

# \*Yellow

Η καθημερινή σου επιβράβευση

Το Yellow κλείνει  
10 χρόνια  
και μοιράζει  
100.000€

Γίνε ένας από τους χιλιάδες τυχερούς που κερδίζουν 10€ σε yellows, κάνοντας τις αγορές σου με κάρτες της Πειραιώς στους Συνεργάτες του Προγράμματος.



/// Piraeus

Ισχύει έως και 16/4 με κάρτες που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα.  
Όροι στο [piraeusbank.gr/yellow](https://piraeusbank.gr/yellow)

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

# ΓΙΑΤΙ ΔΕΝ ΜΠΟΡΕΙΣ ΝΑ ΧΑΡΕΙΣ ΤΗ ΖΩΗ (ΑΚΟΜΑ ΚΑΙ ΟΤΑΝ ΟΛΑ ΠΑΝΕ ΚΑΛΑ)



Η αλήθεια είναι  
ότι στη φύση  
δεν υπάρχει τίποτα  
πιο καθαρό από  
το νερό της.



Αρρένα

ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ

Καθαρό. Σαν την αλήθεια.

arrena.gr   arrena.water



# Good morning SayYessers!



## Φτιάξε καφέ να στα πω...



Καλημέρα **SayYesser** και καλό μήνα!!!

Πρωταπριλιά σήμερα και, ενώ όλοι ετοιμάζουν τα αθώα τους ψέματα για το έθιμο, εμείς θα μιλήσουμε για τους «επαγγελματίες» ψεύτες που κυκλοφορούν ανάμεσά μας όλο τον χρόνο.

### Το έθιμο και η πραγματικότητα

Η Πρωταπριλιά είναι η μέρα που το ψέμα έχει την τιμητική του και, κατά κάποιο τρόπο, είναι η πιο «ειλικρινής» μέρα του χρόνου, γιατί τουλάχιστον ξέρεις τι να περιμένεις. Τι γίνεται όμως τις υπόλοιπες τριακόσιες εξήντα τέσσερις μέρες; Εκεί που τα ψέματα δεν συνοδεύονται από γέλια, αλλά από προσωπεία, κρυφές ατζέντες και ανθρώπους που έχουν κάνει την υποκρισία δεύτερη φύση τους;

### Οι «ψεύτες» της καθημερινότητάς μας

Στη ζωή μας θα συναντήσουμε πολλούς τύπους ανθρώπων που δεν αντέχουν την αλήθεια:

**Αυτούς που λένε ψέματα στον εαυτό τους:** Είναι εκείνοι που αρνούνται να δουν την πραγματικότητα και χτίζουν έναν πύργο από δικαιολογίες για να νιώθουν ασφαλείς.

**Τους «καλούς» με τη μάσκα:** Άνθρωποι που σου χαμογελούν μπροστά σου και σε σχολιάζουν πίσω από την πλάτη σου, όχι γιατί σε μισούν, αλλά γιατί φοβούνται να αντιμετωπίσουν τη δική τους ανασφάλεια.

**Εκείνους που φοβούνται την κρίση:** Λένε ψέματα για να φαίνονται πιο επιτυχημένοι, πιο ευτυχισμένοι ή πιο «τέλειοι», χάνοντας στην πορεία την επαφή με το ποιοι πραγματικά είναι.

### Η δύναμη της δικής σου αλήθειας

Όπως έχουμε ξαναπεί ο καθένας μας κουβαλάει μια μάσκα. Το πρόβλημα δεν είναι η μάσκα, αλλά το να την πιστέψεις. Σήμερα, λοιπόν, που το ψέμα είναι το παιχνίδι της ημέρας, εσύ κάνε τη διαφορά. Μην αναλώνεσαι στο να προσπαθείς να «ξεσκεπάσεις» τους άλλους. Αυτό είναι δικό τους βάρος και δικό τους μάθημα.

Η δική σου δουλειά είναι να παραμείνεις αυθεντικός. Η αλήθεια δεν χρειάζεται φωνές, ούτε προσπάθεια. Η αλήθεια απλώς «είναι». Και οι άνθρωποι που αξίζουν να βρίσκονται στη ζωή σου, θα την αναγνωρίσουν χωρίς να χρειαστεί να πεις ούτε μια λέξη.

**Tip of the Day:** Σήμερα, αντί για ένα ψέμα, πες μια απρόσμενη αλήθεια. Κάνε μια ειλικρινή φιλοφρόνηση, παραδέξου ένα λάθος σου με χιούμορ ή απλώς πες σε κάποιον πόσο τον εκτιμάς. Σε έναν κόσμο που συχνά μοιάζει με μια ατελειώτη Πρωταπριλιά, η ειλικρίνεια είναι η πιο επαναστατική πράξη που μπορείς να κάνεις.

Claire Styliara  
Chief of SayYessers



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

## Μια «πράσινη» πρωτοβουλία από τη ΜΑΚΒΕΛ – EURIMAC: Δενδροφύτευση στη Δοϊράνη για το περιβάλλον



Με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Δασών και την Παγκόσμια Ημέρα Νερού, οι εργαζόμενοι της ΜΑΚΒΕΛ – EURIMAC συμμετείχαν ενεργά σε δράση δενδροφύτευσης στον αύλειο χώρο του Μουσείου της Λίμνης Δοϊράνη, ενισχύοντας έμπρακτα τη δέσμευση της εταιρείας για την προστασία του περιβάλλοντος και τη βιώσιμη ανάπτυξη.

Η δράση πραγματοποιήθηκε την Κυριακή 22 Μαρτίου 2026, με πρωτοβουλία της Ιεράς Μητροπόλεως Πολυανής και Κιλκισίου και της ΑΜΚΕ «Κορμοράνος», έπειτα από αδειοδότηση του Δήμου Κιλκίς. Παράλληλα, μαθητές από το 2ο Πειραματικό Γενικό Λύκειο συμμετείχαν ενεργά στη διαδικασία, αναδεικνύοντας τη σημασία της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης και της ευαισθητοποίησης των νεότερων γενεών.

Η πρωτοβουλία δεν περιορίζεται στη φύτευση δέντρων, καθώς

περιλαμβάνει και τη συνεχή φροντίδα και διατήρηση του χώρου από τους ίδιους τους εργαζόμενους της εταιρείας, με στόχο τη δημιουργία ενός βιώσιμου οικοσυστήματος με μακροπρόθεσμο αντίκτυπο.

Στο πλαίσιο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, η ΜΑΚΒΕΛ – EURIMAC επενδύει συστηματικά σε δράσεις που ενισχύουν το περιβάλλον και στηρίζουν τις τοπικές κοινωνίες. Μέσα από τέτοιες πρωτοβουλίες, αποδεικνύει ότι η σύγχρονη επιχειρηματικότητα συνδέεται άρρηκτα με την υπευθυνότητα, την περιβαλλοντική συνείδηση και τη συμβολή σε ένα καλύτερο μέλλον.

## Δίψα για Πάσχα. Δίψα για ΒΙΚΟΣ COLA 1+1

Το Πάσχα είναι γεμάτο στιγμές που μας φέρνουν πιο κοντά: οικογένεια, φίλοι, γεμάτα τραπέζια, μυρωδιές από το ψήσιμο και γέλια που κρατούν μέχρι αργά. Είναι η εποχή που η παράδοση συναντά τη γεύση και κάθε συνάντηση γίνεται αφορμή για αυθεντική σύνδεση. Σε αυτές τις στιγμές, η ΒΙΚΟΣ COLA δίνει το δικό της δροσερό «παρών», συμπληρώνοντας ιδανικά το πασχαλινό τραπέζι.

Φέτος, η ΒΙΚΟΣ COLA κάνει τις γιορτές ακόμη πιο απολαυστικές με την αγαπημένη προσφορά 1+1, που ισχύει έως τις 14 Απριλίου. Με κάθε τετράδα σε κουτάκι αλουμινίου, απολαμβάνεις άλλη μία δώρο, εξασφαλίζοντας περισσότερη δροσιά για εσένα και την παρέα σου.

Η πρακτική συσκευασία αλουμινίου διατηρεί τη γεύση αναλλοίωτη και τη θερμοκρασία ιδανική, κάνοντας κάθε γουλιά ακόμη πιο απολαυστική. Είτε πρόκειται για το οικογενειακό τραπέζι της Κυριακής είτε για μια αυθόρμητη συνάντηση με φίλους, η ΒΙΚΟΣ COLA γίνεται το στοιχείο που ενώνει τις στιγμές.

Γιατί το Πάσχα δεν είναι μόνο οι παραδόσεις. Είναι οι άνθρωποι, οι στιγμές και οι μικρές απολαύσεις που τις κάνουν αξέχαστες. Και φέτος, έχεις έναν λόγο παραπάνω να τις μοιραστείς.



Η προσφορά ισχύει σε όλα τα συνεργαζόμενα καταστήματα και αφορά το προϊόντα ΒΙΚΟΣ COLA σε κούτι αλουμινίου 4x450.

ΔΙΨΑ ΓΙΑ  
ΔΙΨΑ ΓΙΑ  
ΔΙΨΑ ΓΙΑ  
**1+1**  
ΔΩΡΟ



# Γιατί δεν μπορείς να χαρείς τη ζωή (ακόμα και όταν όλα πάνε καλά)



Έχεις νιώσει ποτέ εκείνο το ανεξήγητο κενό; Εκείνη την παράξενη ανησυχία που σε επισκέπτεται αργά το βράδυ, ακόμα κι αν η μέρα σου ήταν «γεμάτη» επιτυχίες; Έχεις το σπίτι που ήθελες, την καριέρα που ονειρευόσουν, ίσως και το αυτοκίνητο που κάποτε θαύμαζες. Από έξω, η ζωή σου μοιάζει ιδανική. Από μέσα, όμως, κάτι «σε τρώει».

Ο σπουδαίος ψυχολόγος Καρλ Γιουνγκ μας είχε προειδοποιήσει δεκαετίες πριν. Είχε διαγνώσει αυτό που ονόμαζε «η ασθένεια του Δυτικού ανθρώπου»: την τάση μας να χτίζουμε το εξωτερικό οικοδόμημα της ζωής μας, ξεχνώντας εντελώς τον ένοικο που ζει μέσα σε αυτό.

## Το σπίτι και ο ένοικος

Ο Γιουνγκ χρησιμοποιούσε μια πανέμορφη μεταφορά. Φαντάσου τη ζωή σου σαν ένα σπίτι. Ξοδεύουμε απίστευτο χρόνο και ενέργεια για να το επιπλώσουμε με τα πιο ακριβά υλικά, να το διακοσμήσουμε με γούστο και να το διατηρούμε καθαρό. Αλλά τι γίνεται με τον άνθρωπο που κατοικεί μέσα; Είναι η ψυχή του σε παρόμοια κατάσταση τάξης και καθαρότητας;





«Είναι αναμφίβολα πιο άνετο να κατοικεί κανείς σε ένα καλοδιατηρημένο σπίτι», έγραφε ο Γιουνγκ, «αλλά αυτό δεν απαντά στο ερώτημα ποιος είναι ο ένοικος και αν η ψυχή του απολαμβάνει μια παρόμοια κατάσταση». Η τραγωδία του σύγχρονου ανθρώπου είναι ότι κυνηγάμε το «περισσότερο» -περισσότερα χρήματα, περισσότερη αναγνώριση- νομίζοντας ότι εκεί κρύβεται η λύση. Όμως, όπως παρατήρησε ο Γιουνγκ, όση εξωτερική επιτυχία κι αν σημειώσεις, εσωτερικά παραμένεις ο ίδιος.

ενώ «έχεις τα πάντα». Είναι ένα σήμα. Ο εσωτερικός άνθρωπος ζητά την προσοχή σου.

Αν δεν τον ακούσεις, προειδοποιούσε ο Γιουνγκ, αυτός ο εσωτερικός εαυτός γίνεται πηγή «ανεξήγητης κακοτυχίας και ακατανόητης δυστυχίας μέσα σε συνθήκες ζωής από τις οποίες θα περίμενε κανείς το αντίθετο». Είναι εκείνη η στιγμή που αναρωτιέσαι: «Γιατί δεν είμαι ευτυχισμένος; Αφού έχω κάθε λόγο να είμαι!».

## Η παγίδα της ηδονικής προσαρμογής

Γιατί όμως δεν σταματάμε ποτέ; Η ψυχολογία έχει έναν όρο γι' αυτό: ηδονική προσαρμογή. Παίρνεις την προαγωγή και νιώθεις υπέροχα για έναν μήνα. Αγοράζεις το νέο αυτοκίνητο και μετά από οκτώ εβδομάδες είναι απλώς το μέσο για να πας στη δουλειά. Ο εγκέφαλός μας συνηθίζει τα καλά πολύ γρήγορα.

Τότε, αντί να κοιτάξουμε μέσα μας, κάνουμε το μοιραίο λάθος: ρυθμίζουμε ξανά το στόχαστρο προς τα έξω. Πιστεύουμε ότι χρειαζόμαστε το επόμενο πράγμα. Αυτός ο κύκλος είναι ατέρμονος και οδηγεί σε αυτό που ο Γιουνγκ αποκαλούσε «άπληστη ανησυχία».

## Η φωνή του εσωτερικού ανθρώπου

Ο Γιουνγκ πίστευε ότι η ψυχή μας έχει τις δικές της ανάγκες: νόημα, αυτογνωσία, δημιουργική έκφραση. Όταν τις αγνοούμε για πολύ καιρό, η ψυχή «αντιδρά». Δεν είναι προσωπική αποτυχία αν νιώθεις κατάθλιψη ή άγχος

## Η λύση: Η εσωτερική και εξωτερική ζωή πρέπει να μεγαλώνουν μαζί

Το λάθος μας είναι ότι θεωρούμε την εσωτερική εργασία -τον στοχασμό, τη σκιομαχία με τους φόβους μας, την αναζήτηση νοήματος- ως κάτι προαιρετικό ή «πολυτέλεια». Για τον Γιουνγκ, ήταν ζήτημα επιβίωσης.

Το μυστικό για μια γεμάτη ζωή δεν είναι να σταματήσεις να χιτίζεις το «σπίτι» σου. Είναι να αρχίσεις να επενδύεις τον ίδιο χρόνο και την ίδια σοβαρότητα στον ένοικο.

- Μάθε να κάθεται με τη δυσφορία σου αντί να την «πνίγεις» με το κινητό ή τις αγορές.
- Αναρωτήσου «γιατί» κυνηγάς αυτό που κυνηγάς.
- Διεύρυνε τον πνευματικό σου ορίζοντα.

Όταν οι άνθρωποι αναπτύσσονται σε πιο «ευρύχωρες προσωπικότητες», έλεγε ο Γιουνγκ, οι νευρώσεις και η δυστυχία τείνουν να εξαφανίζονται. Το σπίτι είναι μια χαρά. Ήταν πάντα μια χαρά. Ήρθε η ώρα να γνωρίσεις επιτέλους αυτόν που ζει μέσα.



### Tip of the Day

Αφιέρωσε δέκα λεπτά σήμερα στην απόλυτη ησυχία, χωρίς καμία εξωτερική διέγερση. Μην προσπαθήσεις να «φτιάξεις» τίποτα. Απλώς άκου τι έχει να σου πει ο ένοικος του σπιτιού σου. Η ευτυχία δεν είναι το επόμενο απόκτημα, αλλά η ποιότητα της σχέσης που έχεις με τον εαυτό σου.

Πώς ξεκινάς όμως να δουλεύεις με τη σκιά σου στην πράξη; σου έχω τρεις απλές αλλά πανίσχυρες ασκήσεις για να αρχίσεις από σήμερα:

**Ο καθρέφτης των άλλων:** σκέψου κάποιον που σε εκνευρίζει αφάνταστα. Τι είναι αυτό που σε ενοχλεί πάνω του; Είναι η αλαζονεία του; Η τεμπελιά του; Συχνά, αυτό που μας εξοργίζει στους άλλους είναι ένα κομμάτι του εαυτού μας που δεν έχουμε επιτρέψει στον εαυτό μας να εκφράσει. Αναρωτήσου: «πού είμαι εγώ αλαζόνας;» ή «γιατί δεν επιτρέπω στον εαυτό μου να ξεκουραστεί;».

**Η ανατομία του «γιατί»:** την επόμενη φορά που θα νιώσεις μια έντονη, δυσανάλογη αντίδραση (θυμό, ζήλια, φόβο) για κάτι

μικρό, σταμάτα. Μην το προσπεράσεις. Ρώτα τον εαυτό σου: «γιατί με πόνεσε τόσο αυτό;». Συνήθως η απάντηση κρύβεται σε μια παλιά πληγή ή σε μια ανάγκη που θάψαμε βαθιά.

**Γράψε χωρίς φίλτρο:** πάρε ένα τετράδιο και γράψε όλα όσα φοβάσαι να παραδεχτείς. Τις «κακές» σου σκέψεις, τις επιθυμίες που θεωρείς απαγορευμένες. Το χαρτί δεν σε κρίνει. Όταν τα βλέπεις γραμμένα, η δύναμή τους πάνω σου εξασθενεί, γιατί παύουν να είναι αόρατα.

Η εργασία με τη σκιά δεν σε κάνει «κακό» άνθρωπο. Σε κάνει ολόκληρο άνθρωπο. Όταν αποδέχεσαι το σκοτάδι σου, παύει να σε ελέγχει και τότε μπορείς πραγματικά να απολαύσεις το φως σου.



### Extra Tip of the Day

Μην φοβάσαι τα «σκοτεινά» σου σημεία. Είναι εκεί για να σου δείξουν πού χρειάζεσαι περισσότερη αγάπη και αποδοχή. Η ολοκλήρωση έρχεται όταν σταματάς να πολεμάς τον εαυτό σου και αρχίζεις να τον ακούς.

## 3x3 Schools powered by ΔΕΗ: Το παιχνίδι των δρόμων επιστρέφει στα σχολεία



Για τέταρτη συνεχή χρονιά, το 3x3 Schools powered by ΔΕΗ παίρνει τις μπάλες του και ταξιδεύει σε όλη την Ελλάδα. Η ΔΕΗ, σε συνεργασία με την Ελληνική Ομοσπονδία Καλαθοσφαίρισης (ΕΟΚ), δίνει την ευκαιρία σε χιλιάδες μαθητές δημοτικού και γυμνασίου να γνωρίσουν από κοντά το Ολυμπιακό πλέον άθλημα που γεννήθηκε στις αλάνες.

Με το σύνθημα «ΔΕΗ Power Up the Game», η δράση έχει ήδη περάσει από το Γύθειο, τη Σαλαμίνα και την Κυπαρισσία, ενώ αυτές στις 26-27 Μαρτίου βρέθηκε στη Ρόδο και την Κηφισιά. Το ταξίδι συνεχίζεται στην Κοζάνη, την Τζια και την Ηλιούπολη, φέρνοντας τη νέα γενιά πιο κοντά στον αθλητισμό και την ευγενή άμιλλα.

Μέχρι σήμερα, περισσότεροι από 13.700 μαθητές έχουν ζήσει την εμπειρία του 3x3, ενός αθλήματος που παίζεται στο μισό γήπεδο, με μία μπάσκα και απίστευτα γρήγορο ρυθμό. Είναι το απόλυτο «άθλημα του δρόμου» που κατάφερε να φτάσει μέχρι τους Ολυμπιακούς Αγώνες, αποδεικνύοντας ότι η ενέργεια της γειτονιάς μπορεί να κατακτήσει τον κόσμο.

## Lidl Ελλάς και Οδύσσεια: 3 χρόνια έμπρακτης στήριξης σε ευάλωτες ομάδες

Η Lidl Ελλάς και η Οδύσσεια ανανεώνουν τη συνεργασία τους για 3η συνεχή χρονιά, ενισχύοντας το κοινωνικό τους αποτύπωμα σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη. Μέσα από τις πρωτοβουλίες «Ένα Γεύμα Χαράς» και «Κούτες Αγάπης», η σύμπραξη προσφέρει ουσιαστική ανακούφιση σε συνανθρώπους μας που βρίσκονται σε ανάγκη, προάγοντας παράλληλα μια βιώσιμη κουλτούρα γύρω από το φαγητό.

Ο απολογισμός του 2025 αποδεικνύει τη δυναμική της δράσης, καθώς προσφέρθηκαν 15.624 μερίδες φαγητού και διανεμήθηκαν 1.228 «Κούτες Αγάπης» με είδη πρώτης ανάγκης σε οικογένειες που ζουν υπό το όριο της φτώχειας. Στην προσπάθεια αυτή συνέβαλαν ενεργά 624 εθελοντές, ενισχύοντας το δίκτυο προσφοράς.

Η Lidl Ελλάς καλύπτει τα λειτουργικά έξοδα και προσφέρει φρέσκα υλικά, ενώ η προετοιμασία των γευμάτων ακολουθεί το πρότυπο της Πλανητικής Υγιεινής Διατροφής (Planetary Health Diet), στοχεύοντας στην προαγωγή της υγείας και την προστασία του περιβάλλοντος. Το δίκτυο υποστήριξης είναι ευρύ, περιλαμβάνοντας οργανισμούς όπως ο ΟΚΑΝΑ, ο Δήμος Θεσσαλονίκης, η Άρσις, το «Χαμόγελο του Παιδιού» και η Α21, στηρίζοντας αστέγους, άτομα σε απεξάρτηση και ευάλωτες οικογένειες.

Για το 2026, η συνεργασία εμπλουτίζεται με νέες στοχευμένες δράσεις εταιρικού εθελοντισμού. Με το σύνθημα «Μαγειρεύοντας με αγάπη για καλό σκοπό!», η Lidl Ελλάς και η Οδύσσεια συνεχίζουν να προσφέρουν τροφή και ελπίδα, αποδεικνύοντας τη δέσμευσή τους για ένα αύριο με αξιοπρέπεια για όλους.



Η Lidl Ελλάς και η Οδύσσεια ανανεώνουν τη συνεργασία τους για 3<sup>η</sup> συνεχή χρονιά



# Το πρώτο luxury αντικείμενο ήταν το «απρόσιτο»



Τι κάνει ένα αντικείμενο πραγματικά πολυτελές; Είναι η τιμή του ή η σπανιότητά του; Ή μήπως κάτι πιο άυλο – το γεγονός ότι δεν μπορούν όλοι να το έχουν;

Αν κοιτάξουμε πίσω στην ιστορία, η έννοια του luxury δεν ξεκίνησε απλώς με πολυτίμα υλικά. Ξεκίνησε με κάτι πιο ουσιαστικό: την πρόσβαση. Το ποιος μπορούσε να αποκτήσει κάτι – και ποιος όχι.

## Πριν την πολυτέλεια, υπήρχε η σπανιότητα

Στους πρώτους μεγάλους πολιτισμούς, όπως η Αίγυπτος και η Μεσοποταμία, αντικείμενα από χρυσό, ελεφαντόδοντο ή πολυτίμους λίθους είχαν ευρέως αναγνωρισμένη αξία. Δεν ήταν όμως μόνο θέμα αισθητικής. Ήταν σπάνια, δύσκολα στην απόκτηση και συχνά συνδεδεμένα με την εξουσία. Ο χρυσός, για παράδειγμα, δεν θεωρούνταν πολυτίμος μόνο επειδή ήταν όμορφος, αλλά επειδή δεν φθειρόταν και δεν ήταν εύκολο να βρεθεί. Έτσι, έγινε σύμβολο δύναμης και διαχρονικότητας.

## Όταν η πολυτέλεια έγινε πρόνομιο

Με το πέρασμα των αιώνων, η πολυτέλεια άρχισε να

συνδέεται όλο και περισσότερο με τον έλεγχο. Στις βασιλικές αυλές της Ευρώπης, δεν είχε σημασία μόνο τι ήταν ακριβό – αλλά και ποιος είχε το δικαίωμα να το χρησιμοποιεί.

Ένα από τα πιο χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι η πορφύρα, μια βαφή που παραγόταν από θαλάσσια όστρακα και ήταν εξαιρετικά δύσκολη και χρονοβόρα στην παραγωγή της. Σε πολλές περιπτώσεις, επιτρεπόταν να τη φορούν μόνο βασιλιάδες ή ανώτερα κοινωνικά στρώματα. Η αξία της δεν βρισκόταν μόνο στο χρώμα, αλλά στην αποκλειστικότητα.

Έτσι, η πολυτέλεια έπαψε να είναι απλώς αντικείμενο και έγινε σύστημα: ένας τρόπος να ξεχωρίζεις και να δηλώνεις τη θέση σου στην κοινωνία.

## Από τα αντικείμενα στην εικόνα

Στους επόμενους αιώνες, η έννοια του luxury εξελίχθηκε μαζί με την κοινωνία. Τα αντικείμενα παρέμειναν σημαντικά, αλλά η έμφαση μετατοπίστηκε σταδιακά στο τι αντιπροσωπεύουν. Ένα κόσμημα, ένα ρούχο ή ένα αξεσουάρ δεν δήλωνε μόνο πλούτο, αλλά γούστο, ταυτότητα και κοινωνική θέση. Η πολυτέλεια έγινε γλώσσα – ένας τρόπος επικοινωνίας χωρίς λέξεις.



## Σήμερα: luxury χωρίς όρια;

Στον σύγχρονο κόσμο, η πολυτέλεια μοιάζει πιο προσβάσιμη από ποτέ. Τα brands είναι παντού, οι εικόνες κυκλοφορούν διαρκώς και το “luxury lifestyle” προβάλλεται καθημερινά.

Κι όμως, η βασική αρχή δεν έχει αλλάξει. Η αξία εξακολουθεί να βασίζεται στην αίσθηση του

περιορισμένου. Limited editions, λίστες αναμονής, exclusive drops — όλα λειτουργούν με τον ίδιο τρόπο που λειτουργούσε η πορφύρα πριν από αιώνες.

## Η αλήθεια πίσω από το status

Αν κάτι δείχνει η ιστορία, είναι ότι το luxury δεν ορίζεται μόνο από το αντικείμενο, αλλά από το πλαίσιο γύρω του.

Από τη σπανιότητα, την πρόσβαση και την επιθυμία. Και ίσως τελικά, αυτό που θεωρούμε “πολυτέλεια” να μην είναι ποτέ σταθερό. Να αλλάζει μαζί με την εποχή — αλλά να βασίζεται πάντα στην ίδια ανάγκη: να ξεχωρίζουμε.

## Ήξερες ότι...

- Η πορφύρα (Tyrian purple) παραγόταν από συγκεκριμένα θαλάσσια όστρακα και απαιτούσε χιλιάδες από αυτά για μικρή ποσότητα βαφής, γι’ αυτό και θεωρούνταν εξαιρετικά πολύτιμη.
- Σε ορισμένες περιόδους της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας, υπήρχαν νόμοι που καθόριζαν ποιος μπορούσε να φοράει συγκεκριμένα χρώματα ή υλικά, συνδέοντας άμεσα τη μόδα με την κοινωνική τάξη.
- Ο χρυσός χρησιμοποιούνταν ήδη από την αρχαιότητα όχι μόνο για κοσμήματα αλλά και σε τελετουργικά αντικείμενα, λόγω της ανθεκτικότητάς του και της σπανιότητάς του.





**Ελένη Κομνηνού,**  
*Clinical Assistant Professor of University of Nicosia.*  
 Ειδική Ρευματολόγος, Επιστημονικά Υπεύθυνη  
 Ρευματολογικού Τμήματος Metropolitan General,  
 Δευθύντρια Κλινικής "Αυτοάνοσων  
 Ρευματικών Νοσημάτων" Metropolitan General,  
 Υπεύθυνη Τμήματος "Αυτοάνοσων Ρευματικών  
 Νοσημάτων και Κύησης" ΜΗΤΕΡΑ



# Εμμηνόπαυση και ρευματικά νοσήματα



Η εμμηνόπαυση ορίζεται ως η διακοπή της εμμηνόου ρύσεως αναδρομικά για 12 μήνες χωρίς παθοφυσιολογική αιτία. Ωστόσο, οι αλλαγές που σχετίζονται με την ηλικία στη λειτουργία των ωοθηκών ξεκινούν στα μέσα της τέταρτης δεκαετίας της ζωής με μειωμένα ωοθυλάκια των ωοθηκών.

Οι επακόλουθες αλλαγές στις υποθαλαμικές και υπόφυσες ορμόνες για την αντιστάθμιση της μείωσης του αποθέματος των ωοθυλακίων διατηρούν την ωορρηξία και τη γονιμότητα, μερικές φορές για δεκαετίες.

Η μετάβαση στην εμμηνοπαυσιακή κατάσταση καταδεικνύει εξαιρετικά μεταβλητή κυκλική ανάπτυξη ωοθυλακίων και ωορρηξία, μαζί με διαταραγμένα πρότυπα εμμηνορροϊκής αιμορραγίας. Ο μέσος όρος στην εμμηνόπαυση είναι περίπου 51 ετών, με την μεταγενέστερη ηλικία εμμηνόπαυσης να συσχετίζεται με τη μακροζωία.

Οι ρευματικές ασθένειες περιλαμβάνουν ασθένειες με ενδείξεις αυτοανοσίας, καθώς και την κοινή, σχεδόν πανταχού παρούσα, οστεοαρθρίτιδα.

Αυτές οι ασθένειες είναι γενικά πιο συχνές στις γυναίκες σε σύγκριση με τους άνδρες. Υπάρχουν εκτενή δεδομένα που περιγράφουν τη σχέση ορισμένων ασθενειών με την εμμηνοπαυσιακή κατάσταση, ενώ τα δεδομένα είναι ελάχιστα για άλλες ρευματικές ασθένειες.

Υπάρχει πληθώρα δεδομένων σχετικά με τη σχέση της εμμηνόπαυσης με τον συστηματικό ερυθρηματώδη λύκο, τη ρευματοειδή αρθρίτιδα και την οστεοαρθρίτιδα.

Η ηλικία κατά την εμμηνόπαυση μπορεί να επηρεάσει τον κίνδυνο και την πορεία των ρευματικών παθήσεων. Η οστεοπόρωση, αναπόσπαστο μέρος των φλεγμονωδών ρευματικών παθήσεων, επιδεινώνεται από την εμμηνόπαυση. Η ορμονοθεραπεία έχει μελετηθεί και τα αποτελέσματά της ποικίλλουν ανάλογα με την ασθένεια, ακόμη



και με τις διαφορετικές εκδηλώσεις της ίδιας ασθένειας.

Ο ΣΕΛ (συστηματικό ερυθριματώδη λύκος) είναι το πρωτότυπο συστηματικό φλεγμονώδες ρευματικό νόσημα. Υπάρχει ένα ευρύ φάσμα ορολογικών και κλινικών εκδηλώσεων που αποδίδονται στον ΣΕΛ, με σχεδόν κάθε ασθενή να έχει μια μοναδική πορεία της νόσου. Η νόσος επηρεάζει τις γυναίκες περίπου 10 φορές συχνότερα από τους άνδρες, με έναρξη συνήθως στην τρίτη ή τέταρτη δεκαετία της ζωής<sup>16</sup>. Παρά τη συνήθη έναρξη πολύ πριν από τη μέση ηλικία εμμηνόπαυσης, υπάρχει πληθώρα δεδομένων σχετικά με την εμμηνόπαυση και τον ΣΕΛ, με πολλαπλές πτυχές αυτής της σχέσης να πρέπει να ληφθούν υπόψη.

Μεταξύ αυτών είναι το εάν η ηλικία έναρξης της εμμηνόπαυσης αποτελεί παράγοντα κινδύνου για τον ΣΕΛ και εάν η έναρξη της εμμηνόπαυσης μεταβάλλει την πορεία ή τη σοβαρότητα της νόσου ή των επιπλοκών της, συμπεριλαμβανομένης της επιταχυνόμενης καρδιαγγειακής νόσου.

Η ορμονική θεραπεία για την εμμηνόπαυση μπορεί επίσης να αλληλεπιδράσει με τη νόσο. Η νόσος με έναρξη μετά την εμμηνόπαυση, αν και ασυνήθιστη, μπορεί να αποτελεί ξεχωριστή οντότητα σε σύγκριση με την προεμμηνοπαυσιακή έναρξη. Τέλος, η κυτταροτοξική θεραπεία του ΣΕΛ μπορεί να προκαλέσει ιατρογενή και πρόωμη εμμηνόπαυση.

Η ρευματοειδής αρθρίτιδα επηρεάζει περίπου το 1% του παγκόσμιου πληθυσμού με αναλογία γυναικών προς άνδρες έως 6 προς 1 στους νεαρούς ενήλικες<sup>52</sup>, αλλά η αναλογία των φύλων πλησιάζει το 1 καθώς αυξάνεται η ηλικία έναρξης. Η έναρξη της νόσου είναι σημαντικά μεγαλύτερη από αυτή που παρατηρείται στον ΣΕΛ, έτσι ώστε η αρχική νόσος στις γυναίκες να είναι συνήθως στα μετεμμηνοπαυσιακά έτη<sup>54</sup>. Η εξωαρθρική νόσος μπορεί σπάνια να οδηγήσει σε απειλητικές για τη ζωή επιπλοκές,

αλλά οι ασθενείς με ΡΑ έχουν αυξημένη θνησιμότητα από διάφορες αιτίες, όπως καρδιαγγειακές, λοιμώδεις και αιματολογικές παθήσεις. Όπως και με τον ΣΕΛ και την ΟΑ, υπάρχουν πολλαπλές πτυχές της νόσου που ενδεχομένως σχετίζονται με την εμμηνόπαυση.

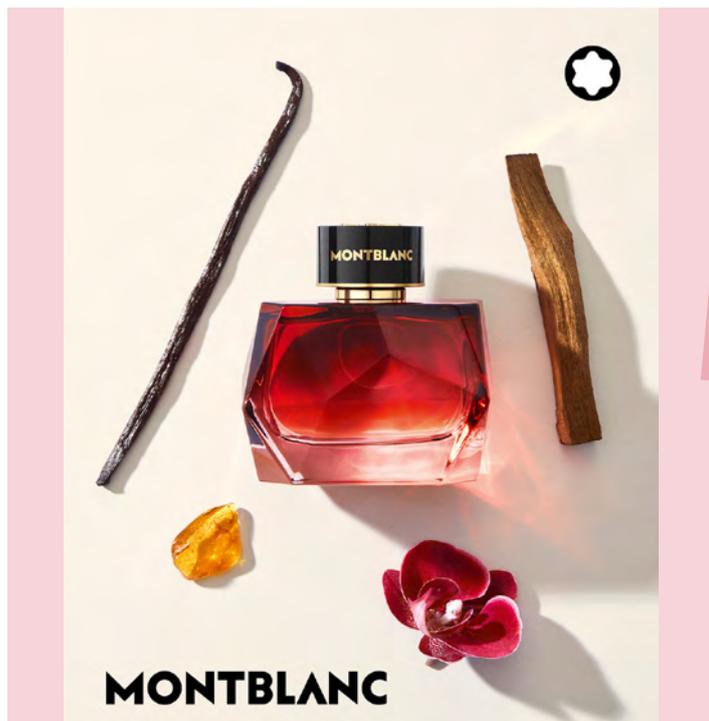
Πρώτη από αυτές που πρέπει να εξεταστεί είναι εάν η εμμηνόπαυση αυξάνει τον κίνδυνο ή τη σοβαρότητα της ΡΑ. Στην πραγματικότητα, τα αποτελέσματα παρατηρητικών μελετών τόσο της εμμηνόπαυσης όσο και των οιστρογόνων ορμονών, είτε μετεμμηνοπαυσιακές είτε με αντισύλληψη, είναι μεταβλητά και αντιφατικά<sup>55,56</sup>. Μια μελέτη από το Βέλγιο έδειξε ότι τα πρώτα συμπτώματα της ΡΑ είχαν μέσο χρόνο από την έναρξη της εμμηνόπαυσης μηδέν. Οι συγγραφείς υπέδειξαν ότι αυτά τα δεδομένα δείχνουν ότι οι μέσες γυναίκες με ΡΑ έχουν την έναρξη των συμπτωμάτων ταυτόχρονα με την εμμηνόπαυση<sup>53</sup>. Μια πρόσφατη μελέτη έδειξε ότι η εμμηνόπαυση πριν από την ηλικία των 45 ετών (πρώιμη εμμηνόπαυση) συσχετίστηκε με ηπιότερη ρευματοειδή αρθρίτιδα.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΙΚΑ

Η εμμηνόπαυση αλληλεπιδρά με τις ρευματικές παθήσεις με διάφορους τρόπους.

Για παράδειγμα, ο ΣΕΛ που εμφανίζεται μετά την εμμηνόπαυση είναι γενικά ηπιότερος.

Τα δεδομένα σχετικά με τη σχέση της εμμηνόπαυσης και των ρευματικών παθήσεων είναι ελλιπή ή αντιφατικά σε πολλές περιπτώσεις. Η οστεοπόρωση αποτελεί μέρος πολλών από αυτές τις ασθένειες και ο κίνδυνος για αυτήν την επιπλοκή αυξάνεται με την εμμηνόπαυση. Στον ΣΕΛ, η θεραπεία με κυκλοφωσφαμίδη μπορεί να προκαλέσει πρόωγη εμμηνόπαυση, ειδικά σε γυναίκες άνω των 30 ετών, οι οποίες έχουν μειωμένο ωοθηκικό απόθεμα.



**MONTBLANC**

## Montblanc Signature Elixir: μια ωδή στην πολυτέλεια και την κομψότητα

Η πιο πρόσφατη προσθήκη στη γυναικεία σειρά αρωμάτων Montblanc έρχεται στην πιο έντονη και μαγευτική εκδοχή της. Όπως μια υπογραφή στο χαρτί αποτελεί προσωπική έκφραση της ταυτότητας, έτσι και το Montblanc Signature δίνει στις γυναίκες διαφορετικούς τρόπους να εκφράσουν τον εαυτό τους και τον ξεχωριστό τους χαρακτήρα μέσα από το άρωμα. Αντλεί έμπνευση από την κληρονομιά του Οίκου Montblanc, δημιουργώντας ένα διαρκές οσφρητικό αποτύπωμα που ξεχωρίζει. Το Montblanc Signature Elixir αποτελεί μια νέα οσφρητική εκδοχή της συλλογής, που επαναπροσδιορίζει τη θηλυκότητα. Στην πιο έντονη εκδοχή του μέχρι σήμερα, αυτό το τολμηρό, ζεστό και πολυτελές Eau de Parfum έχει δημιουργηθεί για τη γυναίκα που γράφει την ιστορία της με αυτοπεποίθηση, πάθος και γοητεία.

Είναι μια έντονη και εκλεπτυσμένη σύνθεση, με νότες από λουλούδια, κεχριμπάρι και βανίλια που ξεχωρίζουν. Το αισθησιακό αυτό άρωμα ανοίγει με μια εντυπωσιακή νότα από κόκκινη ορχιδέα, χαρίζοντας μια εξωτική λουλουδένια υπογραφή. Στην καρδιά του, η βανίλια absolute ξεδιπλώνει τη βαθιά γλύκα της, συνδυασμένη με τη ζεστασιά των αρωματικών ρητινών, δημιουργώντας μια πλούσια και πολυδιάστατη αίσθηση. Το άρωμα κορυφώνεται με μια μαγευτική βάση από κεχριμπάρι, αφήνοντας μια αξέχαστη αίσθηση βάθους και φινέτσας.

## Safilo Press Day: Παρουσίαση της νέας συλλογής SS26 σε ένα ολοκληρωμένο fashion experience



Την περασμένη Τρίτη, η Safilo Hellas διοργάνωσε ένα ξεχωριστό all-day Press Day στα κεντρικά της γραφεία, παρουσιάζοντας τη νέα συλλογή Άνοιξη/Καλοκαίρι 2026 μέσα από μια εμπειρία αφιερωμένη στη μόδα, την αισθητική και τη δημιουργική έκφραση.

Εκπρόσωποι από τον χώρο της μόδας, των media και των social media έδωσαν το «παρών», δημιουργώντας μια ζωντανή και εκλεπτυσμένη ατμόσφαιρα, όπου το στυλ είχε τον πρωταγωνιστικό ρόλο. Οι καλεσμένοι είχαν την ευκαιρία να ανακαλύψουν από κοντά τις νέες συλλογές γυαλιών ηλίου και οράσεως από κορυφαία brands του portfolio της Safilo, όπως Carrera, Polaroid Eyewear, BOSS, Carolina Herrera, Dsquared2, Etro, HUGO, Eyewear by David Beckham, Victoria Beckham, Love Moschino, Marc Jacobs, Missoni, Moschino και Tommy Hilfiger.

Σε ένα περιβάλλον που συνδύαζε κομψότητα και σύγχρονη fashion αισθητική, οι επισκέπτες δοκίμασαν τα νέα σχέδια, φωτογραφήθηκαν και αντάλλαξαν εντυπώσεις, απολαμβάνοντας παράλληλα δροσερά ποτά και επιλεγμένα finger foods.

Ξεχωριστή στιγμή αποτέλεσε το interactive floral workshop, όπου οι καλεσμένοι δημιούργησαν τις δικές τους ανθοδέσμες, εμπνευσμένες από την ταυτότητα των brands, μετατρέποντας την εμπειρία σε ένα δημιουργικό και βιωματικό ταξίδι.

Το Press Day της Safilo ανέδειξε τον κόσμο των γυαλιών ως μια ολοκληρωμένη fashion εμπειρία, γεμάτη έμπνευση και νέες τάσεις.



## White tea & elderflower: η νέα special edition σειρά από την The Body Shop

Η The Body Shop παρουσιάζει τη νέα special edition σειρά White Tea & Elderflower, ένα εκλεπτυσμένο άρωμα ήρεμης πολυτέλειας εμπνευσμένο από την άνοιξη. Ο συνδυασμός από λευκό τσάι και άνθος κουφοξυλιάς (elderflower) μπλέκεται αρμονικά με νότες από δροσερό αγγούρι, λεμόνι και ζουμερό αχλάδι, ενώ η σύνθεση ολοκληρώνεται με μια ζεστή βάση από κέδρο και musk. Το αποτέλεσμα είναι ένα άρωμα που αναζωογονεί τη διάθεση και χαρίζει στιγμές ηρεμίας στην καθημερινότητα.

Η νέα σειρά περιλαμβάνει πέντε βασικά προϊόντα περιποίησης σώματος: το Bath & Shower Gel για καθαρισμό, το ελαφρύ Body Yogurt για 48ωρη ενυδάτωση, το πλούσιο Body Butter με χειροποίητο βούτυρο καριτέ, τη θρεπτική Hand Cream και το ανάλαφρο Fragrance Mist. Όπως αναφέρει η Alia Hawa, Chief Commercial & Brand Officer της The Body Shop, η σειρά αποτελεί μια ωδή στη διακριτική εσωτερική δύναμη κάθε γυναίκας, προσφέροντας εμπειρίες αυτοφροντίδας μέσα από απολαυστικές υφές.

Πιστή στις αξίες της, η The Body Shop χρησιμοποιεί συστατικά από το πρόγραμμα Δίκαιο Εμπόριο με Κοινότητες, όπως βούτυρο καριτέ από την Γκάνα και γάλα αμυγδάλου από την Ισπανία. Η σειρά White Tea & Elderflower δεν είναι απλώς μια πρόταση δώρου, αλλά μια πρόσκληση να μετατρέψετε τη μικρή καθημερινή ρουτίνα σε μια πολύτιμη στιγμή προσωπικής φροντίδας και σύνδεσης με τον εαυτό σας.

## Ένα νέο κεφάλαιο ανοίγει στις Κυκλάδες: το One&Only Κέα Island επιστρέφει για τη σεζόν 2026



Το One&Only Κέα Island υποδέχεται τη θερινή σεζόν του 2026 από την 1η Μαΐου, εγκαινιάζοντας το τρίτο καλοκαίρι λειτουργίας του. Σε μια εποχή όπου οι ταξιδιωτικές τάσεις εστιάζουν στην ολιστική ευεξία και τις αυθεντικές εμπειρίες, το resort αναδεικνύεται ως ένας ξεχωριστός προορισμός που συνδυάζει την ιδιωτικότητα μιας πολυτελούς κατοικίας με τις υπηρεσίες ενός κορυφαίου καταλύματος, μόλις 45 λεπτά από την Αθήνα.

Η φετινή σεζόν σηματοδοτεί την παρουσίαση των νέων Grand Seafront Villas, με τρία ή τέσσερα υπνοδωμάτια, σχεδιασμένων ειδικά για οικογένειες και παρέες. Αυτές οι διώροφες κατοικίες υψηλής αισθητικής διαθέτουν ιδιωτικές infinity πισίνες και απρόσκοπτη θέα στο Αιγαίο, προσφέροντας αποκλειστικά προνόμια όπως προσωπική προπόνηση και ιδιωτικά δείπνα. Παράλληλα, το One&Only Spa παραμένει επίκεντρο αναζωογόνησης, προσφέροντας ολιστικές πρακτικές και φιλοξενώντας διεθνώς αναγνωρισμένους θεραπευτές.

Οι επισκέπτες μπορούν να ανακαλύψουν την ψυχή της Κέας μέσα από πεζοπορίες στην Αρχαία Καρθαία, καταδύσεις και την εμπειρία «Shop, Cook & Eat». Το καλοκαιρινό πρόγραμμα περιλαμβάνει ζωντανή μουσική στο ηλιοβασίλεμα, βραδιές παρατήρησης αστεριών και γαστρονομικές εκδηλώσεις με προσκεκλημένους βραβευμένους σεφ. Το One&Only Κέα Island προσφέρει μια σπάνια αίσθηση απομόνωσης, συνδυάζοντας την αυθεντική κυκλαδίτικη ζωή με την ultra-luxury φιλοξενία. Οι κρατήσεις ξεκινούν την 1η Μαΐου 2026.



## Η Tommy Hilfiger καλωσορίζει τον Travis Kelce ως global brand ambassador και creative collaborator

Η Tommy Hilfiger ανακοινώνει τη συνεργασία της με τον Travis Kelce, έναν από τους πιο επιδραστικούς αθλητές παγκοσμίως, ο οποίος αναλαμβάνει τον ρόλο του Παγκόσμιου Πρεσβευτή του brand και δημιουργικού συνεργάτη.

Η πολυεπίπεδη αυτή συνεργασία θα ξεδιπλωθεί μέσα από καμπάνιες, συλλογές και εμπειρίες που εντάσσονται στο πλαίσιο του F.A.M.E.S. (Fashion, Art, Music, Entertainment and Sport), φέρνοντας το προσωπικό ύφος του Kelce στο επίκεντρο του «Prep Made Current». Μέσα από τη συν-δημιουργική του συμμετοχή, θα παρουσιαστούν ανδρικές συλλογές και αξεσουάρ που επαναπροσδιορίζουν το classic American cool με σύγχρονη ματιά.

Η συνεργασία ξεκινά το Φθινόπωρο του 2026, με καμπάνια στη Νέα Υόρκη, και θα συνεχιστεί με την Άνοιξη 2027, περιλαμβάνοντας και σχεδιαστική σύμπραξη σε εμβληματικά κομμάτια της Tommy Hilfiger. Ο Kelce, γνωστός για το τολμηρό προσωπικό του στυλ και τη δυναμική παρουσία του εντός και εκτός γηπέδου, μεταφέρει την αυτοπεποίθηση και την αυθεντικότητά του σε ένα brand που διαχρονικά συνδέεται με την pop κουλτούρα.

Ο Tommy Hilfiger δήλωσε: «Ο Travis εκπροσωπεί μια νέα γενιά αθλητών που εκφράζονται μέσα από το στυλ τους». Από την πλευρά του, ο Kelce χαρακτήρισε τη συνεργασία «όνειρο που γίνεται πραγματικότητα».

Η νέα αυτή σύμπραξη σηματοδοτεί το επόμενο κεφάλαιο στη δημιουργική πορεία του brand, ενισχύοντας τη σύνδεσή του με τις σύγχρονες πολιτιστικές επιρροές.

## Το military sneaker της Adidas που γίνεται το απόλυτο sleeper hit της χρονιάς



Το Adidas BW Army επιστρέφει δυναμικά, αποδεικνύοντας πως τα πιο understated sneakers είναι συχνά εκείνα που αντέχουν στον χρόνο. Με ρίζες στο κλασικό Germany Army Trainer των '70s και '80s, το μοντέλο επανέρχεται ως μια σύγχρονη εκδοχή που διατηρεί τον αυθεντικό, λιτό του χαρακτήρα, αλλά τον εξελίσσει αισθητικά.

Η νέα συνεργασία με το Hartcopy επαναπροσδιορίζει το BW Army μέσα από διακριτικές αλλά ουσιαστικές αλλαγές. Τα suede overlays αντικαθίστανται από nubuck δέρμα, προσφέροντας πιο καθαρές γραμμές και refined αποτέλεσμα, ενώ το smooth leather upper διατηρεί την premium αίσθηση του παπουτσιού. Το χαρακτηριστικό gum sole παραμένει, ενισχύοντας το retro DNA του μοντέλου.

Διαθέσιμο σε δύο colorways, “Black” και “Muted Grey”, το sneaker αποκτά έναν πιο σύγχρονο χαρακτήρα χωρίς να χάνει την ταυτότητά του. Μικρές λεπτομέρειες, όπως το signature typo motif της Hartcopy στο midfoot και τα co-branded insoles, προσθέτουν μια δημιουργική ένταση στο κατά τα άλλα minimal design.

Η κυκλοφορία έγινε σε περιορισμένα κομμάτια μέσω της Hartcopy και εξαπλήθηκε άμεσα, επιβεβαιώνοντας το status του ως sleeper hit. Ωστόσο, αναμένεται ευρύτερη διάθεση το επόμενο διάστημα.

Με τιμή που κινείται γύρω στα 120€, το BW Army αποδεικνύει πως το καλό design δεν χρειάζεται υπερβολές – μόνο ουσία.



## Superbet: Επίσημη πρεμιέρα στην Ελλάδα με δυναμική είσοδο στον χώρο του online gaming

Η Superbet, μέλος του διεθνούς ομίλου Super Technologies, ανακοινώνει την επίσημη έναρξη λειτουργίας της στην ελληνική αγορά, φέρνοντας ένα σύγχρονο και ολοκληρωμένο οικοσύστημα αθλητικού στοιχηματισμού και ψυχαγωγίας.

Από την πρώτη ημέρα, η Superbet προσφέρει ένα πλήρες portfolio αθλητικού στοιχήματος που καλύπτει ποδόσφαιρο, μπάσκετ, τένις και πλήθος άλλων διοργανώσεων, με ανταγωνιστικές αποδόσεις και ευρεία γκάμα επιλογών τόσο σε pre-match όσο και σε live betting. Παράλληλα, διαθέτει πλούσια εμπειρία live καζίνο, μέσα από μια πλατφόρμα πλήρως προσαρμοσμένη στις ανάγκες του Έλληνα χρήστη και σε πλήρη συμμόρφωση με το κανονιστικό πλαίσιο της ΕΕΕΠ.

Η είσοδος της εταιρείας συνοδεύεται από σημαντική επένδυση στον ελληνικό αθλητισμό, με στόχο την ανάπτυξη συνεργασιών και δράσεων που ενισχύουν το αθλητικό οικοσύστημα και δημιουργούν θετικό κοινωνικό αποτύπωμα.

Ο Γενικός Διευθυντής της Superbet στην Ελλάδα, Γιάννης Καλαμβόκης, δήλωσε: «Στόχος μας είναι να δημιουργήσουμε ένα τεχνολογικά προηγμένο περιβάλλον ψυχαγωγίας, επενδύοντας σε ανθρώπους, καινοτομία και εμπειρία. Η Superbet έρχεται να επαναπροσδιορίσει την αγορά».

Με παρουσία σε αγορές όπως η Βραζιλία, η Πολωνία και η Ρουμανία, η Superbet επενδύει δυναμικά και στην Ελλάδα, δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας και αξιοποιώντας το εγχώριο ταλέντο.

21+ | Παίξε υπεύθυνα

## Porto Carras Athlos: Ένας νέος «άθλος» γεννιέται στη Χαλκιδική



Το πολυβραβευμένο Porto Carras Grand Resort παρουσιάζει για πρώτη φορά το Porto Carras Athlos, ένα διεθνές τριήμερο sports tourism και wellness event που φιλοδοξεί να καθιερωθεί ως νέος θεσμός για τη Βόρεια Ελλάδα. Η διοργάνωση θα πραγματοποιηθεί το τριήμερο του Αγίου Πνεύματος, από 29 Μαΐου έως 1 Ιουνίου 2026, μετατρέποντας τη Σιθωνία σε έναν ζωντανό προορισμό άθλησης, ευεξίας και εμπειρίας.

Η φιλοσοφία του «Αθλου» επαναπροσδιορίζει την έννοια της υπέρβασης: δεν είναι το ρεκόρ, αλλά η απόφαση συμμετοχής. Μέσα από μοναδικές διαδρομές στη φύση, οι συμμετέχοντες καλούνται να ζήσουν τη δική τους προσωπική εμπειρία, συνδυάζοντας κίνηση, σύνδεση και ισορροπία.

Το πρόγραμμα περιλαμβάνει το Giant Run Series (21km, 10km, 5km, 1km), με διαδρομές που περνούν από μαρίνα, πευκοδάση και αμπελώνες του Domaine Porto Carras, καθώς και το Skylias Open Water, αγώνες κολύμβησης στον Τορωναίο Κόλπο. Παράλληλα, το event εμπλουτίζεται με football clinics, yoga, pilates και beach sports.

Ξεχωριστή θέση έχει το Beach Volley Camp υπό την καθοδήγηση της Ολυμπιονίκης Έφη Σφυρή, ενώ η εμπειρία ολοκληρώνεται με οινογνωσίες και γαστρονομικές δράσεις.

Το Porto Carras Athlos δεν είναι απλώς μια διοργάνωση, αλλά μια ολιστική εμπειρία που συνδέει τον αθλητισμό με τον πολιτισμό και τη φύση.

Οι εγγραφές πραγματοποιούνται αποκλειστικά μέσω της πλατφόρμας [more.com](https://www.more.com)

quote of the day

**ΚΑΝΕΙΣ ΔΕΝ ΦΤΑΝΕΙ ΣΤΟΝ ΦΩΤΙΣΜΟ  
ΦΑΝΤΑΖΟΜΕΝΟΣ ΦΙΓΟΥΡΕΣ ΦΩΤΟΣ, ΑΛΛΑ  
ΚΑΝΟΝΤΑΣ ΤΟ ΣΚΟΤΑΔΙ ΤΟΥ ΣΥΝΕΙΔΗΤΟ.**

Καρλ Γιουνγκ

**1 Απριλίου**

- > April Fools' Day
- > Boomer Bonus Days
- > Nickelodeon Anniversary Celebration Day
- > Edible Book Day
- > International Fun at Work Day
- > Take Down Tobacco
- > National Day of Action
- > Reading is Funny Day
- > National Trombone Players Day
- > National Greeting Card Day
- > National Fun Day