

Αν η μέρα είναι busy,
η διατροφή γίνεται... easy!



ΧΩΡΙΣ
ΠΡΟΣΘΗΚΗ
ΖΑΧΑΡΗΣ

35g
ΠΡΩΤΕΪΝΗΣ

26
ΒΙΤΑΜΙΝΕΣ &
ΙΧΝΟΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΧΩΡΙΣ
ΛΑΚΤΟΖΗ

Τώρα, ακόμα και αν ο χρόνος σου είναι περιορισμένος,
ένα πλήρες γεύμα είναι στο χέρι σου!



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

**ΠΩΣ ΜΑΣ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ
ΟΙ ΠΟΛΕΜΟΙ ΠΟΥ ΔΕΝ ΖΟΥΜΕ**



Good morning
Say Yessers!



**Φτιάξε καφέ
να στα πω...**



Καλημέρα **SayYesser!!!**

Σήμερα θα μιλήσουμε για την πιο δύσκολη, αλλά και πιο λυτρωτική μετατόπιση που μπορείς να κάνεις στη ζωή σου: τη στιγμή που σταματάς να γκρινιάζεις για το αποτέλεσμα και αρχίζεις να κοιτάζεις την πηγή.

«Όταν δεν μου αρέσει αυτό που παίρνω, αλλάζω αυτό που δίνω». Μια φράση-σταθμός, ένας κανόνας που μοιάζει με τον νόμο της δράσης και της αντίδρασης. Συχνά εγκλωβιζόμαστε σε έναν φαύλο κύκλο: περιμένουμε από τον σύντροφο, τον συνάδελφο, τον φίλο, ακόμα και από την ίδια τη ζωή, να μας δώσουν κάτι διαφορετικό – περισσότερη εκτίμηση, περισσότερη σταθερότητα, περισσότερο σεβασμό. Όταν όμως το «πακέτο» που λαμβάνουμε δεν μας ικανοποιεί, η πρώτη μας αντίδραση είναι να ζητήσουμε τα ρέστα. Να απαιτήσουμε από τον άλλο να αλλάξει, για να νιώσουμε εμείς καλύτερα.

Όμως, σκέψου το λίγο: Πόσο έλεγχο έχεις πραγματικά πάνω στον τρόπο που φέρονται οι άλλοι; Σχεδόν μηδενικό. Έχεις όμως απόλυτο έλεγχο στο δικό σου «σήμα». Αν εκπέμπεις φόβο, θα λάβεις δισταγμό. Αν εκπέμπεις ανασφάλεια, θα λάβεις αμφισβήτηση. Αν εκπέμπεις τοξικότητα, θα λάβεις αμυντική στάση.

Το να αλλάξεις αυτό που δίνεις δεν σημαίνει να γίνεις κάποιος άλλος, ούτε να υποχωρήσεις. Σημαίνει να κάνεις μια εσωτερική αναβάθμιση. Είναι το λεγόμενο «επιχειρηματικό» mindset εφαρμοσμένο στα συναισθήματα: αν η αγορά (η σχέση σου) δεν αντιδρά καλά στο προϊόν σου (στη συμπεριφορά σου), δεν φταίει η αγορά – φταίει η στρατηγική σου.

Ίσως πρέπει να δώσεις περισσότερη αυθεντικότητα και λιγότερη ανάγκη για επιβεβαίωση. Ίσως πρέπει να δώσεις καθαρά όρια αντί για σιωπηλή ανοχή. Ίσως πρέπει να δώσεις εμπιστοσύνη, ώστε να δημιουργήσεις τον χώρο για να ανθίσει η εμπιστοσύνη και από την άλλη πλευρά. Είναι ένας ριψοκίνδυνος τρόπος να ζεις, γιατί απαιτεί από εσένα να κάνεις το πρώτο βήμα χωρίς καμία εγγύηση ότι ο άλλος θα ανταποκριθεί με τον ίδιο τρόπο.

Όμως, το κέρδος είναι τεράστιο: Σταματάς να είσαι θύμα των περιστάσεων. Παύεις να περιμένεις από τους άλλους να σε ολοκληρώσουν. Γίνεσαι ο δημιουργός της δικής σου πραγματικότητας. Και το μαγικό της υπόθεσης; Όταν αλλάξεις το «σήμα» σου, οι άνθρωποι γύρω σου αναγκαστικά αλλάζουν τη συχνότητά τους για να συντονιστούν μαζί σου – ή αποχωρούν, ανοίγοντας χώρο για αυτούς που μπορούν να εκτιμήσουν τη νέα σου ποιότητα.

Tip of the Day: Σήμερα, πριν αντιδράσεις σε μια κατάσταση που σε ενοχλεί, αναρωτήσου: «Τι ακριβώς δίνω αυτή τη στιγμή;». Μην αναρωτιέσαι πια «γιατί συμβαίνει αυτό σε μένα» αναρωτήσου «τι μπορώ να εκπέμψω σήμερα για να αναγκάσω το περιβάλλον μου να αλλάξει συχνότητα». Η αλλαγή σου είναι η πιο ισχυρή διαπραγμάτευση που έχεις στα χέρια σου. Αντε και καλό μας σαββατοκύριακο!

Claire Styliara
Chief of SayYessers



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

ΜΑΚΒΕΛ: Η ελληνική γεύση στην κορυφή του κόσμου – Μια ιστορική διάκριση στα Taste Atlas Awards



Συχνά λέμε ότι η ελληνική γαστρονομία δεν έχει να ζηλέψει τίποτα από τη διεθνή σκηνή, αλλά όταν αυτό επιβεβαιώνεται με τον πιο επίσημο τρόπο παγκοσμίως, τότε η είδηση αποκτά άλλη βαρύτητα.

Η ελληνική εταιρεία ζυμαρικών ΜΑΚΒΕΛ κατάφερε κάτι που φάνταζε ακατόρθωτο: είναι η μοναδική ελληνική επιχείρηση που συμπεριλήφθηκε στην ετήσια λίστα των Top 100 καλύτερων προϊόντων στον κόσμο για την κατηγορία των ζυμαρικών, σύμφωνα με το Taste Atlas. Και μάλιστα, δεν τα κατάφερε με έναν, αλλά με δύο κωδικούς της, το κλασικό Σπαγγέτι και τις αγαπημένες Πένες.

Η ελληνική «εισβολή» σε ένα ιταλικό κάστρο

Για να καταλάβουμε το μέγεθος της επιτυχίας, αρκεί μια ματιά στους αριθμούς που ζαλίζουν. Στη λίστα των 100 κορυφαίων παραγωγών παγκοσμίως, η κυριαρχία των γειτόνων μας είναι σχεδόν καθολική: τα 94 από τα



100 προϊόντα ανήκουν σε ιταλικές επιχειρήσεις. Από τις ελάχιστες «χαραμάδες» που έμειναν, 3 θέσεις κατέλαβαν οι ΗΠΑ και 2 η Ισπανία.

Μέσα σε αυτό το άκρως ανταγωνιστικό περιβάλλον, η ΜΑΚΒΕΛ στάθηκε επάξια δίπλα σε θρύλους της παγκόσμιας αγοράς, αποδεικνύοντας ότι η ελληνική πρώτη ύλη και η τεχνογνωσία δεκαετιών μπορούν να κοιτάξουν στα μάτια τους κορυφικούς.

Τι είναι το Taste Atlas και γιατί μας αφορά;

Για όσους δεν το γνωρίζουν, το Taste Atlas θεωρείται η «Παγκόσμια Εγκυκλοπαίδεια των Γεύσεων». Δεν πρόκειται για έναν απλό οδηγό, αλλά για έναν διαδραστικό χάρτη που καταγράφει παραδοσιακά πιάτα,



τοπικά προϊόντα και αυθεντικά εστιατόρια από κάθε γωνιά του πλανήτη.

Τα βραβεία του έχουν τεράστια απήχηση, καθώς βασίζονται σε κριτικές και αξιολογήσεις πραγματικών χρηστών αλλά και επαγγελματιών της γεύσης, οι οποίοι φιλτράρονται με αυστηρούς αλγόριθμους για να αποφεύγονται οι μεροληψίες. Το να βρίσκεται ένα προϊόν στη λίστα του Taste Atlas σημαίνει αυτόματα ότι αναγνωρίζεται η ποιότητα, η αυθεντικότητα και η γευστική του ανωτερότητα σε παγκόσμιο επίπεδο.

Είναι το "Oscar" του γαστρονομικού κόσμου και η MAKBEΛ πήρε το δικό της αγαλαμάτιδιο.

Tip of the Day: Την επόμενη φορά που θα βρεθείς μπροστά στο ράφι, θυμήσου ότι η επιλογή σου έχει σημασία. Επιλέγοντας ελληνικά προϊόντα που διακρίνονται διεθνώς, στηρίζεις την ποιότητα που γεννιέται στον τόπο μας. Σήμερα, λοιπόν, μαγειρεύουμε ελληνικά ζυμαρικά - και μάλιστα τα «καλύτερα του κόσμου»!

Μπορείτε να μάθετε περισσότερα στα links που ακολουθούν:



<https://www.tasteatlas.com/best-rated-pasta-dishes-in-the-world#best-producers>

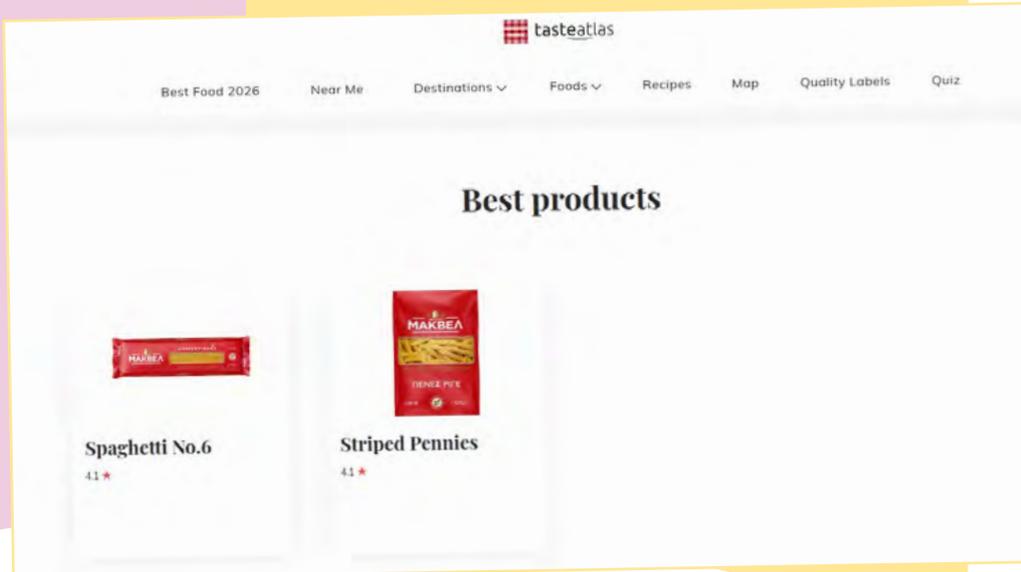
<https://www.tasteatlas.com/makvel>

Η συνταγή της επιτυχίας

Πίσω από αυτή τη διάκριση κρύβεται η ιστορία μιας εταιρείας που δεν σταμάτησε ποτέ να επενδύει στην ποιότητα. Χρησιμοποιώντας εκλεκτά ελληνικά σιτάρια, η MAKBEΛ κατάφερε να δημιουργήσει ζυμαρικά που κρατούν τη σωστή υφή (το περίφημο al dente) και αναδεικνύουν κάθε σάλτσα, κερδίζοντας την εμπιστοσύνη όχι μόνο των Ελλήνων καταναλωτών αλλά και των διεθνών κριτών.

Η ένταξη του Σπαγγέτι και της Πένας MAKBEΛ στους κορυφαίους του κόσμου δεν είναι απλώς μια νίκη για την εταιρεία· είναι μια νίκη για τα ελληνικά προϊόντα συνολικά.

Είναι η απόδειξη ότι όταν η παράδοση συναντά το σύγχρονο όραμα, το αποτέλεσμα μπορεί να ξεπεράσει τα σύνορα.



Πώς μας επηρεάζουν οι πόλεμοι που δεν ζούμε



Όταν μια πολεμική σύγκρουση ξεσπά κοντά μας, δεν χρειάζεται να ακούμε εκρήξεις για να αισθανθούμε ότι κάτι μέσα μας έχει διαταραχθεί. Κάτι αλλάζει, η καθημερινότητα αποκτά μια υπόκωφη ένταση και το σώμα λειτουργεί σαν να περιμένει κάτι κακό, ακόμη κι αν τίποτα δεν έχει αλλάξει άμεσα στη ζωή μας.

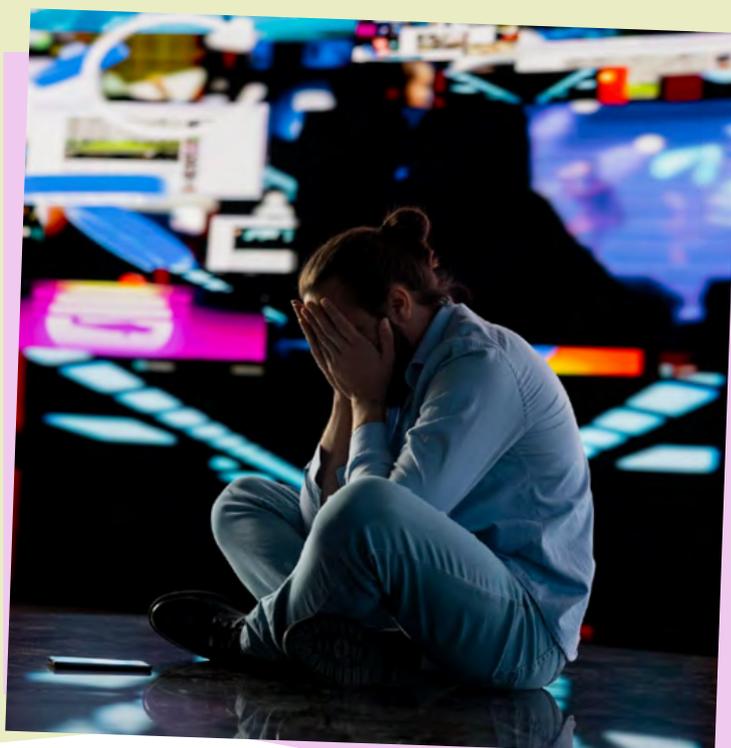
Αυτό το βίωμα δεν είναι υπερβολή ούτε δραματοποίηση. Είναι μια φυσική ψυχολογική αντίδραση στην «έμμεση απειλή» – την αίσθηση ότι ο κίνδυνος βρίσκεται αρκετά κοντά ώστε να μας αφορά, αλλά αρκετά μακριά ώστε να συνεχίσουμε να κάνουμε ό,τι κάναμε ως τώρα...

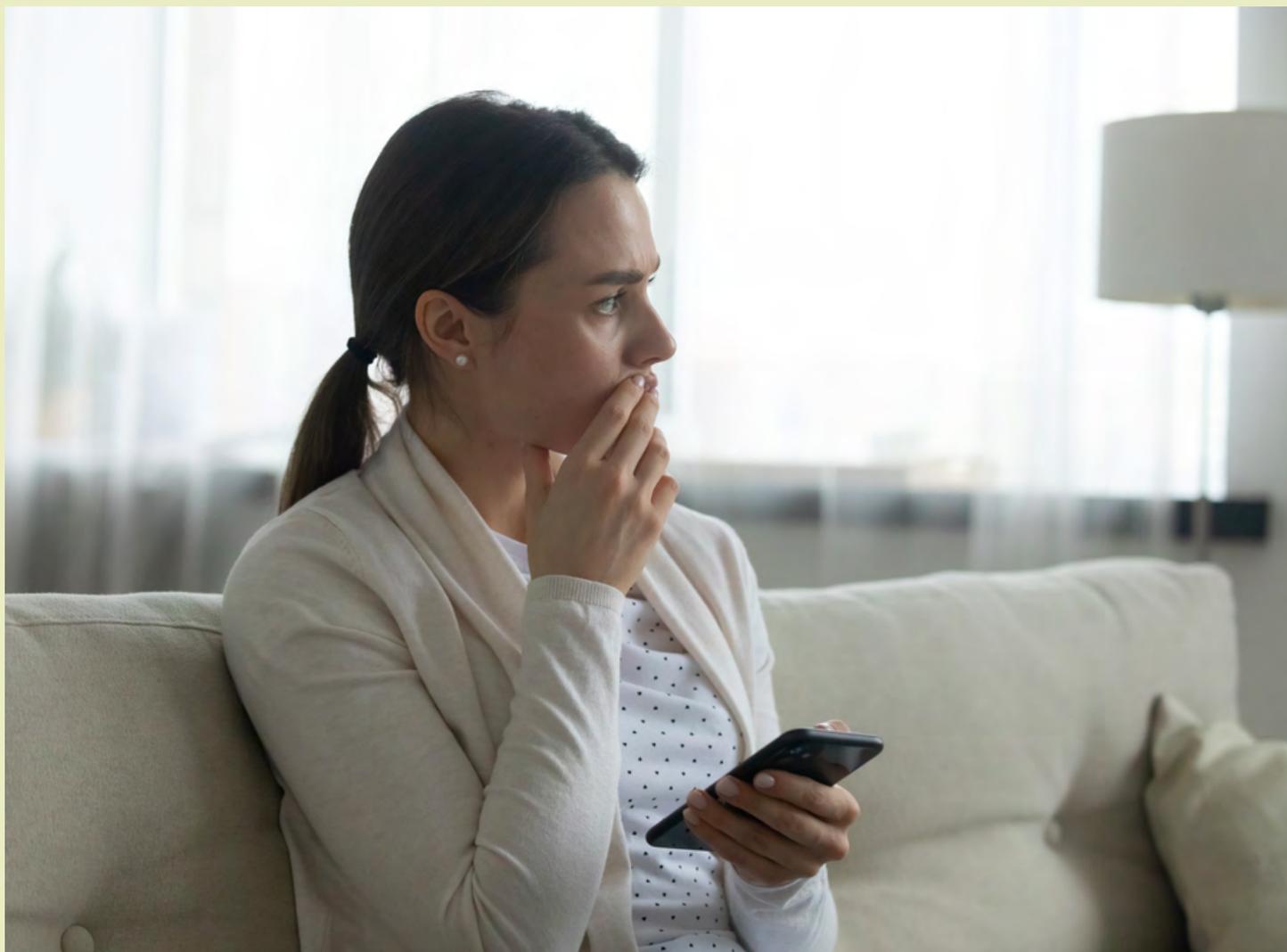
Το τραύμα που μοιράζεται σιωπηλά

Το τραύμα δεν είναι μόνο προσωπική εμπειρία. Μπορεί να είναι και συλλογική. Όταν ολόκληρες κοινωνίες εκτίθενται διαρκώς σε εικόνες καταστροφής, ανθρώπινου πόνου και αβεβαιότητας, δημιουργείται ένα κοινό συναισθηματικό φορτίο – ένα «συλλογικό τραύμα».

Δεν χρειάζεται να έχεις ζήσει τον πόλεμο για να σε αγγίξει. Αρκεί να τον παρακολουθείς καθημερινά. Οι ειδήσεις, τα βίντεο, οι μαρτυρίες, οι χάρτες, οι αριθμοί – όλα γίνονται μικρές σταγόνες έντασης που γεμίζουν αργά το νευρικό σύστημα. Ο εγκέφαλος μαθαίνει να ζει σε κατάσταση επαγρύπνησης.

Το φαινόμενο έγινε έντονα ορατό τα τελευταία χρόνια σε πληθυσμούς χωρών που γειτνιάζουν με εμπόλεμες ζώνες, όπως συνέβη με τον πόλεμο στην Ουκρανία. Άνθρωποι που δεν βρέθηκαν ποτέ σε άμεσο κίνδυνο





ανέφεραν αϋπνία, διάχυτο άγχος, ευερεθιστότητα και μια μόνιμη αίσθηση ότι «κάτι κακό πλησιάζει».

Και σήμερα, καθώς νέες πολεμικές συγκρούσεις ξέσπασαν ξανά σε περιοχές που δεν βρίσκονται μακριά μας, το ίδιο ψυχολογικό βάρος επιστρέφει. Ίσως πιο έντονο. Ίσως πιο κουραστικό. Γιατί πλέον κουβαλάμε και τη συσσωρευμένη κόπωση των τελευταίων ετών.

Όταν πονάς για κάτι που δεν έζησες

Οι ειδικοί χρησιμοποιούν τον όρο «δευτερογενές τραυματικό στρες» για να περιγράψουν την κατάσταση κατά την οποία κάποιος εμφανίζει συμπτώματα τραύματος χωρίς να έχει βιώσει ο ίδιος το γεγονός. Η συνεχής έκθεση σε ιστορίες ανθρώπων που υποφέρουν, σε εικόνες βίας και στην αίσθηση ότι «αυτό θα μπορούσε να συμβεί και σε εμάς» αρκεί για να ενεργοποιήσει τον μηχανισμό επιβίωσης.

Το σώμα δεν ξεχωρίζει πάντα την άμεση εμπειρία από την έντονη ενσυναίσθηση. Το μυαλό αναζητά διαρκώς ενημέρωση, σαν να πιστεύει ότι η πληροφορία θα φέρει έλεγχο. Στην πραγματικότητα, η υπερενημέρωση συχνά φέρνει το αντίθετο: παρατεταμένη ένταση χωρίς διέξοδο.

Το άγχος της εγγύτητας

Ένας πόλεμος «μακριά» αντιμετωπίζεται ως γεγονός. Ένας πόλεμος «κοντά» όμως μοιάζει με πιθανότητα. Και η πιθανότητα είναι αρκετή για να γεννήσει φόβο. Το μυαλό αρχίζει να φτιάχνει σενάρια. Τι θα γίνει αν επεκταθεί;

Αν αλλάξει η οικονομία; Αν διαταραχθεί η καθημερινότητα; Αν τελικά τίποτα δεν είναι τόσο σταθερό όσο νομίζαμε;

Αυτό το άγχος είναι υπαρξιακό. Δεν αφορά μόνο την ασφάλεια, αλλά τη βεβαιότητα. Την αίσθηση ότι ο κόσμος έχει μια τάξη που μπορούμε να εμπιστευτούμε. Όταν αυτή η αίσθηση κλονίζεται, ακόμη και οι απλές ρουτίνες μοιάζουν εύθραυστες.





Κάποιοι άνθρωποι βιώνουν και ενοχή: συνεχίζουν τη ζωή τους κανονικά ενώ άλλοι άνθρωποι υποφέρουν. Η χαρά μοιάζει άτοπη. Η ξεγνοιασιά μοιάζει σχεδόν απαγορευμένη. Είναι ένα συναισθηματικό παράδοξο που βαραίνει σιωπηλά.

Η ψηφιακή εποχή της διαρκούς έκθεσης

Σήμερα ο πόλεμος δεν μένει στο δελτίο ειδήσεων. Ζει στην οθόνη μας όλη μέρα. Ειδοποιήσεις, ζωντανές μεταδόσεις, βίντεο, προσωπικές ιστορίες. Η πληροφορία δεν έχει παύση — και μαζί της δεν έχει παύση και το νευρικό σύστημα.

Κάθε νέα ενημέρωση λειτουργεί σαν μικρή δόση αδρεναλίνης. Το σώμα μπαίνει σε ετοιμότητα χωρίς να υπάρχει άμεση δράση που μπορούμε να κάνουμε. Αυτή η «παγωμένη ετοιμότητα» είναι από τις πιο εξαντλητικές ψυχολογικές καταστάσεις: ένταση χωρίς εκτόνωση. Ο εγκέφαλος αναζητά τον έλεγχο, αλλά η αδιάκοπη ροή ειδήσεων ενισχύει την αίσθηση αδυναμίας.

Προστατεύοντας τον εσωτερικό μας χώρο

Όταν τα γεγονότα είναι μεγαλύτερα από εμάς, η φροντίδα της ψυχικής μας ισορροπίας δεν είναι πολυτέλεια αλλά αναγκαιότητα.

Η διατήρηση καθημερινής ρουτίνας στέλνει μήνυμα σταθερότητας στο μυαλό. Η κίνηση βοηθά το σώμα να αποφορτίσει την ένταση. Η ανθρώπινη επαφή επαναφέρει την αίσθηση σύνδεσης και ασφάλειας.

Ο περιορισμός της συνεχούς ειδησεογραφικής έκθεσης επιτρέπει στο νευρικό σύστημα να ξεκουραστεί. Δεν πρόκειται για αδιαφορία προς τον πόνο των άλλων. Πρόκειται για ψυχική ανθεκτικότητα — για τη δυνατότητα να παραμένουμε παρόντες χωρίς να καταρρέουμε.

Το αόρατο βάρος της εποχής

Ζούμε σε μια εποχή όπου η ανθρώπινη εμπειρία είναι παγκόσμια. Ο πόνος ταξιδεύει με ταχύτητα φωτός. Μπορούμε να βλέπουμε, να ακούμε και να νιώθουμε γεγονότα που συμβαίνουν εκατοντάδες χιλιόμετρα μακριά σαν να είναι δίπλα μας.

Το να επηρεαζόμαστε από έναν πόλεμο που συμβαίνει κοντά μας είναι ένδειξη ενσυναίσθησης, επίγνωσης και σύνδεσης με τον κόσμο. Όμως η ενσυναίσθηση χρειάζεται όρια· αλλιώς μετατρέπεται σε εξάντληση.

Η ψυχική υγεία δεν δοκιμάζεται μόνο από όσα ζούμε άμεσα, αλλά και από όσα κουβαλάμε μέσα μας για τον κόσμο γύρω μας.

L'Étape Greece by Tour de France 2026 presented by Skoda στη Σπάρτη: το endurance event της άνοιξης



Υπάρχουν πολλά αθλητικά events μέσα στη χρονιά. Υπάρχουν όμως λίγα που κουβαλούν το βάρος ενός παγκόσμιου θρύλου.

Το [L'Étape Greece by Tour de France 2026 presented by Skoda](#) είναι ένα από αυτά. Η επίσημη ερασιτεχνική σειρά αγώνων του Tour de France, που πραγματοποιείται σε δεκάδες χώρες σε όλο τον κόσμο, επιστρέφει στην Ελλάδα και φέτος μεταφέρεται για πρώτη φορά στη Σπάρτη. Στις 4 Απριλίου 2026, ποδηλάτες από την Ελλάδα και το εξωτερικό θα βρεθούν στην ιστορική πόλη της Λακωνίας για να ζήσουν μια εμπειρία που συνδυάζει αθλητισμό, πρόκληση και το μοναδικό σκηνικό της ελληνικής φύσης.

Για όσους αγαπούν τα endurance events, το L'Étape Greece αποτελεί έναν από τους πιο ενδιαφέροντες αγώνες της άνοιξης.

Η εμπειρία του Tour de France

Το L'Étape Tour de France δημιουργήθηκε για έναν πολύ συγκεκριμένο λόγο: να δώσει τη δυνατότητα σε ερασιτέχνες αθλητές να ζήσουν την εμπειρία ενός μεγάλου ποδηλατικού αγώνα με τις ίδιες προδιαγραφές που χαρακτηρίζουν τον Γύρο της Γαλλίας. Οι δρόμοι

κλείνουν αποκλειστικά για τους ποδηλάτες, η οργάνωση ακολουθεί διεθνή standards ασφάλειας και αγωνιστικής εμπειρίας, ενώ οι συμμετέχοντες απολαμβάνουν πλήρη υποστήριξη κατά τη διάρκεια της διαδρομής, με σταθμούς τροφοδοσίας, τεχνική βοήθεια και ιατρική κάλυψη.

Η αίσθηση που δημιουργείται είναι αυτή ενός πραγματικού μεγάλου αγώνα, όπου για λίγες ώρες ο κάθε συμμετέχων γίνεται μέρος ενός παγκόσμιου ποδηλατικού θεσμού.

Τρεις διαδρομές, μία εμπειρία

Το L'Étape Greece by Tour de France 2026 presented by Skoda στη Σπάρτη προσφέρει τρεις διαφορετικές επιλογές συμμετοχής, ώστε κάθε αθλητής να βρει την πρόκληση που του ταιριάζει.

Η διαδρομή **The Race** αποτελεί την απόλυτη πρόκληση: περίπου 140 χιλιόμετρα με 1.700 μέτρα υψομετρικής διαφοράς, σχεδιασμένη για όσους αναζητούν έναν απαιτητικό αγώνα αντοχής.

Η διαδρομή **The Ride**, μήκους περίπου 67 χιλιομέτρων με 1.250 μέτρα υψομετρικά, προσφέρει μια δυναμική



Αφορούν την εμπειρία, την ατμόσφαιρα της εκκίνησης, τη διαδρομή, την προσπάθεια και τη στιγμή που περνάς τη γραμμή του τερματισμού.

Το L'Étape Greece by Tour de France 2026 presented by Skoda στη Σπάρτη συνδυάζει όλα αυτά σε ένα event που απευθύνεται σε όσους αγαπούν τις προκλήσεις,

εμπειρία για ποδηλάτες που θέλουν έναν έντονο αλλά πιο προσιτό αγώνα.

Παράλληλα, το **Fun Ride** των 15 χιλιομέτρων δίνει τη δυνατότητα σε περισσότερους ανθρώπους, από οικογένειες μέχρι νέους φίλους του ποδηλάτου, να συμμετάσχουν σε μια χαλαρή ποδηλατική διαδρομή και να ζήσουν την ατμόσφαιρα της διοργάνωσης.

είτε προέρχονται από την ποδηλασία, είτε από το τρέξιμο ή γενικότερα από τον κόσμο των endurance sports.

Γιατί μερικές εμπειρίες δεν είναι απλώς ένας ακόμη αγώνας.

Είναι η ευκαιρία να γίνεις μέρος ενός θρύλου.

Μάθετε περισσότερα και δηλώστε συμμετοχή [ΕΔΩ](#).

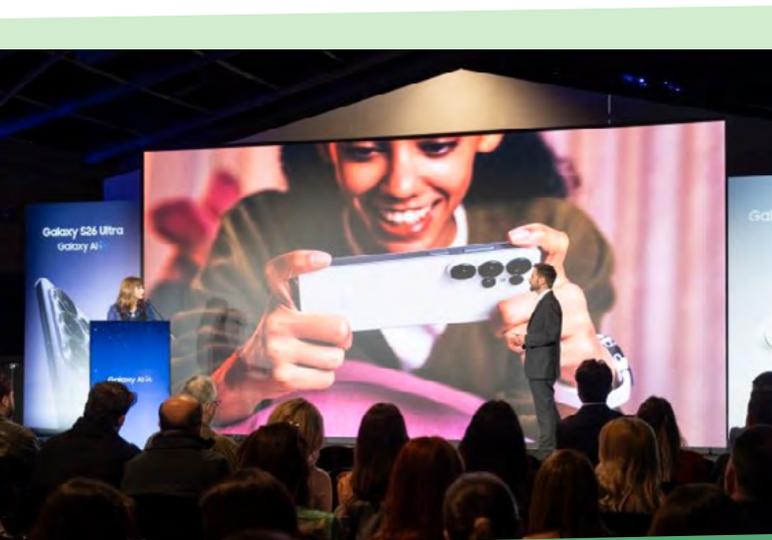
Ποδηλατώντας στη γη των Σπαρτιατών

Η επιλογή της Σπάρτης ως νέου προορισμού της διοργάνωσης προσθέτει έναν ιδιαίτερο συμβολισμό στον αγώνα. Η εκκίνηση και ο τερματισμός θα πραγματοποιηθούν μπροστά στο εμβληματικό άγαλμα του Λεωνίδα, ενώ οι διαδρομές θα κινούνται μέσα στο εντυπωσιακό τοπίο της Λακωνίας, με φόντο τον Ταΰγετο, ελαιώνες, παραδοσιακά χωριά και ιστορικά τοπία της περιοχής. Είναι ένα σκηνικό που ταιριάζει απόλυτα σε έναν αγώνα αντοχής: φύση, ιστορία και μια διαδρομή που δοκιμάζει τις δυνάμεις των συμμετεχόντων.

Για όσους αγαπούν τα μεγάλα challenges

Τα endurance events έχουν κάτι κοινό: δεν αφορούν μόνο την απόσταση ή τον χρόνο.





Η Samsung Electronics Hellas ανακοινώνει την επίσημη διάθεση της σειράς Galaxy S26 και των Galaxy Buds4 στην Ελλάδα

Σε μια εντυπωσιακή εκδήλωση στο Glasshouse - Anassa City Events, η Samsung Electronics Hellas γιόρτασε την επίσημη κυκλοφορία της νέας σειράς Galaxy S26 και των Galaxy Buds4. Η ανταπόκριση του κοινού υπήρξε πρωτοφανής, με τις προπαραγγελίες να σημειώνουν διψήφια αύξηση παγκοσμίως και το premium Galaxy S26 Ultra να επιλέγεται από πάνω από το 70% των χρηστών.

Ο Πρόεδρος της Samsung Electronics Hellas, κ. Hansoo Kim, υπογράμμισε ότι η νέα σειρά φέρνει την Τεχνητή Νοημοσύνη πιο κοντά στον χρήστη, καθιστώντας την έναν αξιόπιστο καθημερινό σύμμαχο. Το Galaxy S26 Ultra θέτει νέα στάνταρ με τον επεξεργαστή Snapdragon® 8 Elite Gen 5, προηγμένο σύστημα κάμερας και την πρωτοποριακή τεχνολογία Privacy Display, που διασφαλίζει την ιδιωτικότητα της οθόνης.

Παράλληλα, τα νέα Galaxy Buds4 και Buds4 Pro προσφέρουν κορυφαίο ήχο Hi-Fi 24-bit, βελτιωμένη Ενεργή Ακύρωση Θορύβου (ANC) και έξυπνη ενσωμάτωση AI, αποτελώντας τον ιδανικό σύντροφο για το οικοσύστημα Galaxy. Όπως δήλωσε ο κ. Αρης Παρασκευόπουλος, Επικεφαλής Mobile Experience: «Η νέα γενιά συσκευών θέτει τον χρήστη στο επίκεντρο, προσφέροντας μια εμπειρία που είναι ταυτόχρονα ισχυρή και αβίαστη».

Η σειρά Galaxy S26 και τα Galaxy Buds4 είναι διαθέσιμα από σήμερα σε όλο το δίκτυο συνεργατών και στο Samsung.com/gr, προσφέροντας μια ευρεία γκάμα χρωμάτων που καλύπτει κάθε αισθητική προτίμηση.

Τα HUAWEI Watch GT Runner 2 και HUAWEI FreeBuds Pro 5 ξεχώρισαν στη φετινή MWC, αποσπώντας σημαντικά βραβεία



Τα νέα HUAWEI WATCH GT Runner 2 και HUAWEI FreeBuds Pro 5 έκλειψαν τις εντυπώσεις στο φετινό Mobile World Congress (MWC) 2026 στη Βαρκελώνη, αποσπώντας πολυάριθμες διακρίσεις και επιβεβαιώνοντας τη δυναμική παρουσία της Huawei στον τομέα των smart wearables και των audio συσκευών.

Το HUAWEI WATCH GT Runner 2, το ελαφρύτερο running ρολόι από τιτάνιο στην κατηγορία του, απέσπασε συνολικά 15 βραβεία από διεθνή μέσα και οργανισμούς τεχνολογίας. Μεταξύ αυτών ξεχωρίζουν τα MWC Breakthrough Awards, τα Publisher Awards MWC 2026, τα Gizmochina Best Awards of MWC 2026, καθώς και το Best of MWC από το Yanko Design. Τα τεχνολογικά μέσα εξήραν τον σχεδιασμό του και τις προηγμένες δυνατότητες προπόνησης που προσφέρει στους δρομείς.

Το smartwatch διαθέτει βελτιωμένη ακρίβεια GPS χάρη σε ανασχεδιασμένο σύστημα κεραίας, προηγμένες μετρήσεις προπόνησης και αυτονομία μπαταρίας που φτάνει έως και δύο εβδομάδες με μία φόρτιση. Παράλληλα, η λειτουργία Intelligent Marathon υποστηρίζει προπονήσεις από 2 έως 42 χιλιόμετρα, προσφέροντας ολοκληρωμένη καθοδήγηση από την προετοιμασία έως τον αγώνα.

Αντίστοιχα, τα HUAWEI FreeBuds Pro 5 τιμήθηκαν με το βραβείο "Best of MWC", χάρη στην κορυφαία ποιότητα ήχου και τις καινοτόμες τεχνολογίες τους. Τα flagship ακουστικά της Huawei διαθέτουν dual-driver ANC, σύστημα AI διπλού κινητήρα για ενεργή ακύρωση θορύβου, καθώς και τεχνολογία lossless ήχου έως 2.3Mbps, προσφέροντας μια καθηλωτική εμπειρία ακρόασης.

Μήπως να μείνουμε σε σπίτια-κάψουλες;



Τα ενοίκια είναι ένα μεγάλο κεφάλαιο που "καίει" πολύ κόσμο. Οι τιμές δεν λένε να πέσουν αλλά τι εναλλακτικές υπάρχουν; Ας μιλήσουμε για τα σπίτια-κάψουλες.

Η ιστορία μιας πρωτοποριακής ιδέας στέγασης

Η ιδέα ξεκίνησε πριν από σχεδόν μισό αιώνα στην Ιαπωνία, όταν δημιουργήθηκαν τα πρώτα capsule hotels με compact, λειτουργικούς χώρους για ταξιδιώτες και εργαζόμενους που χρειάζονταν απλώς ένα μέρος για ύπνο. Σύντομα, η φιλοσοφία αυτή μετατράπηκε σε ένα πρωτοποριακό concept διαβίωσης: μικροί, έξυπνα σχεδιασμένοι χώροι που εκμεταλλεύονται κάθε τετραγωνικό μέτρο, με minimal design.

Τα σπίτια-κάψουλες έγιναν γνωστά κυρίως ως λύση για αστικές περιοχές με υψηλή ζήτηση για στέγη και περιορισμένο χώρο. Στην Ιαπωνία και αργότερα στην Ευρώπη, αυτά τα compact homes προσέφεραν ευελιξία και πρακτικότητα: modular κατασκευές, εύκολη μετακίνηση και δυνατότητα επέκτασης ανάλογα με τις ανάγκες του χρήστη.

Από τα capsule hotels στα μικρά σπίτια

Η εξέλιξη από τα ξενοδοχεία-κάψουλες σε μόνιμες κατοικίες ήταν φυσική. Το concept ενσωματώνει όλα τα βασικά στοιχεία μιας πλήρους κατοικίας: υπνοδωμάτιο, κουζίνα, μπάνιο και αποθηκευτικό χώρο, όλα σε λίγα τετραγωνικά μέτρα. Ένα από τα βασικά πλεονεκτήματα είναι η ευελιξία: πολλά σπίτια-κάψουλες μπορούν να επεκταθούν ή να μετακινηθούν ανάλογα με τις ανάγκες του κατοίκου.

Η minimal αισθητική, η λειτουργικότητα και η έξυπνη

εκμετάλλευση του χώρου έγιναν συνώνυμα των capsule homes, προσελκύοντας νέους εργαζόμενους, φοιτητές και ανθρώπους που αναζητούν έναν πρακτικό και οικονομικό τρόπο διαβίωσης. Η τάση αυτή αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια και στην Ευρώπη, σε πόλεις όπως το Λονδίνο, το Παρίσι και η Κοπεγχάγη.

Σπίτια-κάψουλες στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα, η ιδέα των capsule homes για κάποιους ίσως να είναι μια συμφέρουσα λύση για περιοχές με περιορισμένη διαθεσιμότητα κατοικιών και υψηλές τιμές ενοικίων, όπως η Αθήνα και η Αττική γενικότερα. Τα compact homes θα ήταν μια προσιτή και λειτουργική εναλλακτική για νέους, φοιτητές ή εργαζόμενους που θέλουν να ζουν σε κεντρικές περιοχές χωρίς να χρειάζεται να επενδύσουν σε μεγάλες κατοικίες. Στη χώρα μας το ενδιαφέρον εστιάζεται κυρίως στην καλύτερη αξιοποίηση μικρών χώρων και στην ενσωμάτωση τεχνολογικών και οικολογικών λύσεων, όπως πολυλειτουργικά έπιπλα και minimal design, ώστε να παρέχεται άνεση σε περιορισμένα τετραγωνικά.

Ήξερες ότι...

- Το πρώτο capsule hotel δημιουργήθηκε το 1979 στο Κόμπε της Ιαπωνίας.
- Οι "κάψουλες" αρχικά ήταν μόνο για ύπνο, χωρίς κουζίνα ή μπάνιο.
- Στην Ελλάδα, μικρά studios και ανακαινισμένα διαμερίσματα υιοθετούν στοιχεία capsule living για πιο οικονομική και πρακτική διαβίωση.



Η Kylie Jenner επεκτείνει τη best-selling σειρά αρωμάτων με το νέο Cosmic Intense

Μετά την επιτυχία του πρώτου Cosmic και την πρόσφατη κυκλοφορία του Cosmic 2.0, η Kylie Jenner παρουσιάζει το νέο Cosmic Intense, μια πιο τολμηρή και αισθησιακή εκδοχή της δημοφιούς συλλογής αρωμάτων της. Η νέα δημιουργία επαναπροσδιορίζει το iconic άρωμα της Kylie με μια πιο πλούσια, κρεμώδη και εθιστική σύνθεση.

Εμπνευσμένο από την αγάπη της Kylie για τη βανίλια και τα amber gourmand αρώματα, το Cosmic Intense ενισχύει τη χαρακτηριστική υπογραφή της σειράς, προσθέτοντας βαθύτερες και πιο ζεστές νότες. Στη σύνθεσή του ξεχωρίζει η απολαυστική νότα benzoin, που προσδίδει μια γλυκιά, σχεδόν καραμελωμένη διάσταση στο άρωμα.

Η σύνθεση ανοίγει με τη ζουμερή φρεσκάδα του blood orange και την απαλή λουλουδένια νότα του star jasmine. Στην καρδιά του αρώματος, το golden amber accord και το benzoin δημιουργούν μια ζεστή, αισθησιακή αύρα που «λιώνει» πάνω στο δέρμα. Η εμπειρία ολοκληρώνεται με μια πλούσια βάση από κρεμώδη βανίλια και musk accord, αφήνοντας ένα μαγνητικό, διαρκές αποτύπωμα.

«Έχουμε λάβει πολλή αγάπη για τα αρώματά μας και είμαι ενθουσιασμένη που παρουσιάζω ένα ακόμη μοναδικό άρωμα στη συλλογή μας», δήλωσε η Kylie Jenner, επισημαίνοντας ότι το Cosmic Intense δημιουργήθηκε για να εκφράζει δύναμη, αυτοπεποίθηση και ένταση.

Το άρωμα φιλοξενείται στο χαρακτηριστικό γλυπτό μπουκάλι της σειράς Cosmic, το οποίο παρουσιάζεται αυτή τη φορά σε ένα βαθύ φλογερό κόκκινο χρώμα, που αντανακλά τον δυναμικό χαρακτήρα της νέας δημιουργίας. Το Cosmic Intense είναι διαθέσιμο σε μεγέθη 30ml, 50ml και 100ml.

Η Jo Malone London παρουσιάζει τη νέα συλλογή Care Collection



Ο οίκος Jo Malone London αντλεί έμπνευση από τα αρχαία ρωμαϊκά λουτρά για τη δημιουργία της νέας Care Collection, μιας συλλογής που επαναφέρει την έννοια της αυτοφροντίδας ως καθημερινό τελετουργικό ευεξίας. Εκεί όπου η φροντίδα του σώματος και του πνεύματος αποτελούσε ιεροτελεστία, η νέα συλλογή συνδυάζει την παράδοση με τη σύγχρονη επιστήμη και τη δύναμη του αρώματος.

Η Care Collection έχει σχεδιαστεί για να ενισχύει την ευεξία μέσα από τέσσερις αρωματικές ρουτίνες καθημερινής φροντίδας – Enrich, Purify, Restore και Revitalise – οι οποίες εμπνέονται από τα στάδια των ρωμαϊκών λουτρών. Με τη στήριξη της νευροαισθητηριακής έρευνας, κάθε προϊόν στοχεύει να αφυπνίσει θετικά συναισθήματα και να μετατρέψει την περιποίηση σε μια πολυτελή εμπειρία που αγκαλιάζει σώμα και πνεύμα.

Το Enrich, εμπνευσμένο από το tepidarium, εστιάζει στη θρέψη της επιδερμίδας με νότες τριαντάφυλλου, χαμομηλιού και κέδρου. Το Purify, που παραπέμπει στο caldarium, προσφέρει μια αναζωογονητική τελετουργία καθαρισμού με ύσσωπο, άρκευθο και μυρτιά. Η κατηγορία Restore φέρνει μια αίσθηση χαλάρωσης με έλαιο σώματος και scrub με νότες γιασεμιού, νερολί, μελιού και μπαχαρικών, ενώ το Revitalise, εμπνευσμένο από το frigidarium, ολοκληρώνει τη ρουτίνα με δροσερές νότες λεμονιού, λουίζας και δάφνης.

Η νέα συλλογή περιλαμβάνει προϊόντα όπως αφρόλουτρα, balm σώματος, έλαιο και scrub σώματος, καθώς και σαπούνι απολέπισης και gel-cream σώματος.

Η Care Collection είναι διαθέσιμη στα καταστήματα Jo Malone London Γλυφάδα, στα attica Department Stores, καθώς και στα e-shops attica και Hondos Center.

Η Ιωάννα Κουρμπέλα δημιουργεί τον άχρονο ενδυματολογικό κόσμο του «Γλάρου» του Άντον Τσέχοφ



Μια τολμηρή, σύγχρονη ανάγνωση του εμβληματικού έργου του Άντον Τσέχοφ, «Ο Γλάρος», παρουσιάζεται από τις 6 Μαρτίου στον νέο Χώρο FIAT (Συγγρού 114), σε σκηνοθεσία του Γιώργου Βάλαρη. Στο κέντρο της οπτικής ταυτότητας της παράστασης βρίσκεται ο ενδυματολογικός σχεδιασμός της Ιωάννας Κουρμπέλα, η οποία διαμορφώνει έναν κόσμο που κινείται με μαεστρία ανάμεσα στο παρελθόν και το μέλλον.

Η σχεδιάστρια υπογράφει μια πρόταση με φουτουριστική και μινιμαλιστική αισθητική, που αντλεί έμπνευση από την εποχή συγγραφής του έργου, δημιουργώντας έναν άχρονο σκηνικό χώρο. Τα κοστούμια δεν αποτελούν απλώς ενδύματα, αλλά λειτουργούν ως προέκταση της ψυχολογίας των χαρακτήρων, φωτίζοντας τις σιωπές και τις εύθραυστες

σχέσεις του έργου. Μέσα από φυσικές υφές και καθαρές γραμμές, η ενδυματολογική προσέγγιση ενισχύει τη δραματουργία, αναδεικνύοντας τη μοναδικότητα κάθε ρόλου.

Στον εμβληματικό ρόλο της Αρκάντινα πρωταγωνιστεί η Κατερίνα Διδασκάλου, πλαισιωμένη από έναν θίασο σημαντικών ηθοποιών, όπως ο Παναγιώτης Μπουγιούρης (Τριγκόριν) και ο Δημήτρης Τσίκλης (Κονσταντίν).

Ο «Γλάρος», ένα έργο που το 1895 επαναπροσδιόρισε τη θεατρική γλώσσα, παραμένει επίκαιρος καθώς εστιάζει στα υπαρξιακά αποτυπώματα που αφήνουν οι ανθρώπινες πράξεις. Η Ιωάννα Κουρμπέλα, με τη βαθιά γνώση της στη θεατρική ενδυματολογία και προϋπηρεσία σε εμβληματικές παραστάσεις (όπως ο «Ιδομενέας» της Κατερίνας Ευαγγελάτου), επιβεβαιώνει πως το κοστούμι είναι οργανικό στοιχείο της σκηνικής σύνθεσης.

Η παράσταση παρουσιάζεται στον Χώρο FIAT, με παραστάσεις από Τετάρτη έως Κυριακή. Τα εισιτήρια είναι ήδη διαθέσιμα για προπώληση μέσω της πλατφόρμας more.com.

Όταν η αθλητική υπεροχή συναντά την απόλυτη φιλοξενία: Η Martina Hingis στο One&Only Aesthesis

Η Αθηναϊκή Ριβιέρα μετατράπηκε σε σημείο συνάντησης για τους φίλους του τένις, καθώς το One&Only Aesthesis υποδέχθηκε τη θρυλική Martina Hingis για την επίσημη πρεμιέρα του Tennis Icons Series. Το παραθαλάσσιο resort, γνωστό για τις εξατομικευμένες εμπειρίες φιλοξενίας και τις σύγχρονες αθλητικές εγκαταστάσεις του, εγκαινίασε τον νέο θεσμό σε συνεργασία με τη LUX Tennis, μία από τις κορυφαίες εταιρείες διαχείρισης τένις παγκοσμίως.

Η Martina Hingis, κάτοχος 25 τίτλων Grand Slam, μοιράστηκε την εμπειρία και το πάθος της μέσα από ένα τριήμερο πρόγραμμα δραστηριοτήτων στα courts του resort. Οι συμμετέχοντες είχαν την ευκαιρία να λάβουν μέρος σε εξειδικευμένα προπονητικά sessions μικρών ομάδων, εστιάζοντας στη στρατηγική ανάλυση του παιχνιδιού, τη διαχείριση κρίσιμων αγωνιστικών στιγμών και την ανάπτυξη γρήγορων αντανακλαστικών.

Το πρόγραμμα περιλάμβανε ιδιωτικά μαθήματα, ομαδικά sessions αλλά και ειδικά clinics για παιδιά, δίνοντας την ευκαιρία σε λάτρεις του αθλήματος κάθε επιπέδου να ζήσουν μια εμπειρία υψηλού επιπέδου δίπλα σε έναν από τους μεγαλύτερους θρύλους του παγκόσμιου τένις.

Ξεχωριστή στιγμή αποτέλεσε η εκδήλωση Meet & Greet που πραγματοποιήθηκε στις 5 Μαρτίου στο Tennis Area του Club One, όπου αθλητές, προπονητές και εκπρόσωποι των media συνομίλησαν με τη Hingis, η οποία μοιράστηκε τη φιλοσοφία της για τον ανταγωνισμό και την εξέλιξη στο επαγγελματικό τένις.

Το Tennis Icons Series θα συνεχιστεί τον Ιούνιο με την παρουσία του Magnus Norman, ενισχύοντας περαιτέρω τη θέση του One&Only Aesthesis ως έναν κορυφαίο προορισμό αθλητισμού, ευεξίας και πολυτελούς φιλοξενίας στην Αθηναϊκή Ριβιέρα.





HUGO «Red Means Go»: Η νέα πλατφόρμα που μετατρέπει την αμφισβήτηση σε καύσιμο για επιτυχία

Η HUGO παρουσιάζει τη νέα της καμπάνια «Red Means Go», μια δυναμική πρόταση που απευθύνεται στη νέα γενιά δημιουργών και πρωτοπόρων που αρνούνται να περιοριστούν στα στενά πλαίσια του παραδοσιακού εταιρικού μοντέλου.

Σε έναν κόσμο που επιβάλλει τη στασιμότητα, η HUGO γιορτάζει όσους επιλέγουν να ακολουθήσουν τη δική τους πορεία. Η πλατφόρμα «Red Means Go» αποτελεί ένα κάλεσμα για όσους έχουν το θάρρος να αφήσουν πίσω ό,τι δεν τους εκφράζει, προκειμένου να κυνηγήσουν μια νέα, δική τους δημιουργική κατεύθυνση – είτε αυτή αφορά την επιχειρηματικότητα, την τέχνη ή έναν νέο τρόπο ζωής.

Όπως σημειώνει ο James Foster, SVP Global Marketing της HUGO BOSS: «Για μια γενιά που απορρίπτει το corporate grind, η φιλοδοξία δεν σημαίνει να ανεβαίνεις την εταιρική κλίμακα, αλλά να ξέρεις πότε πρέπει να φύγεις. Το Red Means Go είναι το κάλεσμα για όσους αφήνουν τη φιλοδοξία τους να ανθίσει, παρά τις δυσκολίες».

Η καμπάνια χρησιμοποιεί προκλητικά μηνύματα, όπως «Why couldn't you get a proper job?» ή «Too risky. Too different.», τα οποία λειτουργούν ως καθρέφτης των κοινωνικών πιέσεων. Αντί η HUGO να αποφεύγει αυτή την αμφιβολία, τη μετατρέπει σε καύσιμο. Το «Red» συμβολίζει την τριβή που πυροδοτεί την κίνηση, τη στιγμή ανάμεσα στην αμφιβολία και την απόφαση να προχωρήσει κανείς.

Μέσα από μια ομάδα επτά διεθνών δημιουργών, η HUGO αποδεικνύει ότι η επιτυχία ορίζεται με τους δικούς μας όρους. Η πλατφόρμα είναι ένα κάλεσμα ενδυνάμωσης για όσους μετέτρεψαν το «όχι» σε έναυσμα για το μέλλον τους.

Το Disney+ θα μεταδώσει ζωντανά το March Madness σε όλη την Ευρώπη και τη Νότια Αφρική



Το Disney+ ενισχύει το χαρτοφυλάκιο των ζωντανών αθλητικών μεταδόσεων του, φέρνοντας για πρώτη φορά το March Madness, τα εμβληματικά τουρνουά μπάσκετ NCAA Division I Ανδρών και Γυναικών, στους συνδρομητές του σε όλη την Ευρώπη και τη Νότια Αφρική, στο πλαίσιο της παγκόσμιας συμφωνίας δικαιωμάτων του ESPN. Από τις 18 Μαρτίου έως τις 7 Απριλίου 2026, οι συνδρομητές θα έχουν τη δυνατότητα να παρακολουθήσουν και τους 134 αγώνες των διοργανώσεων ζωντανά, μέσα από την υπάρχουσα συνδρομή τους στο Disney+.

Το March Madness αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα γεγονότα στο αμερικανικό κολεγιακό μπάσκετ, συγκεντρώνοντας 68 ομάδες τόσο στο ανδρικό όσο και στο γυναικείο τουρνουά, σε μια διοργάνωση νοκ άουτ που κορυφώνεται με το πολυαναμενόμενο Final Four. Η φετινή ανακοίνωση των ομάδων θα πραγματοποιηθεί στις 15 Μαρτίου 2026, την καθιερωμένη Selection Sunday.

Η προσθήκη του March Madness στο Disney+ ενισχύει περαιτέρω τη διεθνή παρουσία του ESPN και τη διανομή του κολεγιακού αθλητισμού στις πλατφόρμες της The Walt Disney Company, δίνοντας στους φιλάθλους τη δυνατότητα να απολαμβάνουν κορυφαίο αθλητικό περιεχόμενο των ΗΠΑ. Παράλληλα, το Disney+ συνεχίζει να επεκτείνει τις ζωντανές αθλητικές μεταδόσεις του στην Ευρώπη, όπου ήδη φιλοξενούνται διοργανώσεις όπως το UEFA Champions League Γυναικών, το UEFA Europa League, το UEFA Europa Conference League σε επιλεγμένες αγορές, καθώς και η LALIGA στο Ηνωμένο Βασίλειο και την Ιρλανδία.

Με τη νέα αυτή προσθήκη, το Disney+ επιβεβαιώνει τη στρατηγική του να προσφέρει στους συνδρομητές του ακόμη περισσότερες κορυφαίες στιγμές ζωντανού αθλητικού θεάματος παγκόσμιας κλάσης.



15 οδηγοί από την Ελλάδα θα ταξιδέψουν στο Grand Prix της Monza με τη Shell

Μια μοναδική εμπειρία για τους φίλους της ταχύτητας φέρνει η Shell στην Ελλάδα, δίνοντας την ευκαιρία σε 15 τυχερούς οδηγούς να ταξιδέψουν στο εμβληματικό Grand Prix της Monza στην Ιταλία. Η νέα προωθητική ενέργεια πραγματοποιείται στο πλαίσιο του προγράμματος επιβράβευσης Shell GO+, που υλοποιείται σε πρατήρια Shell σε όλη τη χώρα.

Με κάθε ανεφοδιασμό 20 λίτρων και άνω σε καύσιμα Shell V-Power Racing, Shell V-Power 98 ή Shell V-Power Diesel, οι καταναλωτές κερδίζουν spins στο παιχνίδι Spin to Win μέσω της εφαρμογής Shell GO+. Μέσα από τη διαδικασία αυτή μπορούν να διεκδικήσουν άμεσα δώρα, αλλά και συμμετοχή στη μεγάλη κλήρωση που θα αναδείξει τους 15 τυχερούς νικητές.

Οι νικητές θα ταξιδέψουν τον Σεπτέμβριο στο θρυλικό Autodromo Nazionale Monza, γνωστό και ως «Ναός της Ταχύτητας», για να παρακολουθήσουν από κοντά έναν από τους πιο ιστορικούς αγώνες της Formula 1, σε μια πίστα που φιλοξενεί σχεδόν όλα τα Ιταλικά Grand Prix από το 1950.

Παράλληλα, μέσα από τα spins οι συμμετέχοντες έχουν τη δυνατότητα να κερδίσουν και άλλα άμεσα δώρα, όπως πόντους Shell GO+ και συλλεκτικά αυτοκινητάκια Shell Motorsport.

Η ενέργεια ισχύει έως τις 31 Μαΐου 2026 σε πρατήρια Shell σε όλη την Ελλάδα και αποτελεί μέρος των δράσεων που σηματοδοτούν τα 100 χρόνια παρουσίας της Shell στη χώρα, γιορτάζοντας έναν αιώνα καινοτομίας και σχέσης εμπιστοσύνης με τους Έλληνες οδηγούς.

Spin to Win – Σκέψου περισσότερα δώρα!

FIFA Ballers: Η ZURU φέρνει τη μαγεία του FIFA WORLD CUP 2026 στο συλλεκτικό σου νεσεσέρ!



Με αφορμή το επερχόμενο FIFA WORLD CUP 2026 και βασισμένη στην τεράστια επιτυχία των NBA Ballers, η ZURU παρουσιάζει τα πολυαναμενόμενα FIFA Ballers. Οι νέες blind κάψουλες, που κυκλοφορούν επίσημα στις 12 Μαρτίου, μεταφέρουν όλη τη μαγεία του παγκόσμιου ποδοσφαίρου σε μια μοναδική συλλεκτική εμπειρία.

Η σειρά περιλαμβάνει 33 διαφορετικούς ποδοσφαιριστές, συμπεριλαμβανομένων 7 Rare και 2 Super Rare φιγούρων που αποτυπώνουν εμβληματικές στιγμές, όπως ο ιστορικός πανηγυρισμός του Lionel Messi. Οι fans έχουν την ευκαιρία να αναζητήσουν κορυφικούς αστέρες, όπως ο Harry Kane, ο Kylian Mbappé, ο Luis Malagόη και ο Antonee Robinson, χτίζοντας τη δική τους dream team.

Κάθε κάψουλα αποτελεί ένα «κουτί εκπλήξεων», καθώς περιλαμβάνει μια συλλεκτική φιγούρα, mini foil αφίσα, mini μπάλα, ένα κομμάτι «γηπέδου» και επιπλέον ποδοσφαιρικά αξεσουάρ. Με πάνω από 40 φιγούρες συνολικά στη συλλογή, η σειρά καλεί μικρούς και μεγάλους να ξεκινήσουν τη συλλογή τους, να ανταλλάξουν παίκτες και να ζήσουν τον παλμό του Μουντιάλ μέσα από το παιχνίδι.

Εσύ ποιον θα διαλέξεις για την ομάδα σου; Ήρθε η ώρα να ανακαλύψεις ποιος θα σηκώσει την κούπα!

quote of the day

ΤΟ ΝΑ ΒΛΕΠΕΙΣ ΤΟΝ ΚΟΣΜΟ ΝΑ ΦΛΕΓΕΤΑΙ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΕΝΑ ΚΡΥΟ ΓΥΑΛΙ, ΔΕΝ ΣΕ ΚΑΝΕΙ ΑΠΛΩΣ ΘΕΑΤΗ. ΣΕ ΚΑΝΕΙ ΣΥΝΕΝΟΧΟ ΣΤΗΝ ΑΠΩΛΕΙΑ ΤΗΣ ΔΙΚΗΣ ΣΟΥ ΗΡΕΜΙΑΣ.

Jean Baudrillard

Γιορτάζουν!

13/3
Λεάνδρος, Μάριος

14/3
Βενέδικτος, Βενεδίκτη, Ευφράσιος, Μαθίλντη

15/3
Αγάπιος

13 Μαρτίου

- > International Every Girl Wins Day
- > National Open An Umbrella Indoors Day
- > World Day Against Cyber Censorship
- > International School Meals Day
- > World Glaucoma Day
- > Popcorn Lover's Day

14 Μαρτίου

- > Παγκόσμια Ημέρα της Σταθεράς π
- > International Day of Action for Rivers
- > International Day of Mathematics
- > Science Education Day
- > Crowdfunding Day
- > Legal Assistant Day

15 Μαρτίου

- > Παγκόσμια Ημέρα Καταναλωτή
- > Παγκόσμια Ημέρα κατά της Αστυνομικής Βαρβαρότητας
- > World Contact Day
- > World Sleep Day
- > National Corn Dog Day
- > World Speech Day
- > International Sports Car Racing Day