

# 50 Years Kaiser Anniversary edition

ΣΚΑΝΑΡΕ  
ΤΑ ΚΟΥΤΙΑ  
& ΚΕΡΔΙΣΕ  
ΕΠΕΤΕΙΑΚΑ  
ΔΩΡΑ



ΜΠΥΡΑ Ή KAISER;



**ΓΙΑΤΙ ΤΑΥΤΙΣΤΗΚΑΜΕ  
ΜΕ ΕΝΑ ΜΑΪΜΟΥΔΑΚΙ;  
ΤΟ ΑΓΚΑΘΙ ΤΗΣ ΑΠΟΡΡΙΨΗΣ  
ΠΟΥ ΚΡΥΒΟΥΜΕ ΑΠΟ ΠΑΙΔΙΑ...**

# Good morning SayYessers!



## Φτιάξε καφέ να στα πω...



Καλημέρα **SayYesser** και καλή εβδομάδα και καλό μήνα και γενικά όλα καλά να μας πάνε από 'δω και στο εξής!!!

Και αν πιστεύεις πως τα έχεις δοκιμάσει όλα αλλά τα πράγματα δεν πάνε πως θα ήθελες, εγώ είμαι εδώ για να σου δώσω αυτή τη μικρή ώθηση της ημέρας που μόλις ξεκίνησε... Μπορεί η πίστη να αλλάξει τη βιολογία μας;

Πάντα λέμε «πες το και θα γίνει», όμως η πίστη είναι αυτή που αλλάζει τη βιολογία μας. Το manifestation δεν είναι ένα μαγικό ραβδί που εμφανίζει μια Ferrari στο γκαράζ μας επειδή κλείσαμε τα μάτια και το ζητήσαμε, αλλά μια βαθιά ευθυγράμμιση σκέψης, πίστης και συμπεριφοράς.

### Το φίλτρο του εγκεφάλου μας (RAS)

Έχεις παρατηρήσει ότι αν αποφασίσεις να πάρεις ένα κόκκινο αυτοκίνητο, ξαφνικά βλέπεις κόκκινα αυτοκίνητα παντού; Αυτό είναι το RAS (Reticular Activating System), ένα δίκτυο νευρών στον εγκέφαλο που φιλτράρει τις πληροφορίες. Όταν θέτεις έναν στόχο, ο εγκέφαλός σου σταματά να αγνοεί τις ευκαιρίες και αρχίζει να τις «φωτίζει». Οι ευκαιρίες ήταν πάντα εκεί, απλώς εσύ ήσουν τυφλός απέναντί τους.

### Η δύναμη της νοερής εξάσκησης

Η επιστήμη το επιβεβαιώνει: οι νευρώνες που πυροδοτούνται μαζί, συνδέονται μαζί. Μελέτη του Cleveland Clinic έδειξε ότι άνθρωποι που απλώς οραματίζονταν ότι γυμνάζουν τους μύες των δακτύλων τους, αύξησαν τη δύναμή τους κατά 13,5%, χωρίς να κουνήσουν ούτε το μικρό τους δακτυλάκι! Ο εγκέφαλος δεν ξεχωρίζει πάντα την έντονη φαντασία από την πραγματικότητα, στρώνοντας το νευρωνικό «χαλί» για την επιτυχία.

### Το Placebo Effect στην καθημερινότητα

Αν πιστεύεις ότι κάτι θα πετύχει, ο εγκέφαλός σου απελευθερώνει ενδορφίνες και ενεργοποιεί περιοχές που μειώνουν το άγχος και αυξάνουν την απόδοση. Η προσδοκία δημιουργεί αποδείξεις. Στην ψυχολογία, αυτό λέγεται Behavioral Activation: δεν περιμένεις να νιώσεις έμπνευση για να δράσεις, αλλά δράς σαν να έχεις ήδη πετύχει, και η διάθεση ακολουθεί.

### Πώς να το κάνεις σωστά (χωρίς woo-woo θεωρίες):

**Γίνε ενοχλητικά συγκεκριμένος:** Μην λες «θέλω επιτυχία». Φαντάσου πού μένεις, τι φοράς, τι μυρίζει ο χώρος σου.

**Δράσε αναλόγως:** Θέλεις να γίνεις fit; Ζήσε, φάε και κοιμήσου σαν ένας fit άνθρωπος από σήμερα. Το manifestation χωρίς δράση είναι απλώς ονειροπόληση.

**Άσε το «πώς» και το «πότε»:** Η πίστη απελευθερώνει, ο φόβος περιορίζει. Όταν αποφασίσεις ότι κάτι είναι δικό σου, σταματάς να αγχώνεσαι για τη διαδρομή.

**Tip of the Day:** Ξεκίνα με κάτι μικρό σήμερα. Οραματίσου για 2 λεπτά μια μικρή νίκη μέσα στην ημέρα σου (ένα τηλεφώνημα που περιμένεις, μια ευχάριστη συνάντηση) και νιώσε το συναίσθημα της επιτυχίας σαν να έχει ήδη συμβεί. Δες πώς θα αντιδράσει ο εγκέφαλός σου στις ευκαιρίες που θα παρουσιαστούν! Το manifestation δεν καταργεί τα εμπόδια της ζωής, αλλά σου δίνει το τιμόνι για να κατευθύνεις την ενέργειά σου εκεί που μετράει. Όταν αποφασίζεις ότι κάτι σου ανήκει, αρχίζεις να φέρεις σαν να είναι δικό σου, και τελικά... γίνεται.

Claire Styliara  
Chief of SayYessers



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

## 7 Days Oreo Croissant: Η συνεργασία της χρονιάς!

Το αγαπημένο κρουασάν 7 Days συναντά το παγκόσμιο φαινόμενο που ακούει στο όνομα Oreo, δημιουργώντας μια πρόταση που ήδη προκαλεί αίσθηση στην κατηγορία του bakery snacking. Πρόκειται για μια καινοτομία που συνδυάζει την αφράτη, αέρινη ζύμη του κλασικού κρουασάν με μια πρωτοποριακή γέμιση διπλής υφής: βελούδινη κρέμα Oreo και τραγανά κομμάτια μπισκότου.



Η εντυπωσιακή συσκευασία με το διπλό branding έχει σχεδιαστεί για να μαγνητίζει το βλέμμα των καταναλωτών, υποσχόμενη μια γευστική εμπειρία που ξεπερνά τις προσδοκίες. Όσο για την Ελλάδα; Αν και το λανσάρισμα ξεκινά από την αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου, η 7 Days είναι ένα brand με βαθιές ελληνικές ρίζες και η Mondelez International έχει ισχυρότατη παρουσία στη χώρα μας. Επομένως, φαντάζομαι πως πολύ σύντομα θα το δούμε να φιγουράρει και στα δικά μας περίπτερα και σούπερ μάρκετ.

Πρόκειται για το απόλυτο "comfort snack" που απευθύνεται τόσο στους πιστούς οπαδούς του κρουασάν όσο και στους φανατικούς του Oreo που αναζητούν κάτι διαφορετικό.

**Tip of the Day:** Για την απόλυτη εμπειρία, δοκίμασε να ζεστάνεις το κρουασάν για μόλις 10 δευτερόλεπτα στα μικροκύματα. Η κρέμα Oreo θα μελώσει και τα κομμάτια μπισκότου θα αναδείξουν το άρωμά τους!

## Νέα γεύση Speculoos Glykaki: Η καραμελένια απόλαυση που έλειπε από το διάλειμμα σου



Η εταιρεία Glykaki by Koutsoukos, πιστή στην υπόσχεσή της για δημιουργίες που συνδυάζουν την ποιότητα με την καινοτομία, παρουσιάζει το νέο μέλος της οικογένειας ατομικών γλυκών της: το Speculoos. Πρόκειται για μια πρόταση που έρχεται να αναστατώσει τους λάτρεις των εκλεπτυσμένων γεύσεων.

Το νέο «glykaki» Speculoos (180gr), με βάση από τραγανό μπισκότο speculoos και βελούδινη κρέμα, προσφέρει μια πολυεπίπεδη γευστική εμπειρία που ισορροπεί αριστοτεχνικά ανάμεσα στα αρώματα κανέλας και τη βαθιά γεύση της καραμέλας. Η χρήση εκλεκτών πρώτων υλών αναδεικνύει τον αυθεντικό χαρακτήρα του θρυλικού μπισκότου, δημιουργώντας ένα επιδόρπιο που λιώνει στο στόμα.

Σχεδιασμένο για τους ρυθμούς της σύγχρονης καθημερινότητας, το νέο Glykaki Speculoos διατίθεται σε πρακτική συσκευασία που περιλαμβάνει κουταλάκι. Είναι η τέλεια επιλογή για μια γρήγορη αλλά ποιοτική απόλαυση στο σπίτι, στο γραφείο ή ακόμα και καθ' οδόν. Θα το βρείτε ήδη στα ράφια των μεγάλων αλυσίδων σούπερ μάρκετ και σε επιλεγμένα σημεία πώλησης σε όλη την Ελλάδα.

Αν αναζητάς μια στιγμή αυθεντικής γλυκύτητας μέσα στην ημέρα σου, το Speculoos είναι εδώ για να σου θυμίσει πως οι μικρές απολαύσεις κάνουν τη διαφορά.

# Γιατί ταυτιστήκαμε με ένα μαϊμουδάκι; Το αγκάθι της απόρριψης που κρύβουμε από παιδιά...



Τις τελευταίες εβδομάδες, οι οθόνες των κινητών μας πλημμύρισαν από την εικόνα ενός μικροσκοπικού μακάκου, του Punch. Οι εικόνες σκληρές: το μικρό πλάσμα να δέχεται κλωτσιές από τους μεγαλύτερους πιθήκους, να σέρνεται από την ουρά και, τελικά, να καταλήγει να σφίγγει πάνω του έναν πορτοκαλί λούτρινο οραγγοτάγγο. Εκατομμύρια views, εκατομμύρια δάκρυα. Γιατί όμως η ιστορία ενός ζώου στην Ιαπωνία προκάλεσε τέτοιο συλλογικό συγκλονισμό;

Η απάντηση δεν κρύβεται στη φύση των πρωτευόντων, αλλά στις πιο σκοτεινές και καλά κρυμμένες γωνιές της δικής μας παιδικής ηλικίας. Ο Punch δεν είναι απλώς ένα viral video· είναι η προσωποποίηση του πρωταρχικού τραύματος που κουβαλάμε όλοι μας: του φόβου της απόρριψης.

## Το σύνδρομο του «ξένου»

Μας αρέσει να πιστεύουμε στη δύναμη της αποδοχής. Ο Punch, όμως, μας θύμισε την ανάποδη πλευρά. Στην ψυχολογία, η ανάγκη του «ανήκειν» είναι εξίσου ισχυρή με το ένστικτο της επιβίωσης. Όταν βλέπουμε τον

Punch να προσπαθεί να προσεγγίσει την αγέλη και να εισπράττει επιθετικότητα, ο εγκέφαλός μας δεν βλέπει ένα μαϊμουδάκι. Βλέπει το παιδί που κάποτε έμεινε μόνο του στο προαύλιο του σχολείου, το παιδί που δεν το διάλεξε κανείς στην ομάδα του μπάσκετ, το παιδί που ένιωσε ότι δεν «χωράει» πουθενά.

Αυτό το «αγκάθι» είναι η κοινωνική απόρριψη. Οι επιστήμονες λένε ότι ο εγκέφαλος επεξεργάζεται την απόρριψη με τον ίδιο ακριβώς τρόπο που επεξεργάζεται τον σωματικό πόνο. Οι κλωτσιές που δέχεται ο Punch πονάνε εμάς τους ίδιους, γιατί ενεργοποιούν τις δικές μας μνήμες από στιγμές που νιώσαμε απροστάτευτοι.

## Η παρηγοριά του «λούτρινου»

Ο Punch, εγκαταλελειμμένος από τη μητέρα του, βρήκε υποκατάστατο στο λούτρινο παιχνίδι του IKEA. Στην παιδική ψυχολογία, αυτό ονομάζεται «μεταβατικό αντικείμενο». Είναι η κουβερτούλα, το αρκουδάκι, το αντικείμενο που γεφυρώνει το χάσμα ανάμεσα στον εαυτό μας και τον κόσμο όταν η πρωταρχική φροντίδα (η μητέρα) απουσιάζει.



Το γεγονός ότι ο Punch γαντζώνεται από το λούτρινο για να αντέξει την κακοποίηση της αγέλης, είναι η πιο ωμή απεικόνιση της συναισθηματικής ορφάνιας. Ταυτιζόμαστε μαζί του γιατί όλοι μας, σε κάποια φάση της ζωής μας, αναζητήσαμε ένα «λούτρινο» - μια δουλειά, μια σχέση, μια συνήθεια - για να νιώσουμε ασφαλείς σε έναν κόσμο που μας «κλωτσούσε».

Η εικόνα του Punch είναι η υπενθύμιση ότι η ανάγκη για αγκαλιά είναι βιολογική ανάγκη, όχι πολυτέλεια.

### Το τραύμα που αρνούμαστε να δούμε

Γιατί μας πιάνει αυτός ο κόμπος στο στομάχι; Ίσως γιατί ο Punch κάνει κάτι που εμείς οι ενήλικες έχουμε μάθει να κρύβουμε: δείχνει την ευαλωτότητά του. Εμείς φοράμε τα «λαμπερά μας χαμόγελα», βγαίνουμε έξω να «κατακτήσουμε τη μέρα», αλλά μέσα μας πολλές φορές είμαστε ο Punch.

Το «αγκάθι» από την παιδική μας ηλικία είναι η στιγμή που καταλάβαμε ότι η αγάπη δεν είναι πάντα δεδομένη. Ότι μερικές φορές, για να γίνεις αποδεκτός, πρέπει να υποστείς «κλωτσιές» ή να αλλάξεις αυτό που είσαι. Ο Punch, με την απόλυτη αθωότητά του, μας δίνει την άδεια να πενθήσουμε για εκείνες τις στιγμές που δεν μας υπερασπίστηκε κανείς.

### Το μάθημα της επανένταξης

Η ιστορία, όμως, έχει και ένα μήνυμα ελπίδας. Στο ζωικό βασίλειο, όπως και στην ανθρώπινη κοινωνία, η επιμονή στην επαφή φέρνει αποτελέσματα. Ο Punch άρχισε σταδιακά να γίνεται αποδεκτός. Οι άλλοι πίθηκοι άρχισαν να τον καθαρίζουν (grooming), δείχνοντας ότι η «αγέλη» μπορεί να αλλάξει στάση.

Η αποδοχή είναι μια διαδικασία που απαιτεί χρόνο, αλλά είναι εφικτή. Η συμπόνια που νιώσαμε για τον Punch είναι η απόδειξη ότι η ανθρωπότητα διαθέτει ακόμα αποθέματα ενσυναίσθησης. Ίσως το να κλαίμε για ένα μαϊμούδάκι να είναι ο τρόπος μας να γίνουμε λίγο καλύτεροι άνθρωποι, λίγο πιο προσεκτικοί με το «διαφορετικό», λίγο πιο τρυφεροί με τα παιδιά μας και -κυρίως- με το παιδί που κρύβουμε μέσα μας.

Αν λοιπόν ο Punch βρήκε τη θέση του στην αγέλη, υπάρχει ελπίδα για όλους μας. Αρκεί να θυμόμαστε ότι κανείς δεν αξίζει να μένει μόνος με ένα λούτρινο.



## Η Ελληνική Εταιρεία Λοιμώξεων παρουσιάζει την καμπάνια ενημέρωσης για την αξία του εμβολιασμού «Κάνε την απλή κίνηση»



**ΕΛΛΗΝΙΚΗ  
ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΛΟΙΜΩΞΕΩΝ**  
**HELLENIC SOCIETY  
FOR INFECTIOUS DISEASES**

Η Ελληνική Εταιρεία Λοιμώξεων παρουσιάζει τη νέα καμπάνια ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης του κοινού για τη σημασία του εμβολιασμού και του επανεμβολιασμού, με βασικό μήνυμα «Κάνε την απλή κίνηση». Στόχος της πρωτοβουλίας είναι να αναδείξει τον εμβολιασμό ως μια απλή αλλά ουσιαστική πράξη πρόληψης που συμβάλλει στη

διασφάλιση της δημόσιας υγείας και στη μείωση της μετάδοσης λοιμώξεων.

Η καμπάνια υπογραμμίζει ότι μικρές καθημερινές αποφάσεις μπορούν να έχουν σημαντικό αντίκτυπο στην προστασία της υγείας. Ο εμβολιασμός αποτελεί πράξη προσωπικής ευθύνης και φροντίδας, που ξεκινά από το άτομο και επεκτείνεται στην οικογένεια και το κοινωνικό σύνολο, συμβάλλοντας στη δημιουργία ενός πιο ασφαλούς και ανθεκτικού περιβάλλοντος για όλους.

Ο Πρόεδρος της Ελληνικής Εταιρείας Λοιμώξεων, Δρ. Νικόλαος Σύψας, δήλωσε: «Ο εμβολιασμός αποτελεί μία από τις σημαντικότερες κατακτήσεις της σύγχρονης ιατρικής και το πιο αποτελεσματικό μέτρο πρόληψης απέναντι σε σοβαρά λοιμώδη νοσήματα. Προστατεύει όχι μόνο το άτομο, αλλά και την κοινότητα, ιδιαίτερα τους πιο ευάλωτους συμπολίτες μας».

Η καμπάνια υλοποιήθηκε με την υποστήριξη των εταιρειών GSK, MSD, Pfizer και BIANEE, σε δημιουργικό concept της The Newtons Laboratory, σε σκηνοθεσία Βαρδή Μαρινάκη και παραγωγή της Social Productions. Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να παρακολουθήσουν το σχετικό ενημερωτικό βίντεο μέσα από τα ψηφιακά κανάλια της καμπάνιας.

Μπορείτε να δείτε το σχετικό video [εδώ](#).

## Women empower: Hard Rock Cafe Athens και Coca-Cola μαζί για τις γυναίκες της μουσικής

Το εμβληματικό Cafe στο Μοναστηράκι γίνεται ο απόλυτος προορισμός για τον Μάρτιο, φιλοξενώντας τη διεθνή πρωτοβουλία "Women Empower". Σε έναν κλάδο όπου λιγότερο από το 5% των δημιουργών είναι γυναίκες, η καμπάνια προβάλλει έξι micro-documentaries για γυναίκες-πρότυπα, όπως η σκηνοθέτις Janelle Abraham και η CEO Mayra Nevarez, φωτίζοντας τις προκλήσεις και τις επιτυχίες τους.

Η δράση δεν σταματά στην οθόνη. Κάθε Παρασκευή του Μαρτίου, η σκηνή γεμίζει με γυναικεία συγκροτήματα, ενώ από τις 20:30 έως τις 23:00 ισχύει Happy Hour για όλες τις γυναίκες. Η κορύφωση έρχεται στις 8 Μαρτίου, την Παγκόσμια Ημέρα της Γυναίκας, με ένα ξεχωριστό Brunch και γυναικείο DJ set.

Την εμπειρία συμπληρώνει ένα special μενού με signature γεύσεις, όπως το Mango Guava Chiller και το Dulce de Leche Brownie. Πέρα από τη γιορτή, η Hard Rock International στηρίζει έμπρακτα τον οργανισμό Women in Music με δωρεά 100.000 δολαρίων για την εκπαίδευση των γυναικών παγκοσμίως.

Όπως δήλωσε ο Σταμάτης Τσαμπσουκάκης, Γενικός Διευθυντής του Hard Rock Cafe Athens, ο Μάρτιος είναι η αφορμή να αναδειχθούν προσωπικότητες που εμπνέουν και διαμορφώνουν το μέλλον της μουσικής.

INTERNATIONAL WOMEN'S MONTH

CELEBRATE  
VOICES THAT  
**EMPOWER**  
THE WORLD

Hard Rock X Coca-Cola



# The Museum Self Effect: Γιατί δεν μπορούμε να αποχωριστούμε παλιά αντικείμενα



Σε πολλά σπίτια υπάρχουν αντικείμενα που δεν χρησιμοποιούνται εδώ και χρόνια, αλλά παραμένουν στη θέση τους χωρίς προφανή πρακτικό λόγο. Δεν πρόκειται απαραίτητα για ακαταστασία, ούτε για υπερβολική συσσώρευση. Συχνά αυτά τα αντικείμενα λειτουργούν ως ίχνη προηγούμενων φάσεων της ζωής μας.

Αυτό που μπορούμε να περιγράψουμε ως "The Museum Self Effect" αφορά την τάση να διατηρούμε πράγματα που συνδέονται με το παρελθόν μας, ακόμη κι όταν δεν εξυπηρετούν πια την καθημερινότητά μας. Το φαινόμενο συνδέεται με βασικούς μηχανισμούς μνήμης, αυτοαντίληψης και συνέχειας της ταυτότητας.

## Αντικείμενα ως πρόεκταση του εαυτού

Στην ψυχολογία χρησιμοποιείται εδώ και δεκαετίες η έννοια του "extended self". Η ιδέα είναι ότι ο εαυτός δεν ορίζεται μόνο από σκέψεις και αναμνήσεις, αλλά επεκτείνεται και στα αντικείμενα που συνδέονται με την προσωπική μας ιστορία.

Πράγματα όπως ένα μουσικό όργανο, εξοπλισμός από ένα

παλιό χόμπι ή βιβλία από μια έντονη περίοδο διαβάσματος λειτουργούν ως δείκτες ταυτότητας. Υπενθυμίζουν όχι μόνο τι κάναμε, αλλά και ποιοί ήμασταν όταν το κάναμε.

Αυτή η συμβολική λειτουργία εξηγεί γιατί η αξία ενός αντικειμένου συχνά δεν σχετίζεται με τη χρησιμότητά του, αλλά με το νόημα που κουβαλά.

## Η ανάγκη για συνέχεια ταυτότητας

Ο ανθρώπινος εγκέφαλος επιδιώκει μια αίσθηση συνέχειας μέσα στον χρόνο. Η σταθερή αφήγηση σχετικά με το ποιοί είμαστε βοηθά στη λήψη αποφάσεων, στη συναισθηματική ρύθμιση και στην προσαρμογή σε αλλαγές.

Αντικείμενα που συνδέονται με προηγούμενες φάσεις ζωής λειτουργούν ως απτές υπενθυμίσεις αυτής της συνέχειας. Διατηρούν ορατή τη διαδρομή από παλιότερους ρόλους σε σημερινές επιλογές.

Γι' αυτό και η απομάκρυνσή τους δεν βιώνεται πάντα ως απλή οργάνωση χώρου, αλλά ως μικρή ρήξη με την προσωπική μας ιστορία.

## Ο χώρος ως «εξωτερική μνήμη»

Σύμφωνα με την προσέγγιση της εκτεταμένης νόησης, στοιχεία του περιβάλλοντος μπορούν να λειτουργούν ως μέρος της μνήμης και της σκέψης. Σημειωμάτια, φωτογραφίες, αναμνηστικά και προσωπικά αντικείμενα αποθηκεύουν πληροφορίες.

Έτσι, το σπίτι συχνά λειτουργεί σαν σύστημα αποθήκευσης εμπειριών. Δεν κρατά

μόνο πράγματα, αλλά και χρονικές περιόδους: σπουδές, μετακομίσεις, επαγγελματικές αλλαγές, δημιουργικές φάσεις. Αυτή η «εξωτερική μνήμη» βοηθά πολλούς ανθρώπους να διατηρούν αίσθηση σταθερότητας ακόμη και όταν η καθημερινότητα αλλάζει.



να γίνουμε στο μέλλον, όπως εξοπλισμός για συνήθειες που δεν ξεκίνησαν ποτέ. Η βασική διαφορά είναι χρονική. Το Museum Self Effect αφορά τη διατήρηση σύνδεσης με το παρελθόν, ενώ το aspirational clutter σχετίζεται με μελλοντικές προσδοκίες. Και στις δύο περιπτώσεις, όμως, τα αντικείμενα λειτουργούν ως φορείς ταυτότητας και όχι απλώς ως εργαλεία.

## Γιατί είναι δύσκολο να αποχωριστούμε αντικείμενα

Ένας βασικός μηχανισμός που επηρεάζει τη συμπεριφορά είναι το λεγόμενο endowment effect: η τάση να αποδίδουμε μεγαλύτερη αξία σε κάτι απλώς επειδή μας ανήκει. Δημιουργείται αίσθηση απώλειας όταν σκεφτόμαστε να αποχωριστούμε ένα αντικείμενο, ακόμη κι αν δεν το χρησιμοποιούμε.

Παράλληλα, πολλά αντικείμενα λειτουργούν ως συναισθηματικοί δείκτες εμπειριών ή σχέσεων. Η απομάκρυνσή τους μπορεί να εκληφθεί υποσυνείδητα ως απομάκρυνση από την ίδια την ανάμνηση. Γι' αυτόν τον λόγο, η διατήρηση παλιών αντικειμένων είναι συχνά επιλογή διατήρησης νοήματος και όχι έλλειψη οργάνωσης.

## Δεν είναι το ίδιο με την ακαταστασία

Είναι σημαντικό να διαχωριστεί αυτή η συμπεριφορά από την απλή ακαταστασία. Η καθημερινή ακαταστασία σχετίζεται συνήθως με αναβολή ή υπερφόρτωση υποχρεώσεων.

Το Museum Self Effect βρίσκεται στο φάσμα των φυσιολογικών μηχανισμών ταυτότητας. Πρόκειται για επιλογές που έχουν συμβολικό χαρακτήρα.

## Πού διαφέρει από το "aspirational clutter"

Υπάρχει μια συγγενική αλλά διαφορετική συμπεριφορά που περιγράφεται ως "aspirational clutter": αντικείμενα που κρατάμε για μια εκδοχή του εαυτού που θέλουμε

## Πότε είναι χρήσιμο και πότε περιοριστικό

Η παρουσία αντικειμένων με προσωπικό νόημα μπορεί να ενισχύει τη σταθερότητα της ταυτότητας και την αίσθηση συνέχειας. Λειτουργεί σαν υπενθύμιση εμπειριών που διαμόρφωσαν επιλογές και αξίες.

Όταν όμως ο χώρος γεμίζει αποκλειστικά με σύμβολα παλαιότερων ρόλων, μπορεί να δυσκολεύει την προσαρμογή σε νέες φάσεις ζωής. Η υπερβολική προσκόλληση στο παρελθόν μειώνει την ορατότητα του παρόντος.

Η ισορροπία δεν βρίσκεται στην πλήρη απομάκρυνση, αλλά στην ιεράρχηση: ποια αντικείμενα εκφράζουν ακόμη τη σημερινή ταυτότητα και ποια ανήκουν κυρίως στην ιστορία.

## Τι δείχνει για τον σύγχρονο τρόπο ζωής

Σε μια εποχή συνεχών αλλαγών οι άνθρωποι χρησιμοποιούν όλο και περισσότερο τον χώρο τους ως μηχανισμό σταθερότητας. Τα αντικείμενα λειτουργούν σαν «άγκυρες» που διατηρούν συνεκτική την προσωπική αφήγηση μέσα σε ένα περιβάλλον μετάβασης.

Με αυτή την έννοια, το σπίτι δεν είναι μόνο λειτουργικός χώρος. Είναι και σύστημα αποθήκευσης ταυτότητας, όπου συνυπάρχουν παλιές και τωρινές εκδοχές του εαυτού μας.



# Ferryscanner: πού ταξίδεψαν οι Έλληνες το τριήμερο της Καθαράς Δευτέρας 2026;



Η Καθαρά Δευτέρα του 2026 δεν ήταν απλώς ένα τριήμερο ανάπαυλας, αλλά μια ηχηρή επιβεβαίωση πως η ανάγκη μας για απόδραση στο απέραντο γαλάζιο παραμένει αδιαπραγμάτευτη. Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία της Ferryscanner, η ταξιδιωτική κίνηση φέτος σημείωσε εντυπωσιακή άνοδο σε σύγκριση με το 2025, αποτυπώνοντας μια ξεκάθαρη στροφή των Ελλήνων προς τα ακτοπλοϊκά ταξίδια και τις νησιωτικές εμπειρίες.

## Οι πρωταγωνιστές των κυμάτων

Αν υπάρχει ένα νησί που «έκλειψε την παράσταση», αυτό είναι αναμφίβολα η Αίγινα. Η εγγύτητά της με την Αθήνα και η αυθεντική της αύρα την ανέδειξαν στην πρώτη επιλογή των ταξιδιωτών, συγκεντρώνοντας τον μεγαλύτερο όγκο κρατήσεων. Όμως, οι μεγάλες εκπλήξεις ήρθαν από τις Κυκλάδες και το Ιόνιο. Η αρχοντική Σύρος εδραιώθηκε ως η απόλυτη κυρίαρχος του Αιγαίου με το ασύλληπτο +500% στην αύξηση των κρατήσεων, ενώ η Κέρκυρα, με το μοναδικό της χρώμα, ενισχύθηκε κατά 333%.

## Κλασικές αξίες και νέες τάσεις

Το Ηράκλειο παραμένει σταθερά στις κορυφαίες προτιμήσεις, αποδεικνύοντας πως η Κρήτη είναι ένας προορισμός για κάθε εποχή. Παράλληλα, νησιά όπως η Άνδρος, η Νάξος, τα Χανιά, η Σκύρος, η Κέα και η Μύκονος είδαν τις κρατήσεις τους να διπλασιάζονται (+100%), δημιουργώντας μια εικόνα καθολικής ανάκαμψης σε όλο το ακτοπλοϊκό δίκτυο.

Η τάση για πιο σύντομες και ευέλικτες αποδράσεις έφερε στο προσκήνιο τη Σέριφο και τη Σίφνο, ενώ στον Σαρωνικό, οι Σπέτσες και η Ύδρα ακολούθησαν κατά πόδας την Αίγινα σε δημοφιλία. Ενδιαφέρον παρουσιάζει και η άνοδος των ενδονησιωτικών συνδέσεων, όπως το Μύκονος - Σύρος, δείχνοντας ότι το island hopping κερδίζει έδαφος ακόμα και στα τριήμερα.

## Η άποψη των ειδικών

Η κα Αλεξία Κωστή, Marketing Director της Ferryscanner, σχολίασε τη φετινή δυναμική: «Τα στοιχεία καταδεικνύουν μια σαφή ενίσχυση της ζήτησης. Η σημαντική άνοδος στον Σαρωνικό και στις Κυκλάδες αποτυπώνει μια στροφή προς την ευελιξία. Διαπιστώνουμε ότι η ευκολία και η ταχύτητα στην οργάνωση του ταξιδιού αποτελούν πλέον βασικούς παράγοντες επιλογής για τον σύγχρονο ταξιδιώτη».

Το 2026 ξεκίνησε με τους καλύτερους οιωνούς για τον ελληνικό τουρισμό. Είτε πρόκειται για μια μονοήμερη στο Αγκίστρι, είτε για ένα γεμάτο τριήμερο στην Κέρκυρα, το μήνυμα είναι ένα: Say Yes στο ταξίδι, γιατί η ζωή είναι πιο όμορφη πάνω σε ένα κατάστρωμα!

Για περισσότερες πληροφορίες και έμπνευση για την επόμενη απόδρασή σας, επισκεφθείτε το [www.ferryscanner.com](http://www.ferryscanner.com).

## Η Huawei παρουσιάζει κορυφαίες καινοτομίες στη Μαδρίτη με επίκεντρο το επαγγελματικό running ρολόι



**ULTRA PERFORMANCE**  
HUAWEI WATCH GT Runner 2

Η Huawei παρουσίασε τις νεότερες τεχνολογικές καινοτομίες της στην παγκόσμια εκδήλωση «Now is Your Run», που πραγματοποιήθηκε στις 26 Φεβρουαρίου στη Μαδρίτη. Στο επίκεντρο της παρουσίασης βρέθηκε το νέο HUAWEI WATCH GT Runner 2, σηματοδοτώντας την επιστροφή της εταιρείας στην κατηγορία των επαγγελματικών running smartwatches έπειτα από πέντε χρόνια εντατικής έρευνας και ανάπτυξης.

Το HUAWEI WATCH GT Runner 2 απευθύνεται τόσο σε ερασιτέχνες όσο και σε προχωρημένους δρομείς, προσφέροντας επαγγελματική καθοδήγηση και προηγμένες λειτουργίες προπόνησης. Διαθέτει αρχιτεκτονική 3D floating antenna και βελτιστοποιημένο σχεδιασμό κεραίας, εξασφαλίζοντας υψηλή ακρίβεια GPS ακόμη και σε απαιτητικά περιβάλλοντα. Παράλληλα, η λειτουργία

marathon mode λειτουργεί ως προσωπικός προπονητής, υποστηρίζοντας τους χρήστες καθ' όλη τη διάρκεια της διαδρομής.

Ο δύο φορές χρυσός Ολυμπιονίκης στον μαραθώνιο Eliud Kipchoge ανακοινώθηκε ως παγκόσμιος πρεσβευτής του HUAWEI WATCH GT Runner 2, υπογραμμίζοντας τη σημασία της τεχνολογίας στην εξέλιξη του σύγχρονου δρομέα.

Η Huawei ανακοίνωσε επίσης την ενσωμάτωση του Curve Pay στα wearables της, επιτρέποντας στους χρήστες να πραγματοποιούν ανέπαφες πληρωμές απευθείας από το ρολόι τους. Στην εκδήλωση παρουσιάστηκαν ακόμη το HUAWEI WATCH Ultimate 2 Green Edition, το HUAWEI Mate 80 Pro, το HUAWEI MatePad Mini, τα HUAWEI FreeBuds Pro 5 και η σειρά HUAWEI Band 11.

## Press Room

### Allianz Trade: Βελτίωση παγκόσμιου κινδύνου χώρας – Σταθερή η πορεία της Ελλάδας

Η Allianz Trade δημοσίευσε την τρίτη έκδοση του Ατλαντα Παγκόσμιας Ανάλυσης Κινδύνου Χώρας, αξιολογώντας 83 οικονομίες που καλύπτουν το 94% του παγκόσμιου ΑΕΠ. Παρά τις εμπορικές και γεωπολιτικές εντάσεις, το 2025 καταγράφηκαν 36 αναβαθμίσεις κινδύνου χώρας έναντι 14 υποβαθμίσεων, γεγονός που αποτυπώνει συνολική βελτίωση της ανθεκτικότητας των οικονομιών.

Η ανάλυση βασίζεται σε ιδιόκτητο μοντέλο που εξετάζει οικονομικούς, πολιτικούς και επιχειρηματικούς δείκτες, καθώς και παράγοντες βιωσιμότητας που επηρεάζουν τον κίνδυνο μη πληρωμής.

Η Ελλάδα διατηρεί ισχυρή αναπτυξιακή δυναμική, με συνεχή μείωση του λόγου χρέους προς ΑΕΠ και σταθερά δημοσιονομικά αποτελέσματα. Το 2025, η οικονομική δραστηριότητα παρέμεινε θετική, με το ΑΕΠ να αυξάνεται κατά 0,6% σε τριμηνιαία βάση στο τρίτο τρίμηνο, σημειώνοντας υπεραπόδοση έναντι της Ευρωζώνης για 17 συνεχόμενα τρίμηνα. Οι επενδύσεις, κυρίως στις κατασκευές και τις υποδομές, ενισχύθηκαν σημαντικά, ανεβάζοντας το μερίδιό τους στο 18,4% του ΑΕΠ – το υψηλότερο επίπεδο των τελευταίων 16 ετών.

Παρά τη γενική βελτίωση, η Allianz Trade επισημαίνει ότι η αβεβαιότητα παραμένει αυξημένη. Οι επιχειρήσεις καλούνται να υιοθετήσουν στοχευμένα, ανά χώρα στρατηγική διαχείριση κινδύνου, παρακολουθώντας στενά δημοσιονομικές και εμπορικές εξελίξεις.



# Μάρτιος με... δωρεάν ξεναγήσεις: γνωρίστε την κρυμμένη γοητεία της Αθήνας

Η άνοιξη μπαίνει στην Αθήνα με τον πιο όμορφο τρόπο, προσκαλώντας κατοίκους και επισκέπτες να ανακαλύψουν ξανά την ιστορία της πόλης. Ο Δήμος Αθηναίων, μέσα από τον αγαπημένο θεσμό των δωρεάν ξεναγήσεων, προσφέρει καθ' όλη τη διάρκεια του Μαρτίου την ευκαιρία για μοναδικούς περιπάτους σε ιστορικούς χώρους, εμβληματικά μουσεία και γειτονιές που σφύζουν από πολιτισμό.

Η πρωτοβουλία, που υλοποιείται σε συνεργασία με το Σωματείο Διπλωματούχων Ξεναγών Αθήνας, μας καλεί να σηκώσουμε το βλέμμα και να περιηγηθούμε στην Αθήνα της αρχαιότητας, του Βυζαντίου αλλά και της σύγχρονης τέχνης.

## Ένα πρόγραμμα για κάθε ενδιαφέρον

Το πρόγραμμα του Μαρτίου είναι πιο πλούσιο από ποτέ. Οι λάτρες της κλασικής Αθήνας μπορούν να επισκεφθούν την Αρχαία Αγορά και το Λύκειο του Αριστοτέλη, ενώ όσοι αναζητούν την αρχιτεκτονική ομορφιά μπορούν να ακολουθήσουν τη διαδρομή από το Σύνταγμα έως το Χίλτον ή να θαυμάσουν την «Αθηναϊκή Τριλογία». Για πρώτη φορά, η τέχνη του δρόμου παίρνει τη δική της θέση με οργανωμένα graffiti tours στο Ψυρρή, ενώ το Εθνικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης (ΕΜΣΤ) και το Μουσείο Αλέκος Φασιανός ανοίγουν τις πόρτες τους για ειδικές θεματικές περιηγήσεις.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι ιστορικοί περίπατοι στο Α' Κοιμητήριο –μια πραγματική υπαίθρια γλυπτοθήκη– καθώς και οι διαλέξεις για την Εξέγερση του '21, τιμώντας τον εορταστικό χαρακτήρα του μήνα. Από τη φιλοσοφία στην Αρχαία Αγορά μέχρι την οθωμανική και βυζαντινή ιστορία, κάθε ξεναγήση είναι ένα ταξίδι στον χρόνο.

## Πώς θα συμμετάσχετε

Λόγω της μεγάλης απήχησης του θεσμού, οι θέσεις είναι περιορισμένες και τηρείται σειρά προτεραιότητας. Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να δηλώνουν συμμετοχή

ΜΑΡΤΙΟΣ

2026



καλώντας στο τηλέφωνο 6976897493 (Δευτέρα έως Παρασκευή, 11:00 - 15:00). Αξίζει να σημειωθεί ότι η ξεναγήση προσφέρεται δωρεάν, ενώ το εισιτήριο εισόδου σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους (όπου προβλέπεται) επιβαρύνει τους συμμετέχοντες.

Μην χάσετε την ευκαιρία να γίνετε τουρίστες στην ίδια σας την πόλη. Ο Μάρτιος είναι ο μήνας που η Αθήνα μάς διηγείται τα μυστικά της και εμείς δεν έχουμε παρά να την ακούσουμε.

**Tip of the Day:** Οι ξεναγήσεις αυτές είναι η τέλεια ευκαιρία για ένα «εκπαιδευτικό» Σαββατοκύριακο με τα παιδιά. Επιλέξτε τον Εθνικό Κήπο ή το Μουσείο Φασιανού για να τους γνωρίσετε την πόλη μέσα από το παιχνίδι και την τέχνη!



Γυναίκα σημαίνει  
**«ΔΥΝΑΜΗ»**  
 semiology



X.E.N. ΕΛΛΑΔΟΣ  
 Y.W.C.A. OF GREECE

Η Semiology για την Παγκόσμια Ημέρα της Γυναίκας, στηρίζει τη ΧΕΝ Ελλάδα προσφέροντας 10% των εσόδων από τις online αγορές από τις 2 έως και τις 8 Μαρτίου.

semiology.gr

## Γυναίκα σημαίνει «Δύναμη»

Η Semiology τιμά την Παγκόσμια Ημέρα της Γυναίκας μέσα από τη δράση εταιρικής κοινωνικής ευθύνης «Γυναίκα σημαίνει Δύναμη», στηρίζοντας τη ΧΕΝ Ελλάδα. Από τις 2 έως και τις 8 Μαρτίου, το ελληνικό fashion brand διαθέτει το 10% των εσόδων από τις online αγορές στο e-shop <https://semiology.gr> για την ενίσχυση των δράσεων της Οργάνωσης, μετατρέποντας κάθε αγορά σε μια ουσιαστική πράξη προσφοράς.

Μέσα από αυτή την πρωτοβουλία, η Semiology στηρίζει το έργο της ΧΕΝ Ελλάδος, η οποία υλοποιεί δράσεις ενημέρωσης, ευαισθητοποίησης και συνηγορίας με έμφαση στα δικαιώματα των γυναικών και των παιδιών, την καταπολέμηση της έμφυλης βίας και την προώθηση της ισότητας των φύλων.

Η δράση «Γυναίκα σημαίνει Δύναμη» συνδέεται άμεσα με τη φιλοσοφία της Semiology, που αναδεικνύει τα σύμβολα και τα νοήματα πίσω από κάθε δημιουργία. Η γυναίκα βρίσκεται στο επίκεντρο αυτής της πρωτοβουλίας ως σύμβολο ανθεκτικότητας, εξέλιξης και εμπνευσης, αναδεικνύοντας τη δύναμή της να δημιουργεί και να ξεπερνά εμπόδια.

Με πρωτοβουλίες με ουσιαστικό κοινωνικό αποτύπωμα, η Semiology συνεχίζει να επενδύει σε δράσεις που συμβάλλουν στη δημιουργία ενός πιο δίκαιου και ισότιμου κόσμου για κάθε γυναίκα.

Ανακαλύψτε τη συλλογή και στηρίξτε τη δράση στο <https://semiology.gr>.

## HYDRA3: η επανάσταση της Valmont στην εξειδικευμένη ενυδάτωση



Η Valmont, ο ελβετικός ειδικός στα κυτταρικά καλλυντικά, επαναπροσδιορίζει την έννοια της ενυδάτωσης με τη νέα σειρά HYDRA3. Δεν πρόκειται για μια τυπική διαδικασία, αλλά για ένα επιστημονικό επίτευγμα που προσφέρει πολυεπίπεδη δράση έως και 72 ώρες, αντλώντας δύναμη από την καθαρότητα των ελβετικών παγετώνων.

Με 40 χρόνια έρευνας, η HYDRA3 δρα ταυτόχρονα στα τρία προστατευτικά φράγματα της επιδερμίδας. Το μυστικό κρύβεται στο επαναστατικό εκχύλισμα ζυμωμένης γεντιανής «πράσινης» βιοτεχνολογίας, το οποίο συνδυάζεται με το εμβληματικό Τριπλό DNA και ένα αποκλειστικό σύμπλεγμα υαλουρονικού οξέος τριπλού μοριακού βάρους. Η συλλογή αποτελείται από πέντε θεραπείες υψηλής απόδοσης: ένα ανάλφρο spray, έναν ορό ομοιομορφίας, μια κρέμα-gel, ένα gel ματιών και μια μάσκα βαθιάς δράσης.

Η εμπειρία απογειώνεται στα spa με το αναβαθμισμένο πρωτόκολλο Hydration of the Bisses, εμπνευσμένο από τη λεμφική παροχέτευση, προσφέροντας ορατά πιο γεμάτη και φωτεινή επιδερμίδα από την πρώτη εφαρμογή.

Η καινοτομία, όμως, συμβαδίζει με την οικολογική συνείδηση. Με ανακυκλώσιμες συσκευασίες και το βλέμμα στραμμένο στο περιβάλλον, η Valmont δεσμεύεται έμπρακτα: για κάθε προϊόν HYDRA3 που πωλείται, 5€ δωρίζονται στη ΜΚΟ Ice@Life για την προστασία των ελβετικών παγετώνων.

Η επιδερμίδα ξεδιψά, η φύση προστατεύεται και η ομορφιά αποκτά νέα, βαθιά έννοια.

## ROMANTIC & BOMBASTIC: Η Stradivarius επαναπροσδιορίζει τη θηλυκότητα για το 2026



Η Stradivarius εισβάλλει στο 2026 με μια συλλογή-δήλωση, όπου η θηλυκότητα παύει να είναι απλώς μια εμφάνιση και γίνεται στάση ζωής. Μέσα από σιλουέτες που σμιλεύουν το σώμα με απόλυτη πρόθεση, το brand παρουσιάζει μια νέα, εκρηκτική αναλογία που ισορροπεί ανάμεσα στον μιμιμαλιστικό ρομαντισμό και τη δομημένη αυτοπεποίθηση.

Κυρίαρχο ρόλο παίζουν οι καθορισμένες μέσες και τα παντελόνια σε ballooop γραμμές, που σε συνδυασμό με τοπ γεμάτα σούρες και ντραπέ λεπτομέρειες, δημιουργούν έναν εννοιολογικό αισθητισμό. Τα cropped jackets, οι καμπαρντίνες με ζώνη και τα αυστηρά tailored blazers αγκαλιάζουν τη σιλουέτα με ακρίβεια, προσδίδοντας έναν αέρα εκλεπτυσμένης υπεροχής.

Το denim επανασυστήνεται σε flare και wide-leg γραμμές, συνυπάρχοντας με αισθησιακά slip dresses και μίνι φούστες σε ευφυή layered looks. Η αντίθεση ανάμεσα στη λεπτότητα των ασύμμετρων τοπ και τη δομή των ελαφριών bomber jackets δημιουργεί ένα οπτικό αποτέλεσμα που καθηλώνει.

Η λεπτομέρεια κάνει τη διαφορά: Μάξι μανσέτες, μεταλλικές αλυσίδες και ρετρό γυαλιά ηλίου προσθέτουν την απαραίτητη ένταση, ενώ οι suede τσάντες σε σοκολατί και καραμελέ τόνους χαρίζουν τη ζεστασιά μιας σύγχρονης πολυτέλειας. Για τη Stradivarius, το 2026 είναι η χρονιά της γυναίκας που τολμά να είναι ρομαντική με τους δικούς της, ακλόνητους όρους.

## No gatekeeping here: Η νέα Body Mascara της Maybelline αλλάζει τους κανόνες

Αν ψάχνεις το μυστικό για βλεφαρίδες που κόβουν την ανάσα, η αναμονή τελείωσε. Η Maybelline παρουσιάζει τη νέα Body Mascara, το απόλυτο εργαλείο για Full Body Lashes που ανεβάζει το βλέμμα σου σε άλλο επίπεδο. Ξέχνα τις συμβατικές λύσεις· εδώ μιλάμε για πλούσιο όγκο και ακαταμάχητη καμπύλη που διαρκούν έως και 24 ώρες!

Η καινοτομία της νέας Body Mascara κρύβεται στη σύνθεσή της, η οποία χαρίζει ένα μεταξένιο αποτέλεσμα που χιτίζεται ανάλογα με την ένταση που επιθυμείς. Είτε θέλεις ένα φυσικό lifted look για το πρωί στο γραφείο, είτε ένα bombastic drama look για τη βραδινή σου έξοδο, αυτή η μάσκα είναι ο σύμμαχός σου. Οι βλεφαρίδες δείχνουν πιο γεμάτες από ποτέ, με μια ανοδική πορεία που παραμένει σταθερή όλη μέρα, χωρίς κόμπους ή μουτζούρες.

Για εμάς στο Say Yes, η ομορφιά είναι θέμα αυτοπεποίθησης και η σωστή ρουτίνα ξεκινά από τα μάτια. Μην κρατάς το μυστικό μόνο για σένα! Δοκίμασε τη νέα εμπειρία όγκου, πειραματίσου με το Virtual Try-On της Maybelline για να βρεις την τέλεια εφαρμογή και ετοιμάσου να μαγνητίσεις τα βλέμματα.

Είναι ώρα να δώσεις στις βλεφαρίδες σου το «σώμα» και την κίνηση που τους αξίζει. Say Yes στον απόλυτο όγκο!

**Tip:** Για το τέλειο "lifted" αποτέλεσμα, ξεκίνα την εφαρμογή από τη ρίζα των βλεφαρίδων με κινήσεις ζιγκ-ζαγκ. Αφησε το πρώτο στρώμα να στεγνώσει για λίγα δευτερόλεπτα πριν χτίσεις το δεύτερο για ακόμα πιο bombastic όγκο!





## Η αναζήτηση της αριστείας μέσα από την τέχνη της ραπτικής

Για τη σεζόν Φθινόπωρο/Χειμώνας 2026, η BOSS αποτίει φόρο τιμής στη μακρόχρονη κληρονομιά της στη ραπτική, επαναπροσδιορίζοντας τη δεξιοτεχνία μέσα από μια σύγχρονη, δυναμική προσέγγιση. Η συλλογή αναδεικνύει έναν δημιουργικό διάλογο ανάμεσα στη γραμμή και την ακρίβεια, προτείνοντας μια νέα ερμηνεία της κλασικής ραπτικής που εκφράζει αυτοπεποίθηση και προσωπικότητα.

Αρχαιακά στοιχεία επανέρχονται με σύγχρονη ματιά: σακάκια εμπνευσμένα από τα τέλη της δεκαετίας του '80 αποκτούν νέες αναλογίες με πιο έντονους ώμους και στενότερη μέση, ενώ τα πέτα αντλούν έμπνευση από τα σχέδια της δεκαετίας του '90. Σταυρωτά και τρίκουμπα σακάκια συνδυάζονται με παντελόνια με πιέτες, δημιουργώντας ισορροπία ανάμεσα στη δομή και τη χαλαρότητα.

Στον πυρήνα της ανδρικής και γυναικείας συλλογής βρίσκεται η έννοια της αυτοπεποίθησης μέσα από τη δημιουργία. Πολυτελή υφάσματα συνδυάζονται με τεχνικά υλικά εμπνευσμένα από τον αθλητικό κόσμο, δίνοντας μορφή σε εκλεπτυσμένα υβριδικά πανωφόρια με πλούσια υφή. Δερμάτινα παλτό, νάιλον καμπαρντίνες με tailored πέτα και κασμιρένιες επενδύσεις επαναπροσδιορίζουν τις σύγχρονες φόρμες.

Η χρωματική παλέτα κινείται σε τόνους βαθύ μαύρου, midnight navy, smoky grey, olive, russet brown και warm terracotta, αναδεικνύοντας τη φυσική υφή των υλικών.

Όπως δήλωσε ο Δημιουργικός Διευθυντής της HUGO BOSS, Marco Falcioni, η συλλογή εμπνέεται από δημιουργικούς πρωτοπόρους που επιλέγουν τη ραπτική ως σύμβολο επιτυχίας. Η σεζόν Φθινόπωρο/Χειμώνας 2026 σηματοδοτεί την εξέλιξη της ραπτικής στην BOSS, με την ακρίβεια και την αυτοπεποίθηση να αποτυπώνονται σε κάθε λεπτομέρεια.

## Battlefield 6: Το REDSEC Season 2 είναι διαθέσιμο τώρα και φέρνει ακραία μέτρα



Ο πόλεμος με τους Pax Armata μεταφέρεται στις βουνοπλαγιές της Γερμανίας και η ένταση χτυπάει κόκκινο. Στη Season 2 του Battlefield 6 και του REDSEC, οι παίκτες καλούνται να ανακτήσουν μια αεροπορική βάση του NATO σε μια επιχείρηση που θα δοκιμάσει τις αντοχές τους.

Η νέα σεζόν αλλάζει τους κανόνες του παιχνιδιού με την εισαγωγή του ψυχοδραστικού καπνού VL-7, που αλλοιώνει το πεδίο της μάχης, και τον νέο, εντυπωσιακό χάρτη Contaminated. Οι λάτρες της δράσης θα ενθουσιαστούν με την επιστροφή του θρυλικού ελικόπτερου AH-6 Little Bird, αλλά και με τα νέα όπλα που προστίθενται στο οπλοστάσιο.

Με το Season 2 Battle Pass, οι ανταμοιβές είναι αμέτρητες: από εμφανίσεις στρατιωτών μέχρι ενισχύσεις XP. Για τους πραγματικά φανατικούς, το Battlefield Pro προσφέρει άμεση πρόσβαση σε αποκλειστικό εξοπλισμό και 25 tier skips. Επιπλέον, οι κάτοχοι PlayStation Plus απολαμβάνουν προνομιακή πρόσβαση σε bonus events και το αποκλειστικό Toxic Tide Pack, που περιλαμβάνει την εντυπωσιακή εμφάνιση «Filtered Out».

Είναι ώρα να πολεμήσεις την ομίχλη του πολέμου και να δείξεις την αξία σου στην πρώτη γραμμή.

**Tip:** Στο πεδίο της μάχης, όπως και στη ζωή, η στρατηγική είναι το παν. Μην ορμάς τυφλά στην ομίχλη-χρησιμοποίησε τον νέο εξοπλισμό για να «διαβάσεις» τις κινήσεις του αντιπάλου και δώσε τη νίκη στην ομάδα σου!

## One Piece x Crocs: Η νέα συλλογή σαλπάρει για το Grand Line στις 5 Μαρτίου



Η Crocs συνεργάζεται με το θρυλικό One Piece για μια μοναδική capsule συλλογή που μεταφέρει την περιπέτεια της θάλασσας στα πόδια μας. Η σειρά περιλαμβάνει τρία εμβληματικά σχέδια Classic Clog εμπνευσμένα από τον Luffy, τον Chopper και το πλοίο Thousand Sunny.

Το μοντέλο «Luffy» ξεχωρίζει με το έντονο κόκκινο χρώμα του (αναφορά στο γιλέκο του καπετάνιου) και μια κίτρινη λεπτομέρεια στο λουράκι που θυμίζει το ζωνάρι του. Για τους λάτρεις του Tony Tony Chopper, το σχέδιο είναι πιο παιχνιδιάρικο, με το πρόσωπο του χαρακτήρα και το μπλε καπέλο του, ενώ διαθέτει μέχρι και ένα μικρό λειτουργικό «σακίδιο» στο πίσω μέρος! Τέλος, το «Thousand Sunny» είναι το πιο περίτεχνο της συλλογής, ενσωματώνοντας τρισδιάστατα στοιχεία όπως το τιμόνι και τα πανιά του πλοίου.

Θα τα δούμε στην Ελλάδα; Η επίσημη κυκλοφορία έχει

οριστεί για τις 5 Μαρτίου μέσω του επίσημου site της Crocs και επιλεγμένων καταστημάτων παγκοσμίως. Δεδομένου ότι η Crocs έχει ισχυρή παρουσία στην ελληνική αγορά και τα anime collaborations γίνονται ανάρπαστα, αναμένουμε να τα δούμε σε εξειδικευμένα sneaker stores και online, με τις τιμές να κυμαίνονται μεταξύ 70\$ και 80\$.

## Y2K-Era Air Jordans: Η μεγάλη επιστροφή των «ξεχασμένων» θρύλων

Για χρόνια, οι φανατικοί των sneakers έδειχναν την προτίμησή τους αποκλειστικά στα κλασικά μοντέλα της εποχής των Bulls. Όμως, η κυκλοφορία του Air Jordan 40 ανατρέπει τα δεδομένα, φέρνοντας στο προσκήνιο σιλουέτες που θεωρούνταν «δύσκολες». Η Jordan Brand επενδύει πλέον σε υβριδικά μοντέλα, συνδυάζοντας το AJ40 με λεπτομέρειες από τα Jordan 14, 16, 23 και 28.

Η νοσταλγία για τη δεκαετία του 2000 (Y2K) επηρεάζει πλέον άμεσα και το footwear. Το Air Jordan 15 με το φουτουριστικό του design και το Air Jordan 16 με το χαρακτηριστικό μαγνητικό κάλυμμα, που κάποτε θεωρούνταν μπροστά από την εποχή τους, σήμερα μοιάζουν πιο επίκαιρα από ποτέ. Ήδη, η συνεργασία με το brand Public School για το Jordan 15 έκλεψε τις εντυπώσεις στην Εβδομάδα Μόδας της Νέας Υόρκης.

Η αγορά έχει κουραστεί από την υπερπροσφορά των κλασικών Jordan 1 και 4. Οι συλλέκτες αναζητούν το φρέσκο και το σπάνιο, και μοντέλα όπως το Jordan 14 "University Blue" (που επιστρέφει μετά από 20 χρόνια) ή το Jordan 17 "Doernbecher" προσφέρουν ακριβώς αυτό.

Στην Ελλάδα; Τα Y2K Jordans αναμένονται με μεγάλο ενδιαφέρον στα εξειδικευμένα sneaker stores και τις μεγάλες αλυσίδες αθλητικών, καθώς το ελληνικό κοινό ακολουθεί πιστά τις διεθνείς τάσεις του street culture. Ετοιμαστείτε για ένα Μάρτιο γεμάτο αναδρομές!

**Tip of the Day:** Αν έχεις ακόμα στο πατάρι εκείνα τα «περίεργα» Jordans από τις αρχές των 2000s, ήρθε η ώρα να τα ξεσκονίσεις. Η μόδα κάνει κύκλους και φέτος το «διαφορετικό» είναι το νέο must.



quote of the day

**ΚΛΑΙΜΕ ΓΙΑ ΕΝΑ ΜΑΪΜΟΥΔΑΚΙ, ΓΙΑΤΙ ΚΑΝΕΙΣ ΔΕΝ ΜΑΣ ΕΔΩΣΕ ΤΗΝ ΑΔΕΙΑ ΝΑ ΚΛΑΨΟΥΜΕ ΓΙΑ ΤΟ ΠΑΙΔΙ ΠΟΥ ΥΠΗΡΞΑΜΕ ΕΜΕΙΣ.**

**Σήμερα  
γιορτάζουν!**  
Ευθαλία, Τρωάδιος,  
Τρωάδα



**2 Μαρτίου**

- > International Rescue Cat Day
- > National Banana Cream Pie Day
- > American Citizenship Day
- > World Teen Mental Wellness Day
- > National Egg McMuffin Day
- > Toddle Waddle
- > National Old Stuff Day
- > Namesake Day
- > Read Across America Day