



Coming
Soon



Season 2 loading...



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



**MILLENNIALS:
ΠΩΣ ΓΙΝΕΤΑΙ ΝΑ ΔΕΙΧΝΟΥΜΕ 30,
ΝΑ ΝΙΩΘΟΥΜΕ 60 ΚΑΙ ΝΑ ΕΧΟΥΜΕ
ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟ 15ΑΧΡΟΝΟΥ;**

Good morning SayYessers!



Φτιάξε καφέ να στα πω...



Καλημέρα **SayYesser!!!**

Σήμερα θα μιλήσουμε για εκείνο το «τέρας» που κρύβεις κάτω από το χαλί και το ονομάζεις «πρόβλημα». Ξέρεις, αυτό που αποφεύγεις να κοιτάξεις στα μάτια, ελπίζοντας ότι αν το αγνοήσεις αρκετά, θα βαρεθεί και θα φύγει μόνο του. Spoiler alert: Τα προβλήματα δεν βαριούνται ποτέ. Αντίθετα, τρέφονται από τον φόβο σου και μεγαλώνουν.

Ο Φόβος είναι ο χειρότερος σύμβουλος

Όταν φοβάσαι ένα πρόβλημα, ο εγκέφαλός σου μπαίνει σε κατάσταση επιβίωσης (fight or flight). Σε αυτή τη φάση, η δημιουργικότητα και η λογική πάνε περίπατο. Δεν ψάχνεις λύση, ψάχνεις καταφύγιο. Όμως, η λύση δεν βρίσκεται στο κρυφτό. Βρίσκεται στην ανάλυση. Το να φοβάσαι το πρόβλημα είναι σαν να φοβάσαι το σκοτάδι· το μόνο που χρειάζεται είναι να ανάψεις το φως.

Κάν' το όπως οι "Problem Solvers"

Οι άνθρωποι που βρίσκουν λύσεις δεν είναι πιο τυχεροί από εσένα, ούτε έχουν λιγότερα προβλήματα. Απλώς έχουν αλλάξει την οπτική τους. Αντί να βλέπουν το πρόβλημα ως «τοίχο», το βλέπουν ως «γρίφο».

Αποδυνάμωσέ το: Σπάσε το μεγάλο πρόβλημα σε δέκα μικρά. Τα μικρά προβλήματα δεν προκαλούν τρόμο, προκαλούν δράση.

Αποστασιοποιήσου: Σκέψου τι συμβουλή θα έδινες σε έναν φίλο αν είχε το ίδιο θέμα. Ξαφνικά, η λύση φαίνεται ολοκάθαρη.

Η λύση περιμένει την απόφαση

Η αλήθεια είναι μία: Τη στιγμή που σταματάς να τρέχεις μακριά από το πρόβλημα και κάθεις στο τραπέζι μαζί του, εκείνο χάνει τη δύναμή του. Η λύση δεν είναι κάτι που «τυχαίνει», είναι κάτι που «χτίζεται» τη στιγμή που λες: «Οκ, αυτό έχουμε μπροστά μας. Τι κάνουμε τώρα;»

Tip of the Day: Σήμερα, πάρε το πιο «τρομακτικό» θέμα που σε απασχολεί και γράψ' το σε ένα χαρτί. Δίπλα, γράψε την πιο μικρή, σχεδόν ασήμαντη κίνηση που μπορείς να κάνεις για να το λύσεις. Μην το λύσεις όλο σήμερα. Απλώς κάνε αυτή τη μία κίνηση. Ο φόβος πεθαίνει όταν ξεκινά η δράση. Με λίγα λόγια: αν θέλεις να βρεις λύση σταμάτα να φοβάσαι το πρόβλημα!

Claire Styliara
Chief of SayYessers



E-Mail



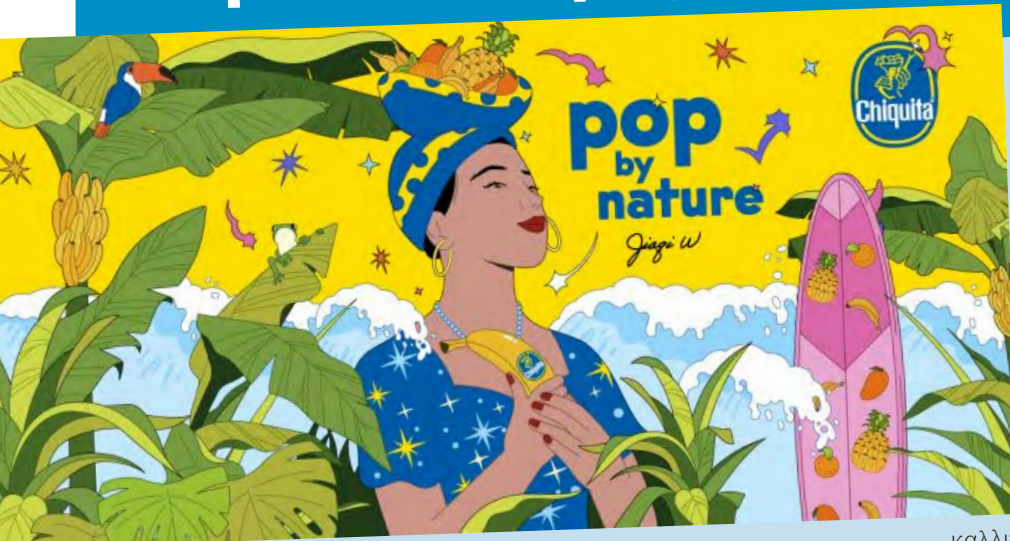
Viber



WhatsApp

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

Η Chiquita παρουσιάζει για τρίτη χρονιά την καμπάνια «Pop by Nature» με τη Jiaqi Wang



Η Chiquita επιστρέφει με την εμβληματική καμπάνια «Pop by Nature», αυτή τη φορά σε συνεργασία με την καλλιτέχνη Jiaqi Wang, επαναπροσδιορίζοντας τη Miss Chiquita μέσα από μια σύγχρονη, pop αισθητική ματιά. Η νέα δημιουργική προσέγγιση μετατρέπει μικρές καθημερινές στιγμές σε εικόνες γεμάτες χρώμα, χιούμορ και συναίσθημα, αναδεικνύοντας τη χαρά που χαρακτηρίζει το brand.

Ξεκινώντας πριν από τρία χρόνια, το «Pop by Nature» έχει εξελιχθεί σε ένα δημιουργικό platform που συνδέει την pop art με την ταυτότητα της Chiquita. Μέσα από διεθνείς καλλιτεχνικές συνεργασίες, η καμπάνια έχει ενισχύσει την παρουσία της Miss Chiquita ως σύμβολο σύγχρονης κουλτούρας, ξεπερνώντας τα όρια ενός απλού προϊόντος στο ράφι.

Στη φετινή εκδοχή, η Jiaqi Wang αποτυπώνει τη Miss Chiquita ως υπερήφανη έκφραση της τροπικής ταυτότητας του brand. Με έντονα χρώματα, φωτεινά τοπία και αναφορές στις ρίζες της στην Κόστα Ρίκα, η καμπάνια εγκαινιάζεται με limited edition αυτοκόλλητα στα σημεία πώλησης, μετατρέποντας την καθημερινή αγορά σε μια δημιουργική εμπειρία.

Όπως δήλωσε ο Marco Volpi, Marketing Director της Chiquita, «μέσα από τη δημιουργική ματιά της Jiaqi, η Miss Chiquita αναδεικνύει την αυθεντικότητα και τη χαρά που πρεσβεύει το brand». Η καμπάνια συνεχίζει να υπενθυμίζει ότι η χαρά βρίσκεται στις απλές, καθημερινές στιγμές.

AVINation: Το νέο πρόγραμμα της AVIN με προσφορές και εκπτώσεις αποκλειστικά για νέους 18-25

Η AVIN παρουσιάζει το AVINation, ένα νέο πρόγραμμα καθημερινών προνομίων σχεδιασμένο αποκλειστικά για νέους οδηγούς 18-25 ετών, διαθέσιμο μέσα από το AVIN Κερδίζω app.

Το AVINation φέρνει μια φρέσκια, νεανική εμπειρία επιβράβευσης, δίνοντας στα μέλη του τη δυνατότητα να κερδίζουν 50 πόντους με κάθε καφέ και 100 πόντους με κάθε πλήσιμο αυτοκινήτου. Κάθε Σάββατο καθιερώνεται ως Youth Day, με διπλούς (x2) πόντους σε όλα τα καύσιμα κίνησης, ενισχύοντας ακόμη περισσότερο το όφελος για τους νέους οδηγούς.

Πρόκειται για το μοναδικό πρόγραμμα επιβράβευσης από εταιρεία καυσίμων στην Ελλάδα που απευθύνεται αποκλειστικά στη συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα. Μέσα από την εφαρμογή, τα μέλη ενημερώνονται για νέα, διαγωνισμούς και αποκλειστικά προνόμια, ενώ οι πόντοι που συγκεντρώνουν μετατρέπονται σε δωροεπιταγές αξίας 3€ για εξαργύρωση στην AVIN.

Η συμμετοχή είναι απλή και άμεση: οι ενδιαφερόμενοι κατεβάζουν το AVIN Κερδίζω app και ολοκληρώνουν την εγγραφή τους στο AVINation με επιβεβαίωση ηλικίας. Με κάθε νέα εγγραφή, η AVIN προσφέρει 100 πόντους καλωσορίσματος, έναν καφέ και ένα αρωματικό αυτοκινήτου.

Παράλληλα, τα νέα μέλη συμμετέχουν αυτόματα σε διαγωνισμό με δώρα όπως smartphones, laptops, ακουστικά και προπληρωμένες κάρτες καυσίμων AVIN.

Το AVINation έρχεται να δώσει στους νέους οδηγούς περισσότερους λόγους να επιλέγουν AVIN, μετατρέποντας κάθε διαδρομή σε μια πιο rewarding εμπειρία.



Millennials: Πώς γίνεται να δείχνουμε 30, να νιώθουμε 60 και να έχουμε τραπεζικό λογαριασμό 15άχρονου;



Αν γεννήθηκες κάπου ανάμεσα στο 1981 και το 1996, συγχαρητήρια. Είσαι επίσημα μέλος της πιο παράξενης, μπερδεμένης και ταυτόχρονα συναρπαστικής γενιάς που πέρασε ποτέ από τον πλανήτη.

Είμαστε οι Millennials. Η γενιά που έζησε την αλλαγή της χιλιετίας, την άνοδο του ίντερνέτ, την πτώση των Δίδυμων Πύργων, τρεις οικονομικές κρίσεις, Covid και την απόλυτη ψηφιακή μετάλλαξη του εγκεφάλου μας.

Στα χαρτιά, έπρεπε να είμαστε οι κυρίαρχοι. Στην πράξη; Είμαστε μια στρατιά ανθρώπων που κοιτάζουν το ρολόι τους για να δουν αν κοιμήθηκαν καλά, ενώ ταυτόχρονα προσπαθούν να καταλάβουν γιατί οι Gen Z-ers φοράνε τα παντελόνια των γονιών μας και μας λένε "cringe".

Το σπίτι με τον άσπρο φράχτη

Θυμάσαι τις ταινίες που βλέπαμε μικροί; Ο ήρωας ήταν 25 χρονών, δούλευε σε ένα περιοδικό και είχε ένα τεράστιο διαμέρισμα στο Μανχάταν. Εμείς στα 25 μέναμε ακόμα με τρεις συγκατοίκους και μαλώναμε για το ποιος δεν έπλυνε το ταιψί.

Σήμερα, το όνειρο της ιδιοκτησίας έχει υποστεί έναν τραγικό υποβιβασμό. Πρώτα ελπίζαμε σε σπίτι. Μετά σε διαμέρισμα. Μετά σε ένα Tiny House (που μεταξύ μας, είναι απλώς ένα ακριβό κοντέινερ). Τώρα; Το απόλυτο success story για έναν Millennial είναι να αγοράσει ένα οικόπεδο κάπου σε ένα ξεχασμένο χωριό και να ελπίζει ότι θα βρει τρεχούμενο νερό πριν ξεσπάσει ο επόμενος



παγκόσμιος πόλεμος. Η ενοικίαση από «μεταβατικό στάδιο» έγινε «ισόβια κάθειρξη», με σπιτονοικοκύρηδες που νομίζουν ότι μας νοικιάζουν το Παλάτι των Βερσαλλιών ενώ το ταβάνι στάζει.

Η παγίδα του «Πολίτη του Κόσμου»

Μας μεγάλωσαν με το ευαγγέλιο του "Get Out There". Μας είπαν ότι τα σύνορα είναι γραμμές στον χάρτη. Sky is the limit και άλλα τέτοια... Μάθαμε Αγγλικά, Γαλλικά, Γερμανικά, κάναμε Erasmus, πήραμε πτήσεις των 20 ευρώ για Βερολίνο και νομίζαμε ότι η Μπαρτσελόνα είναι η γειτονιά μας.

Και μετά ήρθε η πραγματικότητα. Πολλοί από εμάς όντως φύγαμε. Χτίσαμε καριέρες στο Λονδίνο, το Άμστερνταμ ή το Ντουμπάι. Παντρευτήκαμε ανθρώπους που μιλάνε άλλη γλώσσα.

Και το αστείο; Οι ίδιοι γονείς που μας έσπρωχναν να «δούμε τον κόσμο», τώρα μας παίρνουν τηλεφώνω και ρωτάνε: «Πότε θα γυρίσεις πίσω;». Σαν να είμαστε σε παρατεταμένες διακοπές και όχι σε μια προσπάθεια να επιβιώσουμε σε έναν κόσμο που εμείς πήραμε στα σοβαρά...

Hot, αλλά... Vintage

Υπάρχει μια περίεργη κατάσταση με την εμφάνισή μας. Χάρη στα skin care routines και το γεγονός ότι κόψαμε το κάπνισμα (ή το γυρίσαμε στο ηλεκτρονικό), πολλοί Millennials δείχνουμε «manageable». Οι νεότεροι σοκάρονται όταν μαθαίνουν την ηλικία μας. «Τι; Είσαι 45; Νόμιζα είσαι 36!».

Είναι αυτή η υπερδεμένη ζώνη. Δεν είσαι νέος, αλλά δεν είσαι και γέρος. Είσαι σε εκείνη τη φάση που οι 20άρες σε βρίσκουν "hot" με έναν τρόπο που σε κάνει να θέλεις να τους πεις: «Παιδί μου, πονάει η μέση μου και χθες διάβαζα τρεις ώρες για την πτώση της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας, τρέξε να σωθείς».

Τα χόμπι μας είναι απλώς «Συστήματα Διαχείρισης Άγχους»

Οι γονείς μας είχαν χόμπι. Έπλεκαν, μάζευαν γραμματόσημα, έπαιζαν μπάσκετ. Εμείς δεν έχουμε χόμπι· έχουμε «πρωτόκολλα». Δεν πάμε βόλτα στο πάρκο. «Κάνουμε τα βήματά μας». Δεν διαβάζουμε ένα βιβλίο στην παραλία. Ακούμε ένα audiobook για το "Atomic Habits" ενώ κάνουμε multitasking. Δεν πάμε στο γυμναστήριο για να εκτονω-



θούμε, αλλά για να σταματήσουμε το "health anxiety" που μας προκάλεσε το smartwatch μας επειδή οι παλμοί μας ανέβηκαν όταν είδαμε τον λογαριασμό του ρεύματος. Ακόμα και η χαλάρωση μας προκαλεί ενοχές. Αν δεν είναι «παραγωγική», δεν μετράει.

Ο παράδοξος τίτλος του «Τεμπέλη»

Αυτό είναι το πιο εξοργιστικό. Είμαστε η πιο μορφωμένη και πιο ευέλικτη γενιά στην ιστορία. Γίναμε «τζελί». Αλλάξαμε καριέρες, κάναμε "rebranding", μάθαμε AI πριν καν καταλάβουμε τι σημαίνει, δουλέψαμε ως freelancers, ως teachers, ως Uber drivers, ως "content creators".

Και παρ' όλα αυτά, το σύστημα μας κοιτάζει και λέει: «Γιατί δεν έχεις σπίτι στα 40 σου; Ο πατέρας σου στην ηλικία σου είχε τρία παιδιά και ένα εξοχικό». Ναι, ο πατέρας μου αγόραζε οικόπεδα με το δώρο του Πάσχα. Εμείς αγοράζουμε έναν καφέ με γάλα βρώμης και νιώθουμε ότι κάναμε οικονομική υπέρβαση.

Το "Side Hustle" ή αλλιώς «Δεύτερη Δουλειά με Glitter»

Δεν υπάρχει Millennial που να μην έχει κάτι «στα σκαριά». Ένα κανάλι στο YouTube, ένα e-shop με χειροποίητα κεριά, ένα TikTok που ελπίζει να γίνει viral.

Το «παθητικό εισόδημα» έχει γίνει το Άγιο Δισκοπότηρο μας. Στην πραγματικότητα, είναι μια απελπισμένη προσπάθεια να νιώσουμε ασφαλείς σε μια οικονομία που μας θέλει αναλώσιμους. Δεν έχουμε χόμπι, έχουμε «ιδέες προς αξιοποίηση».

Μιλάμε άπταιστα "LinkedIn"

Μπορούμε να γράψουμε ένα email που να ακούγεται σαν να είμαστε οι CEOs της Google, ακόμα κι αν το γράφουμε από το κρεβάτι μας φορώντας πιτζάμες. Ξέρουμε όλες τις λέξεις: synergy, deep dive, touching base, pivot. Είναι η ψηφιακή μας πανοπλία. Το αστείο είναι ότι αν μας ζητήσεις να φτιάξουμε έναν εκτυπωτή που κόλλησε, θα τον κοιτάζουμε σαν να είναι εξωγήινο τεχνούργημα. Είμαστε η γενιά του software, όχι του hardware.

Ο «Επιθεωρητής» του Νευρικού Συστήματος

Κάθε μέρα κι ένα νέο σύμπτωμα. Ένα τσιμπηματάκι στο στήθος; «Καρδιά». Ένα μούδιασμα στο δάχτυλο; «Εγκεφαλικό». Ένας σπασμός στο μάτι; «Στρες (προφανώς)». Το ChatGPT έχει γίνει ο προσωπικός μας γιατρός. — «ChatGPT, γιατί τρέμει το χέρι μου;» — «Πέτρο, έχεις carpal tunnel από το πολύ scrolling και ίσως ήπιες



τέταρτο καφέ. Χαλάρωσε». Είμαστε μια γενιά που ξέρει υπερβολικά πολλές πληροφορίες για το πώς λειτουργεί το σώμα της και αυτό μας τρελαίνει.

Η ζωή ως ντοκιμαντέρ

Δεν μπορούμε απλώς να ζήσουμε μια στιγμή. Πρέπει να την «αφηγηθούμε». Στο κεφάλι μας υπάρχει πάντα μια φωνή που περιγράφει τι κάνουμε: «Εδώ βλέπουμε τον Millennial να προσπαθεί να κάνει διαλογισμό, ενώ στην πραγματικότητα σκέφτεται αν έκλεισε τον θερμοσίφωνα και πόσα ένσημα του λείπουν για τη σύνταξη που δεν θα πάρει ποτέ». Ζούμε τη ζωή μας μέσα από το πρίσμα του πώς θα φαινόταν αν την κάναμε ταινία.

Η Υποκρισία του "Woke"

Είναι η σκληρή αλήθεια του τέλους. Έχουμε φίλους που μιλάνε για «αποικιοκρατία», «δικαιώματα» και «ηθική κατανάλωση», αλλά την ίδια στιγμή αγοράζουν μετοχές σε εταιρείες που καταστρέφουν τον πλανήτη ή επενδύουν σε διαμερίσματα στο Ντουμπάι γιατί «είναι καλή ευκαιρία». Είμαστε η γενιά των αντιφάσεων. Θέλουμε να σώσουμε τον κόσμο, αλλά θέλουμε και να

έχουμε ένα "aesthetic" σαλόνι με φυτά που θα πεθάνουν σε δύο εβδομάδες.

Είμαστε Losers;

Αν «loser» σημαίνει ότι δεν ακολουθήσαμε την πεπατημένη των γονιών μας, τότε ίσως. Αλλά η αλήθεια είναι άλλη. Είμαστε η πιο ανθεκτική γενιά. Είμαστε αυτοί που έμαθαν να γελούν με τη δυστυχία τους, να κάνουν memes την κατάθλιψή τους και να βρίσκουν ομορφιά σε ένα «παγωμένο μπλε» ρολόι των 180 ευρώ.

Δεν είμαστε losers. Είμαστε απλώς οι πρώτοι που συνειδητοποίησαν ότι το «σύστημα» ήταν μια φάρσα. Και το γεγονός ότι ακόμα προσπαθούμε, ακόμα σχεδιάζουμε, ακόμα «πολεμάμε» με το ChatGPT και ακόμα ελπίζουμε σε εκείνο το οικόπεδο με το νερό, μας κάνει τους πιο σκληροτράχηλους επιζώντες.

Tip of the Day: Την επόμενη φορά που θα νιώσεις άγχος επειδή δεν έχεις καταφέρει όσα «έπρεπε», κλείσε το κινητό. Βγες έξω. Μην μετρήσεις τα βήματα. Μην βγάλεις φωτογραφία. Απλώς ζήσε. Είναι το μόνο πράγμα που δεν μπορεί να μεταποιηθεί.

Η ΒΙΚΟΣ COLA φέρνει το street food στην καρδιά της HORECA



περίπτερο στο Hall 1, φιλοξενώντας τρία αγαπημένα street food στέκια: «Μπαρμπαλιάς», «Just Burgers» και «Η Βρωμιάρα». Μαζί, υπέγραψαν αυθεντικά food & drink pairings, αναδεικνύοντας τη δυναμική της σωστής συνοδείας. Το street food σερβίριστηκε όπως του αξίζει: ζεστό, ανεπιτήδευτο και πάντα με μια παγωμένη ΒΙΚΟΣ COLA στο χέρι.

Στη σύγχρονη εστίαση, όπου η εμπειρία είναι εξίσου σημαντική με τη γεύση, η ΒΙΚΟΣ COLA λειτουργεί ως signature στοιχείο που «κουμπώνει» φυσικά με την urban αισθητική. Δεν φωνάζει για να ξεχωρίσει· μένει γιατί ταιριάζει. Γιατί ολοκληρώνει τη στιγμή.

Στη HORECA, τον χώρο όπου γεννιούνται τα trends της εστίασης, η ΒΙΚΟΣ COLA συστήθηκε στους επαγγελματίες ως μια πρόταση με καθαρό positioning, αυθεντικό χαρακτήρα και ξεκάθαρη urban ενέργεια.

Γιατί η δίψα για ΒΙΚΟΣ COLA δεν είναι απλώς προτίμηση. Είναι επιλογή. Είναι στάση. Είναι εμπειρία που θέλεις να ξαναζήσεις.

Η γεύση σήμερα δεν είναι λεπτομέρεια. Είναι δήλωση. Είναι στάση ζωής. Και η ΒΙΚΟΣ COLA κάνει δυναμική είσοδο στον κόσμο του street food, εκεί όπου η αυθεντικότητα συναντά την urban κουλτούρα και η έξοδος μετατρέπεται σε εμπειρία.

Σε μια εποχή που το φαγητό δεν είναι απλώς κατανάλωση αλλά τρόπος σύνδεσης, το street food εκφράζει το «με ποιους είσαι» και το «πώς το ζεις». Η ΒΙΚΟΣ COLA έρχεται να γίνει μέρος αυτής της στιγμής: όταν μοιράζεσαι μια μπουκιά, όταν λες «δοκίμασε κι αυτό», όταν μια απλή βραδινή έξοδος αποκτά χαρακτήρα.

Αυτό το vibe ζωντάνεψε στη φετινή HORECA, όπου η ΒΙΚΟΣ COLA δημιούργησε ένα ξεχωριστό

Η Lidl Ελλάς απορροφά τον ΦΠΑ στηρίζοντας έμπρακτα το Σαρακοστιανό τραπέζι

Με το βλέμμα στραμμένο στον καταναλωτή, η Lidl Ελλάς ενισχύει έμπρακτα το σαρακοστιανό τραπέζι, προχωρώντας στην πλήρη απορρόφηση του ΦΠΑ (-13%) σε επιλεγμένα κατεψυγμένα λαχανικά και ρύζια. Η πρωτοβουλία αυτή εντάσσεται στη σταθερή στρατηγική της εταιρείας για παροχή της βέλτιστης σχέσης ποιότητας-τιμής, ιδιαίτερα σε περιόδους αυξημένων αναγκών για τα ελληνικά νοικοκυριά.

Η Σαρακοστή αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της ελληνικής παράδοσης, συνδεδεμένη με νηστίσιμες, φυτικές επιλογές υψηλής διατροφικής αξίας. Σε ένα περιβάλλον όπου οι οικονομικές πιέσεις παραμένουν, η Lidl Ελλάς επιλέγει να μετατρέψει τη δέσμευσή της σε πράξη, διευκολύνοντας την πρόσβαση σε βασικά αγαθά χωρίς την επιβάρυνση του φόρου. Μέσα από 360° καμπάνια επικοινωνίας, αναδεικνύει τη σημασία της ουσιαστικής στήριξης και όχι απλώς των πρόσκαιρων προσφορών.

Ο Martin Brandenburger, CEO & Πρόεδρος Διοίκησης της Lidl Ελλάς, δήλωσε: «Η δέσμευσή μας προς το ελληνικό νοικοκυριό είναι αδιαπραγμάτευτη. Με την απορρόφηση του ΦΠΑ σε βασικές κατηγορίες προϊόντων, κάνουμε την ποιότητα και την παράδοση πιο προσιτές από ποτέ».

Η αναγνώριση της Lidl Ελλάς με το Best Buy Award 2025/2026 από τον διεθνή οργανισμό ICERTIAS επιβεβαιώνει τη σταθερή προσήλωσή της στην αξία και την ποιότητα. Με επίκεντρο τον άνθρωπο, η εταιρεία συνεχίζει να προσφέρει λύσεις που κάνουν τη διαφορά στην καθημερινότητα κάθε ελληνικής οικογένειας.



«Μια Καθαρά Δευτέρα κι έναν καιρό» από τον Μακεδονικό Χαλβά

Φέτος, ο Μακεδονικός Χαλβάς υποδέχεται την Καθαρά Δευτέρα με ένα παραμύθι γεμάτο συναίσθημα και ουσία, και ταυτόχρονα στηρίζει τον Φάρο Τυφλών της Ελλάδος, ενισχύοντας έμπρακτα την ισότιμη πρόσβαση των παιδιών με οπτική αναπηρία στη γνώση και στη φαντασία.

Για περισσότερο από έναν αιώνα, ο Μακεδονικός Χαλβάς αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι του σαρακοστιανού τραπέζιού, συνδέοντας γενιές μέσα από γεύσεις και παραδόσεις. Με αφορμή τη φετινή γιορτή, δημιούργησε το παραμύθι «Μια Καθαρά Δευτέρα κι έναν καιρό», μια ιστορία που μας θυμίζει πως οι πιο όμορφες στιγμές γεννιούνται όταν τις μοιραζόμαστε.

Σε ένα μικρό χωριό, ο μικρός Οδυσσέας και η παρέα του ετοιμάζονται με ενθουσιασμό να πετάξουν τον χαρταετό τους. Όταν όμως ο χαρταετός μπλέκεται στην καρυδιά ενός αυστηρού γείτονα, όλα μοιάζουν να χάνονται. Μια απρόσμενη πράξη καλοσύνης, ωστόσο, φέρνει μικρούς και μεγάλους πιο κοντά, αποκαλύπτοντας πως πίσω από κάθε απόσταση μπορεί να κρύβεται μια ιστορία που αξίζει να ειπωθεί.



Στο site katharadeftera.gr, οι επισκέπτες μπορούν να διαβάσουν το παραμύθι, να βρουν οδηγίες για την κατασκευή χαρταετού, χρήσιμες συμβουλές για να τον πετάξουν όσο πιο ψηλά γίνεται, αλλά και να συμμετάσχουν σε διαγωνισμό με δώρο αγαπημένα προϊόντα.



Από αριστερά προς τα δεξιά απεικονίζονται τα στελέχη της Αφοί Χαϊτογλου ΑΒΕΕ: Μανώλης Παυλίδης, Εμπορικός Διευθυντής, Λήδα Παπάζογλου- Βατσάκη, Marketing Manager, Νίκος Χαϊτογλου, Διευθύνων Σύμβουλος

Παράλληλα, ο Μακεδονικός Χαλβάς υλοποιεί μια ουσιαστική δράση κοινωνικής προσφοράς, καλύπτοντας τα έξοδα παραγωγής παιδικών ηχητικών βιβλίων και βιβλίων παιδικής λογοτεχνίας σε γραφή Braille για τον Φάρο Τυφλών της Ελλάδος. Μέσα από αυτή την πρωτοβουλία, στηρίζει έμπρακτα την πρόσβαση των παιδιών με οπτική αναπηρία στον κόσμο των ιστοριών και της μάθησης. Γιατί κάθε παιδί αξίζει να ακούσει, να διαβάσει και να ονειρευτεί τη δική του ιστορία.

Η καμπάνια «Μια Καθαρά Δευτέρα κι έναν καιρό» αναδεικνύει τη ζεστασιά της ημέρας, τη δύναμη της παρέας και τη χαρά του να είμαστε όλοι μαζί. Για περισσότερες πληροφορίες και συμμετοχή στον διαγωνισμό, επισκεφθείτε το katharadeftera.gr.



Γιορτάστε την Καθαρά Δευτέρα στο St George Lycabettus με αυθεντικές γεύσεις και πανοραμική θέα

Η Καθαρά Δευτέρα (23/02) αποκτά φέτος ξεχωριστό χαρακτήρα στο St George Lycabettus, που προσκαλεί τους επισκέπτες να «μετρήσουν τους χαρταετούς της πόλης» απολαμβάνοντας ένα σαρακοσιανό buffet με θέα που φτάνει έως τα νησιά του Σαρωνικού.

Ο βραβευμένος Executive Chef Στέφανος Παπανικολάου υπογράφει ένα πλούσιο νησιώσιμο buffet που ισορροπεί ανάμεσα στην ελληνική παράδοση και τη σύγχρονη γαστρονομική δημιουργία. Στο μενού ξεχωρίζουν η χειροποίητη λαγόνα, η σκορδαλιά γλυκοπατάτας, η χταποδοσαλάτα με πιπεριές Φλωρίνης, οι σουπιές με άγρια χόρτα, τα μύδια αχνιστά με λευκό κρασί και μαραθορίζα, το μηλοκόπι ψητό με βότανα, τα σκιουφιχτά Κρήτης με γαρίδες και φινόκιο, καθώς και οι γίγαντες με ντομάτα και μέλι.

Στα μπαλκόνια του La Suite Lounge και του Le Grand Balcon, η εμπειρία γίνεται κοσμοπολίτικη, με πανοραμική θέα από τον Λυκαβηττό έως τον Λόφο Φιλοπάππου και τον αττικό ουρανό γεμάτο χρώματα.

Για τους μικρούς επισκέπτες, παιδαγωγοί-animateurs οργανώνουν δημιουργικά εργαστήρια και κατασκευές χαρταετών, προσφέροντας μια γιορτινή εμπειρία για όλη την οικογένεια.

Καθαρά Δευτέρα Buffet: 13:00 – 17:00

Τιμή: 55€ κατ' άτομο | Παιδιά έως 12 ετών -50%

Κρατήσεις: [ΕΔΩ](#)

TALOS S LUX: Σχεδιασμένο για την πόλη & τη φύση



Το CYBEX TALOS S LUX συνδυάζει ανθεκτικότητα και ευελιξία, ανταποκρινόμενο τόσο στις απαιτήσεις της υπαίθρου όσο και στους ρυθμούς της πόλης. Ιδανικό για δραστήριες οικογένειες, διαθέτει all-year cross-over κάθισμα, κατάλληλο για κάθε εποχή και καιρική συνθήκη, προσφέροντας άνεση και ασφάλεια σε κάθε διαδρομή.

Ένα κέλυφος, δύο λειτουργίες

Το TALOS S LUX διαθέτει έξυπνα σχεδιασμένο κέλυφος που λειτουργεί ως μαλακό πορτ-μπεμπέ για νεογέννητα, όταν χρησιμοποιείται στην εργονομική, πλήρως επίπεδη θέση. Η XXL αντηλιακή κουκούλα UPF50+, με τμηματική αναδίπλωση, προσφέρει προστασία 360° από ήλιο, άνεμο και βροχή. Καθώς το παιδί μεγαλώνει, το κάθισμα προσαρμόζεται σε όρθια θέση, επιτρέποντας θέα προς τον γονέα ή προς τα εμπρός, με πλήρη στήριξη σώματος και ποδιών.

Απόλυτη άνεση σε κάθε έδαφος

Η off-road ανάρτηση στους μπροστινούς τροχούς και στο πίσω πλαίσιο απορροφά αποτελεσματικά τους κραδασμούς, εξασφαλίζοντας ομαλή κίνηση ακόμη και σε ανώμαλες επιφάνειες. Τα αδιάτρητα ελαστικά με λασπωτήρες ενισχύουν την προστασία, ενώ το σύστημα ζώνης one-pull επιτρέπει γρήγορη και ασφαλή προσαρμογή μέσα σε λίγα δευτερόλεπτα.

Έτοιμο για Travel System

Το TALOS S LUX υποστηρίζει travel system, καθώς μπορεί να συνδυαστεί με το COT S LUX ή με βρεφικό κάθισμα αυτοκινήτου CYBEX, προσφέροντας ευελιξία και άνεση από την πρώτη κιόλας ημέρα.

Για περισσότερες πληροφορίες, επισκεφθείτε το www.cybex-online.com.

Πόσα bid έστειλες σήμερα;

Η “Bird Theory” και η δύναμη των στιγμών που χτίζουν (ή φθείρουν) τις σχέσεις μας



Μπορεί να μην το καταλαβαίνουμε, όμως μέσα στην ημέρα στέλνουμε — και δεχόμαστε — δεκάδες μικρά «σήματα» σύνδεσης. Ένα «κοίτα αυτό», ένα μήνυμα με μια φωτογραφία, μια αυθόρμητη σκέψη που μοιραζόμαστε. Σύμφωνα με αυτό που έχει γίνει γνωστό ως “Bird Theory”, αυτές οι μικρές στιγμές δεν είναι ασήμαντες. Είναι τα δομικά στοιχεία της συναισθηματικής μας εγγύτητας.

Ο όρος bid περιγράφει κάθε μικρή πρόσκληση για σύνδεση — μια φράση, μια ερώτηση, ένα βλέμμα ή ακόμη και ένα αστείο που ζητά ανταπόκριση. Είναι ο τρόπος με τον οποίο λέμε, έστω και έμμεσα: «Είσαι εδώ μαζί μου;»

Η ονομασία “Bird Theory” έγινε δημοφιλής στα social media μέσα από παραδείγματα καθημερινών στιγμών: κάποιος δείχνει ένα πουλί έξω από το παράθυρο ή στέλνει ένα βίντεο με κάτι που του τράβηξε την προσοχή. Σημασία δεν έχει μόνο αυτό που στέλνει αλλά —κυρίως— αν ο άλλος θα ανταποκριθεί.

Τι συμβαίνει όταν απαντάμε — και όταν δεν απαντάμε

Οι ειδικοί επισημαίνουν ότι οι σταθερές σχέσεις δεν βασίζονται μόνο στις μεγάλες συζητήσεις ή στις εντυπωσιακές κινήσεις, αλλά κυρίως στη συστηματική ανταπόκριση στα μικρά bid της καθημερινότητας.

Όταν κάποιος ανταποκρίνεται θετικά — με ενδιαφέρον, με ένα σχόλιο, με ένα χαμόγελο — ενισχύεται το αίσθημα ασφάλειας και συναισθηματικής εγγύτητας. Όταν όμως τα bid αγνοούνται συστηματικά, δημιουργείται σταδιακά απόσταση. Όχι απαραίτητα μέσα από συγκρούσεις, αλλά μέσα από μικρές, επαναλαμβανόμενες στιγμές αδιαφορίας.





Η ψυχολογική επίδραση

Σε ψυχολογικό επίπεδο, η ανταπόκριση σε ένα bid λειτουργεί επιβεβαιωτικά. Ο άνθρωπος νιώθει ότι ακούγεται, ότι τον προσέχουν, ότι έχει σημασία. Αυτή η αίσθηση μικρο-αναγνώρισης ενισχύει την αυτοεκτίμηση και μειώνει το αίσθημα μοναξιάς.

Αντίθετα, η συνεχής απουσία ανταπόκρισης μπορεί να οδηγήσει σε συναισθηματική απόσυρση. Το άτομο σταδιακά σταματά να «απλώνει το χέρι», μειώνει τις προσπάθειες σύνδεσης και προσαρμόζει τη συμπεριφορά του για να προστατευθεί.

Σχέσεις στην εποχή της διάσπασης προσοχής

Στην καθημερινότητα των συνεχών ειδοποιήσεων και της ταυτόχρονης χρήσης πολλών οθονών, τα bid αποκτούν ακόμη μεγαλύτερη βαρύτητα. Ένα βλέμμα που δεν σηκώνεται από το κινητό, μια απάντηση χωρίς προσοχή ή ένα «ναι, ναι» που λέμε αφηρημένα μπορούν να λειτουργήσουν ως σιωπηρή απόρριψη.

Αυτό δεν σημαίνει ότι πρέπει να ανταποκρινόμαστε τέλεια κάθε στιγμή. Σημαίνει όμως ότι η ποιότητα της προσοχής μας επηρεάζει άμεσα την ποιότητα των σχέσεών μας.

Η “Bird Theory” υπενθυμίζει ότι οι σχέσεις δεν χτίζονται μόνο στις κρίσιμες στιγμές, αλλά στη ρουτίνα. Στο πώς απαντάμε όταν κάποιος μας δείχνει κάτι που του έκανε εντύπωση. Στο αν σταματάμε για λίγα δευτερόλεπτα για να ακούσουμε πραγματικά.

Ένα bid μπορεί να είναι μια απλή πρόταση: «Να σου πω κάτι που έγινε σήμερα;»

Η ανταπόκριση μπορεί να είναι εξίσου απλή: «Πες μου.»



Το ερώτημα, λοιπόν, δεν είναι μόνο πόσα bid στέλνουμε. Είναι και πόσα αναγνωρίζουμε. Γιατί μέσα σε αυτές τις μικρές, σχεδόν αόρατες στιγμές κρύβεται η ουσία της συναισθηματικής σύνδεσης — και ίσως η ποιότητα των σχέσεών μας συνολικά.

Loud Budgeting 2.0: Η οικονομική ειλικρίνεια ως το νέο status symbol



Στον ψηφιακό κόσμο του Instagram και του TikTok, όπου για χρόνια κυριαρχούσε η επίδειξη πλούτου και η κουλτούρα του "luxury lifestyle", μια νέα τάση έρχεται να ανατρέψει τα πάντα: το Loud Budgeting 2.0. Αν το 2024 η ιδέα της «ηχηρής αποταμίευσης» ξεκίνησε ως ένα χιουμοριστικό trend, το 2026 έχει μετεξελιχθεί σε μια κυρίαρχη κοινωνική στάση, όπου η οικονομική ειλικρίνεια αντικαθιστά οριστικά την επίδειξη υπερκατανάλωσης.

Τι είναι το Loud Budgeting;

Ο όρος περιγράφει την απόφαση ενός ατόμου να δηλώνει δημόσια και χωρίς ενοχές ότι επιλέγει να μη δαπανήσει χρήματα, όχι επειδή δεν τα έχει απαραίτητα, αλλά επειδή έχει θέσει συγκεκριμένες οικονομικές προτεραιότητες. Στην έκδοση 2.0, η τάση αυτή ενισχύεται από την πίεση του παγκόσμιου πληθωρισμού, μετατρέποντας το «δεν το αγοράζω» από ένδειξη αδυναμίας σε δήλωση ισχύος και αυτοκυριαρχίας.

Η αποκαθήλωση του "Fake it till you make it"

Για δεκαετίες, η κοινωνική πίεση ωθούσε τους καταναλωτές –ειδικά τις νεότερες γενιές– να ξοδεύουν χρήματα που δεν διέθεταν, προκειμένου να διατηρήσουν μια εικόνα ευμάρειας. Το Loud Budgeting σπάει αυτόν τον φαύλο κύκλο. Σήμερα, θεωρείται περισσότερο "cool" και «ψαγμένο» το να μοιράζεσαι τις στρατηγικές αποταμίευσής σου ή να αρνείσαι μια ακριβή έξοδο επειδή «χτίζεις» το αποθεματικό σου, παρά το να εμφανίζεσαι με ακριβά brands που αποκτήθηκαν με δανεικά.

Γιατί η ειλικρίνεια έγινε τάση;

Κοινωνική αποενοχοποίηση: Η παραδοχή ότι «οι τιμές είναι υπερβολικές» ή «προτιμώ να αποταμιεύσω» λειτουργεί λυτρωτικά για την κοινότητα. Όταν κάποιος μιλάει ανοιχτά για το budget του, δίνει την άδεια και στους γύρω του να κάνουν το ίδιο.

Αντίσταση στο Marketing: Το Loud Budgeting είναι η απάντηση των χρηστών στην καταιγίδα διαφημίσεων και των influencers που προωθούν το "fast fashion" και την άσκοπη κατανάλωση.

Έλεγχος και Ψυχική Υγεία: Η οικονομική πίεση είναι ένας από τους κύριους παράγοντες άγχους. Η υιοθέτηση αυτής της τάσης μειώνει το αίσθημα της «κοινωνικής κατωτερότητας» και ενισχύει την ψυχική ανθεκτικότητα.

Η νέα πραγματικότητα

Η οικονομική ειλικρίνεια δεν αφορά πλέον μόνο το περιεχόμενο των social media, αλλά επηρεάζει τον τρόπο που σχεδιάζονται οι κοινωνικές συναναστροφές. Τα brunch των 40 ευρώ αντικαθίστανται από συναντήσεις σε σπίτια ή δραστηριότητες χωρίς κόστος, χωρίς το στίγμα της «τσιγγουνιάς».

Το Loud Budgeting 2.0 αποδεικνύει ότι σε έναν κόσμο που γίνεται όλο και πιο ακριβός, η μεγαλύτερη πολυτέλεια είναι η ελευθερία να λες «όχι» χωρίς να απολογείσαι. Η επίδειξη πλούτου υποχωρεί μπροστά στη γοητεία της οικονομικής ανεξαρτησίας, και η ειλικρίνεια γίνεται, επιτέλους, το πιο hot trend της εποχής.

Astir February Fair

Φλεβάρης στον Αστέρα | 12 – 23 Φεβρουαρίου



Η Astir Marina Βουλιαγμένης υποδέχεται τον Φεβρουάριο με μια γιορτή 12 ημερών που συνδυάζει shopping, γεύσεις, μουσική και μοναδικές εμπειρίες δίπλα στη θάλασσα. Το Astir February Fair μεταμορφώνει τη Μαρίνα σε έναν ζωντανό προορισμό για όλες τις ηλικίες, εμπνευσμένο από τις γιορτές του μήνα – από τον Άγιο Βαλεντίνο έως την Αποκριά και την Καθαρά Δευτέρα.

Δώρα & Shopping

Επιλεγμένα ελληνικά brands δίνουν τον παλμό μέσα από pop-up shops με ιδιαίτερες προτάσεις:

- 5226 Kids X Alexandra Nika παρουσιάζουν νέα συλλογή ρούχων ύπνου και hoodies με playful αισθητική.
- Alos Eyewear φέρνει συλλογές luxury οπτικών οίκων με διαχρονικό στυλ.
- ÈRE Athens προτείνει curated design αντικείμενα.
- Nonna Lietta συστήνει πλεκτές δημιουργίες από γνήσιο ελληνικό μαλλί, με ιταλική έμπνευση.
- The Secret Garden προσφέρει φρέσκα εποχικά λουλούδια.
- Tricks & Treats παρουσιάζει δημιουργικά παιχνίδια και ευφάνταστες προτάσεις δώρων.

Γεύσεις δίπλα στη θάλασσα

Το γαστρονομικό σκηνικό εμπλουτίζεται με ξεχωριστά pop-ups και μόνιμες παρουσίες:

- Beef Bar (12 – 15/2) φέρνει premium street food επιλογές από το signature menu του.

- Taverna 37 (20 – 23/2) κατεβαίνει από το Four Seasons στη Μαρίνα, με ελληνικές γεύσεις και νησιώτικες προτάσεις για την Καθαρά Δευτέρα.
- Kayak προσφέρει 17 signature γεύσεις παγωτού.
- Cona δημιουργεί ένα ιταλικής έμπνευσης menu με ρομαντικές πινελιές για τον Άγιο Βαλεντίνο.
- Bagatelle Athens παρουσιάζει Valentine's menu και το αποκριάτικο Masquerade Party (20/2).

Κάθε Σαββατοκύριακο, cocktail selections συμπληρώνουν την εμπειρία.

Experiences & Δράσεις

Σε συνεργασία με το Ελληνικό Μουσείο Αυτοκινήτου, εκτίθενται 10 εμβληματικά κλασικά αυτοκίνητα, προσφέροντας ένα ταξίδι στην ιστορία της αυτοκίνησης.

Την Κυριακή 22 Φεβρουαρίου, η γιορτή κορυφώνεται με συναυλία των The Burger Project (13.00), εργαστήριο κατασκευής αποκριάτικης μάσκας και face painting (12.00 – 16.00).

Πρακτικές Πληροφορίες

Διάρκεια: 12 – 23 Φεβρουαρίου

Τοποθεσία: Astir Μαρίνα Βουλιαγμένης, Απόλλωνος 77

Ώρες λειτουργίας:

12 – 13/2 & 16 – 20/2: 16.00 – 20.00

14 – 15/2 & 21 – 23/2: 12.00 – 20.00

Ο Φεβρουάριος στον Αστέρα γίνεται μια ολοκληρωμένη εμπειρία που συνδυάζει θάλασσα, γαστρονομία, δημιουργικότητα και διασκέδαση.



Panos Valassakis in his studio, Athens.

Αναπλάθοντας την παράδοση: Ο Πάνος Βαλσαμάκης και η γέννηση της σύγχρονης ελληνικής κεραμικής

Το Εθνικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης (ΕΜΣΤ) παρουσιάζει μεγάλη αναδρομική έκθεση αφιερωμένη στον Πάνος Βαλσαμάκης (1900–1986), πρωτοπόρο κεραμίστα που καθόρισε τη νεότερη ελληνική κεραμική. Σαραντά χρόνια μετά τον θάνατό του και σχεδόν ισάριθμα από την τελευταία του μεγάλη παρουσίαση, το ΕΜΣΤ επανεξετάζει το έργο του μέσα από τη σύγχρονη ματιά.

Γεννημένος στο Αϊβαλί της Μικράς Ασίας και πρόσφυγας μετά το 1922, ο Βαλσαμάκης σπούδασε στη Μασσαλία και συνέδεσε δημιουργικά την ελληνική λαϊκή εικονογραφία με τις αρχές του μοντερνισμού και της αφαίρεσης. Από τη θητεία του στα εργαστήρια Κεραμεικός και ΑΚΕΛ έως το ατελιέ του στο Μαρούσι, διαμόρφωσε ένα ιδίωμα με γεωμετρικές φόρμες, ρυθμό και καθαρότητα, αναδεικνύοντας την κεραμική από χειροτεχνία σε αυτόνομη εικαστική πρακτική.

Η έκθεση, σε επιμέλεια των Κατερίνας Γρέγου και Άννας Μυκονιάτη, σηματοδοτεί την έναρξη ενός νέου κύκλου αφιερωμένου στον κοσμοπολιτισμό της μικρασιατικής διασποράς. Το έργο του Βαλσαμάκη, όπως τονίζει η οικογένειά του, παραμένει ζωντανό: μια γέφυρα ανάμεσα στην πολιτισμική μνήμη και τη νεωτερικότητα, ένα διαχρονικό σημείο αναφοράς για τις νεότερες γενιές καλλιτεχνών.

4 Ιουνίου 2026 – 31 Ιανουαρίου 2027 | Όροφος 4

1984 του George Orwell



Το εμβληματικό έργο «1984» του George Orwell ανεβαίνει στο θέατρο Μικρό Γκλόρια, σε σκηνοθεσία Θάνου Νίκα, για περιορισμένο αριθμό παραστάσεων, από την Τετάρτη 4 Μαρτίου, κάθε Τετάρτη και Πέμπτη στις 21:00.

Μια παράσταση για τη γλώσσα, τη μνήμη και τον μηχανισμό της υπακοής. Τι συμβαίνει όταν η γλώσσα δεν περιγράφει πια την πραγματικότητα αλλά τη διαμορφώνει; Όταν οι λέξεις επιβάλλονται ως «οι σωστές» και μαζί τους μετατοπίζονται οι έννοιες, η σκέψη και τελικά η ίδια η ευθύνη;

Στο δυστοπικό σύμπαν του Όργουελ, ο Μεγάλος Αδερφός παρακολουθεί τα πάντα. Η σκέψη είναι έγκλημα. Ο έρωτας είναι έγκλημα. Η γνώση είναι έγκλημα. Σε έναν κόσμο διαρκούς επιτήρησης, η ελευθερία μοιάζει αυταπάτη και η αντίσταση εσωτερική, σχεδόν αδύνατη. Η παράσταση προσεγγίζει το έργο ως μια σύγχρονη προειδοποίηση για την εξάρτηση από τα κοινωνικά δίκτυα και τους μηχανισμούς ελέγχου που διαμορφώνουν συνειδήσεις.

Ερμηνεύουν οι Βύρων Αναγνωστόπουλος, Δημήτρης Δάγκαλης, Αιμιλία Γιακουμοπούλου, Άννα Μαρία Κόκκινου και Θάνος Νίκας. Η παραγωγή πραγματοποιείται από την Protasis Performative Productions – P3 σε συνεργασία με την Ars Moriendi Theatre Group.

Σκηνοθεσία: Θάνος Νίκας | Θέατρο Μικρό Γκλόρια
Διάρκεια: 90 λεπτά (χωρίς διάλειμμα).

quote of the day

ΕΙΜΑΣΤΕ Η ΠΡΩΤΗ ΓΕΝΙΑ ΠΟΥ ΕΧΕΙ
"AESTHETIC" ΣΠΙΤΙ ΣΤΟ PINTEREST,
ΑΛΛΑ ΖΕΙ ΜΕ ΤΟ ΑΓΧΟΣ ΑΝ ΘΑ ΤΗΣ
ΕΠΙΣΤΡΑΦΕΙ Η ΕΓΓΥΗΣΗ ΤΟΥ ΕΝΟΙΚΙΟΥ.

Σήμερα
γιορτάζουν!
Αγαπητός, Δέων,
Λεοντόκαρδος

18 Φεβρουαρίου

- › Cow Milked While Flying in an Airplane Day
- › National Battery Day
- › National Crab Stuffed Flounder Day
- › Thumb Appreciation Day
- › Pluto Day
- › National Drink Wine Day