

Γιορτές και μπάσκετ πάνε μαζί. Και εσύ πας στο 2026 EuroLeague Final Four.

Κάθε αγορά με **κάρτες Visa της Πειραιώς** κρύβει το εισιτήριό σου για το **2026 EuroLeague Final Four**, χάρη στη Visa! Μπες τώρα στην κλήρωση για **5 διπλά VIP πακέτα!**

VISA |  **EuroLeague**

Official Payment Partner



Μάθε περισσότερα

 **Piraeus**



ΤΙ ΣΧΕΣΗ ΕΧΟΥΝ ΟΙ ΒΙΚΙΝΓΚ ΜΕ ΤΑ ΧΡΙΣΤΟΥΓΕΝΝΑ;



Good morning SayYessers!



Φτιάξε καφέ να στα πω...



Καλημέρα **SayYesser!!!**

Κάποιες ιστορίες τις ακούς και συνεχίζεις. Κάποιες άλλες δεν σε αφήνουν να κάνεις ότι δεν κατάλαβες. Η σημερινή είναι από αυτές που δεν σηκώνουν αναβολή.

Το 2007, σ' ένα μετρό της Ουάσινγκτον, ένας άντρας με τζιν και καπέλο στάθηκε σε μια γωνία και άρχισε να παίζει βιολί. Όχι απλώς καλά. Υπέροχα. Με εκείνον τον τρόπο που κάνει τον αέρα να αλλάζει θερμοκρασία. Καμία ταμπέλα, καμία σκηνή, κανένα φως. Μόνο ένας τύπος που έπαιζε μουσική.

Κανείς δεν ήξερε πως εκείνος ο "τυπάκος" ήταν ο Joshua Bell, ένας από τους κορυφαίους βιολιστές στον κόσμο. Ένας άνθρωπος που δύο μέρες πριν είχε γεμίσει μια αίθουσα όπου το εισιτήριο κόστιζε εκατοντάδες δολάρια. Και τώρα; Τίποτα. 1.097 άτομα πέρασαν από μπροστά του. Μόνο 7 σταμάτησαν. Το Stradivarius των 3,5 εκατομμυρίων δολαρίων έπαιζε... και ο κόσμος έτρεχε να προλάβει το επόμενο τρένο.

Ξέρεις ποια λεπτομέρεια μου έμεινε; Μια μαμά που περνούσε βιαστικά, τραβώντας το παιδί της. Το παιδί είχε γυρίσει το κεφάλι — άκουγε. Ήθελε να σταθεί. Κάτι το τράβηξε. Εκείνη όμως: "Γρήγορα, θα αργήσουμε." Αυτό που με ενόχλησε δεν ήταν η φωνή της, ούτε η βιασύνη. Ήταν η αντίθεση. Ένα παιδί που ήταν παρόν. Μια μαμά που ήταν αλλού. Το τράβηγμα, η φράση "Γρήγορα, θα αργήσουμε", κι εκείνος ο μικρός που για μια στιγμή ήθελε απλώς να ζήσει αυτό που ένιωθε.

Αραγε, πόσα θαύματα περνούν δίπλα σου κάθε μέρα κι εσύ δεν τα προσέχεις επειδή "βιάζεσαι"; Πόσες στιγμές, πόσοι άνθρωποι, πόσες ομορφιές... χάνονται γιατί δεν τους δίνεις καν την ευκαιρία να φανούν; Δεν είναι ότι δεν υπάρχουν. Είναι ότι δεν έχουμε χώρο και χρόνο να τα ανακαλύψουμε.

Μόνο μία γυναίκα τον αναγνώρισε. Είχε πληρώσει ακριβό εισιτήριο για να τον δει δύο μέρες πριν. Ήξερε τι άκουγε. Ήξερε τι της συνέβαινε. Οι υπόλοιποι; Δεν είδαν ποτέ τι πέρασε μπροστά τους.

Και κάπως έτσι, το μάθημα είναι σκληρό αλλά και απλό μαζί: η ζωή δεν σταματάει για να σου φωνάξει "κοίτα με". Αν δεν έχεις μάτια ανοιχτά, δεν θα δεις τίποτα.

Tip of the Day: Σήμερα, πριν πεις "δεν έχω χρόνο", δώσε πέντε δευτερόλεπτα σε κάτι όμορφο. Μπορεί να είναι το "Joshua Bell" που περιμένει εσύ να σταθείς, να αναγνωρίσεις αυτό που σου προσφέρει και να το απολαύσεις... Καλό μας σαββατοκύριακο!

Claire Styliara
Chief of SayYessers



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

Βίκος & The Mappes Show: Μαζί για να χαρίσουν όσο περισσότερα παιδικά χαμόγελα



Το φυσικό μεταλλικό νερό Βίκος επιβεβαιώνει για ακόμη μία χρονιά ότι η προσφορά βρίσκεται στον πυρήνα της εταιρικής του φιλοσοφίας. Από τις 19 έως τις 21 Δεκεμβρίου, ενώνει δυνάμεις με τον 104.6 My Radio και τον Ραδιομαραθώνιο του "The Mappes Show", στηρίζοντας τη συγκέντρωση χρημάτων για το Make-A-Wish, με στόχο να φωτιστούν όσο το δυνατόν περισσότερες παιδικές ευχές.

Σε ένα τριήμερο γεμάτο ενέργεια, οι "The Mappes" θα εκπέμπουν ζωντανά και ασταμάτητα — 24 ώρες το 24ωρο — από το Ζάππειο και το στούντιο, δημιουργώντας μια γιορτινή ατμόσφαιρα που θυμίζει πραγματικό live party. Με μουσική, ρυθμό, συμμετοχή του κόσμου και πολύ χριστουγεννιάτικη διάθεση,

καλούν όλους να στηρίξουν μια πρωτοβουλία που προσφέρει χαμόγελα και ελπίδα στα παιδιά.

Το φυσικό μεταλλικό νερό Βίκος βρίσκεται για ακόμη μια φορά εκεί όπου η ροή της ζωής συναντά την προσφορά.

Από την Cicero η καμπάνια της UNICEF για τον μη αυτοκτονικό αυτοτραυματισμό εφήβων και νέων

Η CICERO ανέλαβε τον σχεδιασμό της ολοκληρωμένης 360° επικοινωνιακής στρατηγικής, του δημιουργικού και της παραγωγής της νέας καμπάνιας για τον μη αυτοκτονικό αυτοτραυματισμό εφήβων και νέων, ένα ζήτημα που για χρόνια παρέμενε αόρατο στη δημόσια συζήτηση. Στόχος της καμπάνιας είναι η ανάδειξη του προβλήματος και η καθοδήγηση των νέων και των οικογενειών τους προς τις υπηρεσίες υποστήριξης του νέου Πρότυπου Κοινοτικού Κέντρου για την Ψυχική Υγεία των Νέων.



Η επικοινωνιακή στρατηγική βασίστηκε στο insight ότι «τα σημάδια είναι γύρω μας — απλώς δεν τα βλέπουμε». Με αυτή τη θεμελιώδη αλήθεια, η καμπάνια καλεί την κοινωνία να αναγνωρίσει όσα μένουν κρυμμένα και να ανοίξει έναν επείγοντα διάλογο χωρίς φόβο και χωρίς στιγματισμό. Η ταινία «ΣΗΜΑΔΙΑ» λειτουργεί ως το πρώτο δυνατό μήνυμα, χρησιμοποιώντας το εύρημα της χαρακιάς για να αποτυπώσει τη βίαιη, σιωπηλή πραγματικότητα που βιώνουν 1 στους 6 εφήβους και νέους.

Η στρατηγική εξελίσσεται με το «ΡΙΣΠΕΚΤ», μια ομπρέλα επικοινωνίας που απευθύνεται τόσο στους νέους όσο και σε γονείς, φροντιστές και εκπαιδευτικούς, παρουσιάζοντας τη διέξοδο που προσφέρει το νέο πρόγραμμα υποστήριξης της UNICEF και του Υπουργείου Υγείας.

Η ομάδα της CICERO σημειώνει: «Όταν ένα agency καλείται να διαχειριστεί ένα τόσο ευαίσθητο θέμα, δοκιμάζεται βαθιά. Αν ένας νέος αισθανθεί λιγότερο μόνος, τότε το ΡΙΣΠΕΚΤ έχει πετύχει τον σκοπό του».

Μάθετε περισσότερα στο paidikaipsihikiigeia.gov.gr.

Τι σχέση έχουν οι Βίκινγκ με τα Χριστούγεννα;



Έχετε ακούσει για το σκανδιναβικό «Jul»; Είναι ένα από τα αρχαιότερα τελετουργικά του Βορρά, με ρίζες που φτάνουν στους Βίκινγκ και σε παγανιστικές παραδόσεις πολλών αιώνων. Πολλά από όσα θεωρούμε σήμερα «χριστουγεννιάτικα» ξεκίνησαν από εκεί. Το Jul μάς αποκαλύπτει ότι οι γιορτές του χειμώνα είναι στην ουσία μια ιστορία για το φως, τη ζεστασιά και τη δύναμη της κοινότητας μέσα στο σκοτάδι του χειμώνα.

Ας δούμε λοιπόν τι πραγματικά κρύβεται πίσω από τη γιορτή των Βίκινγκ και πώς σμιλεύτηκε μέσα στον χρόνο μέχρι να γίνει μέρος των σημερινών χριστουγεννιάτικων εθίμων.

Όταν ο χειμώνας γίνεται μύθος

Για τους Βίκινγκ, ο χειμώνας ήταν μια δοκιμασία. Το Jul (ή Yule) ήταν μια ιερή περίοδος γιορτής γύρω από το χειμερινό ηλιοστάσιο — τη στιγμή που το φως αρχίζει ξανά να κερδίζει το σκοτάδι. Ήταν μια υπόσχεση αναγέννησης.

Σύμφωνα με τους σκανδιναβικούς μύθους, εκείνη την εποχή ο θεός Odin διέσχιζε τον ουρανό με το οκτάποδο

άλογό του, κουβαλώντας σοφία και δώρα. Η εικόνα αυτή επηρέασε αργότερα τον μύθο του Santa Claus, που ταξιδεύει στον ουρανό την ίδια εποχή του χρόνου.

Το Jul ήταν μια γιορτή όπου υπήρχε πλούσιο φαγητό, κρέας και πίτες μετά από μήνες συντήρησης, μέλι και ζεστό ποτό (το αρχαίο mead), φως, δάδες και κεριά για να τιμήσουν την επιστροφή του ήλιου.

Το Yule Log: το κούτσουρο που έγινε σύμβολο των γιορτών

Το Yule Log — το μεγάλο κούτσουρο που καίγεται στο τζάκι — ήταν από τα πιο σημαντικά έθιμα. Οι Βίκινγκ πίστευαν πως όσο περισσότερο έκαιγε, τόσο περισσότερη τύχη και προστασία έφερνε στο σπίτι.

Σήμερα, το βρίσκουμε: ως διακοσμητικό, ως έθιμο σε μερικές χώρες της Βόρειας Ευρώπης, ακόμα και ως γλυκό, το διάσημο σοκολατένιο «Christmas log». Ένα σύμβολο φωτός, αντοχής και οικογενειακής ζεστασιάς που πέρασε σχεδόν αναλλοίωτο μέχρι σήμερα.



Οι tomte: οι νάνοι που φέρνουν τύχη (και που ενέπνευσαν τον Santa's Workshop)

Πριν εμφανιστεί ο Santa Claus, οι Σκανδιναβοί είχαν τους tomte — μικροσκοπικούς φύλακες, ντυμένους με κόκκινα σκουφιά και γένια. Σύμφωνα με τον μύθο, φρόντιζαν το σπίτι και τα ζώα, και κάθε οικογένεια τους άφηνε ένα πιάτο χυλό με βούτυρο την παραμονή του Jul για να τους ευχαριστήσουν. Τα ζωτικά του Αγίου Βασίλη έχουν ρίζες σε αυτήν την παράδοση.

Το χριστουγεννιάτικο δέντρο και οι Βόρειες επιρροές

Αν και η παράδοση του δέντρου που ξέρουμε σήμερα διαμορφώθηκε στη Γερμανία του 16ου αιώνα, η ιδέα του στολισμού δέντρων ή κλαδιών τον χειμώνα

υπήρχε ήδη στις σκανδιναβικές φυλές. Τα αειθαλή δέντρα (έλατο, πεύκο, αρκεύθου) ήταν σύμβολα αντοχής, ζωής και προστασίας.

Στόλιζαν το σπίτι με κλαδιά για να φέρουν καλή τύχη. Η πρακτική αυτή πέρασε σταδιακά στη γιορτή των Χριστουγέννων και σήμερα αποτελεί κεντρικό στοιχείο των γιορτών.

Το φαγητό του Jul: ζεστασιά από τον Βορρά

Η σκανδιναβική κουζίνα του Jul είναι απλή, γεμάτη γεύση και βαθιά συνδεδεμένη με την ανάγκη επιβίωσης στον χειμώνα.

Οι Βίκινγκ χρησιμοποιούσαν: κρέας από γουρούνι (το αρχαίο blót-hog), πίτες με μπαχαρικά, αποξηραμένα φρούτα, μπίρα και mead. Σήμερα, το julbord — το Χριστουγεννιάτικο τραπέζι στη Σουηδία — έχει πολλά από αυτά τα στοιχεία: ζεστά πιάτα, ψάρια, πατάτες, αρωματικά μπαχαρικά. Μια γιορτή του χειμώνα, όπως τότε.

Hygge, lykke και nordic calm: το σύγχρονο Jul

Σήμερα, το Jul συνδέεται και με τη φιλοσοφία της σκανδιναβικής ηρεμίας: hygge στη Δανία, lykke στη Νορβηγία, lagom στη Σουηδία.

Η ιδέα είναι απλή αλλά τόσο ισχυρή: ζεστό φως, απλότητα, παρέα, ήρεμες στιγμές, μικρές τελετουργίες θαλπωρής. Είναι ακριβώς ό,τι χρειαζόμαστε σε έναν κόσμο που τρέχει γρήγορα: έναν αργό, ζεστό Δεκέμβρη.





Jul στο σπίτι σας: μικρά rituals που μπορείτε να υιοθετήσετε

- Ανάψτε κεριά για να φέρετε φως στο σκοτάδι του χειμώνα.
- Δοκιμάστε έναν ζεστό nordic χυλό με κανέλα και γάλα.
- Στολίστε φυσιικά, με κλαδιά, κουκουνάκια και γήινες αποχρώσεις.
- Φτιάξτε τη δική σας «γωνιά hygge» με μαξιλάρια, κουβέρτες και απαλό φως.
- Καλέστε φίλους για ένα ζεστό δείπνο· αυτό είναι η καρδιά του Jul.
- Αφήστε ένα μικρό «πιάτο για τους tomtar», για το παιχνίδι και τη μαγεία της ιστορίας.



Το Jul πίσω από τα Χριστούγεννα

Οι Βίκινγκ μπορεί να μην γιόρταζαν τα Χριστούγεννα όπως τα ξέρουμε σήμερα,

αλλά οι συνήθειες, τα σύμβολα και οι τελετουργίες τους έγιναν θεμέλια για πολλά από τα σημερινά έθιμα του Δεκέμβρη. Το Jul μάς δείχνει ότι κάθε γιορτή είναι μια ιστορία που ταξιδεύει μέσα στους αιώνες, αλλάζει μορφή και παραμένει πάντα ζωντανή.

Paws & Bonds

by CAMPEÓN



ΣΤΗΡΙΖΟΥΜΕ ΤΟ ΕΡΓΟ
THE ADOPT A PAW TODAY



Paws & Bonds by Campeon: νέα πρωτοβουλία για την υιοθεσία αδέσποτων ζώων

Η Campeon ενισχύει τον πυλώνα «Κοινωνία» της στρατηγικής Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, παρουσιάζοντας τη νέα δράση Paws & Bonds by Campeon, μια μακροπρόθεσμη πρωτοβουλία που στοχεύει να στηρίξει ενεργά τα αδέσποτα ζώα και να τους προσφέρει την ευκαιρία για ένα μόνιμο, ασφαλές και γεμάτο αγάπη σπίτι.

Στην πρώτη φάση της δράσης, η Campeon συνεργάζεται με τη φιλοζωική οργάνωση Adopt a Paw Today, μια εθελοντική ομάδα που από το 2020 έχει συμβάλει στην υιοθεσία περισσότερων από 600 ζώων. Μέσω της συνεργασίας αυτής, η εταιρεία αναλαμβάνει διπλό ρόλο:

Δημιουργία και προώθηση περιεχομένου στα social media, με στόχο την ανάδειξη του έργου της οργάνωσης και την προβολή των ζώων που αναζητούν οικογένεια, αυξάνοντας τις πιθανότητες άμεσης υιοθεσίας.

Στήριξη των νέων κηδεμόνων, προσφέροντας για κάθε ολοκληρωμένη υιοθεσία ένα καλάθι αξίας 100€ με επιλεγμένα προϊόντα από το e-shop της Adopt a Paw Today, διευκολύνοντας τα πρώτα βήματα της νέας σχέσης ανθρώπου και κατοικίδιου.

Με το Paws & Bonds by Campeon, η εταιρεία επιδιώκει να συμβάλει έμπρακτα σε ένα κρίσιμο κοινωνικό ζήτημα, προωθώντας την υπεύθυνη υιοθεσία και στηρίζοντας την ευημερία των τετράποδων φίλων μας σε πόλεις και περιφέρειες.

Περισσότερα στο: campeongaming.com/paws-bonds-el/

Το επεισόδιο που... η McDonald's στην Ελλάδα λανσάρει το FRIENDS Meal



Η McDonald's φέρνει στα εστιατόριά της ένα από τα πιο νοσταλγικά -και fun- collabs της χρονιάς: το νέο, limited edition FRIENDS Meal, εμπνευσμένο από τη λατρεμένη σειρά και δημιουργημένο σε συνεργασία με τη Warner Bros. Discovery Global Consumer Products (WBDGCP). Για περιορισμένο διάστημα, οι fans μπορούν να απολαύσουν ένα Big Mac Meal ή Chicken McNuggets 9τμχ Meal, παρέα με τη Marinara Sauce της Monica και έναν από τους έξι συλλεκτικούς χαρακτήρες του cast.

Από τις 10 Δεκεμβρίου, κάθε επίσκεψη στα McDonald's θυμίζει... επεισόδιο FRIENDS: Θα σου τύχει η Rachel με την ποδιά του Central Perk; Η Monica σε chef mode; Η Phoebe με την κιθάρα; Ο Ross με τον Marcel; Ή μήπως το iconic δίδυμο Chandler-Joey με το κοτοπουλάκι και την πάπια;

«Στη McDonald's, πάντα πιστεύαμε στη δύναμη του να μοιράζεσαι στιγμές, και τι καλύτερο από το να το γιορτάσουμε με ΦΙΛΑΠΑΚΙΑ. Αυτή η επική συνεργασία ενώνει δύο πολιτισμικά σύμβολα που ανέκαθεν αντιπροσώπευαν τη σύνδεση, την άνεση και τη χαρά», δήλωσε ο Vladimir Janevski, Managing Director της Premier Capital Ελλάς.

Κάθε FRIENDS Meal Box περιλαμβάνει Big Mac ή Chicken McNuggets, τη limited Marinara Sauce, μεγάλο αναψυκτικό και επιλογή πατάτες ή σαλάτα. Παράλληλα, η McDonald's διαθέτει και συλλεκτικές κούπες FRIENDS, αποκλειστικά μέσω της εφαρμογής, με εξαργύρωση 675 πόντων My McDonald's Rewards.

Είτε είσαι Ross, είτε Monica, είτε... Joey που "doesn't share food!", το νέο FRIENDS Meal σε περιμένει μέχρι εξαντλήσεως αποθεμάτων.

Ομορφιά με ιστορία: Η Audrey Hepburn και η διαχρονική κομψότητα

Η Audrey Hepburn δεν ήταν μόνο μια από τις πιο εμβληματικές ηθοποιούς του 20ού αιώνα — ήταν και σύμβολο κομψότητας, χάρης και φυσικής ομορφιάς. Η εικόνα της, από τις κλασικές ταινίες μέχρι τις φωτογραφίες life-style, αποπνέει έναν συνδυασμό απλότητας και φινέτσας που παραμένει αζεπέραστος. Πίσω από αυτή τη διαχρονική γοητεία κρυβόταν μια σειρά από beauty rituals που, αν και απλά, μπορούσαν να δώσουν αποτέλεσμα που ξεπερνά τη μόδα και τα trends. Ας δούμε πώς φρόντιζε τον εαυτό της και πώς μπορούμε να μεταφέρουμε τα μυστικά της στο σήμερα.

Less is more

Η Audrey Hepburn είχε επιδερμίδα που φαινόταν πάντα φυσική, καθαρή και υγιή. Εστίαζε στην ενυδάτωση και στην απαλότητα της επιδερμίδας, χρησιμοποιώντας προϊόντα που τόνιζαν τη φυσική λάμψη.

Tip: Επενδύστε σε μια καλή ενυδατική κρέμα και serum. Το καθαρό δέρμα και η φυσική λάμψη μπορούν να κάνουν όλη τη διαφορά.

Έμφαση στα μάτια

Τα εκφραστικά μάτια της Audrey ήταν το σήμα κατατεθέν της. Στις ταινίες και στις φωτογραφίες, τονίζονταν με eyeliner και μάσκαρα, αλλά χωρίς να φαίνεται υπερβολικό το αποτέλεσμα. Η τέχνη βρισκόταν στην ισορροπία: ένταση χωρίς βάρος.

Tip: Για ένα σύγχρονο Audrey look, εστιάστε σε eyeliner κοντά στις ρίζες των βλεφαρίδων και μάσκαρα που δίνει όγκο χωρίς να βαραίνει. Ένα φυσικό και όχι επιτηδευμένο σχήμα φρυδιών ολοκληρώνει το αποτέλεσμα.

Απαλά χείλη

Η Hepburn προτιμούσε ουδέτερα, απαλά χρώματα στα χείλη, που τόνιζαν τη φυσική ομορφιά και δεν έκλεβαν την παράσταση από τα μάτια. Το αποτέλεσμα ήταν μια ισορροπία ανάμεσα σε κομψότητα και φρεσκάδα.



Tip: Μια nude ή ροδακινί απόχρωση κραγιόν μπορεί να αναδείξει τα χαρακτηριστικά σας χωρίς να φορτώνει το look.

Hair rituals: φυσική λάμψη και απλότητα

Η Audrey Hepburn διατηρούσε τα μαλλιά της απαλά, λαμπερά και φυσικά χτενισμένα, συχνά σε κλασικά updos ή χαλαρά ponytails. Δεν υπήρχε υπερβολική χρήση προϊόντων, αλλά φροντίδα με έμφαση στην υγεία των μαλλιών.

Tip: Λαμπερά μαλλιά με φυσική κίνηση μπορούν να επιτευχθούν με μάσκες μαλλιών, oils ή minimal styling. Το less is more ήταν το μυστικό της Hepburn.

Διατροφή και ευεξία

Φρόντιζε τη διατροφή της, αποφεύγοντας υπερβολές. Τα φρούτα, τα λαχανικά και τα καλά λιπαρά ήταν κομμάτι της καθημερινότητάς της.

Tip: Μια ισορροπημένη διατροφή με πολλά αντιοξειδωτικά, νερό και καλά λιπαρά μπορεί να βελτιώσει όχι μόνο την εμφάνιση αλλά και την αίσθηση ευεξίας.



Ολοκληρωμένη αυτοφροντίδα

Το μυστικό της διαχρονικής ομορφιάς της Audrey Hepburn δεν ήταν τα πολλά προϊόντα, αλλά η συνέπεια και το μέτρο στη φροντίδα του εαυτού της. Ήξερε πώς να συνδυάζει skincare, μακιγιάζ, μαλλιά, διατροφή και ψυχική ισορροπία για ένα αποτέλεσμα που φαινόταν υπέρκομφο.

«Audrey» σήμερα: Πώς να υιοθετήσετε το διαχρονικό στιλ της

Minimal makeup: Καθαρό δέρμα, απαλά χείλη, τονισμένα μάτια.

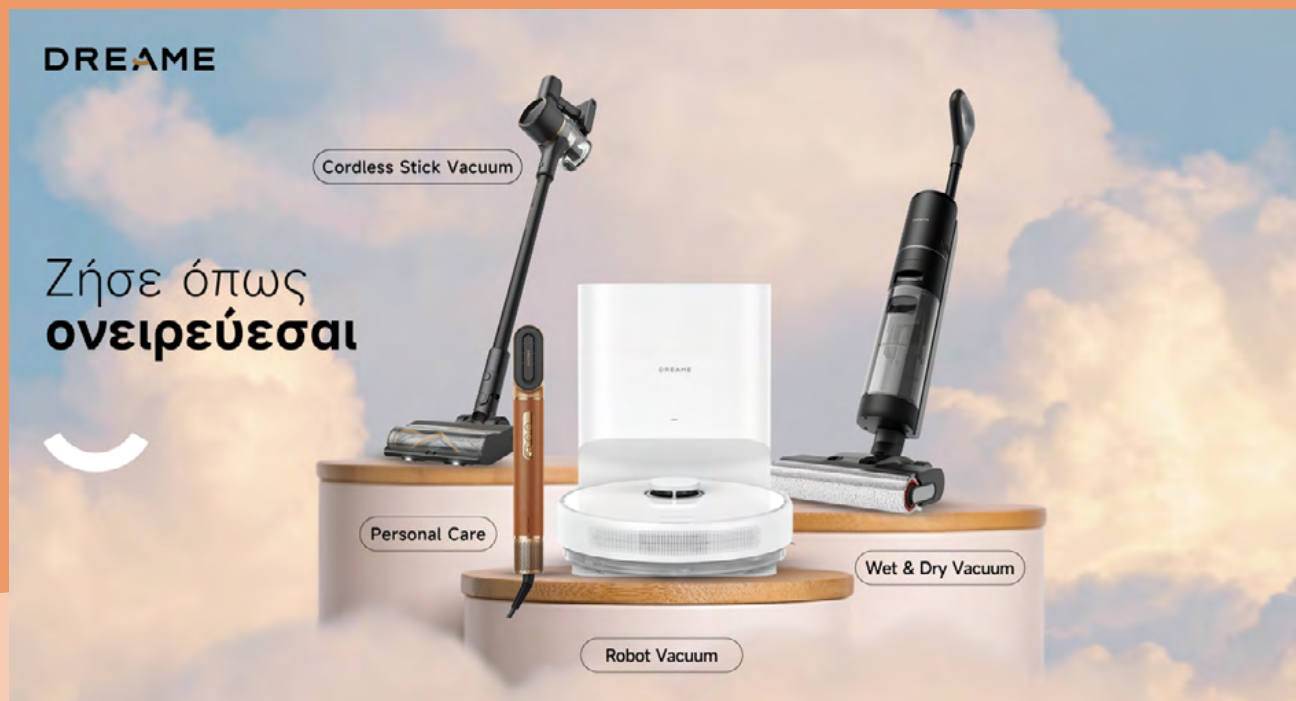
Natural hair: Λαμπερά, υγιή μαλλιά με φυσική κίνηση.

Balanced diet: Φρούτα, λαχανικά, καλά λιπαρά και νερό.

Selfcare rituals: Λίγα λεπτά καθημερινά για να φροντίσετε τον εαυτό σας και να χαλαρώσετε.

Η Audrey Hepburn μάς θυμίζει ότι η διαχρονική ομορφιά δεν είναι αποτέλεσμα υπερβολών ή τάσεων, αλλά συνέπειας, απλότητας και φροντίδας του εαυτού σε κάθε επίπεδο — από το δέρμα μέχρι τη στάση ζωής.

Η WaveMotion A.E. παρουσιάζει την Dreame στην Ελλάδα: μια νέα εποχή στο smart living



Η WaveMotion A.E. ανακοινώνει την έναρξη της συνεργασίας της με τη Dreame, το διεθνώς καταξιωμένο brand που εδώ και περισσότερο από μία δεκαετία εξελίσσει την τεχνολογία του έξυπνου καθαρισμού, προσφέροντας premium ηλεκτρικές συσκευές όπου η καινοτομία, το design και η λειτουργικότητα συνδυάζονται ιδανικά.

Με κεντρικό μήνυμα «Ζήσε όπως ονειρεύεσαι», η камπάνια λανσαρίσματος παίζει με το όνομα του brand και εκφράζει τη φιλοσοφία της Dreame: οι έξυπνες συσκευές δεν είναι απλώς εργαλεία καθαρισμού, αλλά μέσα που ελευθερώνουν χρόνο και ενέργεια, ώστε ο χρήστης να αφιερωθεί σε ό,τι τον γεμίζει πραγματικά. Δημιουργία, ξεκούραση, αυτοφροντίδα ή καθημερινή απόλαυση — η Dreame έρχεται για να κάνει την καθημερινότητα πιο απλή και πιο όμορφη, φέρνοντας την έννοια του smart living στο ελληνικό σπίτι.

Τέσσερις σειρές προϊόντων, ένα κοινό όραμα

Η Dreame παρουσιάζει στην ελληνική αγορά τέσσερις βασικές κατηγορίες προϊόντων, σχεδιασμένες για να αναβαθμίζουν ουσιαστικά την εμπειρία καθαρισμού και προσωπικής περιποίησης:

Σκούπες ρομπότ

Η κορυφαία κατηγορία του brand. Με τεχνολογίες LiDAR, έξυπνη αναγνώριση επιφανειών, ισχυρή απορρόφηση και σύγχρονα συστήματα αυτόματης συντήρησης, οι ρομποτικές σκούπες Dreame προσφέρουν αψεγάδιαστο καθαρισμό χωρίς καμία προσπάθεια από τον χρήστη. Η πλοήγηση υψηλής ακρίβειας και ο πλήρης έλεγχος από εφαρμογή ανεβάζουν το επίπεδο αυτονομίας σε νέα, premium standards.

Σκούπες Wet & Dry

Για στερεούς και υγρούς λεκέδες, με τεχνολογία TangleCut™, διαχωρισμό στερεών/υγρών απορριμμάτων και αυτόματο πλύσιμο-στέγνωμα των εξαρτημάτων. Η Dreame δημιουργεί το απόλυτο 2-σε-1 εργαλείο για κάθε σπίτι.

Σκούπες Stick

Ελαφριές, εργονομικές και ιδανικές για καθημερινό καθαρισμό. Με ενισχυμένα μοτέρ, αυτονομία έως 90 λεπτά, φωτισμό και ανίχνευση σκόνης, πολυεπίπεδο φιλτράρισμα και προσαρμόζόμενη αναρρόφηση, οι stick σκούπες αποτελούν την πιο ευέλικτη επιλογή smart cleaning.

Προϊόντα προσωπικής φροντίδας

Η Dreame διευρύνει την παρουσία της με πιστολάκια και stylers υψηλής τεχνολογίας, με έμφαση στην προστασία των μαλλιών, τη χρήση αρνητικών ιόντων για μείωση φριζαρίσματος και εργονομικό σχεδιασμό κατάλληλο για καθημερινή χρήση και ταξίδι.

Smart Home, Smart Living

Με τη συνεργασία της WaveMotion A.E., η Dreame κάνει το επόμενο μεγάλο βήμα στην ελληνική αγορά. Προϊόντα που εξοικονομούν χρόνο, φέρνουν τεχνολογία αιχμής στο σπίτι και μετατρέπουν τις δουλειές σε effortless εμπειρία γίνονται πλέον προσβάσιμα στο ελληνικό κοινό — με αξιοπιστία, υποστήριξη και εγγύηση από έναν επίσημο συνεργάτη.

Όλα τα όνειρα... σε μία Dreame.

Geo Mood Hacking: Τα «μυστικά» περιοχών του πλανήτη που ανεβάζουν τη διάθεση



Υπάρχουν μέρη στον κόσμο που φαίνεται ότι κάνουν κάτι περισσότερο από το να είναι όμορφα: επηρεάζουν τη διάθεση και την ψυχολογία μας. Από τις ήρεμες μεσογειακές παραλίες μέχρι τα πυκνά τροπικά δάση και τις ήσυχες λίμνες των Άλπεων, η επιστήμη επιβεβαιώνει ότι το περιβάλλον γύρω μας μπορεί να «χακάρει» τον εγκέφαλο και να αυξήσει την ευεξία μας.

Νερό και ψυχολογία

Οι λίμνες, τα ποτάμια και οι παραλίες έχουν ειδική επίδραση στο μυαλό μας. Ο ήχος των κυμάτων μειώνει την πίεση, αυξάνει την προσοχή και ενισχύει τη δημιουργικότητα. Τα μέρη αυτά λειτουργούν ως «φυσικά mood boosters», δίνοντας στον εγκέφαλο την αίσθηση ασφάλειας και ηρεμίας.

Η δύναμη της φύσης

Οι μελέτες δείχνουν ότι οι άνθρωποι που περνούν χρόνο σε φυσικούς χώρους έχουν χαμηλότερα επίπεδα άγχους, καλύτερη διάθεση και μεγαλύτερη αίσθηση ικανοποίησης. Τα δάση, για παράδειγμα, εκλύουν φυτοχημικές ουσίες, κυρίως τερπένια, που έχουν θετική επίδραση στο νευρικό σύστημα, μειώνουν την κορτιζόλη και ενισχύουν την αίσθηση χαλάρωσης. Ανάλογα, η θέα της θάλασσας μειώνει επίσης την κορτιζόλη και αυξάνει την αίσθηση γαλήνης, προσφέροντας στο μυαλό μια φυσική «αποσυμπίεση».

Υψόμετρο και καθαρός αέρας

Οι ορεινές περιοχές προσφέρουν κάτι περισσότερο από ωραία θέα από ψηλά. Ο καθαρός αέρας και η έκθεση στη φυσική ησυχία ενισχύουν την οξυγόνωση του εγκεφάλου και μειώνουν τα επίπεδα άγχους.





Ταυτόχρονα, η επαφή με την ηρεμία του τοπίου βελτιώνει τη συγκέντρωση και δίνει την αίσθηση εσωτερικής γαλήνης.

Τροπικά δάση και αρωματική επίδραση

Τα τροπικά δάση, όπως αυτά του Αμαζονίου, δεν είναι μόνο «πνεύμονες» του πλανήτη, αλλά και φυσικά ψυχολογικά boosters. Τα αρώματα από φυτά και η υγρασία ενεργοποιούν αισθήσεις και ενισχύουν την πνευματική διαύγεια. Οι επιστήμονες διαπιστώνουν ότι η έκθεση σε τέτοια περιβάλλοντα μειώνει την καταπόνηση του εγκεφάλου και ενισχύει τη συναισθηματική ισορροπία.

Πώς να αξιοποιήσεις τα mood hacks στην καθημερινότητα

Δεν χρειάζεται να ταξιδέψουμε χιλιάδες χιλιόμετρα για να επωφεληθούμε από αυτά τα «geo mood hacks». Μικρές αλλαγές, όπως μια βόλτα σε κοντινό πάρκο, η επίσκεψη σε λίμνη ή παραλία ή η επαφή με φυτά και δέντρα στην πόλη, μπορούν να έχουν σημαντικό αντίκτυπο στη διάθεση και την ψυχολογία μας. Το κλειδί είναι η συνειδητή παρατήρηση, η εστίαση στις αισθήσεις και η εκμετάλλευση της ηρεμίας που προσφέρουν αυτά τα φυσικά περιβάλλοντα.

Η ψυχολογία του ταξιδιού

Τα ταξίδια σε μέρη με φυσική ομορφιά δίνουν όχι μόνο ευχαρίστηση αλλά και επιστημονικά μετρήσιμα οφέλη. Η αλλαγή τοπίου, η διαφορετική ατμόσφαιρα και η επαφή με τη φύση ενεργοποιούν τους νευροδιαβιβαστές της χαράς, όπως η σεροτονίνη και η ντοπαμίνη. Η συνειδητή εμπειρία αυτών των χώρων λειτουργεί σαν μικρό «re-wire» στον εγκέφαλο, ενισχύοντας τη διάθεση και την ψυχική ανθεκτικότητα.

Ο κόσμος γύρω μας δεν είναι απλώς φόντο για τις εμπειρίες μας. Κάθε τοπίο, κάθε φυσικό στοιχείο μπορεί να γίνει εργαλείο mood hacking. Η επιστήμη επιβεβαιώνει ότι η επαφή με τα κατάλληλα περιβάλλοντα μας ανακουφίζει από το στρες, ενισχύει τη δημιουργικότητα και φέρνει ισορροπία.

Το μόνο που χρειάζεται είναι να βγούμε, να παρατηρήσουμε και να αφήσουμε τον πλανήτη να μας «χακάρει» τη διάθεση προς το καλύτερο.



Together We Shine: Η επίσημη έναρξη της συνεργασίας Athens City Events & Δειπνοσοφιστήριο



Σε μια βραδιά που συνδύασε αισθητική, θεατρικότητα και γαστρονομική υπογραφή, το Athens City Events ανακοίνωσε τη Δευτέρα 8 Δεκεμβρίου 2025 την αποκλειστική του συνεργασία με το Δειπνοσοφιστήριο, ανοίγοντας ένα νέο κεφάλαιο για την αθηναϊκή σκηνή εκδηλώσεων. Η στιγμή σηματοδότησε και μια μεγάλη μετονομασία: το γνωστό Anassa City Events εξελίσσεται πλέον σε έναν ολοκληρωμένο πολυχώρο δύο αυτόνομων venues — το ιστορικό Anassa και το ολοκαίνουργιο Glass House.

Με κεντρικό μήνυμα “Together We Shine”, η βραδιά απέδωσε τον κοινό προσανατολισμό των δύο brands: φιλοξενία υψηλού επιπέδου, γαστρονομία που ξεχωρίζει και εμπειρίες που εντυπωσιάζουν.

Η εκδήλωση ξεκίνησε στο Anassa με ένα κομψό welcome reception. Το live σαξόφωνο του Γιάννη Καρακατσάνη και το DJ set της VIParties δημιούργησαν το πρώτο layer της ατμόσφαιρας, ενώ η δημοσιογράφος Σταυρούλα Χριστοφιλέα υποδέχθηκε τους καλεσμένους και προλόγισε τους οικοδεσπότες: τον Γιάννη και τη Χρύσα Νεραντζή από το Athens City Events, καθώς και τον Δημήτρη Σκαρμούτσο, συνιδιοκτήτη και Executive Chef.

Η μετάβαση στο Glass House εξελίχθηκε σε ένα μικρό σκηνοθετικό τελετουργικό: φωτισμοί, μουσική και ατμόσφαιρα συνέδεσαν τους δύο χώρους σαν φυσική συνέχεια, συμβολίζοντας την ένωση των δύο brands. Κατά την άφιξη, ένα lollipop aerial act εντυπωσίασε τους

καλεσμένους πριν αποκαλυφθεί ο νέος χώρος.

Στο εσωτερικό, η εμπειρία κορυφώθηκε: μια χορογραφημένη είσοδος των σερβιτόρων έδωσε τον τόνο του δείπνου, ενώ ένα εντυπωσιακό aerial dance show πρόσθεσε θεατρικότητα και κίνηση. Η διεθνώς αναγνωρισμένη Xenia Ghali ανέλαβε τη μουσική επιμέλεια του party, δημιουργώντας έναν ρυθμό που κράτησε ζωντανό τον χώρο μέχρι αργά.

Το Δειπνοσοφιστήριο υπέγραψε γαστρονομικά ολόκληρη τη βραδιά. Από τα δημιουργικά πιάτα της ομάδας του Δημήτρη Σκαρμούτσο, μέχρι τα signature cocktails και το molecular mixology act του Άρη Χατζηαντωνίου, κάθε γεύση θύμιζε τον λόγο που η συνεργασία αυτή θεωρείται κομβική για την αγορά.

Συμπληρωματικά, τα experiential photo booths της One Photobooth πρόσθεσαν μια interactive διάσταση, ενώ ο φωτισμός και η επιμέλεια του χώρου συνέθεσαν ένα πλήρες, premium event experience.

Η νέα συνεργασία Athens City Events × Δειπνοσοφιστήριο θέτει έναν νέο πήχη στην Αθήνα: δύο brands με ισχυρή ταυτότητα και βαθιά τεχνογνωσία ενώνονται για να αναδιαμορφώσουν το τοπίο των premium εκδηλώσεων.

Γιατί όταν δύο μεγάλοι κόσμοι συναντιούνται... μαζί πραγματικά λάμπουν.

Plastic Memory: Η οικολογική κληρονομιά που αφήνουμε



Ζούμε σε μια εποχή όπου οι αναμνήσεις μας αποθηκεύονται σε cloud και timelines. Όμως υπάρχει μια άλλη, πιο επίμονη μορφή μνήμης, η πλαστική. Τα αντικείμενα που χρησιμοποιούμε και πετάμε αφήνουν πίσω τους ένα οικολογικό αποτύπωμα που διαρκεί πάρα πολύ... Το πλαστικό δεν ξεχνά — ούτε διαλύεται γρήγορα. Κάθε μικρή μας επιλογή γίνεται σημείωση σε ένα οικολογικό ημερολόγιο που θα διαβάσουν οι επόμενες γενιές.

Η σιωπηλή συσσώρευση

Από το 1950 μέχρι σήμερα, η παραγωγή πλαστικών στον πλανήτη έχει πολλαπλασιαστεί — και η αύξηση είναι σχεδόν εκθετική. Το 2024 — σύμφωνα με τον πιο πρόσφατο απολογισμό — η παγκόσμια παραγωγή πλαστικού έφτασε τους 430,9 εκατομμύρια τόνους. Τα πλαστικά μιας χρήσης, ιδίως για συσκευασίες, παραμένουν η κύρια πηγή αυτής της παραγωγής — και πολύ συχνά καταλήγουν ως απόβλητα, όχι ως ανακυκλωμένα υλικά.

Το πρόβλημα δεν είναι μόνο η ποσότητα, αλλά και η αδράνεια — κάτι που χρησιμοποιούμε για λίγα λεπτά μπορεί να μείνει στο περιβάλλον για δεκαετίες. Η σιωπηλή συσσώρευση δημιουργεί ένα πολιτισμικό παράδοξο: είμαστε η πιο γρήγορη γενιά στην κατανάλωση και η πιο αργή στην αποσύνθεση.

Σύμφωνα με στοιχεία της PlasticEurope, η παγκόσμια παραγωγή πλαστικών συνεχίζει να αυξάνεται σταθερά, με τις συσκευασίες να αποτελούν τον μεγαλύτερο όγκο χρήσης. Η UNEP (Πρόγραμμα Περιβάλλοντος των Ηνωμένων Εθνών) προειδοποιεί ότι, αν δεν ληφθούν αποτελεσματικά μέτρα, η πλαστική ρύπανση μπορεί να τριπλασιαστεί μέχρι το 2040. Ταυτόχρονα, επιστήμονες διαπίστωσαν για πρώτη φορά ότι μικροπλαστικά βρέθηκαν ακόμα και στον ουρανό, μέσα στα σύννεφα, δείχνοντας ότι πλέον το πλαστικό εισχωρεί σε όλο τον κύκλο του νερού.

Μικροπλαστικά: η αόρατη "σκόνη" του σήμερα

Τα πλαστικά δεν εξαφανίζονται — απλώς αποσυντίθενται σε μικρότερα κομμάτια. Αυτά τα μικροπλαστικά ταξιδεύουν μέσα στο νερό, στο έδαφος, στον αέρα, εισχωρούν στην τροφική αλυσίδα και τελικά φτάνουν σε εμάς. Η ρύπανση από πλαστικά είναι απειλή για την υγεία και την ισορροπία του πλανήτη.

Όσο αυξάνεται η παραγωγή πλαστικού — και οι απαιτήσεις για συσκευασίες — τόσο μεγαλώνει και ο όγκος των αποβλήτων που δεν μπορούν να διαχειριστούν οι υπάρχουσες υποδομές.



Η ψυχολογία της απόστασης

Γιατί δεν αντιδρούμε; Ίσως επειδή η απειλή μοιάζει μακρινή — δεν βλέπουμε τη σακούλα που πετάξαμε να ταξιδεύει, δεν βλέπουμε το μπουκάλι μας να βγαίνει στην άλλη άκρη του κόσμου και να γίνεται σκουπίδι, δεν βιώνουμε άμεσα τις συνέπειες.

Η πλαστική μνήμη λειτουργεί αντίστροφα: υπενθυμίζει, επιμένει, επαναφέρει. Όταν όμως συνειδητοποιούμε αυτό το αποτύπωμα — μέσα από τεκμηριωμένα δεδομένα — παύει να είναι κάτι αόρατο και γίνεται ζήτημα ευθύνης.

Η νέα οικολογική συνείδηση

Η αλλαγή δεν είναι ηρωική πράξη· είναι σειρά από μικρές, επαναλαμβανόμενες επιλογές. Να μειώσουμε τις συσκευασίες, να προτιμάμε επαναχρησιμοποιούμενα υλικά, να στηρίζουμε εταιρείες που εφαρμόζουν βιώσιμη παραγωγή. Αυτές οι επιλογές είναι επένδυση στη μνήμη που θα αφήσουμε πίσω μας.

Ο τρόπος που καταναλώνουμε, οι επιλογές μας, η στάση μας απέναντι σε κάθε συσκευή — όλα μετρούν. Η οικολογική συνείδηση γίνεται συναισθηματική όταν συνειδητοποιήσουμε ότι το περιβάλλον διασώζει την ιστορία μας, όχι τις προθέσεις μας.

Οι γενιές που έρχονται

Το πιο δυνατό επιχείρημα είναι βαθιά ανθρώπινο: Τι ιστορία θα αφηγηθεί το περιβάλλον στα παιδιά μας; Πώς θα εξηγηθεί αυτό το στρώμα πλαστικού που θα βρεθεί στους μελλοντικούς γεωλογικούς χάρτες; Αυτή η κληρονομιά είναι υπόσχεση αλλά και προειδοποίηση.

Ήξερες ότι...

Κάθε χρόνο, έως και 23 εκατομμύρια τόνοι πλαστικών αποβλήτων καταλήγουν στα υδάτινα οικοσυστήματα — ποτάμια, λίμνες και θάλασσες — καθώς δεν συλλέγονται σωστά.



quote of the day

**CHRISTMAS MAY SPARKLE WITH LIGHTS,
BUT ITS WILD HEART STILL BEATS WITH A
TOUCH OF VIKING WINTER MAGIC.**



Γιορτάζουν!

12/12

Σπυριδών, Σπυριδούλα

13/12

Άρης, Ευστράτιος, Ευστρατία,
Αυξέντιος, Αυξεντία, Ορέστης,
Ορεστιάδα, Ιουβενάλιος, Ιουβενάλια,
Λουκάς, Λουκία

14/12

Αριανός, Αριάννα, Λευκή, Λεύκιος,
Ααρών, Αβραάμ, Αδαμάντιος,
Αδαμαντία, Δαβίδ, Δανή,
Μελχισεδέχ, Νώε, Ραχήλ, Σάρα,
Ισαάκ, Ιώβ, Ιωβία

12 Δεκεμβρίου

- > Παγκόσμια Ημέρα Ουδετερότητας
- > Poinsettia Day
- > Gingerbread House Day
- > Διεθνής Ημέρα Καθολικής Υγειονομικής Κάλυψης

13 Δεκεμβρίου

- > National Day of the Horse
- > Malta Republic Day

14 Δεκεμβρίου

- > Παγκόσμια Ημέρα της Αγάπης
- > National Bouillabaisse Day
- > More Good Today Day
- > Παγκόσμια Ημέρα της Μαϊμούς
- > Martyred Intellectual Day