

ΚΑΘΑΡΟ ΣΑΝ ΤΗΝ ΑΛΗΘΕΙΑ

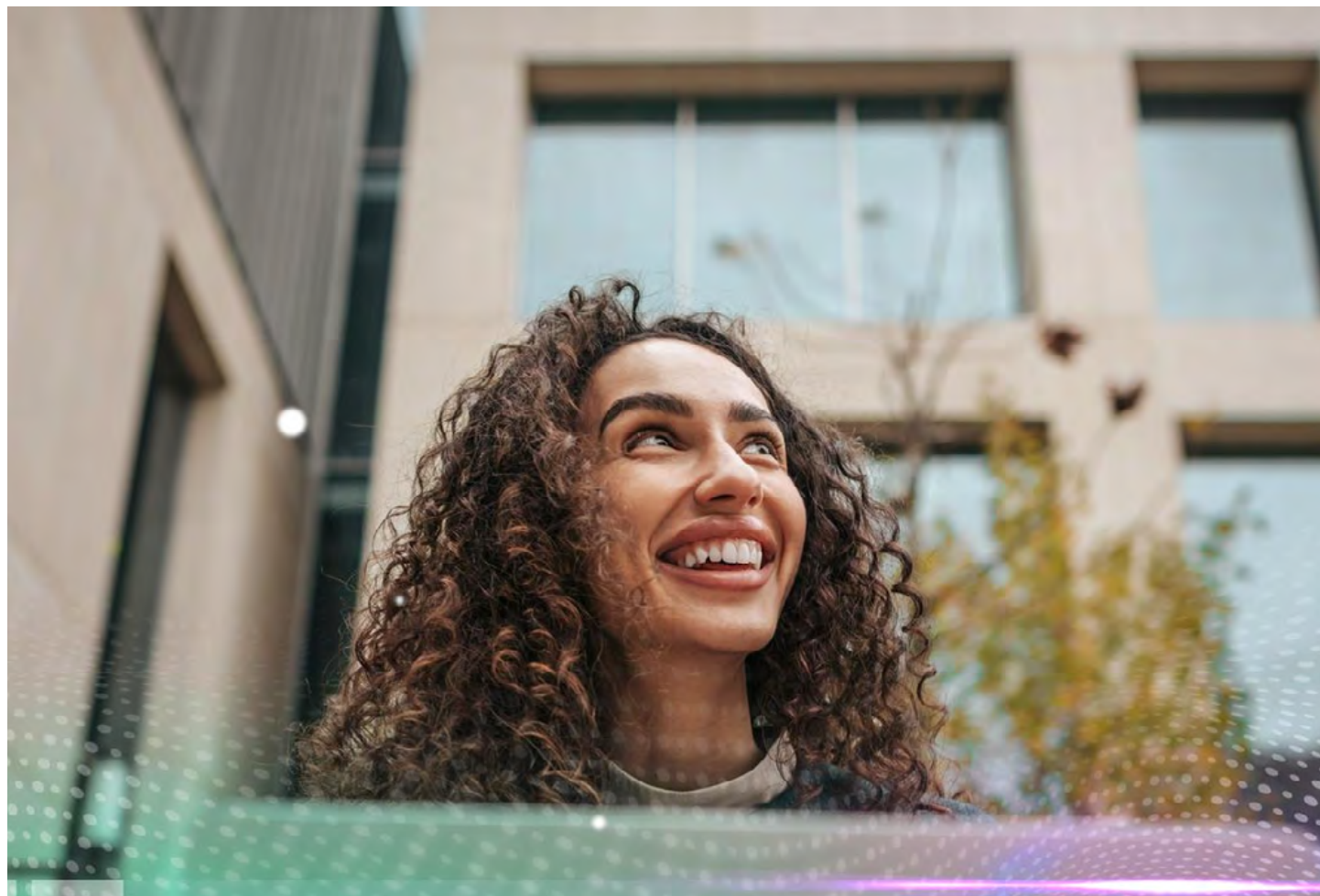


Ανέγγιχτο
Ελαφρύ
Ισορροπημένο

Κατευθείαν από την πηγή μας

Πηγή: Κεφαλόβруσο, Πευκόφυτο Καστοριάς,
Όρος Γράμμος 1100μ.

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



ΤΙ "GOOGLE -ΑΡΑΜΕ"
ΤΟ 2025: ΟΙ ΑΡΙΘΜΟΙ ΠΙΣΩ
ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΠΙΘΥΜΙΕΣ ΜΑΣ



Good morning SayYessers!



Φτιάξε καφέ να στα πω...



Καλημέρα **SayYesser!!!**

«Άμα τα πολυλές, έλεγε η γιαγιά μου, σίγουρα δεν τα πολυκάνεις». Και τότε γελούσα. Τώρα... την ακούω να μου χτυπάει τον ώμο κάθε φορά που ανοίγω το στόμα μου λίγο παραπάνω.

Έχεις προσέξει ότι όσο πιο πολύ αναλύουμε ένα project σε φίλους ή στα social, τόσο λιγότερη όρεξη έχουμε μετά να το υλοποιήσουμε; Η επιστήμη λέει ότι όταν ανακοινώνουμε έναν στόχο, ο εγκέφαλος παίρνει μια δόση ντοπαμίνης σαν να τον πέτυχε ήδη. Κλέβουμε, δηλαδή, τη χαρά της επιτυχίας πριν καν ιδρώσουμε. Η παγίδα της «λεκτικής» παραγωγικότητας αλλιώς...

Γιατί κάπου εκεί, ανάμεσα στα μεγάλα λόγια, στα σχέδια με κεφαλαία γράμματα και στις υποσχέσεις που διατυπώνονται πιο ωραία απ' όσο ζουν, χάνεται το νόημα. Όχι επειδή δεν θέλουμε. Αλλά επειδή μπερδεύουμε τη φλυαρία με την πρόθεση. Και την πρόθεση με την πράξη. Μιλάμε πολύ. Για όσα θα κάνουμε. Για όσα θα αλλάξουμε. Για το πώς θα αγαπήσουμε αλλιώς, θα φύγουμε, θα τολμήσουμε, θα ζήσουμε. Και όσο τα λέμε, τόσο μοιάζει να τα ξεφουσκώνουμε. Σαν μπαλόνια που τα κρατάς πολλή ώρα στο στόμα και στο τέλος δεν πετάνε. Κρέμονται.

Η γιαγιά μου είχε δίκιο γιατί:

Η σιωπή χτίζει, ο θόρυβος γκρεμίζει: Η πραγματική δουλειά γίνεται στην ησυχία. Εκεί που δεν σε βλέπει κανείς.

Τα λόγια είναι φτηνά, ο χρόνος ακριβός: Ξοδεύουμε ώρες να εξηγούμε το «γιατί» και το «πώς», ενώ θα μπορούσαμε να έχουμε κάνει ήδη το πρώτο βήμα.

Η πράξη δεν χρειάζεται λεζάντα: Αν κάτι είναι καλό, θα μιλήσει μόνο του. Δεν χρειάζεται να το «πολυλέμε» για να πείσουμε τον εαυτό μας ότι αξίζει.

Tip of the Day: Δεν λέω να μη μιλάς. Λέω να προσέχεις πότε μιλάς. Και πόσο. Γιατί υπάρχουν πράγματα που θέλουν σιωπή για να αντέξουν. Σχέδια που θέλουν χώρο. Αποφάσεις που θέλουν θάρρος, όχι ακροατήριο. Κάποια πράγματα, αν τα πεις νωρίς, τα χάνεις. Αν τα κάνεις αθόρυβα, σε βρίσκουν μόνα τους.

Και κάπως έτσι, αν ζούσε η γιαγιά, θα χαμογελούσε. Όχι επειδή δικαιώθηκε. Αλλά επειδή επιτέλους κατάλαβα.

Το challenge της εβδομάδας: Διάλεξε ένα πράγμα που λες ότι θα κάνεις εδώ και μήνες. Μην το πεις σε κανέναν. Μην το ανεβάσεις story. Μην το συζητήσεις στον καφέ. Απλώς πήγαινε και κάν' το.

Άσε τους άλλους να αναρωτιούνται πώς τα κατάφερες. Εσύ θα ξέρεις: σταμάτησες να τα πολυλές και άρχισες να τα πολυκάνεις. Καλό μας σαββατοκύριακο!

Claire Styliara
Chief of SayYessers



E-Mail



Viber



WhatsApp

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

Συλλογή Swatch × Guggenheim: Όταν η διαχρονική τέχνη συναντά τη δημιουργικότητα που φοριέται



Το Swatch συνεχίζει το εμβληματικό Swatch Art Journey, παρουσιάζοντας μια ξεχωριστή διατλαντική συνεργασία με το Guggenheim Museum και το Peggy Guggenheim Collection. Η νέα συλλογή Swatch × Guggenheim μετατρέπει τέσσερα εμβληματικά έργα του 20ού αιώνα σε «τέχνη για τον καρπό», συνδυάζοντας την ελβετική ωρολογοποιία με την εικαστική κληρονομιά που άλλαξε τον τρόπο που βλέπουμε την τέχνη.

Κάθε ρολόι της συλλογής αποτελεί έναν αυτόνομο φόρο τιμής σε έναν σπουδαίο δημιουργό. Το DEGAS'S DANCERS αντλεί έμπνευση από το Dancers in Green and Yellow (1903) του Edgar Degas, αποτυπώνοντας τη χάρη και την ένταση της κίνησης μέσα από κοντινές εστιάσεις, αέρινα λουράκια και φωτεινούς τόνους πράσινου και κίτρινου. Η αίσθηση ρευστότητας θυμίζει τις μπαλαρίνες του Degas που αιωρούνται ανάμεσα στη δύναμη και την ευθραυστότητα.

Το MONET'S PALAZZO DUCALE ζωντανεύει το The Palazzo Ducale, Seen from San Giorgio Maggiore (1908) του Claude Monet, γεφυρώνοντας τη Νέα Υόρκη με τη Βενετία. Οι αντανάκλασεις της λιμνοθάλασσας απλώνονται στα λουράκια, ενώ το καντράν φωσφορίζει σε πορτοκαλί μετά

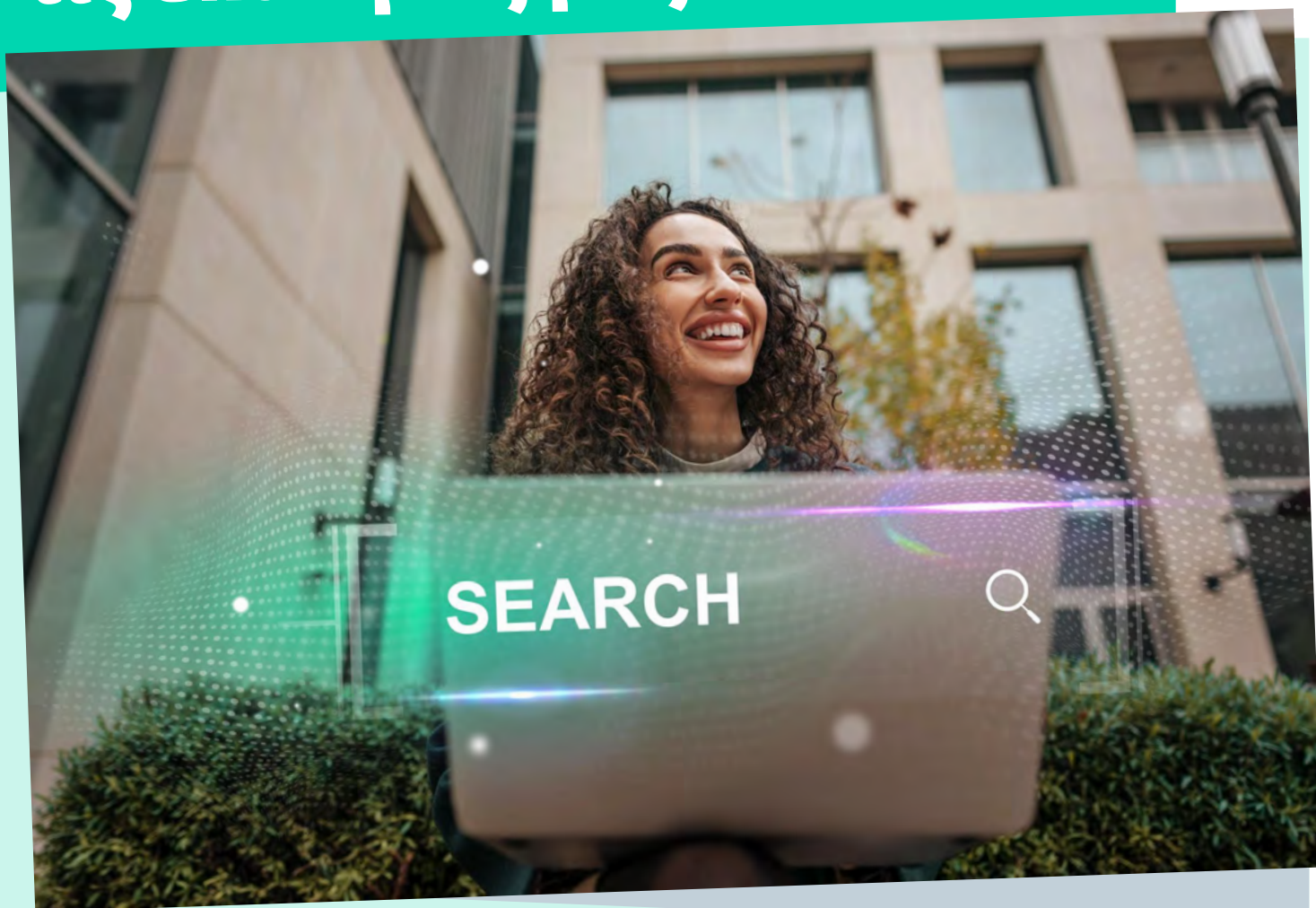
από έκθεση σε UV φως, προσθέτοντας μια απρόσμενη, παιχνιδιάρικη διάσταση. Το μοντέλο διατίθεται και με SwatchPAY!*, όπου υποστηρίζεται.

Στο KLEE'S BAVARIAN DON GIOVANNI, η ιδιόρρυθμη γεωμετρία και η συμβολική γλώσσα του Paul Klee μεταφέρονται στο καντράν και τα λουράκια. Ένας ιδιαίτερος δίσκος ημερολογίου αλλάζει καθημερινά χρώμα, υπαινισσόμενος τον παιχνιδιάρικο και θεατρικό χαρακτήρα του έργου The Bavarian Don Giovanni (1919).

Τέλος, το POLLOCK'S ALCHEMY αποτυπώνει την ωμή ενέργεια του Alchemy (1947) του Jackson Pollock, με πιτσιλιές και δυναμικά μοτίβα που μεταφέρουν την επαναστατική τεχνική του dripping στην καθημερινότητα.

Όλα τα ρολόγια μοιράζονται ένα κοινό, συμβολικό στοιχείο: τον δείκτη δευτερολέπτων διπλού μήκους, μια λεπτομέρεια που υπενθυμίζει τη διατλαντική σύνδεση των δύο ιδρυμάτων. Η συλλογή Swatch × Guggenheim θα είναι διαθέσιμη online και στα καταστήματα Swatch παγκοσμίως από τις 15 Ιανουαρίου 2026, αποδεικνύοντας ότι η μεγάλη τέχνη δεν ανήκει μόνο στα μουσεία — μπορεί να σε ακολουθεί κάθε μέρα, στον καρπό σου.

Τι "Google -άραμε" το 2025: Οι αριθμοί πίσω από τις επιθυμίες μας



Αν η Google ήταν εξομολογητήριο, τότε το 2025 θα ήταν η χρονιά της μεγάλης ειλικρίνειας. Κάθε δευτερόλεπτο, χιλιάδες Έλληνες και δισεκατομμύρια άνθρωποι παγκοσμίως πληκτρολογούν τις ανάγκες τους, αποκαλύπτοντας τις τάσεις πριν αυτές γίνουν πρωτοσέλιδα. Το 2025 δεν ήταν μια «γενική» χρονιά· ήταν η χρονιά που η ανάγκη για άμεση ενημέρωση συναντήθηκε με την pop κουλτούρα και τις οικονομικές ανησυχίες.

Στο Say Yes, αναλύουμε τα «σκληρά» δεδομένα της Google για το 2025 και πώς αυτά διαμορφώνουν το τοπίο για το 2026.

1. Ελλάδα 2025: Η Ανάγκη για "Τώρα"

Στην Ελλάδα, οι αναζητήσεις του 2025 έδειξαν μια κοινωνία που αναζητά ασφάλεια, ενημέρωση για τις υποχρεώσεις της και λίγη "viral" διασκέδαση για να αποφορτιστεί.

Οι Κορυφαίες Γενικές Αναζητήσεις στην Ελλάδα:

Η λίστα των γενικών αναζητήσεων είναι ο καθρέφτης της ελληνικής καθημερινότητας. Στην κορυφή βρέθηκαν:

Σεισμός τώρα: Η ανάγκη για άμεση πληροφόρηση μετά από φυσικά φαινόμενα παραμένει το νούμερο ένα ένστικτο του Έλληνα χρήστη.

Κοινωνικός Τουρισμός 2025: Η αναζήτηση για οικονομικές διεξόδους στις διακοπές ήταν πιο έντονη από ποτέ.

Προσωπικός Αριθμός: Η ψηφιακή μετάβαση του κράτους γέννησε χιλιάδες απορίες για το πώς θα αλλάξει η ζωή μας με τον νέο αριθμό ταυτοποίησης.

ΕΝΦΙΑ 2025: Οι οικονομικές υποχρεώσεις παραμένουν σταθερά ψηλά στις "δυσάρεστες" αλλά απαραίτητες αναζητήσεις.

Βάσεις 2025: Η αγωνία των πανελλήνιων εξετάσεων αποτυπώθηκε για άλλη μια χρονιά ψηφιακά.



Labubu: Το viral trend των μικρών φιδούρων που κατέκλυσαν τα social media και τα καταστήματα, αποδεικνύοντας τη δύναμη του TikTok στην ελληνική αγορά.

Τα Πρόσωπα που μας Απασχόλησαν:

Στην κατηγορία "Πρόσωπα", το ενδιαφέρον μοιράστηκε ανάμεσα στην pop κουλτούρα και την κοινωνική επικαιρότητα:

- Κλαυδία και Χρυσή Βαρδινογιάννη βρέθηκαν στις πρώτες θέσεις.
- Ο Γιώργος Μαζωνάκης απασχόλησε έντονα την επικαιρότητα.
- Ονόματα όπως ο Λεξ (δείχνοντας τη δύναμη της street κουλτούρας) και ο Γιόνας Βαλαντισιούνας (λόγω αθλητικών εξελίξεων) συμπλήρωσαν τη δεκάδα.

Ψυχαγωγία: Η κυριαρχία του "Μαμά" και του "Squid Game"

Στην τηλεόραση και τον κινηματογράφο, οι Έλληνες έψαξαν:

Σειρές: "Να με λες μαμά", "Άγιος Έρωτας", "Squid Game" (η επιστροφή) και "Big Brother".

Ταινίες: Το "Nosferatu", το "Anora" και η ελληνική παραγωγή "Υπάρχω" για τη ζωή του Στέλιου Καζαντζίδη.

2. Παγκόσμιες Αναζητήσεις: AI, Taylor Swift και Πολιτικές Ανατροπές

Στο εξωτερικό, το 2025 ήταν η χρονιά που η Τεχνητή Νοημοσύνη (AI) έπαψε να είναι "geek" και έγινε "mainstream", ενώ η Taylor Swift συνέχισε να καταρρίπτει κάθε ρεκόρ.

Οι Όροι της Χρονιάς:

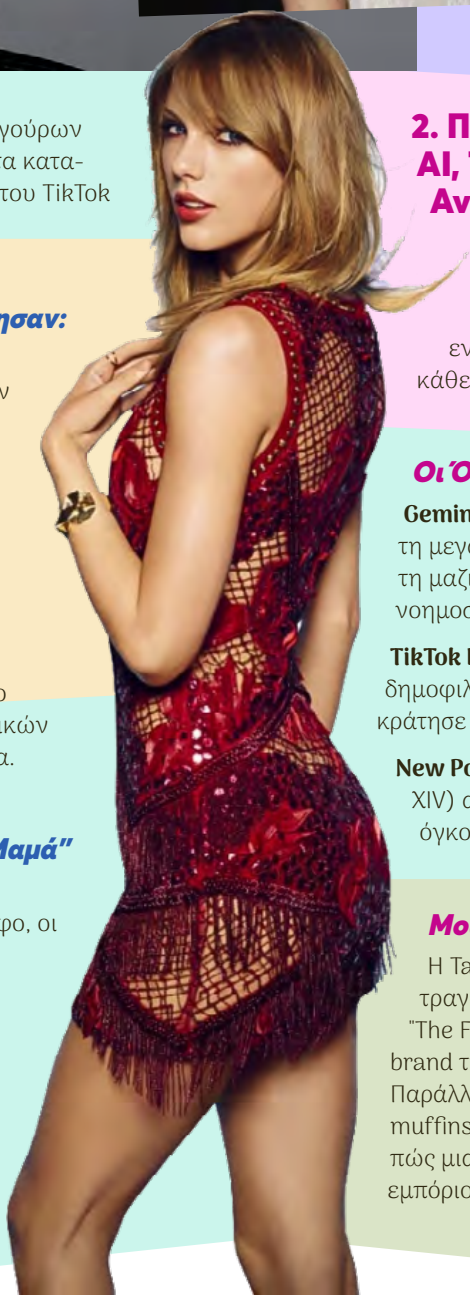
Gemini: Το μοντέλο AI της Google ήταν ο όρος με τη μεγαλύτερη αύξηση παγκοσμίως, δείχνοντας τη μαζική στροφή στη χρήση βοηθών τεχνητής νοημοσύνης.

TikTok Ban: Η αγωνία για το μέλλον της δημοφιλούς πλατφόρμας στις ΗΠΑ και την Ευρώπη κράτησε εκατομμύρια χρήστες στις επάλξεις.

New Pope: Η εκλογή του Πάπα Λέοντος ΙΔ' (Leo XIV) αποτέλεσε παγκόσμιο γεγονός με τεράστιο όγκο αναζητήσεων.

Μουσική και Lifestyle:

Η Taylor Swift μονοπώλησε τις αναζητήσεις τραγουδιών με τα "Wood", "Father Figure" και "The Fate of Ophelia", αποδεικνύοντας ότι το brand της είναι πλέον μια αυτόνομη οικονομία. Παράλληλα, οι αναζητήσεις για "Olympic chocolate muffins" (το viral γλύκισμα των Αγώνων) έδειξαν πώς μια απλή στιγμή μπορεί να γίνει παγκόσμιο εμπόριο.





3. Πώς οι αναζητήσεις αυτές διαμορφώνουν την αγορά του 2026;

Οι αναζητήσεις της Google δεν είναι απλώς λέξεις· είναι "προ-αγοραστικά" σήματα. Τι λένε αυτά τα δεδομένα;

1. Η "Οικονομία της Άμεσης Λύσης": Το γεγονός ότι το "Σεισμός τώρα" και το "Κοινωνικός Τουρισμός" είναι στην κορυφή, δείχνει ότι ο καταναλωτής θέλει πληροφορία που να του λύνει το πρόβλημα εδώ και τώρα. Οι εταιρείες που θα κερδίσουν το 2026 είναι αυτές που θα απαντούν ακαριαία στις ανάγκες των πελατών τους.

2. Το Φαινόμενο "Labubu" και η Δύναμη του "Viral": Το ότι μια μικρή φιγούρα (Labubu) μπήκε στις γενικές αναζητήσεις δίπλα στον ΕΝΦΙΑ, δείχνει ότι η αγορά πλέον καθορίζεται από τα trends των social media. Αν το brand σου δεν είναι "searchable" στο TikTok και την Google, δεν υπάρχει.

3. Η Στροφή στην Ενσυναϊσθηση (Inclusion): Η άνοδος αναζητήσεων όπως "Να με λες μαμά" και θέματα νευροδιαφορετικότητας (όπως είδαμε και στο Special U) δείχνει ότι το κοινό αναζητά περιεχόμενο με βάθος. Ο κόσμος κουράστηκε από το "τέλειο" και ψάχνει το "αληθινό".

4. Το Παράδοξο της Μαγειρικής - Παράδοση εναντίον Cinnamon Rolls: Ενδιαφέρον παρουσιάζει η λίστα με τις συνταγές στην Ελλάδα. Ενώ ψάχναμε για Μαγειρίτσα και Τζατζίκι, την ίδια στιγμή εκτοξεύθηκαν οι αναζητήσεις για Cinnamon Rolls και Guacamole. Αυτό δείχνει έναν καταναλωτή που πατάει γερά στην παράδοση, αλλά θέλει να πει "Ναι" και στις διεθνείς τάσεις.

5. Η Ζωή ξεκινά μετά το "Search": Το 2025 μας διδάξε ότι η πληροφορία είναι το νέο νόμισμα. Οι Έλληνες χρησιμοποιούν την Google για να προγραμματίσουν τις υποχρε-

ώσεις τους (ΕΝΦΙΑ, Βάσεις), να ονειρευτούν (Κοινωνικός Τουρισμός) και να διασκεδάσουν (Viral trends).

Σήμερα, κάνε τη δική σου ανασκόπηση. Τι "γκουγκλάρεις" περισσότερο; Οι αναζητήσεις σου είναι οι στόχοι σου που περιμένουν να υλοποιηθούν. Η συμβουλή μου; Μην μένεις στο search. Πες "Say Yes" στη δράση και κάνε την αναζήτηση, πραγματικότητα!

Ήξερες ότι...

Η Google "προβλέπει" το μέλλον: Οι αναζητήσεις για Cinnamon Rolls στην Ελλάδα αυξήθηκαν κατά 400% μέσα σε ένα εξάμηνο, οδηγώντας στην εμφάνιση δεκάδων νέων εξειδικευμένων bakery στην Αθήνα; Η Google ξέρει τι θα φάμε πριν καν πεινάσουμε!

Το "Labubu" δεν είναι απλώς παιχνίδι: Η λέξη Labubu ήταν ανάμεσα στις κορυφαίες αναζητήσεις στην Ελλάδα το 2025, ξεπερνώντας ακόμα και παραδοσιακούς όρους της ποπ κουλτούρας; Ένα μικρό vinyl toy κατάφερε να κινητοποιήσει την αγορά των συλλεκτικών ειδών όσο τίποτα άλλο.

Search vs Reality: Ενώ η πρώτη αναζήτηση στην Ελλάδα παραμένει το "Σεισμός τώρα", η δεύτερη πιο γρήγορα αναπτυσσόμενη κατηγορία ήταν το "Digital Detox"; Ψάχνουμε δηλαδή στην Google πώς να... κλείσουμε την Google!

Η δύναμη του "Near Me": Το 80% των Ελλήνων χρηστών το 2025 χρησιμοποίησε την αναζήτηση "κοντά μου" (π.χ. φαρμακείο κοντά μου, παιδότοπος κοντά μου) για να πραγματοποιήσει μια αγορά μέσα στις επόμενες 24 ώρες;



**Η Lidl Ελλάς αναγνωρίζεται
Top Employer για 10η
συνεχόμενη χρονιά**



Η Lidl Ελλάς αναγνωρίζεται Top Employer για 10η συνεχόμενη χρονιά

Για δέκατη συνεχόμενη χρονιά, η Lidl Ελλάς κατακτά τον τίτλο Top Employer, επιβεβαιώνοντας έμπρακτα τη διαρκή της προσήλωση στη δημιουργία ενός σύγχρονου, δίκαιου και ανθρώπινου εργασιακού περιβάλλοντος με επίκεντρο το #teamlidl.

Πρόκειται για μια διάκριση που δεν έρχεται τυχαία, αλλά αποτελεί αποτέλεσμα συνέπειας, ομαδικής προσπάθειας και καθημερινών επιλογών που βάζουν τον άνθρωπο πάνω απ' όλα.

Κατά τη διάρκεια αυτής της δεκαετούς πορείας, η εταιρεία επένδυσε συστηματικά σε όσα έχουν ουσιαστική αξία για τους εργαζομένους της: ασφάλεια, δίκαιες αποδοχές, ισορροπία επαγγελματικής και προσωπικής ζωής, αλλά και πραγματικές ευκαιρίες εκπαίδευσης και εξέλιξης.

Παράλληλα, ενίσχυσε την ευελιξία και καλλιέργησε μια κουλτούρα εμπιστοσύνης και αναγνώρισης.

Όπως επισημαίνει η Νικολέττα Κολομπούρδα, Chief People Officer & Member of the Board της Lidl Ελλάς, στόχος της εταιρείας παραμένει η δημιουργία ενός περιβάλλοντος όπου οι άνθρωποι μπορούν να είναι ο εαυτός τους, να εξελίσσονται και να νιώθουν ότι η προσπάθειά τους έχει ουσιαστικό αντίκτυπο.

Η πιστοποίηση από το Top Employers Institute, σε συνδυασμό με τη διεθνή διάκριση Enterprise Seal σε 31 χώρες, επιβεβαιώνει ότι το καλύτερο εργασιακό περιβάλλον χτίζεται διαχρονικά — με επιλογές που τιμούν τον άνθρωπο.

Η CYBEX παρουσιάζει το Sirona Ti



Η CYBEX παρουσιάζει το Sirona Ti, το νεότερο παιδικό κάθισμα της κορυφαίας σειράς Platinum, σχεδιασμένο για να προσφέρει κορυφαία ασφάλεια, προηγμένη λειτουργικότητα και premium άνεση από τη γέννηση έως περίπου 4 ετών.

Με ενσωματωμένη βάση, το Sirona Ti απλοποιεί την εγκατάσταση στο αυτοκίνητο και μειώνει σημαντικά τον κίνδυνο λανθασμένης τοποθέτησης, προσφέροντας ηρεμία στους γονείς σε κάθε μετακίνηση.

Η ασφάλεια βρίσκεται στο επίκεντρο του σχεδιασμού. Στη θέση με φορά προς τα πίσω, το Sirona Ti προσφέρει έως και 50% μεγαλύτερη προστασία, περιορίζοντας τις δυνάμεις που ασκούνται στον αυχένα και το κεφάλι του παιδιού σε περίπτωση σύγκρουσης.

Παράλληλα, το Σύστημα Γραμμικής Προστασίας από Πλευρική Σύγκρουση (L.S.P.) αυξάνει την προστασία έως και 25% σε πλευρικές προσκρούσεις.

Η περιστροφή 360° διευκολύνει την τοποθέτηση και απομάκρυνση του παιδιού, ενώ οι πολλαπλές θέσεις ανάκλισης, το ρυθμιζόμενο προσκέφαλο και οι μαγνητικές θήκες ζωνών εξασφαλίζουν άνεση και ευκολία καθημερινά.

Με ενσωματωμένη κουκούλα ηλίου UPF50+ και περιμετρικό αερισμό, το Sirona Ti εξελίσσεται μαζί με το παιδί, προσφέροντας ασφάλεια και άνεση σε κάθε στάδιο ανάπτυξης.

Η Barbie® παρουσιάζει την πρώτη κούκλα με αυτισμό – ένα ακόμη βήμα ουσιαστικής συμπερίληψης στο παιχνίδι

Η Mattel παρουσίασε την πρώτη κούκλα Barbie με αυτισμό, σηματοδοτώντας ένα σημαντικό ορόσημο στην εκπροσώπηση και τη συμπερίληψη στον κόσμο του παιχνιδιού.

Η νέα κούκλα δημιουργήθηκε έπειτα από 18 μήνες στενής συνεργασίας με τον μη κερδοσκοπικό οργανισμό Autistic Self Advocacy Network (ASAN), έναν οργανισμό που διοικείται από και για άτομα στο φάσμα του αυτισμού και υπερασπίζεται ενεργά τα δικαιώματά τους.

Η Barbie με αυτισμό εντάσσεται στη σειρά Barbie Fashionistas, η οποία έχει σχεδιαστεί για να αντικατοπτρίζει τη διαφορετικότητα του πραγματικού κόσμου, με κούκλες διαφορετικών σωματότυπων, αποχρώσεων δέρματος, χαρακτηριστικών και αναπηριών. Στόχος είναι περισσότερα παιδιά να μπορούν να δουν τον εαυτό τους – ή τους γύρω τους – να εκπροσωπείται αυθεντικά μέσα από το παιχνίδι.

Σε συνεργασία με τον ASAN, η σχεδιαστική ομάδα της Barbie προχώρησε σε στοχευμένες επιλογές που αποτυπώνουν εμπειρίες οικείες σε πολλά άτομα στο φάσμα. Η κούκλα διαθέτει αρθρώσεις στους καρπούς και τους αγκώνες, επιτρέποντας επαναλαμβανόμενες κινήσεις, ενώ το βλέμμα της είναι διακριτικά στραμμένο στο πλάι, αντανakλώντας την εμπειρία ατόμων που αποφεύγουν την άμεση οπτική επαφή.

Στα αξεσουάρ της περιλαμβάνονται ένα ροζ fidget spinner, ακουστικά με ακύρωση θορύβου και ένα tablet με εφαρμογές Επαγγελματικής και Εναλλακτικής Επικοινωνίας (AAC), εργαλεία που υποστηρίζουν την καθημερινή επικοινωνία και τη ρύθμιση αισθητηριακών ερεθισμάτων. Το ντύσιμό της

είναι φιλικό προς την αισθητηριακή ευαισθησία, με άνετη γραμμή και απαλές υφές.

«Κάθε παιδί αξίζει να βλέπει τον εαυτό του στον κόσμο της Barbie», δήλωσε η Jamie Cygielman, Global Head of Dolls της Mattel, τονίζοντας ότι η νέα κούκλα διευρύνει ουσιαστικά το νόημα της συμπερίληψης στο παιχνίδι. Από την πλευρά του ASAN, ο Colin Killick επισήμανε τη σημασία των αυθεντικών και θετικών αναπαραστάσεων για τα παιδιά και τους νέους στο φάσμα του αυτισμού.

Στην Ελλάδα, η Barbie συνεργάστηκε με τη YouTuber και δημιουργό περιεχομένου Δανάη Γεωργαντά, γνωστή ως «Μικρή Ολλανδέζα», η οποία μιλά ανοιχτά για τη δική της εμπειρία με τη νευροδιαφορετικότητα. Παράλληλα, η Barbie θα στηρίξει το έργο της Ελληνική Εταιρία Προστασίας Αυτιστικών Ατόμων, προσφέροντας παιχνίδια και ενισχύοντας τις δράσεις της.

Η νέα Barbie με αυτισμό αποτελεί ένα ακόμη βήμα προς έναν κόσμο παιχνιδιού που καλλιεργεί την ενσυναίσθηση, την κατανόηση και την αποδοχή – αξίες που ξεκινούν από νωρίς και μπορούν να κάνουν πραγματική διαφορά.



Η Mattel Brick Shop™ και τα Hot Wheels® φέρνουν δύο εμβληματικά Honda... κομμάτι-κομμάτι



τη δική τους προσωπική πινακίδα. Κάθε σετ ολοκληρώνεται με μεταλλική πλακέτα Hot Wheels και μια συλλεκτική μεταλλική μινιατούρα του αντίστοιχου οχήματος σε κλίμακα 1:64, ενισχύοντας τη σύνδεση ανάμεσα στο μοντέλο συναρμολόγησης και τον κόσμο των Hot Wheels.

«Μέσα από τη Mattel Brick Shop, δίνουμε στους φίλους των αυτοκινήτων έναν νέο

Η Mattel επεκτείνει τον κόσμο της δημιουργικής κατασκευής και της αυτοκινητικής νοσταλγίας, παρουσιάζοντας δύο νέα συλλεκτικά σετ Mattel Brick Shop™ Hot Wheels®, σε συνεργασία με τη Honda. Τα νέα μοντέλα εντάσσονται στη σειρά Mattel Brick Shop Speed Series™ και αποδίδουν με εντυπωσιακή ακρίβεια δύο εμβληματικά ιαπωνικά αυτοκίνητα: το '90 Honda Civic EF και το '07 Honda S2000.

Σχεδιασμένα σε κλίμακα 1:32, τα νέα σετ απευθύνονται τόσο σε συλλέκτες όσο και σε λάτρεις της αυτοκίνησης και της συναρμολόγησης. Κάθε μοντέλο αποτυπώνει τον χαρακτήρα και τη φιλοσοφία της Honda, τιμώντας την κουλτούρα των επιδόσεων και την τάση εξατομίκευσης που σημάδεψε ιδιαίτερα τη δεκαετία των 90s. Με μεταλλικά στοιχεία, αυθεντικές γραμμές σχεδίασης και δυνατότητες customization, τα σετ συνδυάζουν παιχνίδι, design και automotive heritage.

Η παρουσίαση των συναρμολογημένων μοντέλων δίπλα σε οχήματα πραγματικού μεγέθους ανέδειξε την προσοχή στη λεπτομέρεια: από τα φώτα και τα παράθυρα έως τις αναλογίες του αμαξώματος. Το '07 Honda S2000 ξεχωρίζει επιπλέον με αυθεντικό παρμπρίζ και αεροτομή, στοιχεία που παραπέμπουν άμεσα στο εμβληματικό roadster υψηλών επιδόσεων.

Και τα δύο μοντέλα διαθέτουν ανοιγόμενες πόρτες, ενώ τα επιπλέον αυτοκόλλητα και τα καλύμματα ζαντών επιτρέπουν στους δημιουργούς να δώσουν

τρόπο να αλληλεπιδρούν με θρυλικά οχήματα», δήλωσε ο Ted Wu, Global Head of Vehicles and Building Sets στη Mattel. Από την πλευρά της Honda, η Rebecca Adamson, Head of Automobile στη Honda Motor Europe – UK, τόνισε ότι τα σετ αυτά προσφέρουν έναν πρακτικό και δημιουργικό τρόπο επαφής με τη μηχανική τεχνολογία και το διαχρονικό design της μάρκας.

Τα σετ Mattel Brick Shop™ Hot Wheels® Honda θα είναι διαθέσιμα στην Ελλάδα από τον Ιανουάριο του 2026, με ενδεικτική τιμή λιανικής 19,99€ το καθένα, προσφέροντας μια προσιτή αλλά ιδιαίτερα ποιοτική εμπειρία συναρμολόγησης για ηλικίες 10+.



45 χρόνια ΜΕΓΑ: Πράξεις φροντίδας με πραγματικό κοινωνικό αποτύπωμα



ΜΕΓΑ
Πράξεις Φροντίδας

Κοινωνικές δράσεις με αξία

Σταθερά και με συνέπεια δίπλα
στην κοινωνία, υλοποιώντας
«Πράξεις Φροντίδας» με ουσιαστικό
και διαχρονικό κοινωνικό αντίκτυπο.

ΜΕΓΑ Πράξεις Φροντίδας
Babyline
BabyCare
wet hankies

Για 45 χρόνια, η ΜΕΓΑ αποδεικνύει έμπρακτα ότι η επιχειρηματική ανάπτυξη μπορεί – και οφείλει – να συμβαδίζει με τη φροντίδα της κοινωνίας. Μέσα από το ολοκληρωμένο πρόγραμμα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης «Πράξεις Φροντίδας», η ΜΕΓΑ παραμένει σταθερά προσηλωμένη στη στήριξη των ευάλωτων κοινωνικών ομάδων, υλοποιώντας δράσεις με διάρκεια, συνέπεια και μετρήσιμα αποτελέσματα.

Κάθε χρόνο, η εταιρεία προσφέρει πάνω από 9 εκατομμύρια τεμάχια προϊόντων, ενισχύοντας φορείς, οργανισμούς και δομές σε όλη την Ελλάδα. Παράλληλα, επενδύει σε μακροχρόνια χορηγικά προγράμματα που στοχεύουν όχι απλώς στην ανακούφιση, αλλά στη μακροπρόθεσμη ενδυνάμωση της κοινωνικής συνοχής.

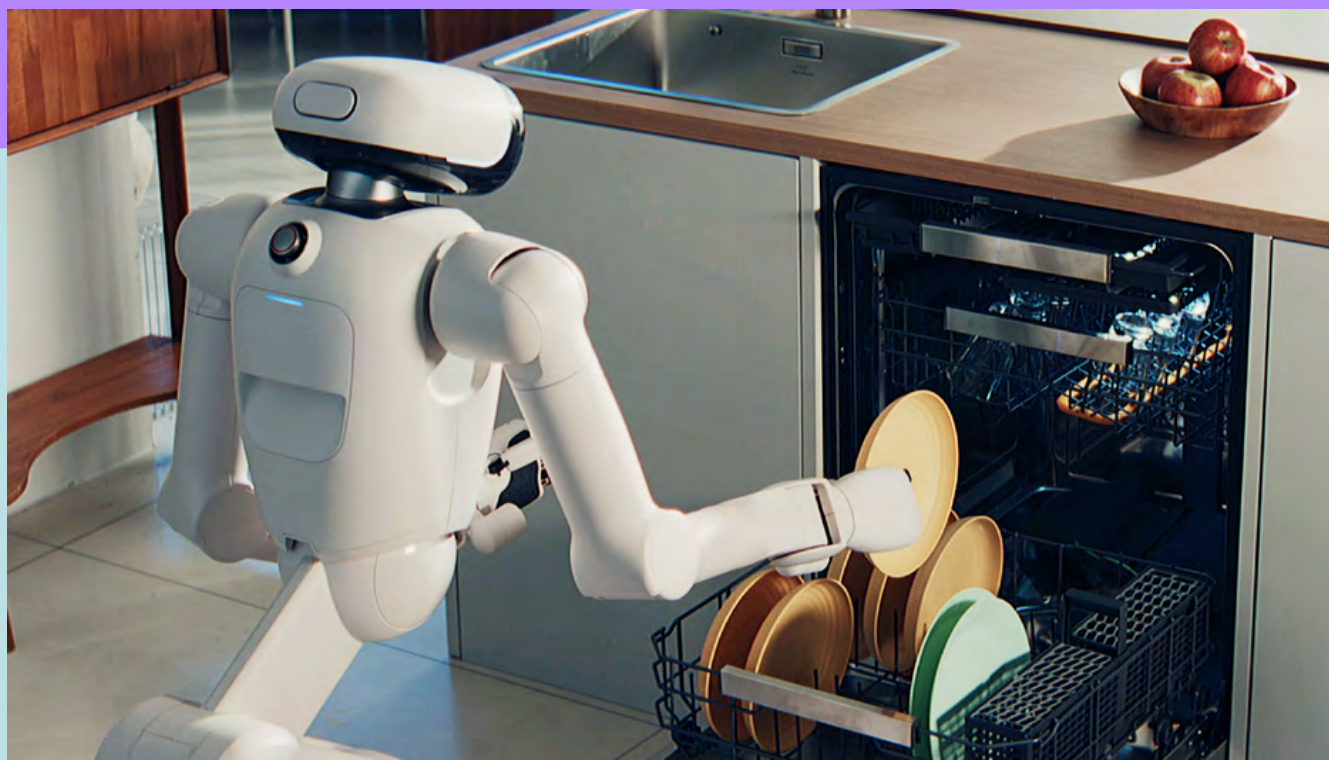
Ανάμεσα στις σημαντικότερες πρωτοβουλίες ξεχωρίζει η σταθερή στήριξη του Ελληνικού Ερυθρού Σταυρού, με χορηγία ειδών προσωπικής υγιεινής που τα τελευταία δύο χρόνια ξεπερνά τα 1,4 εκατομμύρια τεμάχια. Παράλληλα, το πρόγραμμα «Μαζί για την υγεία τους», που υλοποιείται για 11 συνεχόμενα έτη σε συνεργασία με το Σωματείο «Αντιμετώπιση Παιδικού Τραύματος» και τα σούπερ μάρκετ Γαλαξίας, έχει προσφέρει σύγχρονο ιατρικό εξοπλισμό σε Παιδιατρικές Κλινικές Δημοσίων Νοσοκομείων, ωφελώντας περισσότερα από 97.000 παιδιά από το 2018 έως σήμερα.

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται και στη στήριξη της οικογένειας. Μέσα από το πρόγραμμα «Δίπλα τους», για 5η συνεχή χρονιά, η ΜΕΓΑ – σε συνεργασία με τα Super Market Βασιλόπουλος – δώρισε πάνω από 140.000 βρεφικές πάνες σε οργανισμούς παιδικής προστασίας. Αντίστοιχα, το πρόγραμμα «Μητέρα & Παιδί», που υλοποιείται για 6η χρονιά με τα καταστήματα ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ και τους Γιατρούς του Κόσμου, εξασφαλίζει πρόσβαση στην υγεία για άπορες ή ανασφάλιστες μητέρες και παιδιά, με δεκάδες χιλιάδες δωρεάν ιατρικές επισκέψεις, εμβολιασμούς και προγεννητικούς ελέγχους.

Το κοινωνικό αποτύπωμα της ΜΕΓΑ επεκτείνεται και σε δράσεις πρόληψης και ενημέρωσης, όπως η πανελλαδική εκστρατεία για τη νόσο Alzheimer, το πρόγραμμα «Θύμισέ μου» για την πρόληψη του καρκίνου του μαστού, καθώς και η στήριξη οργανισμών όπως το «ΕΛΠΙΔΑ – Σύλλογος Φίλων Παιδιών με Καρκίνο» και η Ένωση Πολυτέκνων Αθηνών.

Με σταθερό προσανατολισμό στον άνθρωπο, η ΜΕΓΑ συνεχίζει να επενδύει σε δράσεις που δεν μένουν στα λόγια, αλλά κάνουν καθημερινά πραγματική διαφορά, χτίζοντας ένα πιο ανθρώπινο και βιώσιμο μέλλον για όλους.

Η LG Electronics παρουσιάζει το ρομπότ LG CLOiD Home και αποκαλύπτει το όραμα του «Zero Labor Home» στην CES 2026



Η LG Electronics παρουσίασε στην CES 2026 το LG CLOiD™, ένα προηγμένο οικιακό ρομπότ που ενσαρκώνει το όραμα της εταιρείας για το Zero Labor Home: ένα σπίτι όπου οι χρονοβόρες καθημερινές εργασίες περνούν στα χέρια της τεχνητής νοημοσύνης, απελευθερώνοντας χρόνο και ενέργεια για τον άνθρωπο.

Το LG CLOiD δεν είναι ένα concept επί χάρτου. Πρόκειται για ένα λειτουργικό οικιακό ρομπότ, σχεδιασμένο να εκτελεί και να συντονίζει εργασίες όπως η προετοιμασία φαγητού, το πλύσιμο και το δίπλωμα ρούχων, σε πλήρη συνεργασία με τις συνδεδεμένες συσκευές του οικοσυστήματος LG ThinQ. Στην CES, η LG το παρουσίασε σε ρεαλιστικά σενάρια: το ρομπότ παίρνει γάλα από το ψυγείο, βάζει κρουασάν στον φούρνο, ξεκινά το πλυντήριο όταν το σπίτι αδειάζει και τακτοποιεί τα ρούχα μετά το στέγνωμα.

Σε επίπεδο σχεδίασης, το LG CLOiD αποτελείται από τροχοφόρα βάση με αυτόνομη πλοήγηση, ρυθμιζόμενο κορμό και δύο αρθρωτούς βραχίονες, καθέναν με επτά βαθμούς ελευθερίας και πέντε ανεξάρτητα κινούμενα δάχτυλα. Η επιλογή τροχών –αντί για πόδια– εξασφαλίζει σταθερότητα, χαμηλό κέντρο βάρους και αυξημένη ασφάλεια σε περιβάλλοντα με παιδιά ή κατοικίδια.

Το «κεφάλι» του ρομπότ λειτουργεί ως κινητός AI Home Hub. Εξοπλισμένο με οθόνη, κάμερες, αισθητήρες, ηχείο και γενετική τεχνητή νοημοσύνη φωνής, επιτρέπει φυσική αλληλεπίδραση με τους χρήστες, εκμάθηση συνηθειών και έλεγχο συσκευών με βάση το πλαίσιο και τον τρόπο ζωής κάθε νοικοκυριού.

Στον πυρήνα του LG CLOiD βρίσκεται η φυσική τεχνητή νοημοσύνη της LG, που συνδυάζει Vision Language Model (VLM) και Vision Language Action (VLA). Με απλά λόγια, το ρομπότ «βλέπει», «καταλαβαίνει» και «δρά», μεταφράζοντας εικόνες και φωνητικές εντολές σε ακριβείς φυσικές κινήσεις. Τα μοντέλα έχουν εκπαιδευτεί σε δεκάδες χιλιάδες ώρες πραγματικών οικιακών εργασιών.

Παράλληλα, η LG παρουσίασε και το LG Actuator AXIUM™, μια νέα σειρά ρομποτικών ενεργοποιητών – κρίσιμα εξαρτήματα για την επόμενη εποχή της ρομποτικής και της φυσικής τεχνητής νοημοσύνης.

Με το LG CLOiD, η LG χαράσσει ξεκάθαρα τον δρόμο προς τα σπίτια με τεχνητή νοημοσύνη: σπίτια που δεν «δουλεύουν» για να λειτουργήσουν, αλλά λειτουργούν για να ζούμε καλύτερα.



Εξαιρετικές στιγμές, άρτια ενορχηστρωμένες – όπου κι αν εκτυλίσσεται η ιστορία σας

Το Four Seasons Astir Palace Hotel Athens επεκτείνει τη θρυλική του φιλοξενία πέρα από τη χερσόνησο της Αθηναϊκής Ριβιέρας, παρουσιάζοντας το νέο ολοκληρωμένο πρόγραμμα Off-Site Catering and Events. Από τον Δεκέμβριο του 2025, η κομψότητα, η τεχνογνωσία και η ανεπιτήδευτη τελειότητα του Astir Palace – που κατατάσσεται στο No 17 των The World's 50 Best Hotels 2025 – μεταφέρονται σε ιδιωτικές εκδηλώσεις και δεξιώσεις σε όλη την Αθήνα και την ευρύτερη Αττική.

Από ένα rooftop party με λατινοαμερικανικό παλμό μέχρι ένα ιδιωτικό δείπνο σε yacht ή μια εταιρική εκδήλωση σε penthouse, η ομάδα των Four Seasons σχεδιάζει κάθε εμπειρία με σκηνογραφική ακρίβεια και προσωπική φροντίδα. Η ατμόσφαιρα, η αισθητική και η φιλοξενία προσαρμόζονται απόλυτα στον χώρο και στους καλεσμένους.

Με επικεφαλής τον Executive Chef Απόστολο Δήμου, τα tailor-made μενού αντλούν έμπνευση από τα signature εστιατόρια του ξενοδοχείου: από το Michelin-starred Pelagos έως την αυθεντική ελληνική κουζίνα της Taverna 37 και τη σύγχρονη pâtisserie του Astron.

Είτε πρόκειται για γάμο, gala, product launch ή ιδιωτικό soirée, κάθε λεπτομέρεια – από το tableware μέχρι τον φωτισμό και τη μουσική – φέρει την υπογραφή Four Seasons. Γιατί η τελειότητα, τελικά, βρίσκεται πάντα στη λεπτομέρεια.

«Ελένη Βερναδάκη: Δημοπρασία» από τη VERGOS Auctions



Η νέα χρονιά ξεκινά δυναμικά για τη VERGOS Auctions με μια δημοπρασία αφιερωμένη αποκλειστικά σε μία από τις σημαντικότερες μορφές της σύγχρονης ελληνικής κεραμικής, την Ελένη Βερναδάκη.

Πρόκειται για τη δεύτερη δημοπρασία του Οίκου που επικεντρώνεται στο έργο της κορυφαίας κεραμοπλάστριας και θα πραγματοποιηθεί διαδικτυακά – ζωντανά (Online – Live) την Πέμπτη 22 Ιανουαρίου στις 18:00.

Συνολικά 158 κεραμικά έργα, φόρμες και χρηστικά αντικείμενα – πιάτα, κούπες και μπολ – σκιαγραφούν με πληρότητα τη δημιουργική της πορεία, μια διαδρομή που εκτείνεται σε περισσότερες από έξι δεκαετίες αδιάλειπτης καλλιτεχνικής αναζήτησης.

Μέσα από αυτά τα έργα αποτυπώνεται η φιλοσοφία της Βερναδάκη, η οποία αντιμετωπίζει την κεραμική ως μια «συνισταμένη έκφραση των εικαστικών τεχνών».

Ιδρυτικό μέλος του Μορφολογικού Κέντρου Αθηνών – adc (Athens Design Center) και του Συνδέσμου Σύγχρονης Τέχνης, η καλλιτέχνης έχει παρουσιάσει το έργο της σε σημαντικά μουσεία και πολιτιστικούς οργανισμούς στην Ελλάδα και το εξωτερικό, με πρόσφατο σταθμό την αναδρομική της έκθεση στο Μουσείο Μπενάκη.

Παράλληλα, υπέγραψε πρόσφατα το μετάλλιο του 42ου Αυθεντικού Μαραθωνίου της Αθήνας, μετατρέποντας τη σβούρα σε σύμβολο χρόνου και αντοχής.

Η δημοπρασία θα μεταδοθεί ζωντανά μέσω του vergosauctions.com, με δυνατότητα συμμετοχής online, γραπτώς ή τηλεφωνικά.

Οι κρυφοί κώδικες των σχέσεων: Από το winter coating στο scouting



Η εποχική διάθεση, η ψηφιακή επικοινωνία και οι αμέτρητες επιλογές έχουν δημιουργήσει νέους όρους για να περιγράψουν συμπεριφορές που μέχρι πρόσφατα δεν είχαν όνομα. Στη σύγχρονη dating κουλτούρα εμφανίζονται όροι όπως cuffing, sledging, snowmanning, winter coating και scouting, οι οποίοι αποτυπώνουν διαφορετικές εκφάνσεις των σχέσεων, κυρίως κατά τους χειμερινούς μήνες. Τι σημαίνει όμως ο καθένας και πώς εκδηλώνεται στην καθημερινότητα;

Cuffing: Η χειμερινή τάση για σχέση

Το cuffing season αναφέρεται στην περίοδο φθινοπώρου-χειμώνα, όταν πολλοί singles αναζητούν συντροφικότητα. Οι μέρες μικραίνουν, οι κοινωνικές έξοδοι περιορίζονται και η ανάγκη για εγγύτητα γίνεται πιο έντονη. Οι σχέσεις που ξεκινούν αυτή την περίοδο συχνά έχουν εποχικό χαρακτήρα και μπορεί να διαρκέσουν όσο κρατά η χειμερινή σεζόν, χωρίς αυτό να σημαίνει απαραίτητα ότι δεν είναι αυθεντικές.

Sledging: Σχέσεις με κρυφή πρόθεση

Το sledging περιγράφει τη συμπεριφορά κατά την οποία κάποιος μπαίνει σε σχέση τον χειμώνα χωρίς ουσιαστικό ενδιαφέρον για τον άλλον, κυρίως για να μη μείνει μόνος. Σε αυτή την περίπτωση, υπάρχει συνειδητή ή υποσυνείδητη πρόθεση η σχέση να ολοκληρωθεί μόλις περάσει η σεζόν. Η βασική διαφορά από το απλό cuffing βρίσκεται ακριβώς σε αυτή την έλλειψη ειλικρίνειας ως προς τις προθέσεις.





Snowmanning: Η σχέση που «λιώνει» με τον χρόνο

Το snowmanning είναι παρόμοιο με το sledging, αλλά συνήθως λιγότερο επιβαρυνμένο συναισθηματικά. Αναφέρεται σε σχέσεις που ξεκινούν τον χειμώνα και σταδιακά τελειώνουν με την άνοιξη, χωρίς να υπήρξε εξαρχής σαφής πρόθεση για μακροπρόθεσμη δέσμευση. Όπως ένας χιονάνθρωπος που λιώνει όταν αλλάζει ο καιρός, έτσι και η σχέση φθίνει φυσικά με την αλλαγή της εποχής.

Winter coating: Η χειμερινή συναισθηματική άνεση

Το winter coating αφορά την επανασύνδεση με έναν πρώην κατά τη διάρκεια του χειμώνα. Η επιλογή αυτή γίνεται συχνά για λόγους συναισθηματικής ασφάλειας ή συντροφικότητας και όχι επειδή έχουν επιλυθεί τα προβλήματα του παρελθόντος. Αν και δεν υποδηλώνει απαραίτητα κακή πρόθεση, μπορεί να δημιουργήσει σύγχυση ή ανισορροπία αν δεν υπάρχει ξεκάθαρη επικοινωνία μεταξύ των δύο πλευρών.

Scouting: Η προετοιμασία για σχέση

Το scouting περιγράφει το στάδιο κατά το οποίο κάποιος εξετάζει πιθανούς συντρόφους πριν αποφασίσει αν θα ξεκινήσει μια σχέση, συχνά στο πλαίσιο του cuffing season. Πρόκειται περισσότερο για μια φάση αξιολόγησης επιλογών και λιγότερο για συμπεριφορά με αρνητικό ή παραπλανητικό χαρακτήρα.

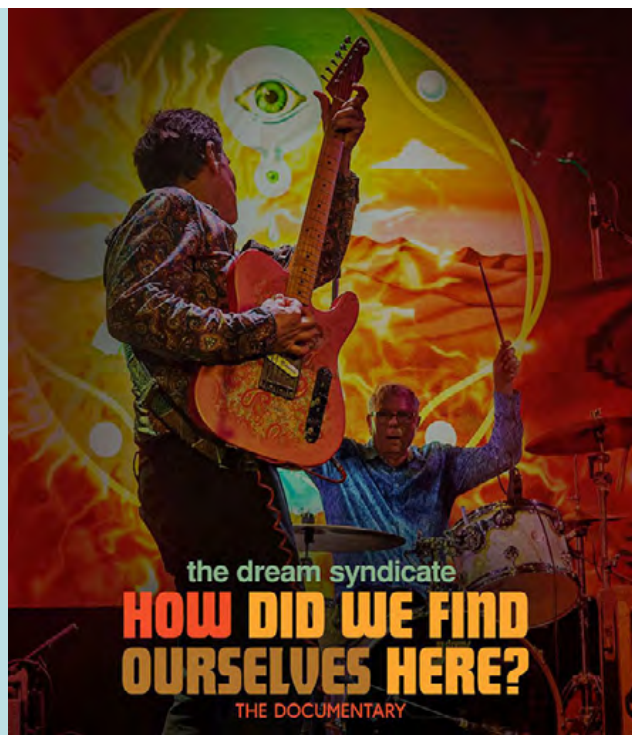
Τι μας μαθαίνουν αυτοί οι όροι

Οι όροι αυτοί δείχνουν πώς η εποχικότητα, η ψυχολογία και οι σύγχρονες κοινωνικές συνθήκες επηρεάζουν τον τρόπο που συνδεόμαστε. Μας υπενθυμίζουν ότι οι σχέσεις δεν είναι πάντα μακροπρόθεσμες, ότι η πρόθεση και η επικοινωνία παίζουν καθοριστικό ρόλο και ότι πολλές συμπεριφορές δεν είναι αποτέλεσμα στρατηγικής, αλλά συγκυρίας.

Πώς να τις αναγνωρίζουμε και να τις διαχειριζόμαστε

Το σημαντικότερο είναι η ειλικρίνεια — τόσο απέναντι στον άλλον όσο και απέναντι στον εαυτό μας. Αν δεν επιθυμούμε εποχικές σχέσεις ή προσωρινές επανασυνδέσεις, χρειάζεται να το κάνουμε σαφές από την αρχή. Παράλληλα, αξίζει να παρατηρούμε αν μια σχέση βασίζεται σε πραγματική συναισθηματική σύνδεση ή αν λειτουργεί κυρίως ως «χειμερινή λύση».





«Η Κυρά της Ρω» – 9ος χρόνος παραστάσεων στο Θέατρο ΦΙΛΙΠ



The Dream Syndicate: How Did We Find Ourselves Here? – Το ιδανικό ζέσταμα πριν τη συναυλία

Λίγο πριν τη ζωντανή εμφάνιση των The Dream Syndicate στο Gagarin 205, την Πέμπτη 29 Ιανουαρίου 2026, δεν υπάρχει καλύτερο ζέσταμα από το ντοκιμαντέρ The Dream Syndicate: How Did We Find Ourselves Here?. Μια ταινία που λειτουργεί σαν ιδανική εισαγωγή στον ήχο, την ιστορία και το συναίσθημα που θα γεμίσουν τη σκηνή εκείνη τη βραδιά.

Σκηνοθετημένο από τον Emiel Spoelder, το ντοκιμαντέρ δεν είναι απλώς μια μουσική αναδρομή. Είναι μια ουσιαστική κατάδυση στην πορεία μιας από τις πιο επιδραστικές μπάντες της αμερικανικής alternative rock σκηνής – από τα πρώτα τους βήματα στο Los Angeles και το κίνημα του Paisley Underground, μέχρι τη διάλυση, τις συγκρούσεις και τη σύγχρονη επανένωση. Μέσα από σπάνιο αρχειακό υλικό και συνεντεύξεις, φωτίζεται η δημιουργική ένταση, η φιλία, αλλά και το κόστος του να παραμένεις πιστός στον ήχο σου σε εποχές που η pop κυριαρχούσε.

Ξεχωριστή θέση έχει το Medicine Show (1984), το άλμπουμ-ορόσημο της μπάντας, γύρω από το οποίο ξετυλίζονται ιστορίες δικαστικών μαχών, χαμένων ελέγχων και τελικά δικαίωσης. Δεν είναι τυχαίο ότι στη συναυλία της Αθήνας οι Dream Syndicate θα το παρουσιάσουν ολόκληρο, από την πρώτη έως την τελευταία νότα.

Για 9η συνεχόμενη χρονιά, η συγκλονιστική παράσταση «Η Κυρά της Ρω» επιστρέφει στο Θέατρο ΦΙΛΙΠ, επιβεβαιώνοντας τη διαχρονική της δύναμη να συγκινεί εντός και εκτός συνόρων. Βασισμένη στο ομώνυμο βιβλίο του διεθνώς βραβευμένου συγγραφέα Γιάννης Σκαραγκάς και εμπνευσμένη από τη ζωή της θρυλικής Δέσποινα Αχλαδιώτη, η παράσταση φωτίζει την ιστορία μιας γυναίκας-σύμβολο μνήμης, αντοχής και αξιοπρέπειας.

Στον εμβληματικό ρόλο, η Φωτεινή Μπαξεβάνη παραδίδει μια καθηλωτική ερμηνεία, ενώ η ατμοσφαιρική σκηνοθεσία του Σταύρος Λίτινας μετατρέπει τη σκηνή σε τόπο μυσταγωγίας και βαθιάς συγκίνησης. Η παράσταση ξεκινά από ένα μικρό νησί, τη Ρω, για να μιλήσει τελικά για κάτι πανανθρώπινο: τη δύναμη της μνήμης, την ανάγκη για δικαιοσύνη και τη θέση των γυναικών σε έναν κόσμο που συχνά τις ξεχνά.

Ένα ποιητικό, ανθρώπινο και βαθιά πολιτικό έργο που δεν αφηγείται απλώς μια ιστορία, αλλά τη βιώνεις. Η Κυρά της Ρω δεν είναι απλώς θέατρο. Είναι εμπειρία που κάνει την καρδιά να χτυπά δυνατά.

Ημέρες & Ώρες: Τετάρτη 19:30 & Πέμπτη 21:00

Διάρκεια: 75 λεπτά

quote of the day

Η GOOGLE ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΜΟΝΟ ΜΕΡΟΣ ΟΠΟΥ
ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΛΕΝΕ ΤΗΝ ΑΛΗΘΕΙΑ. ΕΙΝΑΙ
Η ΒΑΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΤΩΝ ΠΡΟΘΕΣΕΩΝ...

Γιορτάζουν!

16/1

Δανάη, Δαν

17/1

Αντώνιος, Αντωνία, Θεοδόσιος

18/1

Αθανάσιος, Αθανασία, Κύριλλος,
Κυριλλία, Θεοδουλία, Θεώνη,
Θεόδουλος

16 Ιανουαρίου

- > International Hot and Spicy Food Day
- > National Nothing Day
- > Book Publishers Day
- > National Good Teen Day
- > Appreciate a Dragon Day
- > Prohibition Remembrance Day

17 Ιανουαρίου

- > International We Are Not Broken Day
- > Kid Inventors' Day
- > Διεθνής Ημέρα Ιταλικής Κουζίνας
- > Benjamin Franklin Day
- > Popeye Day
- > National Hot Buttered Rum Day
- > National Lose the Jet Lag Day

17 Ιανουαρίου

- > National Gourmet Coffee Day
- > National Peking Duck Day
- > National Thesaurus Day
- > Winnie the Pooh Day
- > National Michigan day
- > National No Phones at Home Day
- > National Use Your Gift Card Day