

# EQUALL

equall.gr



## Νέοι κύκλοι δράσεων EQUALL

Για μια Κοινωνία  
Ισότιμων Ανθρώπων

Στην Πειραιώς συνεχίζουμε να στηρίζουμε την ενίσχυση των γυναικών και την άμβλυση των έμφυλων στερεοτύπων μέσα από τις δράσεις:

- **Women Founders and Makers**
- **Women Back to Work**
- **Women in Agriculture**
- **Profession has no Gender**

Δηλώστε συμμετοχή στις δράσεις μας έως και τις **26 Μαρτίου** και μάθετε περισσότερα στο [www.equall.gr](http://www.equall.gr)

 Piraeus

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



**TRUMP VS. UFO:  
Η ΑΛΗΘΕΙΑ ΒΡΙΣΚΕΤΑΙ ΕΚΕΙ ΕΞΩ...**



# BabyCare

## 99% Water wipes

No1  
ΜΑΡΚΑ\*  
ΣΤΑ ΜΩΡΟΜΑΝΤΗΛΑ



Ένα μωρομάντηλο όσο πιο κοντά στο νερό... Εμπλουτισμένο με εκχύλισμα οργανικού χαμομηλιού, καθαρίζει απαλά, ενώ φροντίζει, χωρίς να ερεθίζει. Περιποιείται φυσικά το βρεφικό δερματάκι. Ιδιαίτερα κατάλληλο για μωρά 0-6 μηνών.

Σχεδιασμένο με βάση το σύστημα αγνής φροντίδας "Pure Care System" και το ειδικό σύστημα Water Purification Monitoring System.

Με τη σύσταση των ειδικών



Συνιστώνται από τον  
Σύλλογο Επιστημόνων  
Μαιών - Μαιευτών Αθήνας



Συνιστώνται από την Ελληνική  
Εταιρεία Παιδιατρικής  
Δερματολογίας

Νέο



BabyCare 99% water.  
Ό,τι πιο κοντά στο νερό.

\*Βάσει στοιχείων NielsenIQ: Baby wipes, Total Greece, 2014-YTD 2026 ending 25.01.26.

ΜΕΓΑ  
Ελληνική  
καινοτομία

# Good morning SayYessers!



## Φτιάξε καφέ να στα πω...



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

Σκέψου το λίγο: Κάθε πρωί που ξυπνάς, σου δίνεται ένα «δάνειο» 24 ωρών. Δεν μπορείς να το αποθηκεύσεις στην τράπεζα, ούτε να το μεταφέρεις στο αύριο.

Το μόνο που μπορείς να κάνεις είναι να το ανταλλάξεις. Η δουλειά σου, οι συναντήσεις σου, ακόμα και οι σκέψεις σου, είναι το αντίτιμο που δίνεις.

Συχνά λέμε «έχω μια δύσκολη μέρα», αλλά σπάνια λέμε «δίνω μια μέρα από τη ζωή μου για αυτό το έργο». Αν το βλέπαμε έτσι, θα ήμασταν πολύ πιο επιλεκτικοί. Θα λέγαμε πιο εύκολα «όχι» σε τοξικές συναντήσεις και «ναι» σε ό,τι πραγματικά μας εξελίσσει.

Σήμερα λοιπόν, πριν βυθιστείς στις υποχρεώσεις, κοίταξε το πρόγραμμά σου και αναρωτήσου: «Αυτό που πρόκειται να κάνω σε λίγο, αξίζει 24 ώρες από την ύπαρξή μου;».

Αν η απάντηση είναι ναι, τότε δώσε τον καλύτερο εαυτό σου. Αν είναι όχι, βρες τον τρόπο να αλλάξεις τους όρους της συναλλαγής.

**Tip of the Day:** Κάνε έναν έλεγχο στον χρόνο σου. Για μία μόνο μέρα, σημείωσε πού πηγαίνει κάθε ώρα σου. Στο τέλος, δες τι πήρες ως αντάλλαγμα.

Αν το κέρδος ήταν μόνο κούραση, αύριο δοκίμασε να επενδύσεις έστω και μία ώρα σε κάτι που σε κάνει να νιώθεις ότι η μέρα σου «έπιασε τόπο».

Αυτό που κάνεις σήμερα είναι σημαντικό επειδή το ανταλλάσσεις με μία μέρα από τη ζωή σου, να το θυμάσαι!

Claire Styliara  
Chief of SayYessers



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

## Άμεση στήριξη στην Αίγινα από το ArrénA

Η Αίγινα δοκιμάζεται εκ νέου, καθώς από τον Δεκέμβριο αντιμετωπίζει σοβαρό πρόβλημα υδροδότησης με πόσιμο νερό, λόγω αιφνίδιας βλάβης στον υποθαλάσσιο αγωγό ύδρευσης. Το νησί έχει κηρυχθεί σε κατάσταση έκτακτης ανάγκης, δημιουργώντας αυξημένες ανάγκες για άμεση στήριξη των κατοίκων.

Η Νερά Πηγών Γράμμου ΑΕ ανταποκρίθηκε άμεσα στην κρίσιμη κατάσταση, παρέχοντας Φυσικό Μεταλλικό Νερό ArrénA για την κάλυψη των βασικών αναγκών των πολιτών. Παράλληλα, η εταιρεία βρίσκεται σε διαρκή επικοινωνία με τον Δήμαρχο Αίγινας, με στόχο τη συντονισμένη υποστήριξη της τοπικής κοινωνίας μέχρι την πλήρη αποκατάσταση του προβλήματος.

Η πρωτοβουλία εντάσσεται στο πλαίσιο της σταθερής δέσμευσης της εταιρείας να στέκεται έμπρακτα δίπλα στις τοπικές κοινωνίες, προσφέροντας άμεση βοήθεια όπου και όταν προκύπτει ανάγκη. Μέσα από υπεύθυνες δράσεις και άμεση κινητοποίηση, συμβάλλει ενεργά στην αντιμετώπιση έκτακτων καταστάσεων, ενισχύοντας το αίσθημα αλληλεγγύης και κοινωνικής ευθύνης.



## Press Room

## Η Wolt επεκτείνεται πέρα από το delivery με το Wolt Out

**Wolt Out**  
Wolt προσφορές,  
ακόμα και στα  
καταστήματα.



Η Wolt κάνει το επόμενο στρατηγικό της βήμα παρουσιάζοντας το Wolt Out, μια νέα λειτουργία που φέρνει αποκλειστικές dine-in προσφορές και επιβράβευση σε φυσικά καταστήματα. Η υπηρεσία ξεκινά πιλοτικά σε επιλεγμένες περιοχές της Θεσσαλονίκης, με στόχο την ενίσχυση της τοπικής εστίασης και της φυσικής εμπειρίας κατανάλωσης.

Το Wolt Out επιτρέπει στους χρήστες να ανακαλύπτουν, να αποθηκεύουν και να εξαργυρώνουν προσφορές απευθείας στο κατάστημα. Μέσα από τον χάρτη της εφαρμογής,

εντοπίζουν τα διαθέσιμα σημεία, επιλέγουν την προσφορά που τους ενδιαφέρει και, κατά την επίσκεψή τους, σαρώνουν το ειδικό QR code Wolt Out για άμεση εξαργύρωση. Με την ολοκλήρωση της διαδικασίας, συγκεντρώνουν αυτόματα credits για μελλοντικές αγορές.

Για παράδειγμα, ένας χρήστης μπορεί να σαρώσει QR σε καφετέρια και να απολαύσει «Δωρεάν cookie με καφέ», κερδίζοντας παράλληλα πόντους. Θεματικές προκλήσεις ενθαρρύνουν την εξερεύνηση νέων καταστημάτων.

Με το Wolt Out, η εταιρεία διευρύνει τον ρόλο της στο οικοσύστημα της εστίασης, δημιουργώντας ένα διαδραστικό μοντέλο που συνδέει ακόμη πιο ουσιαστικά τους καταναλωτές με τις τοπικές επιχειρήσεις.

# Trump vs. UFO: η αλήθεια βρίσκεται εκεί έξω...



Αν νομίζατε ότι το 2026 θα ήταν μια ήσυχη χρονιά, μάλλον δεν υπολογίσατε τον αστάθμητο παράγοντα που ακούει στο όνομα Donald Trump και την εμμονή του να ανακατεύει την τράπουλα—όχι μόνο της Γης, αλλά και του σύμπαντος.

Τις τελευταίες ώρες, διεθνή ειδησεογραφικά sites και social media έχουν κατακλυστεί από την είδηση ότι ο Αμερικανός Πρόεδρος έδωσε το τελικό «πράσινο φως» για τον πλήρη αποχαρακτηρισμό των αρχείων που αφορούν τα UAPs (Unidentified Anomalous Phenomena).

Είναι η στιγμή που η θεωρία συνωμοσίας γίνεται επίσημο κρατικό έγγραφο ή μήπως πρόκειται για το απόλυτο επικοινωνιακό πυροτέχνημα;



Based on the tremendous interest shown, I will be directing the Secretary of War, and other relevant Departments and Agencies, to begin the process of identifying and releasing Government files related to alien and extraterrestrial life, unidentified aerial phenomena (UAP), and unidentified flying objects (UFOs), and any and all other information connected to these highly complex, but extremely interesting and important, matters. GOD BLESS AMERICA!

## Η κόντρα που ξεκίνησε από το οβάλ γραφείο

Όλα δείχνουν πως η σπίθα άναψε για άλλη μια φορά από τη διαχρονική κόντρα του Trump με τον Barack Obama.

Όταν ο Obama παραδέχτηκε σε

ανύποπτο χρόνο ότι «υπάρχουν αντικείμενα στους αιθέρες που δεν ξέρουμε τι είναι», ο Trump το εξέλαβε ως πρόκληση. Η ρητορική του είναι σαφής: «Αν το κατεστημένο (the swamp) σας κρύβει την αλήθεια για



τους εξωγήινους, εγώ είμαι ο μόνος που θα την αποκαλύψει».

Δεν είναι μυστικό ότι ο Trump λατρεύει να εκθέτει τις μυστικές υπηρεσίες. Η διαταγή προς το Πεντάγωνο να ανοίξει τα αρχεία του Roswell, της Area 51 και των πρόσφατων επαφών των πιλότων του Ναυτικού, δεν είναι μόνο ζήτημα περιέργειας. Είναι μια κίνηση επίδειξης ισχύος απέναντι στο λεγόμενο «Deep State».

### Τι περιμένουμε να δούμε (αν το δούμε)

Σύμφωνα με τις διαρροές που κάνουν τον γύρο του κόσμου, τα αρχεία αυτά δεν περιλαμβάνουν μόνο «θολά βίντεο» από ραντάρ. Μιλάμε για:

**High-definition υλικό:** Βίντεο και φωτογραφίες που δεν έχουν δει ποτέ το φως της δημοσιότητας και δείχνουν σκάφη με τεχνολογία που ξεπερνά τους νόμους της φυσικής.

#### Μελέτες για εξωτική τεχνολογία:

Αναφορές για υλικά που έχουν ανακτηθεί και θα μπορούσαν να φέρουν επανάσταση στην ενέργεια και τις μεταφορές.

**Μαρτυρίες υπό όρκο:** Καταθέσεις επιστημόνων και στρατιωτικών που μέχρι σήμερα δεσμεύονταν από σύμφωνα εμπιστευτικότητας.

### Η ψυχολογία του «θέλω να πιστέψω»

Γιατί όμως μας νοιάζει τόσο πολύ; Σε έναν κόσμο που φλέγεται από πολέμους, ενεργειακές κρίσεις και πολιτικές αντιπαραθέσεις, η ιδέα ότι «δεν είμαστε μόνοι» λειτουργεί ως μια παράξενη μορφή διαφυγής. Η αποκάλυψη για τα UFO προσφέρει μια αίσθηση δέους που μας ενώνει όλους ως «γήινους», πέρα από σύνορα και σημαίες.

Παράλληλα, υπάρχει και η κυνική πλευρά: Ένας Πρόεδρος που δυσκολεύεται με την εσωτερική ατζέντα, βρίσκει στο «διάστημα» τον τέλειο αντιπερισπασμό. Όταν ο κόσμος κοιτάζει τα αστέρια, σταματά να κοιτάζει τις τιμές στο σούπερ μάρκετ.



## Το μεγάλο ρίσκο

Ο αποχαρακτηρισμός αυτών των εγγράφων είναι ένα δικό-πο μαχαίρι. Αν τα αρχεία αποδειχθούν «άνθρακας», ο Trump κινδυνεύει να γελοιοποιηθεί. Αν όμως περιέχουν έστω και ένα ψήγμα συγκλονιστικής αλήθειας, τότε η ιστορία της ανθρωπότητας θα χωριστεί στο «πριν» και το «μετά».

Οι επικριτές του υποστηρίζουν ότι πρόκειται για άλλη μια προσπάθεια να κυριαρχήσει στον κύκλο των ειδήσεων. Οι οπαδοί του, από την άλλη, τον βλέπουν ως τον Γαλιλαίο της σύγχρονης εποχής που σπάει τα δεσμά της μουσικοπάθειας.

## Η αλήθεια είναι εκεί έξω (ή στο twitter)

Είτε πιστεύετε στους εξωγήινους είτε όχι, το γεγονός ότι το θέμα των UFO έφτασε στην κορυφή της ατζέντας του ισχυρότερου ανθρώπου στον πλανήτη, λέει πολλά για την εποχή μας. Ζούμε στην εποχή της «απόλυτης διαφάνειας» ή τουλάχιστον στην εποχή που απαιτούμε να την έχουμε.

Το αν θα δούμε σύντομα selfies με Γκρίζους ή αν θα μείνουμε με τη χαρά των clickbait τίτλων, μένει να αποδειχθεί. Μέχρι τότε, ας κρατήσουμε τα μάτια μας στον ουρανό, αλλά τα πόδια μας στη γη.

Γιατί στο τέλος της ημέρας, ακόμα κι αν έρθουν οι εξωγήινοι, κάποιος θα πρέπει να τους φτιάξει έναν καλό ελληνικό καφέ για να τους εξηγήσει πώς δουλεύει ο πλανήτης μας!

**Tip of the Day:** Αν σκοπεύετε να «βουτήξετε» στις χιλιάδες σελίδες των αρχείων που (ίσως) αποδεσμευτούν, μην το κάνετε μόνοι σας. Χρησιμοποιήστε εργαλεία AI για να φιλτράρετε τις πληροφορίες και να βρείτε τις λέξεις-κλειδιά που σας ενδιαφέρουν. Και θυμηθείτε: στην ψηφιακή εποχή, η πρώτη εικόνα είναι συχνά η πιο εντυπωσιακή, αλλά η πολλαπλή διασταύρωση είναι η πιο αληθινή!

## Ήξερες ότι...

Ο όρος UFO (Άγνωστης Ταυτότητας Ιπτάμενο Αντικείμενο) αντικαταστάθηκε επίσημα από τον στρατό των ΗΠΑ με τον όρο UAP (Μη Ταυτοποιημένα Ανώμαλα Φαινόμενα) για να αποφευχθεί το στίγμα των «ιπτάμενων δίσκων».

Το Area 51 στη Νεβάδα δεν αναγνωρίστηκε επίσημα από τη CIA παρά μόνο το 2013, παρόλο που αποτελούσε κέντρο θεωριών συνωμοσίας για δεκαετίες.

Μέσα στο 2026, η NASA προγραμματίζει την αποστολή Artemis 2, η οποία θα στείλει ξανά ανθρώπους σε τροχιά γύρω από τη Σελήνη μετά από 50 χρόνια!

Η Ρωσία έχει τη δική της «Area 51», γνωστή ως Karustin Yar. Σύμφωνα με αποχαρακτηρισμένα έγγραφα της KGB που διέρρευσαν τη δεκαετία του '90, η τοποθεσία αυτή υπήρξε κέντρο έρευνας για άγνωστης ταυτότητας αντικείμενα ήδη από την εποχή του Στάλιν, με τους πιλότους της ΕΣΣΔ να έχουν εντολές να καταρρίπτουν σιδήποτε «μη γήινο».

Το 1977, ένα ραδιοτηλεσκόπιο στο Οχάιο κατέγραψε ένα πανίσχυρο σήμα από το διάστημα που διήρκεσε 72 δευτερόλεπτα. Ο αστρονόμος Jerry Ehman έγραψε τη λέξη «Wow!» στο περιθώριο της εκτύπωσης. Μέχρι σήμερα, 49 χρόνια μετά, κανείς δεν έχει καταφέρει να εξηγήσει πειστικά την προέλευσή του, καθώς δεν επαναλήφθηκε ποτέ.

Τα διαστημόπλοια Voyager 1 και 2, που βρίσκονται πλέον στον διαστημικό χώρο, μεταφέρουν έναν χρυσό δίσκο με ήχους και εικόνες από τη Γη. Ανάμεσα στους χαιρετισμούς σε 55 γλώσσες, περιλαμβάνεται και η αρχαία ελληνική, με το μήνυμα: «Ασπαζόμεθα υμάς, οι της Γης οικητόρες» (Σας χαιρετάμε, εμείς οι κάτοικοι της γης).



## Κaiser κλείνει 50 χρόνια και το γιορτάζει δυναμικά

Η Kaiser συμπληρώνει μισό αιώνα παρουσίας στην ελληνική αγορά μπύρας και σηματοδοτεί την επέτειο με μια ολοκληρωμένη 360° καμπάνια που συνδυάζει συλλεκτική εμφάνιση, τηλεοπτική επικοινωνία και διαγωνισμό για το κοινό.

Η αγαπημένη Pilsner παρουσιάζει επετειακή, περιορισμένης κυκλοφορίας συσκευασία, με μαύρη και χρυσή παλέτα, το εμβληματικό λογότυπο και το χαρακτηριστικό στέμμα στο επίκεντρο, τιμώντας τη διαχρονική της ταυτότητα και την προσήλωσή της στην ποιότητα.

Οι συλλεκτικές συσκευασίες συνοδεύονται από μεγάλο scan & win διαγωνισμό, μέσα από τον οποίο τυχεροί καταναλωτές διεκδικούν premium δώρα.

Παράλληλα, η Kaiser λανσάρει νέα τηλεοπτική καμπάνια, με πρωταγωνιστές τη Στεφανία Γουλιώτη και τον Πυγμαλίων Δαδακαρίδης.

Το τηλεοπτικό σποτ μεταφέρει το κοινό από την επισημότητα ενός εκλεπτυσμένου δείπνου στη ζωντάνια μιας αυθόρμητης γιορτής με φίλους, αναδεικνύοντας πώς η Kaiser μετατρέπει κάθε στιγμή σε εμπειρία.

Με κεντρικό μήνυμα «Όσα χρόνια κι αν περάσουν... σημασία έχει να το ζεις αληθινά!», η καμπάνια βρίσκεται ήδη στον αέρα από τις 16 Φεβρουαρίου και θα συνοδεύσει την επετειακή εμφάνιση σε όλη τη διάρκεια της χρονιάς, θέτοντας ξανά το ερώτημα: «Μπύρα ή Kaiser;».

Δείτε τη νέα τηλεοπτική διαφήμιση της Kaiser [εδώ](#).

## BIKOS COLA Below Zero Sessions @ Χιονοδρομικό Κέντρο Καλαβρύτων



Χιόνι, δυνατά beats και after-ski ενέργεια: τα BIKOS Below Zero Sessions επιστρέφουν το 2026 στο Χιονοδρομικό Κέντρο Καλαβρύτων, φέρνοντας στο βουνό το απόλυτο mix χειμερινής διασκέδασης.

Η αρχή έγινε με το Vol. 1, το Σάββατο 22 Φεβρουαρίου, με DJ set από τον Μύρωνας Στρατής, που ανέβασε τον ρυθμό και μετέτρεψε το βουνό στο απόλυτο winter meeting point.

Από τις πίστες μέχρι το après-ski, η εμπειρία ξεκινά με ένταση στο ride και συνεχίζεται δυναμικά όταν το σκηνικό αλλάζει tempo και η μουσική παίρνει τον πρωταγωνιστικό ρόλο.

Στην καρδιά του experience βρίσκεται η BIKOS COLA, συνοδεύοντας ιδανικά τη μουσική και την ατμόσφαιρα με τη χαρακτηριστική της γεύση.

Το crowd κινείται στον ίδιο ρυθμό, δημιουργώντας μια αίσθηση κοινότητας που συνδέει τη χειμερινή περιπέτεια με τη σύγχρονη μουσική κουλτούρα.

Τα Καλάβρυτα αποκτούν ξανά τη δική τους μουσική ταυτότητα και τα BIKOS Below Zero Sessions φιλοδοξούν να γίνουν το απόλυτο soundtrack του φετινού χειμώνα.

# Το παράδοξο της σύνδεσης: γιατί οι σχέσεις μας καταρρέουν στην εποχή του «μαζί»;



Ζούμε σε μια εποχή που είμαστε πιο συνδεδεμένοι από ποτέ, αλλά οι σχέσεις μας μοιάζουν πιο εύθραυστες από ποτέ. Είτε πρόκειται για γάμους δεκαετιών, είτε για μακροχρόνιες σχέσεις που θεωρούσαμε «δεμένες», το φαινόμενο του χωρισμού έχει πάρει διαστάσεις επιδημίας. Τα δικαστήρια γεμίζουν με συναινετικά διαζύγια και τα social media με «single and proud» λεζάντες. Τι συμβαίνει όμως πραγματικά; Γιατί το «μέχρι να μας χωρίσει ο θάνατος» αντικαταστάθηκε από το «μέχρι να βρω κάτι καλύτερο» ή το «μέχρι να βαρεθώ»;

## Η κουλτούρα της αντικατάστασης (disposable culture)

Το μεγαλύτερο πρόβλημα στις σύγχρονες σχέσεις είναι η νοοτροπία του καταναλωτισμού που έχει εισβάλει στα συναισθήματά μας. Έχουμε μάθει, όταν κάτι χαλάει, να μην το φτιάχνουμε, αλλά να το πετάμε και να αγοράζουμε το καινούργιο μοντέλο. Αυτή η λογική πέρασε ασυνείδητα και στους ανθρώπους.

Με την άνοδο των dating apps και την αίσθηση των άπειρων επιλογών που μας προσφέρει η οθόνη του

κινητού, έχουμε πάθει αυτό που οι ψυχολόγοι ονομάζουν «παράλυση της επιλογής». Πάντα υπάρχει η υποψία ότι ένας «καλύτερος» σύντροφος είναι ένα swipe μακριά. Έτσι, στην πρώτη δυσκολία, στην πρώτη ρουτίνα, αντί να επενδύσουμε στη λύση, αναρωτιόμαστε αν κάναμε τη σωστή επιλογή.

## Η πίεση της «τέλειας» ζωής

Ένας άλλος παράγοντας είναι οι εξωπραγματικές προσδοκίες. Παλαιότερα, ο γάμος ήταν μια κοινωνική και οικονομική σύμβαση.

Σήμερα, ζητάμε από τον σύντρόφό μας να είναι τα πάντα: ο εραστής μας, ο καλύτερος φίλος μας, ο πνευματικός μας καθοδηγητής, ο συν-κηδεμόνας των παιδιών μας και ο άνθρωπος που θα μας κάνει να νιώθουμε «ζωντανόι» κάθε δευτερόλεπτο.

Είναι ένα τεράστιο βάρος που κανένας άνθρωπος δεν μπορεί να σηκώσει για πάντα. Όταν η πραγματικότητα συγκρούεται με το ιδανικό των social media -εκεί που όλα τα ζευγάρια είναι ευτυχημένα σε ηλιοβασιλέματα- η



δική μας καθημερινότητα με τις κάλτσες στο πάτωμα και τους απλήρωτους λογαριασμούς μοιάζει με αποτυχία. Και τότε, λέμε «μάλλον δεν είμαστε πλασμένοι ο ένας για τον άλλον».

## Η έλλειψη συναισθηματικής ανθεκτικότητας

Οι σχέσεις απαιτούν αυτό που η γενιά των παππούδων μας είχε σε αφθονία: υπομονή. Σήμερα, θέλουμε άμεση ικανοποίηση (instant gratification). Αν η σχέση δεν μας δίνει «πυροτεχνήματα» καθημερινά, θεωρούμε ότι «έσβησε η σπίθα». Ξεχνάμε ότι η αγάπη δεν είναι μόνο συναίσθημα, είναι και απόφαση. Είναι η απόφαση να μείνεις όταν ο άλλος είναι δύσκολος, όταν η ζωή γίνεται γκριζα, όταν η επικοινωνία κολλάει. Πολλοί χωρίζουν όχι επειδή έπαψαν να αγαπιούνται, αλλά επειδή κουράστηκαν να προσπαθούν.

## Η «αποκάλυψη» της ατομικότητας

Στη σύγχρονη κοινωνία, η αυτοπραγμάτωση έγινε το ιερό δισκοπότηρο. «Πρέπει να βρεις τον εαυτό σου», «πρέπει να είσαι εσύ καλά». Αυτά είναι σωστά, αλλά συχνά μεταφράζονται σε έναν ακραίο εγωκεντρισμό. Στις μακροχρόνιες σχέσεις, το «εγώ» πρέπει συχνά να κάνει χώρο στο «εμείς». Όταν η επιθυμία για προσωπική εξέλιξη δεν συμβαδίζει με την εξέλιξη του συντρόφου, η απόσταση μεγαλώνει. Αντί να εξελισσόμαστε μαζί, εξελισσόμαστε σε αντίθετες κατευθύνσεις, μέχρι που μια μέρα ξυπνάμε και συνειδητοποιούμε ότι κοιμόμαστε δίπλα σε έναν ξένο.

## Πότε το «αντίο» είναι η σωστή απόφαση;

Για να είμαστε ειλικρινείς, το γεγονός ότι ο κόσμος χωρίζει ευκολότερα έχει και μια θετική πλευρά. Σημαίνει ότι οι άνθρωποι –και ειδικά οι γυναίκες– δεν εγκλωβίζονται πλέον σε κακοποιητικές, τοξικές ή εντελώς νεκρές σχέσεις από κοινωνικό φόβο. Η ελευθερία να φύγεις είναι κατάκτηση. Το πρόβλημα ξεκινά όταν φεύγουμε από σχέσεις που είχαν προοπτική, απλώς επειδή φοβόμαστε τη δουλειά που απαιτεί η συνύπαρξη.

Αν θέλουμε να σταματήσουμε την αιμορραγία των χωρισμών, πρέπει να αλλάξουμε το «λογισμικό» μας.

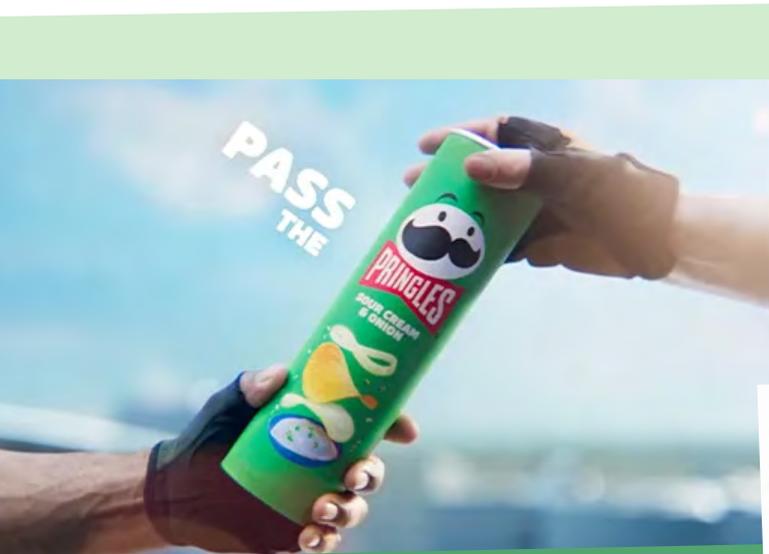
**Επικοινωνία, όχι μόνο κουβέντα:** Μιλάμε πολύ, αλλά λέμε λίγα. Η πραγματική επικοινωνία απαιτεί να ακούς τον άλλον, όχι απλώς να περιμένεις τη σειρά σου για να απαντήσεις.

**Αποδοχή της ατέλειας:** Ο σύντροφός σου δεν είναι ο «σωτήρας» σου. Είναι ένας άνθρωπος με ελαττώματα, όπως κι εσύ.

**Επένδυση χρόνου:** Μια σχέση είναι σαν ένας κήπος. Αν δεν τον ποτίζεις επειδή περιμένεις να βρέξει, θα ξεραθεί.

Ο χωρισμός μπορεί να είναι μια νέα αρχή, αλλά η παραμονή σε μια σχέση που παλεύει να ομορφύνει είναι μια νίκη. Πριν πείτε το τελικό «αντίο», αναρωτηθείτε: «Προσπάθησα να το φτιάξω ή απλώς περίμενα να φτιαχτεί μόνο του;».

Η ευτυχία δεν βρίσκεται στην αναζήτηση του τέλει ανθρώπου, αλλά στη δημιουργία μιας ουσιαστικής σχέσης με έναν ατελή άνθρωπο που θέλει να προσπαθήσει μαζί σας.



## Pringles: Η νέα πλατφόρμα «Pass the Pringles» φέρνει το παιχνίδι στην καθημερινότητα

Η Pringles παρουσίασε τη νέα της παγκόσμια καμπάνια με τίτλο «Pass the Pringles», μια πλατφόρμα που στοχεύει στην ανάδειξη των αυθόρμητων στιγμών σύνδεσης μεταξύ των ανθρώπων. Η καμπάνια επικεντρώνεται στην απλή αλλά χαρακτηριστική κίνηση του να μοιράζεται κανείς το εμβληματικό κυλινδρικό κουτί, μετατρέποντάς το σε έναν καταλύτη για παιχνιδιάρικη διάθεση και επικοινωνία σε κάθε περίπτωση, από φιλικές συγκεντρώσεις στο σπίτι μέχρι τυχαίες συναντήσεις.

Σύμφωνα με τον Paul Humphries, Chief Marketing Officer της Pringles, η πλατφόρμα βασίζεται στην ανάγκη των ανθρώπων να ξεφύγουν από τις απαιτήσεις της σύγχρονης ζωής και να μη χάνουν ευκαιρίες για ουσιαστική επαφή. Για τους λιανοπωλητές, η στρατηγική αυτή ενισχύει την αναγνωρισιμότητα του brand σε μια εξαιρετικά ανταγωνιστική κατηγορία, ενθαρρύνοντας τη συχνότητα αγοράς μέσω της έννοιας του "permissive sharing" (επιτρεπτό μοίρασμα).

Ισχύει για την Ελλάδα; Ναι, η καμπάνια «Pass the Pringles» αναμένεται να εφαρμοστεί και στην ελληνική αγορά. Η Pringles ακολουθεί ενιαία επικοινωνιακή στρατηγική σε όλη την Ευρώπη, και οι ελληνικές διαφημιστικές καμπάνιες της μάρκας ευθυγραμμίζονται παραδοσιακά με τις παγκόσμιες πλατφόρμες. Ήδη οι πρώτες ψηφιακές προβολές και το σχετικό υλικό στο YouTube έχουν αρχίσει να κάνουν την εμφάνισή τους, ενώ σύντομα αναμένεται να δούμε ειδικές σημάνσεις και στα ελληνικά σούπερ μάρκετ που θα ενθαρρύνουν τους καταναλωτές να... «δώσουν πάσα» στο επόμενο κουτί Pringles.

## Η Ferrero επεκτείνει την αυτοκρατορία της με το νέο Kinder Bueno Dark



Η Ferrero UK προχώρησε στην ενίσχυση του χαρτοφυλακίου της με το λανσάρισμα του Kinder Bueno Dark, μιας νέας πρότασης που στοχεύει να διευρύνει το κοινό της μάρκας και να προσφέρει επιπλέον ευκαιρίες πωλήσεων στη λιανική. Η νέα μπάρα, που είναι διαθέσιμη από τα μέσα Φεβρουαρίου, προσφέρει μια πιο έντονη εμπειρία κακάο, διατηρώντας παράλληλα την κλασική υφή και τη χαρακτηριστική γεύση που έχουν αγαπήσει οι καταναλωτές.

Η κίνηση αυτή βασίζεται στην εξαιρετική πορεία του Kinder Bueno στην κατηγορία των σοκολατένιων σνακ, όπου η αξία του brand αγγίζει πλέον τα 89 εκατ. λίρες, κατέχοντας την 4η θέση στη σχετική αγορά βάσει πωλήσεων. Ο Andrea Longobardi, διευθυντής μάρκετινγκ της Ferrero, τόνισε ότι η μαύρη σοκολάτα συνεχίζει να κερδίζει έδαφος στους νεαρούς ενήλικες που αναζητούν μια πιο premium γευστική εμπειρία. Η εισαγωγή του Dark στοχεύει στην κεφαλαιοποίηση αυτής της τάσης μέσα από ένα ήδη εδραιωμένο και έμπιστο εμπορικό σήμα.

Θα το δούμε στην Ελλάδα; Οι πιθανότητες να δούμε το Kinder Bueno Dark στα ελληνικά ράφια είναι πολύ υψηλές. Η ελληνική αγορά ακολουθεί πιστά τις ευρωπαϊκές τάσεις της Ferrero, ενώ οι Έλληνες καταναλωτές δείχνουν παραδοσιακά μεγάλη αδυναμία στα προϊόντα Kinder. Επιπλέον, η στροφή προς τη μαύρη σοκολάτα είναι μια διεθνής στρατηγική του ομίλου που εφαρμόζεται σταδιακά σε όλες τις μεγάλες αγορές. Αν και η Ferrero Ελλάς δεν έχει ανακοινώσει ακόμη επίσημη ημερομηνία, η κυκλοφορία αναμένεται να πραγματοποιηθεί εντός του 2026, καθώς το προϊόν ταιριάζει απόλυτα στις προτιμήσεις του εγχώριου κοινού για πιο premium σνακ.

# Η Mona Lisa των Pokémon: ο Logan Paul και το ρεκόρ των 16,4 εκατομμυρίων δολαρίων

Αν νομίζατε ότι οι πιο σοβαρές επένδυση βρίσκονται μόνο στα ταμπλό της Wall Street, ο Logan Paul και ο AJ Scaramucci μόλις σας ανάγκασαν να αναθεωρήσετε. Στις 16 Φεβρουαρίου 2026, η αγορά των συλλεκτικών ειδών έζησε τη δική της «στιγμή Mona Lisa». Η κάρτα Pikachu Illustrator (με την τέλεια βαθμολογία PSA 10) πουλήθηκε για το εξωφρενικό ποσό των 16.492.000 δολαρίων.

Δεν μιλάμε απλώς για μια κάρτα Pokémon· μιλάμε για το ακριβότερο «trading card» που άλλαξε ποτέ χέρια στην ιστορία, καταρρίπτοντας ακόμα και τα ρεκόρ των θρυλικών αθλητικών καρτών του μπέιζμπολ ή του μπάσκετ.



## Η διαδρομή ενός θρύλου

Ο Logan Paul, ο οποίος είχε αγοράσει την κάρτα το 2021 για 5,27 εκατομμύρια δολάρια, κατάφερε μέσα σε πέντε χρόνια να τριπλασιάσει την αξία της. Ο αγοραστής, AJ Scaramucci (γιος του γνωστού χρηματιστή Anthony Scaramucci), δεν πήρε απλώς μια κάρτα. Παρέλαβε ένα σύμβολο pop κουλτούρας, το οποίο ο Paul είχε εμφανίσει στο WrestleMania 38 μέσα σε ένα διαμαντένιο κολιέ αξίας 70.000 δολαρίων.

Η συγκεκριμένη κάρτα είναι μία από τις μόλις 39 που δόθηκαν ως βραβείο το 1998 σε έναν διαγωνισμό εικονογράφησης στην Ιαπωνία. Το γεγονός ότι είναι η μοναδική στον κόσμο σε κατάσταση PSA 10 (Gem Mint) την καθιστά πρακτικά ανεκτίμητη.

## Το ρίσκο και η νέα πραγματικότητα

Γιατί κάποιος να δώσει 16,5 εκατομμύρια για ένα κομμάτι χαρτόνι; Γιατί στην εποχή μας, η σπανιότητα είναι το ισχυρότερο νόμισμα. Ο Logan Paul συχνά δηλώνει ότι

οι σπάνιες κάρτες έχουν αποδώσει πολύ περισσότερο από τον δείκτη S&P 500 τις τελευταίες δεκαετίες.

Ο AJ Scaramucci σκοπεύει να εντάξει τον Pikachu στο project του «TreasureTrove», μια πλατφόρμα που θα τεκμηριώνει τους μεγαλύτερους θησαυρούς του πλανήτη. Πλέον, το «παιχνίδι» δεν είναι για παιδιά, αλλά για θεσμικούς επενδυτές και συλλέκτες που βλέπουν τη νοσταλγία ως το επόμενο «blue chip» asset.

## Ήξερες ότι...

Η «Mona Lisa» των καρτών: Η Pikachu Illustrator σχεδιάστηκε από την Atsuko Nishida, τη γυναίκα που δημιούργησε την αρχική μορφή του Pikachu.

Η πτώση των σπορ: Με αυτή την πώληση, ο Pikachu εκτόπισε από την κορυφή την κάρτα του Mickey Mantle (μπέιζμπολ) και του Michael Jordan, αποδεικνύοντας ότι τα Pokémon είναι το ισχυρότερο brand στον κόσμο.

Το κολιέ-ρεκόρ: Η κάρτα παραδόθηκε στον Scaramucci μαζί με το αυθεντικό διαμαντένιο κολιέ, κάνοντας την παράδοση της είδησης ένα πραγματικό υπερθέαμα στο Goldin Auctions.



## Funky Buddha «The escape»: Η καμπάνια που επαναπροσδιορίζει το urban getaway

Σε μια εποχή έντονων ρυθμών και διαρκούς πίεσης, η Funky Buddha παρουσιάζει την καμπάνια «The escape», μια σύγχρονη αφήγηση απόδρασης που επαναπροσδιορίζει την έννοια του urban getaway μέσα από στιλ, άνεση και αυθεντικότητα.

Η ιστορία ξεκινά σε ένα αστικό περιβάλλον, όπου ο παλμός της πόλης δημιουργεί την ανάγκη για παύση, και κορυφώνεται στο Μογοζοαία Palace, το ιστορικό ανάκτορο του 17ου αιώνα κοντά στο Βουκουρέστι. Το επιβλητικό σκηνικό, με τους κήπους και το φυσικό τοπίο, λειτουργεί ως σύμβολο εσωτερικής αναζήτησης και επανασύνδεσης με τον εαυτό.

Με φυσική και ανεπιτήδευτη αισθητική, η καμπάνια αναδεικνύει τις ανδρικές και γυναικείες συλλογές του brand, σχεδιασμένες για να συνοδεύουν κάθε στιγμή της σύγχρονης ζωής. Το μήνυμα είναι σαφές: η ελευθερία δεν βρίσκεται απαραίτητα μακριά, αλλά στις μικρές στιγμές παρουσίας που επιλέγουμε καθημερινά.

Τα γυρίσματα πραγματοποιήθηκαν εξολοκλήρου στη Ρουμανία, τιμώντας τη στρατηγική σημασία της αγοράς για τη Funky Buddha, μετά τη δυναμική της επέκταση το 2025 με νέα καταστήματα και τοπικό e-shop.

Η καμπάνια προβάλλεται διεθνώς, σε φυσικά καταστήματα και digital κανάλια, ενώ στην Ελλάδα το διαφημιστικό spot προβλήθηκε και κατά τη διάρκεια αγώνων του Champions League, ενισχύοντας περαιτέρω την αναγνωρισιμότητα του brand.

## essence Spring/Summer 2026: Glow up και συνέχισε το scroll



Οι προσδοκίες γύρω από την ομορφιά βρίσκονται πιο ψηλά από ποτέ — και η νέα συλλογή essence Spring/Summer 2026 Update έρχεται να τις ξεπεράσει με unapologetic φιλοδοξία.

Το νέο standard: Υψηλή απόδοση που συνδυάζει λειτουργικότητα και χαρά, αποδεικνύοντας ότι performance και fun όχι μόνο συνυπάρχουν, αλλά αλληλοενισχύονται.

Στο επίκεντρο βρίσκεται το trend FUNctionality, όπου το function συναντά το fun. Multi-tasking και hybrid φόρμουλες σχεδιασμένες για να ενσωματώνονται αβίαστα σε γρήγορους, style-forward ρυθμούς ζωής, μετατρέπουν τα καθημερινά beauty steps σε μικρές πράξεις αυτοέκφρασης.

Το packaging γίνεται πιο έξυπνο και παιχνιδιάρικο, με whimsical formats όπως keychain charms και collectible minis που κάνουν την ομορφιά wearable, shareable και απόλυτα mood-boosting.

Το trend The Skin Deep ανεβάζει τον πήχη, υπενθυμίζοντας ότι τα σύγχρονα beauty standards απαιτούν ουσία πέρα από το pigment. Active-packed φόρμουλες, skincare-grade συστατικά και υφές που δουλεύουν σε βάθος επαναπροσδιορίζουν το μακιγιάζ.

Η skinification θολώνει τα όρια ανάμεσα σε treatment και transformation, δημιουργώντας νέα essentials που φροντίζουν την επιδερμίδα ενώ προσφέρουν εντυπωσιακό αποτέλεσμα.

Τέλος, το trend Superior Performance εκφράζει το high-performance mindset της εποχής. Οι consumers ζητούν αποδεδειγμένα claims, αντοχή και πραγματικά αποτελέσματα.

Γιατί η ομορφιά δεν είναι μόνο εμφάνιση· είναι απόδοση, διάρκεια και λάμψη που ξεχωρίζει — από το πρώτο swipe μέχρι το τελευταίο scroll.



## Η Schwarzkopf Professional παρουσιάζει την ανανεωμένη σειρά BLONDME

Με ένα διήμερο αφιερωμένο στο απόλυτο ξανθό, η Schwarzkopf Professional παρουσίασε επίσημα τη νέα, αναβαθμισμένη σειρά χρώματος και περιποίησης BLONDME. Στις 4 και 5 Φεβρουαρίου, η Ακαδημία της εταιρείας φιλοξένησε επαγγελματίες κομμωτές, συνεργάτες από τον χώρο των Media και εκπροσώπους της show biz, σε μια εμπειρία που ανέδειξε τη λάμψη και την τεχνογνωσία πίσω από το σύγχρονο blonding.

Σε γιορτινή ατμόσφαιρα με χρυσές αντανάκλασεις, οι καλεσμένοι γνώρισαν το ολοκληρωμένο σύστημα Χρώματος και Περιποίησης BLONDME, με αναβαθμισμένες συνθέσεις που αξιοποιούν την τεχνολογία Schwarzkopf Bonding για μέγιστη προστασία, ενδυνάμωση και διαχρονική λάμψη. Η σειρά έχει σχεδιαστεί ώστε να καλύπτει τις διαφορετικές ανάγκες του ξανθού, τόσο μέσα από premium υπηρεσίες κομμωτηρίου όσο και στην καθημερινή περιποίηση στο σπίτι.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον συγκέντρωσε η παρουσίαση των νέων τάσεων από την εκπαιδευτική ομάδα της Schwarzkopf Professional, καθώς και η εισαγωγή της εξατομικευμένης υπηρεσίας χρώματος Polychrome, που προσφέρει δημιουργική ελευθερία και tailor-made αποτελέσματα ανεξάρτητα από τόνο δέρματος, ηλικία ή φύλο.

Η BLONDME επιβεβαιώνει ότι το ξανθό δεν είναι απλώς ένα χρώμα, αλλά μια ολοκληρωμένη εμπειρία τεχνογνωσίας, εξατομίκευσης και αυθεντικής λάμψης.

## Stradivarius: Επαναπροσδιορίζοντας τις αναλογίες με ένα νέο, volume-driven drop



Η Stradivarius παρουσιάζει ένα νέο drop που επιβεβαιώνει τη σύγχρονη εμμονή της με τον όγκο και τις δυναμικές αναλογίες. Η συλλογή χτίζεται γύρω από σιλουέτες που δεν φοβούνται να καταλάβουν χώρο: bomber jackets με έντονη δομή, balloon παντελόνια και harem-εμπνευσμένα κομμάτια διαμορφώνουν μια αισθητική όπου οι αναλογίες γίνονται το επίκεντρο κάθε look.

Structured jackets προσθέτουν δυναμισμό στο πάνω μέρος του σώματος, δημιουργώντας έντονη αντίθεση με πιο χαλαρές, cocoon-like βάσεις. Maxi ζώνες «σιμλεύουν» τη μέση, ενώ δετά φουλάκια επαναπροσδιορίζουν τη γραμμή της σιλουέτας, προσθέτοντας κίνηση και layering. Τα balloon παντελόνια και τα joggers με ρυθμιζόμενα τελειώματα ενισχύουν τη στρογγυλεμένη φόρμα, δίνοντας έμφαση στη ρευστότητα και στην άνεση χωρίς να χάνεται η δομή.

Το layering λειτουργεί στρατηγικά, ενισχύοντας το οπτικό αποτύπωμα και δημιουργώντας looks που ισορροπούν ανάμεσα στο statement και τη φορεσιμότητα. Η συλλογή ολοκληρώνεται με αξεσουάρ που υπογραμμίζουν τη φιλοσοφία του όγκου: τσάντες με απαλές, στρογγυλεμένες γραμμές, μεταλλικές λεπτομέρειες, statement βραχιόλια και oversized γυαλιά ηλίου.

Σε αυτό το drop, ο όγκος δεν αποτελεί υπερβολή, αλλά συνειδητή επιλογή. Είναι στάση, αυτοπεποίθηση και μια νέα προσέγγιση στη σύγχρονη γκαρνταρόμπα.



## Richard Mille RM 41-01: Το νέο ρολόι tourbillon που σχεδιάστηκε για τους λάτρεις του ποδοσφαίρου

Η Richard Mille, η μάρκα που έχει συνδέσει το όνομά της με τα πιο ανθεκτικά και ακριβά αθλητικά ρολόγια στον κόσμο, παρουσιάζει το RM 41-01 Tourbillon Soccer. Πρόκειται για ένα τεχνολογικό επίτευγμα που χρειάστηκε πέντε χρόνια έρευνας και αποτελείται από σχεδόν 800 εξαρτήματα, προσφέροντας λειτουργίες που αναπτύχθηκαν αποκλειστικά για την παρακολούθηση ενός ποδοσφαιρικού αγώνα.

Το ρολόι διαθέτει έναν μοναδικό μηχανισμό για τη μέτρηση του χρόνου των ημιχρόνων και των παρατάσεων, ο οποίος συνδέεται με έναν χρονογράφο flyback. Με το πάτημα ενός κουμπιού, η ένδειξη μεταβαίνει αυτόματα από το πρώτο ημίχρονο στην παράταση ή στο δεύτερο μέρος του αγώνα. Επιπλέον, το RM 41-01 περιλαμβάνει έναν μηχανικό μετρητή γκολ για την εντός και εκτός έδρας ομάδα, ο οποίος ελέγχεται από ειδικά πλήκτρα στη δεξιά πλευρά της κάσας. Η κατασκευή του είναι από το νέο υλικό Basalt TPT (από ηφαιστειακό πέτρωμα), προσφέροντας απίστευτη αντοχή σε κραδασμούς έως και 5.000 G.

Το βρίσκουμε στην Ελλάδα; Η Richard Mille διαθέτει παρουσία στην Ελλάδα μέσω επιλεγμένων συνεργατών υψηλής ωρολογιοποιίας στην Αθήνα (συνήθως στην περιοχή του Συντάγματος και της Βουκουρεστίου). Ωστόσο, το RM 41-01 είναι εξαιρετικά σπάνιο, καθώς η παραγωγή του περιορίζεται σε μόλις 30 κομμάτια παγκοσμίως για κάθε έκδοση. Η τιμή του είναι διαθέσιμη μόνο κατόπιν αιτήματος, αλλά δεδομένης της συλλεκτικότητάς του, η απόκτησή του στην ελληνική αγορά απαιτεί απευθείας επικοινωνία με την κεντρική αντιπροσωπεία και προτεραιότητα σε λίστα αναμονής για κορυφαίους συλλέκτες.

## Η Flint and Tinder αποθεώνει την ιαπωνική δεξιοτεχνία στη νέα της συλλογή



Η Huckberry προχωρά σε μια στρατηγική αναβάθμιση του δικού της εμπορικού σήματος, Flint and Tinder, παρουσιάζοντας τη νέα συλλεκτική σειρά Made in Japan. Η συγκεκριμένη συλλογή αποτελεί ένα σημαντικό ορόσημο για την εταιρεία, καθώς επιλέγει την Ιαπωνία για την παραγωγή των πιο ποιοτικών κομματιών που έχει παρουσιάσει μέχρι σήμερα, δίνοντας έμφαση στις παραδοσιακές μεθόδους κατασκευής και τα κορυφαία υφάσματα.

Η σειρά αποτελείται από τρία βασικά είδη περιορισμένης έκδοσης: ένα βαμβακερό φούτερ (sweatshirt) βαμμένο με φυσικό λουλάκι, ένα τζιν παντελόνι από ιαπωνικό selvedge denim σε κλασική ίσια γραμμή και ένα στρατιωτικό πουκάμισο εμπνευσμένο από την εποχή του Ψυχρού Πολέμου. Η διαφορά στην ποιότητα είναι εμφανής, καθώς χρησιμοποιούνται παραδοσιακές τεχνικές, όπως η πλέξη σε vintage μηχανές loomwheel, που προσδίδουν μοναδική αντοχή και υφή στα ρούχα.

Θα τη βρούμε στην Ελλάδα; Η συλλογή είναι διαθέσιμη αποκλειστικά μέσω του ηλεκτρονικού καταστήματος της Huckberry. Παρόλο που η εταιρεία δεν διαθέτει φυσικά καταστήματα στην Ελλάδα, πραγματοποιεί διεθνείς αποστολές, οπότε οι Έλληνες καταναλωτές μπορούν να παραγγείλουν τα κομμάτια online. Ωστόσο, καθώς πρόκειται για limited edition σειρά με περιορισμένο αριθμό τεμαχίων, οι ενδιαφερόμενοι θα πρέπει να κινηθούν γρήγορα, ενώ θα πρέπει να λάβουν υπόψη και τους δασμούς εισαγωγής από χώρες εκτός Ε.Ε.



## Audi RS 5: Το πρώτο υβριδικό «υπερ-αυτοκίνητο» της Audi Sport είναι εδώ

Η Audi Sport εισέρχεται δυναμικά στην εποχή του εξηλεκτρισμού, παρουσιάζοντας το ολοκαίνουργιο RS 5 σε δύο εκδόσεις αμαξώματος: Sedan και Avant (Wagon). Το μοντέλο αυτό δεν αποτελεί απλώς τον διάδοχο του RS 4, αλλά μια στρατηγική στροφή για την εταιρεία από το Ingolstadt, καθώς είναι το πρώτο της μοντέλο υψηλών επιδόσεων με plug-in υβριδική τεχνολογία.

Κάτω από το επιθετικό αμάξωμα, που είναι κατά 9 εκατοστά φαρδύτερο από το απλό A5, κρύβεται ένας twin-turbo V6 κινητήρας 2,9 λίτρων, ο οποίος συνεργάζεται με έναν ηλεκτροκινητήρα ενσωματωμένο στο αυτόματο κιβώτιο 8 σχέσεων. Η συνδυαστική ισχύς αγγίζει τους 639 ίππους και η ροπή τα 825 Nm, επιτρέποντας στο πανίσχυρο μοντέλο να επιταχύνει από τα 0 στα 100 χλμ./ώρα σε μόλις 3,6 δευτερόλεπτα. Παρά το αυξημένο βάρος λόγω της μπαταρίας των 22 kWh (που προσφέρει ηλεκτρική αυτονομία περίπου 80 χλμ.), η Audi υπόσχεται κορυφαία οδική συμπεριφορά χάρη στο νέο σύστημα quattro με ηλεκτρομηχανική κατανομή ροπής στον πίσω άξονα.

Η εμπορική πορεία του νέου Audi RS 5 στην Ευρώπη ξεκινά εντός του πρώτου τριμήνου του 2026. Αυτό σημαίνει ότι οι παραγγελίες στην Ελλάδα αναμένεται να ανοίξουν πολύ σύντομα, με τις πρώτες παραδόσεις να προγραμματίζονται για το καλοκαίρι του 2026. Αν και οι ακριβείς τιμές για την ελληνική αγορά δεν έχουν ανακοινωθεί ακόμα, στη Γερμανία η τιμή εκκίνησης έχει οριστεί στις 106.200 ευρώ για το Sedan και στις 107.850 ευρώ για το Avant. Στην Ελλάδα, λόγω της φορολογίας, οι τιμές αναμένεται να είναι υψηλότερες, όμως η υβριδική του φύση ίσως προσφέρει πλεονεκτήματα στην καθημερινή κίνηση.

## Hoka Stinson Evo GTX: Το θρυλικό παπούτσι πόλης με «γονίδια» από το βουνό επιστρέφει



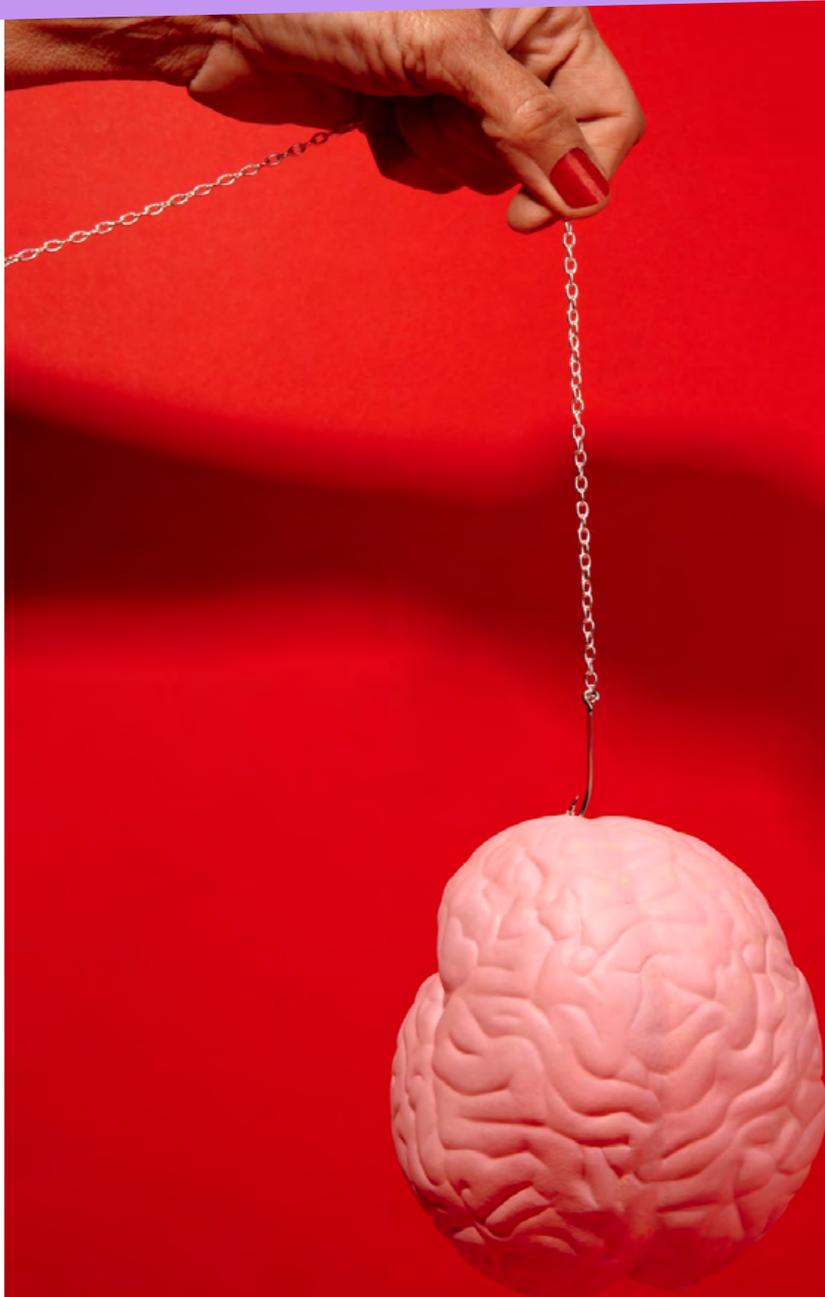
Η Hoka επαναφέρει στο προσκήνιο ένα από τα πιο ιδιαίτερα μοντέλα της, το Stinson Evo GTX, το οποίο έχει αποκτήσει φανατικό κοινό χάρη στον μοναδικό συνδυασμό της εντυπωσιακής σόλας και του ανάλαφρου σχεδιασμού του. Μετά την επιτυχία των προηγούμενων εκδόσεων, το μοντέλο επιστρέφει για την άνοιξη και το καλοκαίρι του 2026 σε δύο νέα χρώματα, μαύρο και "Foggy Grey".

Το ανανεωμένο Stinson Evo GTX δανείζεται στοιχεία από τα παπούτσια ορεινού τρεξίματος (trail), διαθέτοντας κορδόνια γρήγορης πρόσδεσης και εξωτερική σόλα υψηλής πρόσφυσης. Η μεγάλη αναβάθμιση είναι η προσθήκη της μεμβράνης Gore-Tex, που το καθιστά πλήρως αδιάβροχο, ενώ οι λεπτομέρειες από δέρμα nubuck του προσδίδουν έναν πιο εκλεπτυσμένο χαρακτήρα για καθημερινή χρήση στην πόλη. Μια ενδιαφέρουσα λεπτομέρεια είναι η αναγραφή του παλιού ονόματος «Hoka One One» στη φτέρνα, ως φόρος τιμής στο αρχικό μοντέλο του 2012.

Το βρίσκουμε στην Ελλάδα; Ναι, η Hoka διαθέτει ισχυρή παρουσία στην ελληνική αγορά. Το νέο Stinson Evo GTX αναμένεται να είναι διαθέσιμο στα ενημερωμένα εξειδικευμένα καταστήματα αθλητικών ειδών και σε επιλεγμένα lifestyle boutiques σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, καθώς και σε μεγάλα ελληνικά ηλεκτρονικά καταστήματα. Η τιμή του αναμένεται να κυμανθεί κοντά στα 190-200 ευρώ, ακολουθώντας την ευρωπαϊκή τιμολογιακή πολιτική της εταιρείας.

quote of the day

ΕΧΕΙΣ ΔΥΟ ΕΠΙΛΟΓΕΣ: ΝΑ ΕΛΕΓΞΕΙΣ ΤΟ ΜΥΑΛΟ ΣΟΥ  
 Η ΝΑ ΑΦΗΣΕΙΣ ΤΟ ΜΥΑΛΟ ΣΟΥ ΝΑ ΣΕ ΕΛΕΓΞΕΙ.  
 Paulo Coelho



24 Φεβρουαρίου

- > World Bartender Day
- > I Hate Coriander Day
- > Twin Peaks Day
- > Παγκόσμια Ημέρα Κατάποσης Σπαθιών
- > National Tortilla Chip Day
- > National Trading Card Day
- > Sweden Finns Day