 μόνο παραστάσεις στο Θέατρο της Ανωτάτης Σχολής Καλών Τεχνών.

Εισιτήρια προπωλούνται αποκλειστικά μέσω του ticketservices.gr.

quote of the day

DESIRE DOESN'T COME WITH INSTRUCTIONS. IT ASKS YOU TO PAY ATTENTION.

Σήμερα
γιορτάζουν!
Πατρίκιος, Πατρικία,
Θεόγνώστος,
Θεογνώσιος,
Θεογνώσια,
Θεόκτιστος, Μένανδρος



19 Μαΐου

- › World Family Doctor Day
- › National Asian and Pacific Islander HIV/AIDS Awareness Day
- › Malcolm X Day
- › Celebrate Your Elected Officials Day
- › National Mechanical Dry Eye Day
- › National Devil's Food Cake Day
- › National Chi Day
- › Frog Jumping Jubilee Day
- › Hepatitis Testing Day
- › Ημέρα Μνήμης για τη Γενοκτονία των Ελλήνων του Πόντου
- › Plant Something Day