

expert



**Η πρώτη γουλιά είναι δικιά σου,
η τεχνολογία είναι της Expert**

#COFFEETIME!

1 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2025, ΤΕΥΧΟΣ #32

powered by
SAY *yes* to the **press**

ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΖΩΗ VS. ΨΗΦΙΑΚΗ ΖΩΗ: ΟΙ ΤΑΣΕΙΣ ΣΤΑ SOCIAL MEDIA ΤΟ 2025



Good morning SayYessers!



Φτιάξε καφέ να στα πω...



Καλημέρα **SayYesser** και καλό μήνα!!!

Ξέρεις ποιος σε πίεζε περισσότερο όλα αυτά τα χρόνια; Όχι οι άλλοι. Εσύ. Εσύ ήσουν αυτός που έβαζες τον πήχη πιο ψηλά κάθε φορά. Εσύ δεν άφηνες ποτέ τον εαυτό σου να ξεκουραστεί. Κι εγώ – ο ίδιος σου ο εαυτός – ήμουν πάντα εκεί, να σε σπρώχνω πιο πολύ.

Όταν όλα πήγαιναν ρολόι, δεν σε άφησα ούτε λεπτό να χαρείς. Σου έλεγα «πάμε στο επόμενο». Σου θύμιζα όσα δεν έκανες ακόμα, αντί να σου πω «μπράβο». Σε φόρτωνα με λίστες, deadlines και στόχους, κι ούτε μια φορά δεν σε πήρα αγκαλιά χωρίς λόγο.

Και τώρα, που νιώθεις κουρασμένος, που δεν θες να κάνεις τίποτα, σε κοιτάω και καταλαβαίνω: έπρεπε να σε φροντίζω πιο πολύ τότε που όλα έδειχναν εύκολα. Έπρεπε να σε ενθαρρύνω, να σε ηρεμώ, να σε αγαπάω λίγο πιο φανερά.

Γιατί δεν χρειάζεται να αποδείξεις τίποτα σε κανέναν – ούτε καν σε μένα, τον ίδιο σου τον εαυτό. Δεν χρειάζεται να στέκεσαι πάντα όρθιος. Δεν χρειάζεται να τρέχεις πιο γρήγορα από την αμφιβολία. Μπορείς να σταματήσεις. Μπορείς να ξεκουραστείς. Μπορείς να πεις «φτάνει για σήμερα».

Η πιο δύσκολη συγγνώμη είναι αυτή που οφείλουμε στον εαυτό μας. Για όλα τα «σ' έσπρωξα ενώ χρειαζόσουν ανάσα». Για όλα τα «σου φώναξα ενώ χρειαζόσουν χάδι». Για όλα τα «προχώρα» που σε έκανα να λες, ενώ ήθελες απλώς να σταθείς ακίνητος.

Κι από δω και πέρα, ίσως το πιο σημαντικό που μπορούμε να κάνουμε είναι να μάθουμε να είμαστε λίγο πιο τρυφεροί με τον εαυτό μας. Να του μιλάμε όπως μιλάμε σε έναν φίλο. Να του δίνουμε χρόνο, χώρο και –ναι– αγκαλιά, ακόμα κι όταν όλα φαίνονται να πηγαίνουν καλά.

Tip of the Day: Αντί να βάζεις στον εαυτό σου άλλη μια λίστα με «πρέπει», βάλε του μόνο μία: «Να με φροντίζω». Γιατί, τελικά, η αληθινή δύναμη δεν είναι να σπρώχνεις πάντα τον εαυτό σου. Είναι να ξέρεις πότε να τον αγκαλιάσεις.

Claire Styliara
Chief of SayYessers



E-Mail



Viber



WhatsApp

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

Latte Nations: Η Coffee Island έκανε τον κόσμο... latte

Η Coffee Island έφερε τον κόσμο στο ποτήρι μας στο φετινό Athens Coffee Festival, μέσα από πέντε μοναδικά Iced Latte που δημιούργησε αποκλειστικά η ομάδα R&D για τη διοργάνωση. Κάθε latte και ένα ταξίδι· από την Ισπανία και την Αίγυπτο, μέχρι την Ινδία και τον Καναδά, οι γεύσεις έγιναν ιστορίες πολιτισμών, αρωμάτων και εμπειριών.

Ανάμεσα στις προτάσεις, ξεχώρισε το Indian Iced Latte, εμπνευσμένο από την πολύχρωμη κουλτούρα της Ινδίας, με το μάνγκο – εμβληματικό φρούτο της χώρας – να προσφέρει φρουτώδη ένταση και εξωτικό χαρακτήρα.

Το ρόφημα θα είναι διαθέσιμο σε όλα τα καταστήματα Coffee Island έως τις 5 Οκτωβρίου, τιμώντας την Παγκόσμια Ημέρα Καφέ (1 Οκτωβρίου).

Το ταξίδι των γεύσεων ολοκληρώθηκε με το Matcha Coconut Iced Latte, εμπνευσμένο από το διεθνές trend του matcha, που χάρισε μια πράσινη, φρέσκια νότα. Η γιορτή του καφέ θα συνεχιστεί και εκτός συνόρων: η Coffee Island εγκαινιάζει στις 1 Οκτωβρίου το νέο της flagship store στο Κάιρο, στην ιστορική περιοχή Korba, με τη συμμετοχή των Coffee Island Explorers και του Έλληνα Πρέσβη.

Με κάθε της βήμα, η Coffee Island υπενθυμίζει ότι ο καφές δεν είναι απλώς ρόφημα, αλλά έμπνευση, πολιτισμός και μια παγκόσμια γλώσσα.



Η Ολυμπιακή Ζυθοποιία άνοιξε τις πόρτες της φέρνοντας το κοινό πιο κοντά στην κουλτούρα της μπίρας



Η Ολυμπιακή Ζυθοποιία συμμετείχε και φέτος στην πρωτοβουλία «Ανοιχτά Ζυθοποιεία» της Ελληνικής Ένωσης Ζυθοποιών, προσκαλώντας το κοινό σε μια αυθεντική εμπειρία ζυθοποίησης και γευσιγνωσίας, στις εγκαταστάσεις της στη Ριτσώνα Ευβοίας, το Σάββατο 27 Σεπτεμβρίου.

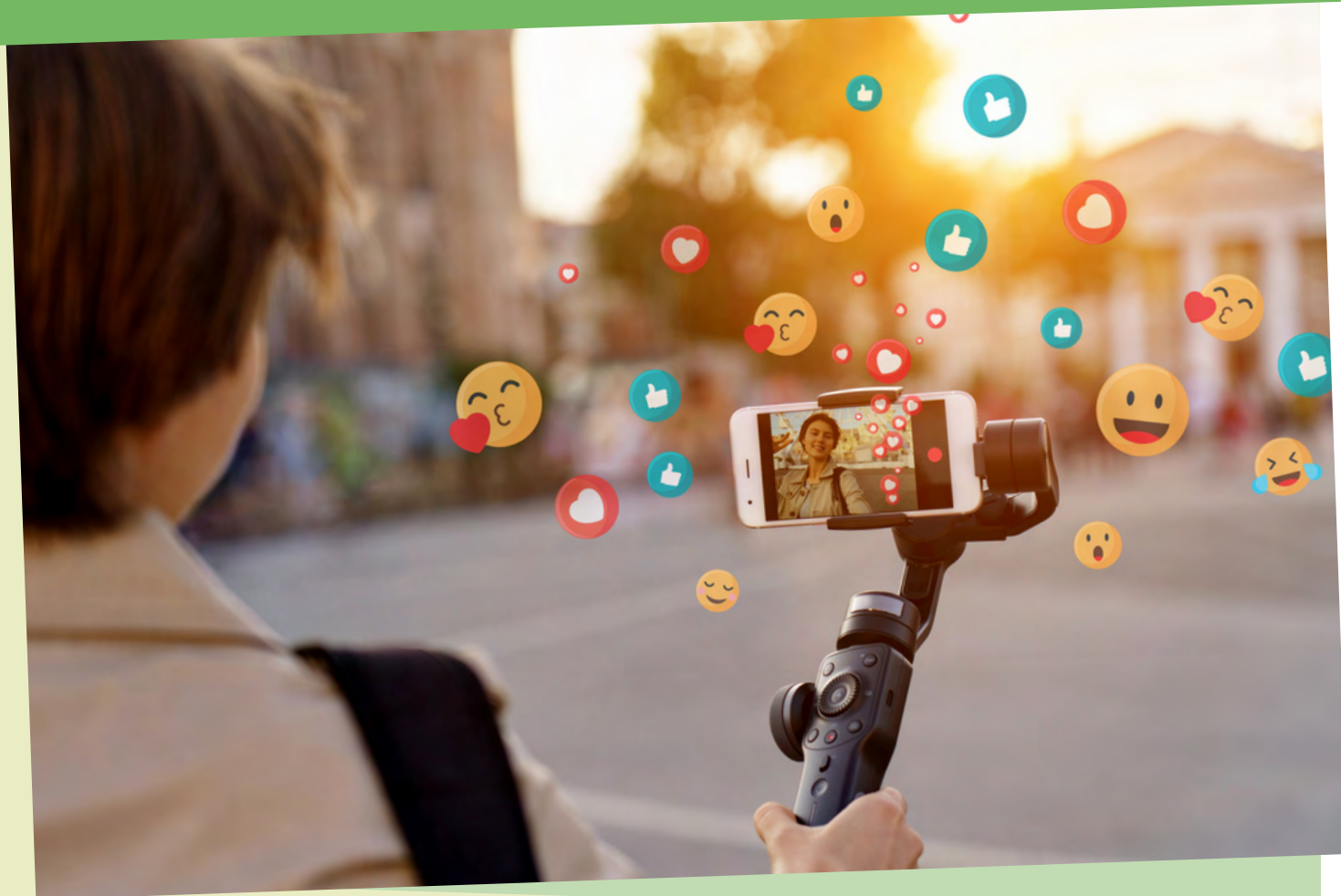
Περισσότεροι από 300 επισκέπτες είχαν την ευκαιρία να γνωρίσουν από κοντά τον κόσμο της μπίρας: από τις πρώτες ύλες και τη διαδικασία παραγωγής μέχρι τις διαφορετικές κατηγορίες και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους. Μέσα από οργανωμένες ξεναγήσεις, sessions γευσιγνωσίας και δοκιμές, οι συμμετέχοντες ήρθαν σε επαφή με τους ανθρώπους που βρίσκονται πίσω από τα προϊόντα, βιώνοντας μια ημέρα γεμάτη ανακάλυψη, απόλαυση και γιορτινή διάθεση.

Η πρωτοβουλία «Ανοιχτά Ζυθοποιεία», που ξεκίνησε το 2018, έχει στόχο να φέρει πιο κοντά ζυθοποιούς και καταναλωτές,

αναδεικνύοντας τη ζυθοποιία ως τέχνη αλλά και ως πολιτιστική εμπειρία.

Με τη συμμετοχή της, η Ολυμπιακή Ζυθοποιία επιβεβαιώνει τη δέσμευσή της να «ζυθοποιεί για ένα καλύτερο σήμερα και αύριο», μοιράζοντας το πάθος της για την ποιότητα, τη βιωσιμότητα και την ουσιαστική σύνδεση με την κουλτούρα της μπίρας.

Κοινωνική ζωή vs. ψηφιακή ζωή: Οι τάσεις στα social media το 2025



Ζούμε στην εποχή που το offline και το online δεν ξεχωρίζουν εύκολα. Ο καφές με φίλους μπορεί να καταλήξει σε reels στο Instagram, και το scroll στο TikTok μπορεί να γίνει η αφορμή για το επόμενο ταξίδι σου. Το μεγάλο ερώτημα είναι: πόση κοινωνική ζωή μάς μένει, όταν η ψηφιακή μας ζωή απορροφά σχεδόν τα πάντα;

Οι χρήστες αλλάζουν – και το «ψάχνουν» αλλιώς

Τα social media είναι πια οι νέες μηχανές αναζήτησης. Η Gen Z ψάχνει στο TikTok και το Instagram αντί για το Google, ενώ οι Millennials το γυρνούν στο YouTube για tutorials και reviews. Κι όμως, η ανάγκη για αληθινή εμπειρία δεν χάνεται: το Digital Wellbeing 2025 δείχνει ότι η υπερβολική χρήση οδηγεί σε «doom-scrolling» και άγχος, κάνοντας πολλούς να αναζητούν detox μέρες χωρίς κινητό.



Οι πλατφόρμες που ανεβαίνουν

Το βίντεο είναι ο μεγάλος νικητής. TikTok, YouTube Shorts και Instagram Reels «τσακώνονται» για την προσοχή μας. Ακόμη και το LinkedIn μετατρέπεται σε video-first περιβάλλον, ενώ νέα features με AI δημιουργία περιεχομένου εμφανίζονται παντού.

Οι brands δεν αρκεί να ποστάρουν όμορφες εικόνες: πρέπει να ακούνε, να συνομιλούν, να δοκιμάζουν συνεχώς νέες μορφές storytelling.

Στατιστικά 2025

Το TikTok μετράει πλέον 1,59 δισεκατομμύρια ενεργούς μηνιαίους χρήστες παγκοσμίως, με τις ΗΠΑ να κρατούν την πρωτιά στα 135,79 εκατομμύρια.



Η Gen Z το εμπιστεύεται περισσότερο από το Google: το 82% δηλώνει ότι έχει ενεργό προφίλ και το χρησιμοποιεί ως βασική μηχανή αναζήτησης.

Κάθε μέρα, παράγονται πάνω από 117 εκατομμύρια νέα βίντεο στο TikTok.

Το βίντεο συνολικά αναμένεται να αντιπροσωπεύει το 82% της παγκόσμιας κίνησης στο διαδίκτυο μέσα στο 2025.

Οι χρήστες περνούν κατά μέσο όρο 100 λεπτά ημερησίως βλέποντας online video περιεχόμενο.

Το engagement με short-form clips (Reels, Shorts, TikTok) είναι κατά 70% υψηλότερο σε σχέση με άλλα formats.

Το livestreaming κρατάει τη δική του δυναμική: το 22,7% των χρηστών social media παρακολουθεί ζωντανές μεταδόσεις σε TikTok, Instagram ή Facebook.

Τα έσοδα του TikTok το 2024 άγγιξαν τα 23 δισ. δολάρια, με το 77% να προέρχεται από διαφημίσεις.

Περιεχόμενο = κοινότητα

Το κλασικό «content is king» δεν ισχύει πια. Το περιεχόμενο είναι απλά το εισιτήριο· η αξία κρύβεται στην κοινότητα. Micro-influencers, private groups, κλειστά chats, ακόμα και συνδρομητικές υπηρεσίες μέσα στις πλατφόρμες, φέρνουν πιο κοντά τον δημιουργό με τον follower. Δεν είναι τυχαίο ότι το engagement μετρείται πλέον όχι σε likes, αλλά σε διάρκεια συζήτησης, loyalty και real-time συμμετοχή.





Ήξερες ότι...

👉 Το TikTok ξεπέρασε την Google σε αναζητήσεις για ταξίδια, μόδα και εστιατόρια; Οι Gen Z εμπιστεύονται περισσότερο ένα βίντεο 30 δευτερολέπτων από μια σελίδα αποτελεσμάτων.

👉 Στην Ιαπωνία, η λέξη "phubbing" (phone + snubbing) έγινε viral για να περιγράψει το πώς αγνοούμε τους φίλους μας κοιτώντας το κινητό στο τραπέζι.

👉 Το 65% των χρηστών στην Ευρώπη δηλώνει ότι κάνει τουλάχιστον ένα digital detox το χρόνο – συνήθως καλοκαίρι ή Χριστούγεννα.

👉 Ένας μέσος χρήστης περνάει 2,5 ώρες την ημέρα στα social media. Αν τα μετρήσεις σε χρόνο ζωής, μιλάμε για... 5,5 χρόνια non-stop scroll!

👉 Οι Millennials και οι Gen Z ξαναφέρνουν στη μόδα τα «αναλογικά βράδια»: συναντήσεις με φίλους χωρίς κινητά, μόνο με επιτραπέζια, κασέτες ή φιλμ φωτογραφικές.

Τα σκοτεινά σημεία

Η «dead internet theory» κερδίζει έδαφος: όλο και περισσότερο περιεχόμενο φαίνεται να δημιουργείται από bots ή AI, θολώνοντας τα όρια της αυθεντικότητας. Παράλληλα, οι χρήστες κουράζονται από την υπερ-εξατομίκευση και το ατελείωτο feed που τους δείχνει «τι πρέπει να θέλουν». Εδώ εμφανίζεται το μεγάλο δίλημμα: αν όλα γίνονται ψηφιακά, τι μένει για την αληθινή κοινωνική ζωή;

Η αντίσταση ξεκινά

Η νέα μόδα; Dumbphones. Ναι, κινητά που θυμίζουν Nokia, χωρίς social apps. Οι Gen Z τολμούν να βγουν από το 24/7 scroll και να ξαναζήσουν το «να βαριέσαι» χωρίς ειδοποιήσεις. Παράλληλα, ξεκινά το ρεύμα του digital minimalism: λιγότερες πλατφόρμες, πιο ποιοτικό περιεχόμενο, μεγαλύτερη αξία στη συνάντηση πρόσωπο με πρόσωπο.

Fun facts

- ✳️ Το hashtag #DigitalDetox έχει ξεπεράσει τα 3 δισεκατομμύρια views στο TikTok.
- ✳️ Το «dumbphone revival» έχει αυξήσει τις πωλήσεις παλιών Nokia κατά 20% στην Ευρώπη.
- ✳️ Η Meta δοκιμάζει AI avatars που απαντούν για σένα σε DM – ναι, η κοινωνική ζωή σου μπορεί να συνεχίζεται χωρίς... εσένα.
- ✳️ Στη Σουηδία υπάρχει όρος: «lajka lagom» (= «κάνει like με μέτρο»), για να μην καταλήγεις να κάνεις scroll μηχανικά.

Και τώρα;

Η αλήθεια είναι ότι η μάχη «κοινωνική ζωή vs. ψηφιακή ζωή» δεν έχει νικήτη. Είναι το νέο πεδίο στο οποίο μαθαίνουμε όλοι να κινούμαστε. Τα social media είναι εργαλεία – ούτε εχθροί ούτε σωτήρες. Αυτό που μετράει είναι η ισορροπία: να μην αφήνουμε το scroll να μας κλέβει το βλέμμα του φίλου μας απέναντι στο τραπέζι.

Η ζωή δεν είναι μόνο likes, αλλά ούτε και μόνο συζητήσεις χωρίς context. Είναι το σημείο που τα δύο ενώνονται. Και εκεί, κάπου στη μέση, βρίσκεται η πραγματική εμπειρία.





Το φυσικό μεταλλικό νερό BIKOS ανανεώνει για 2η χρονιά τη χορηγική συνεργασία του με την ΠΑΕ Ατρόμητος

Η Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλώσεων Α.Ε. και το φυσικό μεταλλικό νερό BIKOS ανακοινώνουν τη συνέχιση, για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά, της χορηγικής συνεργασίας με την ΠΑΕ Ατρόμητος για τη σεζόν 2025-2026.

Με την ανανέωση αυτής της συνεργασίας, το BIKOS επιβεβαιώνει τη δέσμευσή του να στηρίζει ενεργά τον ελληνικό αθλητισμό και τις ομάδες που αποτελούν πηγή έμπνευσης για τις τοπικές κοινωνίες.

Η ΠΑΕ Ατρόμητος, με μακρά ιστορία και ισχυρή παρουσία στο ελληνικό ποδόσφαιρο, μοιράζεται με το BIKOS θεμελιώδεις αξίες: ομαδικότητα, αγωνιστικότητα, ευγενής άμιλλα και διαρκής προσπάθεια για διάκριση.

Στο πλαίσιο της συνεργασίας, το φυσικό μεταλλικό νερό BIKOS θα καλύψει τις ανάγκες της ομάδας για όλη την αγωνιστική περίοδο, προσφέροντας ποιοτική ενυδάτωση και στιγμές δροσιάς σε ποδοσφαιριστές, τεχνικό επιτελείο και συνεργάτες.

Η συνέργεια αυτή αναδεικνύει τον διαχρονικό ρόλο του BIKOS στην υποστήριξη του ελληνικού αθλητισμού, ενώ ταυτόχρονα ενδυναμώνει τους δεσμούς του brand με το φίλαθλο κοινό, αποδεικνύοντας ότι η επιτυχία στηρίζεται τόσο στη φυσική δύναμη όσο και στις ανθρώπινες αξίες.

SNF Nostos 2026: Μια πρώτη γεύση από το επετειακό πρόγραμμα

SNF
Nostos

Humanity at the core

June 21-28
2026



Το SNF Nostos 2026 επιστρέφει από τις 21 έως τις 28 Ιουνίου για να γιορτάσει τα 30 χρόνια διεθνούς κοινωφελούς δράσης του Ιδρύματος Σταύρος Νιάρχος (ΙΣΝ).

Με κεντρικό μήνυμα το «Επίκεντρο ο άνθρωπος», η φετινή διοργάνωση υπόσχεται μια εβδομάδα γεμάτη εμπειρίες, εκδηλώσεις και συναντήσεις σε όλη την Ελλάδα – από τη Βόρεια Ελλάδα έως την Πελοπόννησο – με βασικό επίκεντρο το ΚΠΙΣΝ στην Αθήνα.

Το SNF Nostos Conference, σε συνεργασία με το iMedD και το Youth Advisory Committee, θα είναι πιο συμμετοχικό από ποτέ, με δωρεοδόχους-συνεργάτες να παίρνουν πρωταγωνιστικό ρόλο στις συζητήσεις.

Παράλληλα, οι επισκέπτες θα απολαύσουν θεματικές ενότητες γύρω από τις Τέχνες & τον Πολιτισμό, την Παιδεία, την Υγεία, τον Αθλητισμό και το Μέλλον.

Ξεχωριστές εμπειρίες περιλαμβάνουν ψηφιακές εγκαταστάσεις με πάνω από 5.600 δωρεές του ΙΣΝ, χώρους ψηφιακής αποτοξίνωσης, open days στα νέα νοσοκομεία ΙΣΝ σε Θεσσαλονίκη, Κομοτηνή και Σπάρτη, συναυλίες στο πλαίσιο του Release Athens x SNF Nostos, ειδικές παραστάσεις της ΕΛΣ, αθλητικά events και φυσικά το SNF Nostos Run.

Η εβδομάδα θα κορυφωθεί με ανοιχτή συζήτηση με τον Ανδρέα Δρακόπουλο και ένα μεγάλο χορευτικό πάρτι στην Αγορά του ΚΠΙΣΝ.

Παγκόσμια Ημέρα Ηλικιωμένων: Τιμούμε τη σοφία, ξαναγράφουμε το αύριο



Η 1η Οκτωβρίου είναι η μέρα που ο κόσμος κάνει μια παύση για να τιμήσει τους ηλικιωμένους. Όχι απλώς ως μια “κατηγορία ηλικίας”, αλλά ως ανθρώπους που κουβαλούν ιστορίες, εμπειρίες, μάχες, νίκες και ήττες. Αν η νεολαία είναι η σπίθα, οι ηλικιωμένοι είναι η φλόγα που καίει πιο ήρεμα αλλά σταθερά, φωτίζοντας τον δρόμο.

Η τρίτη ηλικία ξανασυστήνεται

Η εικόνα του “παππού στη γωνία” ανήκει στο παρελθόν. Σήμερα μιλάμε για μια γενιά που συνεχίζει να ταξιδεύει, να σπουδάζει, να επιχειρεί, να ερωτεύεται. Ο ΟΗΕ προβλέπει ότι μέχρι το 2050 οι άνθρωποι άνω των 60 θα είναι πάνω από 2 δισεκατομμύρια. Κι αν αυτό ακούγεται αριθμός βαρύς, στην πραγματικότητα είναι μια δεξαμενή σοφίας και εμπειρίας που μπορεί να εμπνεύσει και να καθοδηγήσει τις επόμενες γενιές.

Γέφυρες που αξίζει να χτίσουμε

Η σημερινή ημέρα μάς θυμίζει ότι οι ηλικιωμένοι δεν έχουν ανάγκη μόνο από φροντίδα, αλλά κυρίως από παρουσία. Από εκείνο το “είμαι εδώ” που ακούγεται δυνα-

τότερο κι από χίλιες φαρμακευτικές αγωγές. Γιατί καμία τεχνολογία, καμία πλατφόρμα δεν μπορεί να αντικαταστήσει το χέρι που σου κρατάνε όταν το χρειάζεσαι.

Κι εδώ έρχεται το Silver Gen

Στο Say Yes έχουμε μάθει να λέμε ιστορίες που αγγίζουν κάθε ηλικία. Αλλά όταν γεννήθηκε το Silver Gen, ήρθε ακριβώς για να δώσει το spotlight σε εκείνους που το αξίζουν: τους ανθρώπους που μας δείχνουν ότι η ζωή δεν έχει ημερομηνία λήξης στα όνειρα. Στις σελίδες του, οι ηλικιωμένοι δεν παρουσιάζονται ως «χθες», αλλά ως σημερινό και αυριανό κομμάτι της κοινωνίας – με φωνή, δύναμη και όραμα. Η Παγκόσμια Ημέρα Ηλικιωμένων είναι μια υπενθύμιση. Το Silver Gen, όμως, είναι η πράξη: να δείχνουμε κάθε μέρα πως οι άνθρωποι της ασημένιας γενιάς είναι έμπνευση, εμπειρία και χαρά ζωής – όχι μια υποσημείωση στο περιθώριο.

Διάβασε το τεύχος που κυκλοφορεί [εδώ](#).





Η KPMG στηρίζει για 5η χρονιά το Greece Race for the Cure®

Για 5η συνεχή χρονιά, η KPMG στην Ελλάδα συμμετείχε ενεργά στο Greece Race for the Cure®, τη μεγαλύτερη αθλητική διοργάνωση με κοινωνικό σκοπό στη χώρα μας, στηρίζοντας το έργο του Πανελληνίου Συλλόγου Γυναικών με Καρκίνο Μαστού «Αλμα Ζωής».

Με σημείο εκκίνησης το Ζάππειο, περισσότερα από 100 στελέχη της ομάδας #KPMGinAction έτρεξαν στον αγώνα δρόμου 5 χλμ. ή περπάτησαν στα 2 χλμ., στέλνοντας μήνυμα ελπίδας και αλληλεγγύης. Η παρουσία τους συνέβαλε στη συγκέντρωση πόρων για την παροχή δωρεάν προγραμμάτων περίθαλψης, υποστήριξης και ενημέρωσης για την πρόληψη και την έγκαιρη διάγνωση του καρκίνου του μαστού.

Η συνεχής συμμετοχή της KPMG στη 2η μεγαλύτερη διοργάνωση Race for the Cure® στην Ευρώπη επιβεβαιώνει τη δέσμευση της εταιρείας στον εθελοντισμό και την κοινωνική προσφορά, σε πλήρη εναρμόνιση με τους Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης του ΟΗΕ.

Η Μαρίνα Καπετανάκη, Senior Partner της KPMG στην Ελλάδα, δήλωσε: «Η ενεργή συμμετοχή των ανθρώπων μας σε πρωτοβουλίες κοινωνικού αποτυπώματος αποδεικνύει τη δέσμευσή μας για μια πιο δίκαιη και συμπεριληπτική κοινωνία. Είμαστε περήφανοι που μέσα από τον εθελοντισμό και την αλληλεγγύη συμβάλλουμε σε ένα καλύτερο αύριο».

Η Core Innovations του Ομίλου Motor Oil εγκαινιάζει το πρώτο αυτόνομο κατάστημα Smartshop στην Ελλάδα



Η Core Innovations, εταιρεία του Ομίλου Motor Oil, παρουσίασε το πρώτο αυτόνομο κατάστημα Smartshop στην Ελλάδα, εγκαινιάζοντας μια νέα εποχή στο convenience retail. Το κατάστημα, στη Λεωφ. Ελευθερίου Βενιζέλου 150 στη Νέα Σμύρνη, λειτουργεί 24/7 χωρίς ανάγκη φυσικής παρουσίας προσωπικού.

Με τεχνολογίες AI, αισθητήρων και computer vision, το Smartshop εισάγει το διεθνές μοντέλο του phygital εμπορίου, συνδέοντας τον φυσικό με τον ψηφιακό κόσμο και προσφέροντας γρήγορη, ασφαλή και προσωποποιημένη εμπειρία. Από τις 23:00 έως τις 07:00, οι αγορές γίνονται χωρίς ταμίες, ουρές ή καθυστερήσεις, σε τρία απλά βήματα: σάρωση κάρτας, συμπλήρωση email και απρόσκοπτες αγορές.

Στα εγκαίνια παρευρέθηκε ο Υπουργός Ψηφιακής Διακυβέρνησης και Τεχνητής Νοημοσύνης, κ. Δημήτρης Παπαστεργίου, τονίζοντας ότι το νέο μοντέλο «αλλάζει τον τρόπο που αντιλαμβανόμαστε τις αγορές και την εξυπηρέτηση».

Ο Γενικός Διευθυντής της Core Innovations, κ. Ελευθέριος Γιαννακουδάκης, σημείωσε: «Δεν καινοτομούμε για την τεχνολογία· καινοτομούμε για τον άνθρωπο. Με το Smartshop διαμορφώνουμε τις εξελίξεις».

Η Core Innovations, πυλώνας της στρατηγικής διαφοροποίησης του Ομίλου Motor Oil, στοχεύει στη δημιουργία ολοκληρωμένων λύσεων ευκολίας, τεχνολογίας και καθημερινής εξυπηρέτησης.

"Redefine Convenience. Reimagine Life."

Παγκόσμια Ημέρα Χορτοφαγίας: Μια επιλογή που δεν είναι «μόδα», αλλά στάση ζωής



Ζούμε σε μια εποχή όπου οι διατροφικές μας επιλογές έχουν γίνει κάτι παραπάνω από συνήθειες στο πιάτο: είναι δηλώσεις ταυτότητας, συνειδητότητας και τρόπου ζωής. Η Παγκόσμια Ημέρα Χορτοφαγίας (1η Οκτωβρίου) δεν είναι απλώς μια γιορτή φυτικής διατροφής: είναι ένα reminder ότι η τροφή μας μπορεί να είναι ταυτόχρονα απόλαυση, υγεία και πράξη σεβασμού προς το περιβάλλον.

Γιατί χορτοφαγία σήμερα;

Δεν μιλάμε μόνο για σαλάτες και smoothies. Η χορτοφαγία το 2025 είναι πιο πλούσια και δημιουργική από ποτέ. Από plant-based burgers που συναγωνίζονται το κλασικό beef, μέχρι γκουρμέ πιάτα υψηλής γαστρονομίας, η φυτική διατροφή έχει εξελιχθεί σε μια κουλτούρα με φαν, καινοτομία και τεράστια αγορά.



Οι έρευνες δείχνουν ότι η φυτική διατροφή μπορεί να μειώσει τον κίνδυνο χρόνιων νοσημάτων.



Η κλιματική κρίση μάς υπενθυμίζει ότι το «τι βάζουμε στο πιάτο μας» επηρεάζει την αλυσίδα παραγωγής, το νερό, το CO₂.



Και, ας το παραδεχτούμε: η γενιά των social media έχει κάνει το vegan και το vegetarian ένα lifestyle trend που γεμίζει τα feeds με έμπνευση.

Fun Fact:

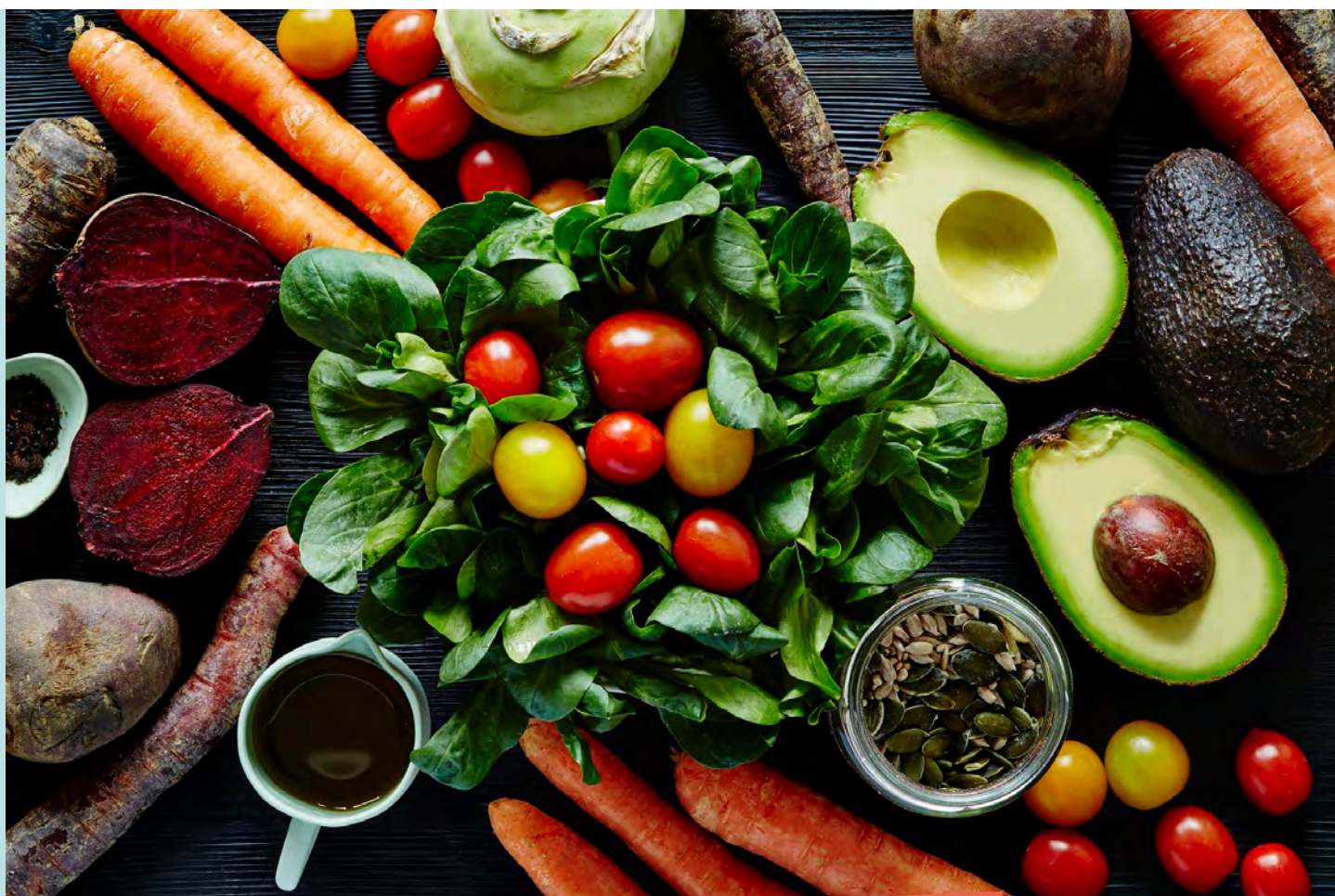
Το πρώτο «Vegetarian Society» ιδρύθηκε το 1847 στην Αγγλία. Από τότε μέχρι σήμερα, η χορτοφαγία έχει περάσει από γραφικότητα σε mainstream, αγκαλιάζοντας εκατομμύρια ανθρώπους σε όλο τον κόσμο.

Οι τάσεις του 2025

Flexitarians: Δεν χρειάζεται να κόψεις τελείως το κρέας: αρκεί να το μειώσεις. Ένας όρος που κερδίζει έδαφος διεθνώς.

Alt-proteins: Από ρεβίθια μέχρι καλλιεργημένο κρέας σε εργαστήριο, η πρωτεΐνη επαναπροσδιορίζεται.

Vegan luxury: Gourmet vegan εστιατόρια ανοίγουν σε Παρίσι, Νέα Υόρκη, Αθήνα. Το plant-based fine dining είναι το νέο big thing.



Στην Ελλάδα;

Η μεσογειακή διατροφή μάς δίνει ήδη το πιο δυνατό χαρτί. Όσπρια, λαχανικά εποχής, ελαιόλαδο, μυρωδικά. Η ελληνική κουζίνα ήταν ανέκαθεν «vegetarian friendly» χωρίς να το ξέρει. Μπριάμ, φασολάδα, γεμιστά: παραδοσιακές comfort γεύσεις που τώρα ξανααυσιάζονται ως super trendy.

Το δίλημμα: Απόλαυση ή συνείδηση;

Η αλήθεια είναι ότι η χορτοφαγία δεν πρέπει να αντιμετωπίζεται σαν δίαιτα-πρόκληση ή σαν ενοχή. Είναι μια επιλογή που δίνει χώρο: χώρο στην υγεία, στο περιβάλλον, στην ενσυνειδητότητα. Και μπορεί να συνυπάρξει με την κοινωνικότητα, με το ποτήρι κρασί, με τη χαρά του τραπέζιού.

Και τώρα;

Αν δεν είσαι vegetarian, η σημερινή μέρα είναι η τέλεια αφορμή να δοκιμάσεις ένα χορτοφαγικό μενού. Όχι για challenge. Για εμπειρία. Γιατί η γεύση αλλάζει μαζί με τον τρόπο που βλέπουμε τον κόσμο.

Ήξερες ότι...

🥬 Περισσότεροι από 1 δισεκατομμύριο άνθρωποι στον κόσμο δηλώνουν χορτοφάγοι ή vegan;

🥬 Ένας χορτοφάγος σώζει περίπου 100 ζώα τον χρόνο με την επιλογή του;

🥬 Αν υιοθετήσεις φυτική διατροφή για μία μόνο μέρα, εξοικονομείς πάνω από 4.000 λίτρα νερό και μειώνεις το αποτύπωμα άνθρακα όσο ένα ταξίδι με αυτοκίνητο 20 χιλιομέτρων;

🥬 Η Ινδία έχει το υψηλότερο ποσοστό χορτοφαγίας στον κόσμο (40%), ενώ στην Ευρώπη η Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο προηγούνται;

🥬 Στην Ελλάδα, οι vegan & vegetarians ξεπέρασαν το 5% του πληθυσμού το 2025, με αυξητική τάση κυρίως στις νεότερες ηλικίες;



Ολοκληρώθηκε με επιτυχία ο ελληνικός τελικός του Caffè Vergnano World Cup 2025 – Επόμενος σταθμός: ο μεγάλος τελικός στην Ιταλία!

Με μεγάλη επιτυχία ολοκληρώθηκε ο ελληνικός τελικός του Caffè Vergnano World Cup 2025, αναδεικνύοντας τον Γιώργο Λαμπίρη ως κορυφαίο barista που θα εκπροσωπήσει τη χώρα μας στον διεθνή τελικό, τον προσεχή Οκτώβριο στην Ιταλία. Ο νικητής απέσπασε χρηματικό έπαθλο 2.000€, καθώς και τη συμμετοχή σε σεμινάριο του Specialty Coffee Association (SCA).

Τη 2η θέση κατέλαβε ο Λευτέρης Λιβασίδης, κερδίζοντας μια οικιακή μηχανή καφέ Caffè Vergnano Tre Machine με κάψουλες, σεμινάριο SCA και ένα Barista Box, ενώ στην 3η θέση βρέθηκε ο Γιώργος Τσιγαρίδας, με έπαθλο επίσης ένα Barista Box.

Ο Βαγγέλης Μόσχος, Coffee, Premium Spirits, Beer & Three Cents Director της Coca-Cola Τρία Έψιλον, υπογράμμισε: «Ο καφές αποτελεί στρατηγική προτεραιότητα στο 24/7 χαρτοφυλάκιο μας. Είμαστε υπερήφανοι για το ταλέντο των Ελλήνων barista και αισιόδοξοι για τη φετινή συμμετοχή μας στον διεθνή τελικό».

Ο Γιώργος Λαμπίρης, εμφανώς συγκινημένος, δήλωσε: «Ήταν ένα υπέροχο ταξίδι στον κόσμο του καφέ. Με έμπνευση και πάθος συνεχίζουμε το όνειρο, εκπροσωπώντας την Ελλάδα στον μεγάλο τελικό».

Η διοργάνωση περιλάμβανε απαιτητικές δοκιμασίες espresso, cappuccino με latte art και coffee cocktails, ενώ παράλληλα πραγματοποιήθηκαν masterclasses από τον pastry chef Δημήτρη Μακρυνιώτη και τον Schweppes Lead Activation Strategist Βασίλη Κυρίτση.

Με κριτική επιτροπή που συνδύαζε γνώση και εμπειρία, και με την περσινή παγκόσμια νικήτρια Σοφία Αποστολίδου να εμπνέει τους συμμετέχοντες, ο ελληνικός τελικός αποτέλεσε μια αληθινή γιορτή για την τέχνη του καφέ.



Bread Factory: Ένα charity event με αφορμή τη Διεθνή Ημέρα Φιλανθρωπίας



Με αφορμή τη Διεθνή Ημέρα Φιλανθρωπίας, τα Bread Factory διοργάνωσαν ένα ξεχωριστό charity event, στηρίζοντας το έργο του Κέντρου Διημέρευσης - Ημερήσιας Φροντίδας για Άτομα με Ειδικές Ανάγκες «Όλοι Εμείς Μαζί».

Σε μια βραδιά γεμάτη συγκίνηση και χαρά, η παρουσιάστρια Ζήνα Κουτσελίνη, ως Charity Ambassador, έδωσε το στίγμα της προσφοράς, ενώ την πρωτοβουλία στήριξαν πλήθος προσωπικοτήτων από τον καλλιτεχνικό και δημοσιογραφικό χώρο. Η Πρόεδρος του Κέντρου, κα Αφροδίτη Φαρμάκη, ευχαρίστησε θερμά τον κ. Παναγιώτη Δημητρόπουλο και όλη την ομάδα των Bread Factory για τη στήριξή τους.

Το Κέντρο «Όλοι Εμείς Μαζί» προσφέρει σε άτομα με αναπηρίες τη δυνατότητα να αναπτύξουν δεξιότητες, να ενισχύσουν την κοινωνική τους ένταξη και να αποκτήσουν αυτοπεποίθηση. Στο πλευρό τους βρίσκονται και οι οικογένειες, μέσα από δράσεις

που βελτιώνουν την καθημερινότητά τους και προάγουν την ανεξαρτησία.

Τα Bread Factory, με δίκτυο καταστημάτων που λειτουργούν 24/7, έχουν καθιερωθεί όχι μόνο ως αγαπημένος προορισμός γεύσης, αλλά και ως ενεργός υποστηρικτής κοινωνικών δράσεων. Μέσα από το πρόγραμμα #FOODFORTHOUGHT, έχουν στηρίξει δεκάδες ιδρύματα και οργανισμούς, επιβεβαιώνοντας τη δέσμευσή τους στην κοινωνική ευθύνη και την αλληλεγγύη.

Όταν η κούραση γίνεται μόδα!



Μπορεί για χρόνια το μακιγιάζ να προσπαθούσε να κρύψει κάθε ίχνος κούρασης, αλλά πλέον τα πράγματα έχουν αλλάξει. Το "tired girl makeup" είναι η νέα τάση και όχι απλώς δεν κρύβει την κούραση, αλλά τη δείχνει με χαρά!

Η απάντηση στα φίλτρα

Το tired girl makeup ξεκίνησε ως αντίδραση στη μανία για τελειότητα. Λίγο η κούραση της καθημερινότητας, λίγο η ανάγκη να είμαστε πιο αληθινοί, και πολλοί είπαν «ως εδώ» στα φίλτρα και την υπερβολική λάμψη.

Αντί για φρέσκο και πολύ λαμπερό πρόσωπο, βλέπουμε υποτονικές σκιές, μαύρους κύκλους και ατέλειες που δεν καλύπτονται. Το βλέμμα είναι μεν κουρασμένο αλλά βαθύ, και το αποτέλεσμα είναι διαφορετικό από όσα έχουμε συνηθίσει να βλέπουμε αλλά γοητευτικό και ενδιαφέρον.

...Και κάπου εδώ έρχεται η Wednesday

Η Wednesday Addams (από τη γνωστή σειρά) ενσάρκωσε τέλεια αυτό το νέο ύφος. Με το αδιάφορο βλέμμα, το αψεγάδιαστο αλλά χλωμό δέρμα, τα μουντζουρωμένα μάτια και το "I don't care" ύφος, έγινε γρήγορα fashion icon.

Η αισθητική της Wednesday είναι η σκοτεινή της εκδοχή του tired girl που δηλώνει «είμαι κουρασμένη, και δεν έχω καμία διάθεση να το κρύψω».

Ένα trend με... συναίσθημα

Αυτό που κάνει το tired girl makeup τόσο δημοφιλές δεν είναι απλώς η εικόνα, αλλά το συναίσθημα που κρύβει

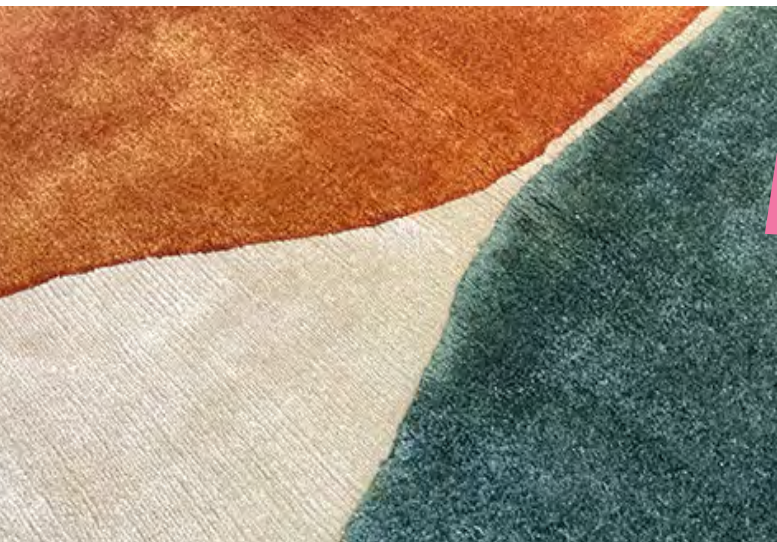
από πίσω. Δεν είναι μακιγιάζ που ζητά την αποδοχή – είναι δήλωση αυθεντικότητας. Είμαι κουρασμένη. Είμαι λίγο σκοτεινή. Είμαι όμως αληθινή.

Anti-filter & φυσική ομορφιά

Τα τελευταία χρόνια, παρατηρούμε μία αντίδραση. Πολλοί influencers και celebrities θέλουν να δείχνουν τον εαυτό τους "χωρίς φίλτρα", να μη φοβούνται τις ατέλειες και γενικά να προωθούν την αυθεντικότητα. Το TikTok έχει ξεκινήσει καμπάνιες όπως #NoFilter, ενώ υπάρχουν και apps που δείχνουν πώς φαίνεσαι με και χωρίς φίλτρο, για να βλέπει κανείς τη διαφορά.

Η άλλη πραγματικότητα... Έχεις ακούσει για το "Snapchat Dysmorphia";

Πρόκειται για ένα φαινόμενο που γίνεται όλο και πιο συχνό: όταν κάποιος αρχίζει να νιώθει άσχημα με την πραγματική του εμφάνιση επειδή έχει συνηθίσει να βλέπει τον εαυτό του μόνο μέσα από φίλτρα. Έτσι, το πρόσωπο στον καθρέφτη αρχίζει να φαίνεται «λίγο πιο θαμπό, πιο κουρασμένο, πιο ατελές» σε σχέση με την ψηφιακή του εκδοχή. Κάποιοι φτάνουν στο σημείο να θέλουν να μοιάσουν στον "φιλτραρισμένο εαυτό" τους – με αισθητικές επεμβάσεις ή απλώς με συνεχή απόρριψη της φυσικής τους εικόνας. Το αποτέλεσμα; Ένας φαύλος κύκλος όπου το "ψεύτικο" γίνεται το νέο κανονικό, και το αυθεντικό μοιάζει ανεπαρκές.



ART RUG PROJECTS by SOUTZOGLOU x NIKOMAXH ΚΑΡΑΚΩΣΤΑΝΟΓΛΟΥ Από Μελάνι σε Μετάξι

Το Πωλητήριο του Μουσείου Μπενάκη παρουσιάζει την έκθεση Από Μελάνι σε Μετάξι, καρπό της συνεργασίας της εικαστικού Νικομάχης Καρακωστανόγλου με την πρωτοβουλία Art Rug Projects της Ηλέκτρας Σουτζόγλου. Η έκθεση φιλοξενείται στον ιστορικό χώρο της Νηματοργίας Μέντης – Αντωνόπουλος (ΝΗ.Μ.Α.) του Μουσείου Μπενάκη, έναν χώρο ζωντανής μνήμης και διαλόγου ανάμεσα στην παράδοση και τη σύγχρονη δημιουργία.

Εγκαίνια: 09 Οκτωβρίου 2025, ώρα 18:00

Διάρκεια: 09.10.2025 – 05.12.2025

Χώρος: Νηματοργία Μέντης – Αντωνόπουλος (ΝΗ.Μ.Α.), Πολυμήμου 6, 118 54 Αθήνα

Η έκθεση Από Μελάνι σε Μετάξι αντλεί έμπνευση από την υλικότητα του χαλιού και την ποιητικότητα του σχεδίου. Τα έργα της Νικομάχης Καρακωστανόγλου μεταφέρονται από το χαρτί και το μελάνι στο ύφασμα και το μετάξι, αποκτώντας νέα διάσταση μέσω της διαδικασίας ύφανσης. Με αυτόν τον τρόπο, η καλλιτεχνική γραφή συνομιλεί με την υφαντουργική τέχνη, δημιουργώντας ένα αποτέλεσμα που ενώνει το εικαστικό με το απτό και το χρηστικό.

Το Art Rug Projects, πρωτοβουλία της Ηλέκτρας Σουτζόγλου, στοχεύει να αναδείξει τον διάλογο ανάμεσα σε δημιουργούς και τεχνίτες, επαναφέροντας την έννοια του χαλιού ως φορέα πολιτισμού, τέχνης και μνήμης.

Μια έκθεση που μεταμορφώνει το μελάνι σε μετάξι και τη χειρωνακία σε ύφανση, γεφυρώνοντας παραδοσιακές τεχνικές με τη σύγχρονη εικαστική έκφραση.

PIERRE CARDIN: Ο χορός του Γαλαξία



Ένα ανεπανάληπτο υπερθέαμα φτάνει για πρώτη φορά στην Ελλάδα. Ο «Χορός του Γαλαξία», με τη σφραγίδα του διεθνούς οίκου μόδας Pierre Cardin, ενώνει την υψηλή τέχνη του χορού με την επιστημονική φαντασία και την haute couture.

Στη σκηνή, ο σπουδαιότερος χορευτής της γενιάς του, Roberto Bolle – étoile της Σκάλας του Μιλάνου και πρώην πρίγκιπας του American Ballet Theatre – συναντά την εκθαμβωτική μπαλαρίνα Tatiana Melnik, σε μια χορογραφική εμπειρία που ξεπερνά τα όρια του κλασικού και του σύγχρονου. Μαζί τους, το Nuovo Balletto Di Toscana, η χορεύτρια Danielle Allouma και ο ηθοποιός Matthew Gonder στον ρόλο του αστροφυσικού David Elbaz, που με ζωντανή αφήγηση καθοδηγεί το κοινό σε ένα παραμυθένιο ταξίδι πέρα από τα αστέρια.

Με σκηνικά του Rodrigo Basilicati, τρισδιάστατες προβολές σύμπαντος και κοστούμια του Pierre Cardin, η παράσταση μετατρέπεται σε πραγματική κοσμική εμπειρία.

Η βραδιά κορυφώνεται με την παρουσίαση της New Collection Pierre Cardin, εμπνευσμένης από το διάστημα, και την τελετή απονομής του Pierre Cardin Young Design Award 2025.

Κλείσε θέση στο διαστημικό ταξίδι του οίκου Pierre Cardin και ζήσε τον μαγευτικό Χορό του Γαλαξία.

Σάββατο 4 Οκτωβρίου, Christmas Theater



ΑΙΧΜΑΛΩΤΟΙ ΤΗΣ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ (ΑΝΑΝΕΩΜΕΝΗ ΕΚΔΟΣΗ)

Το εμβληματικό διεθνές μπεστ σέλερ Αιχμάλωτοι της Γεωγραφίας, με περισσότερα από 3 εκατομμύρια αντίτυπα παγκοσμίως, επιστρέφει τον Οκτώβριο 2025 σε πλήρως ανανεωμένη έκδοση. Ο Tim Marshall, ένας από τους πιο διεισδυτικούς αναλυτές της διεθνούς σκηνής, επαναφέρει το έργο που έδειξε πώς τα βουνά, οι ποταμοί και τα φυσικά σύνορα καθορίζουν την πορεία των εθνών και τις αποφάσεις των ηγετών.

Η νέα αυτή έκδοση καλύπτει τα γεγονότα και τις ανακατατάξεις της τελευταίας δεκαετίας: τον πόλεμο στην Ουκρανία, την άνοδο της Κίνας, τις γεωπολιτικές προκλήσεις της Μέσης Ανατολής, τις νέες ισορροπίες στην Αφρική και τις συνέπειες της κλιματικής αλλαγής. Με καθαρό και προσβάσιμο λόγο, ο Marshall αποκαλύπτει πώς η γεωγραφία συνεχίζει να αποτελεί καθοριστικό παράγοντα σε κάθε διεθνή εξέλιξη.

Η ανανεωμένη έκδοση του Αιχμάλωτοι της Γεωγραφίας είναι ένα απαραίτητο ανάγνωσμα για όποιον θέλει να κατανοήσει τον κόσμο του σήμερα – και του αύριο.

Εκδόσεις διόπτρα

kids' edition

Το ημερολόγιο που μου έσωσε τη ζωή



Μπορούν δεκαπέντε εντεκάχρονα παιδιά να επιβιώσουν ολομόναχα σε ένα ακατοίκητο νησί στον Ειρηνικό Ωκεανό; Χωρίς γονείς, χωρίς δασκάλες, χωρίς καν... τυρόπιτες;

Η Αλέκα και οι συμμαθητές της του ΣΤ2 βρίσκονται ξαφνικά αντιμέτωποι με μια περιπέτεια που ξεπερνά κάθε φαντασία, όταν η σχολική τους εκδρομή παίρνει απρόβλεπτη τροπή και τα «προσγειώνει» σε μια κουκκίδα λευκής άμμου στην άλλη άκρη της Γης.

Μέσα από τις σελίδες του ημερολογίου της Αλέκας, ξεδιπλώνεται ένας κόσμος γεμάτος ανακαλύψεις, φόβους, χιούμορ και αποφασιστικότητα. Μια φανταστική ιστορία που κρύβει πολλές αλήθειες για τη φιλία, τη συνεργασία, την ελπίδα και το θάρρος, αποδεικνύοντας ότι ακόμα και τα πιο απλά πράγματα –ένα μαρουλόφυλλο, μια σκέψη, μια ανάμνηση– μπορούν να γίνουν σωσίβιο στη φουρτουνιασμένη θάλασσα της ζωής.

Εκδόσεις Πατάκη

quote of the day

**WE ARE SO BUSY COLLECTING LIKES
THAT WE FORGET TO COLLECT MOMENTS**

**Σήμερα
γιορτάζουν!**

Αναβίας, Νίνο,
Θηρέσιος, Θηρεσία,
Ρωμανός, Ρωμάννα,
Ρωμανή



1 Οκτωβρίου

- › International Walk to School Day
- › International Coffee Day
- › Balloons Around the World Day
- › International Day of Older Persons
- › National Homemade Cookie Day
- › International Music Day
- › National Black Dog Day
- › National Hair Day
- › World Vegetarian Day
- › CD Player Day
- › International Raccoon Day
- › National Day of China
- › National Fire Pup Day