

*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

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



FRUIT DRAMA: ΓΙΑΤΙ ΤΟ INSTAGRAM «ΛΙΩΝΕΙ» ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΠΙΣΤΙΕΣ ΤΗΣ BANANITA ΚΑΙ ΤΗΣ STRAWBERRINA;

Good morning
Say Yessers!



Φτιάξε καφέ να στα πω...



Καλημέρα **SayYesser!!!**

Ξέρεις ποιο είναι το κλασικό παράδοξο των σχέσεων; Από τη μία ο «καλός», που ξέρεις ότι θα σε πάρει τηλέφωνο όταν είπες, που θα σε προσέξει και θα είναι εκεί για σένα. Από την άλλη, ο τύπος που «διαβάζεται» σαν εγχειρίδιο τοξικότητας, αλλά η παρουσία του σου προκαλεί εκείνη την ηλεκτρική εκκένωση που βαφτίζεις «χημεία».

Η παγίδα της οικειότητας και του δράματος

Για πολλούς από εμάς, η καλοσύνη και η σταθερότητα μεταφράζονται λανθασμένα ως «βαρεμάρα». Έχουμε συνηθίσει να ταυτίζουμε την αγάπη με την αγωνία. Αν δεν υπάρχει το άγχος του «θα μου στείλει;», αν δεν υπάρχει η ανασφάλεια του «τι εννοούσε με αυτό;», τότε νιώθουμε ότι κάτι λείπει.

Τα red flags συχνά λειτουργούν ως μαγνήτες γιατί προσφέρουν έντονα συναισθηματικά σκαμπανεβάσματα. Αυτή η αδρεναλίνη μάς κάνει να νιώθουμε ζωντανοί. Αντίθετα, ο άνθρωπος με τις καλές προθέσεις δεν σου προσφέρει δράμα - σου προσφέρει ηρεμία. Και για κάποιον που έχει μάθει να επιβιώνει μέσα σε «συναισθηματικές καταιγίδες», η ηρεμία μοιάζει με ξένο σώμα.

Το κυνήγι της «αποδοχής»

Υπάρχει όμως και κάτι βαθύτερο: η ανάγκη μας να «διορθώσουμε» τον άλλον. Το να κερδίσεις την αγάπη κάποιου που είναι δύσκολος, απόμακρος ή γεμάτος προβλήματα, δίνει μια ψεύτικη αίσθηση αξίας. Σκεφτόμαστε: «Αν αλλάξει για μένα, σημαίνει ότι είμαι πραγματικά ξεχωριστός/ή». Ο «καλός» της υπόθεσης, όμως, σε αποδέχεται ήδη. Δεν σου προσφέρει τη μάχη που υποσυνείδητα νομίζεις ότι πρέπει να δώσεις για να αξίζεις τον έρωτα.

Η ασφάλεια του Friend Zone

Το friend zone είναι το καταφύγιο της αποφυγής. Βάζουμε εκεί τους ανθρώπους που μας φέρονται καλά, γιατί φοβόμαστε την πραγματική εγγύτητα. Με τον «τοξικό», ξέρουμε ότι η σχέση μάλλον θα αποτύχει, οπότε δεν διακινδυνεύουμε να εκτεθούμε πραγματικά. Με τον «καλό», όμως, η πιθανότητα να πετύχει η σχέση είναι τρομακτική, γιατί απαιτεί από εμάς να είμαστε ευάλωτοι και συνεπείς.

Είναι καιρός να αρχίσουμε να βλέπουμε τα red flags ως αυτό που πραγματικά είναι: προειδοποιητικά σήματα κινδύνου, όχι πρόκληση για περιπέτεια. Η αληθινή ωριμότητα έρχεται τη στιγμή που θα συνειδητοποιήσουμε ότι η ηρεμία δεν είναι βαρετή, είναι πολυτέλεια.

Tip of the Day: Την επόμενη φορά που θα νιώσεις ότι κάποιος είναι «πολύ καλός για να είναι αληθινός» ή απλώς «πολύ προβλέψιμος», δώσε του μια ευκαιρία. Η έλξη μπορεί να καλλιεργηθεί, αλλά ο χαρακτήρας και η καλοσύνη είναι σπάνια υλικά. Μην πετάς το διαμάντι επειδή δεν σου προκαλεί ταχυπαλμία άγχους!

Claire Styliara
Chief of SayYessers



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

Navarino Icons: Η νέα συλλογή Antipasti & Breadsticks από τη Μεσσηνία στο τραπέζι σας

Μια νέα συλλογή εμπνευσμένη από παραδοσιακές ελληνικές συνταγές και καθημερινές στιγμές μοιράσματος έφτασε. Η Navarino Icons παρουσιάζει τη σειρά Antipasti & Breadsticks, μια επιλογή που συνδυάζει τον πλούτο της γης με την ποιότητα των πρώτων υλών της Πελοποννήσου.

Συλλογή Antipasti: Αυθεντικές γεύσεις, έτοιμες για απόλαυση

Πρόκειται για μια σειρά από έτοιμα προς σερβίρισμα πιάτα, φτιαγμένα με λαχανικά που ωρίμασαν στον ήλιο. Αυτό που τα κάνει να ξεχωρίζουν είναι ότι προετοιμάζονται εντός τριών ωρών από τη συγκομιδή τους! Από το ντιπ ψητής κόκκινης πιπεριάς με φέτα και τη σαλάτα αγκινάρας με λιαστή ντομάτα, μέχρι τις γεμιστές πιπεριές με κρέμα τυριού και τα ψητά μανιτάρια με σκόρδο και ρίγανη, κάθε επιλογή είναι ιδανική για να συνοδεύσει το κρασί ή το τυρί σας.

Συλλογή Breadsticks: Η παράδοση του φούρνου σε μια τραγανή εκδοχή

Δημιουργημένα με φυσικό προζύμι και επιλεγμένα υλικά, τα κριτσίνια της συλλογής προσφέρουν μοναδική υφή και αρώματα. Θα τα βρείτε σε τέσσερις ξεχωριστές γεύσεις: σουσάμι με εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο, πικάντικο ελληνικό μπουκόβο, ελιά Καλαμών, αλλά και τον ιδιαίτερο συνδυασμό σπανάκι, άνηθο και κρεμμύδι.

Με παραγωγή σε μικρές παρτίδες και χειροποίητη φροντίδα, η Navarino Icons μας προσκαλεί να ανακαλύψουμε ξανά την ελληνική φιλοξενία μέσα από κάθε μπουκιά.



Ο Green Bunny φέρνει το πιο απολαυστικό Πάσχα με -50% στα Green αναψυκτικά 1,5L



...Και ο Bunny
green
απολαμβάνει!

Το φετινό Πάσχα γίνεται πιο απολαυστικό από ποτέ, καθώς τα αγαπημένα Green Cola, Green Πορτοκαλάδα και Green Λεμονάδα 1,5L διατίθενται με -50% έκπτωση σε συνεργαζόμενα καταστήματα σε όλη την Ελλάδα.

Η μεγάλη πασχαλινή προσφορά δίνει τον τόνο από την πρώτη στιγμή, δημιουργώντας ακόμα περισσότερες αφορμές για να γεμίσουν τα τραπέζια και να μοιραστούμε στιγμές με τους αγαπημένους μας. Στο επίκεντρο αυτής της εμπειρίας βρίσκεται ο Green Bunny. Με παιχνιδιάρικη διάθεση και γεμάτος θετική ενέργεια, ο Bunny εμφανίζεται εκεί που συμβαίνουν οι πιο αυθεντικές στιγμές: ανάμεσα σε φίλους, γέλια και γιορτινά γεύματα.

Με συνταγές χωρίς ζάχαρη και χωρίς ασπαρτάμη, τα Green αναψυκτικά αποτελούν την ιδανική επιλογή για κάθε πασχαλινή συγκέντρωση, προσφέροντας απόλαυση χωρίς συμβιβασμούς. Η προσφορά ισχύει για περιορισμένο χρονικό

διάστημα, δίνοντας τη δυνατότητα σε όλους να προσθέσουν έναν πιο δροσερό και σύγχρονο χαρακτήρα στις γιορτές τους. Αυτό το Πάσχα, η απόλαυση δεν περιμένει. Είναι ήδη στο τραπέζι και είναι... Green.

Fruit Drama: Γιατί το Instagram «λιώνει» για τις απιστίες της Bananita και της Strawberrina;



Ζούμε στην εποχή του απόλυτου brain rot περιεχομένου και, παραδόξως, αυτό είναι ό,τι πιο διασκεδαστικό και εθιστικό έχουμε δει εδώ και καιρό. Τα 3D animations με ανθρωπόμορφα φρούτα, λαχανικά, ακόμα και ζώα που ζουν κανονικές σαπουνόπερες, έχουν κατακλύσει τα Reels και το TikTok. Είναι το σημείο όπου η τεχνολογία της τρισδιάστατης απεικόνισης συναντά το σενάριο μιας μεξικάνικης τηλενουβέλας των 90s, δημιουργώντας ένα μείγμα που είναι ταυτόχρονα αλλόκοτο και ιδιοφυές.

Η «Φρουτώδης» Προδοσία: Η Bananita και η Παρέα της

Η συνταγή της επιτυχίας αυτών των βίντεο είναι απλή αλλά εκτελεσμένη με χειρουργική ακρίβεια στο συναίσθημα. Παίρνεις ένα καθημερινό αντικείμενο, του βάζεις υπερβολικά εκφραστικά μάτια που τρέχουν

ποτάμια δακρύων και μια φωνή γεμάτη απόγνωση. Οι πρωταγωνιστές έχουν ήδη αποκτήσει τα δικά τους ονόματα και φανατικό κοινό.

Η Bananita, η κομψή πλην άτυχη μπανάνα, βρίσκεται συνήθως στο επίκεντρο του δράματος, ανακαλύπτοντας πως ο αγαπημένος της την απατά. Η Strawberina, η γλυκιά φράουλα με τις μεγάλες βλεφαρίδες, είναι συχνά η «πέτρα του σκανδάλου» ή το θύμα μιας πλεκτάνης που θα ζήλευε και η Σοράγια Μοντενέγκρο. Υπάρχει ο Apple-ito, το μήλο που προσπαθεί να σώσει τη σχέση του, και ο Lemon-io, ο πικραμένος λεμονάκος που πάντα κάπου παραμονεύει για να αποκαλύψει το μυστικό.

Η αντίθεση ανάμεσα στην παιδική, σχεδόν αθώα αισθητική των animations και στο βαρύ, ενήλικο δράμα της απιστίας και της προδοσίας δημιουργεί μια κωμική συνθήκη που είναι αδύνατο να αγνοήσεις. Βλέπεις την Bananita να μπαίνει στο δωμάτιο και να βρίσκει τον



σύντροφό της με μια άλλη φρουτοκυρία, και η μουσική υπόκρουση είναι τόσο δραματική που σε κάνει να νιώθεις πως βλέπεις το φινάλε του πιο επιτυχημένου σίριαλ της χρονιάς.

Όταν το Δράμα Μεταφέρεται στο Ζωικό Βασίλειο

Αν νομίζατε πως το δράμα περιορίζεται στο μανάβικο της γειτονιάς, γελαστήκατε. Η τάση έχει επεκταθεί με την ίδια ταχύτητα και στα ζώα.



Τώρα, το feed μας γεμίζει με γάτες που «μιλούν» με ανθρώπινες φωνές, κλαίγοντας γιατί ο σκύλος της οικογένειας τις πρόδωσε, ή με παχουλές αγελάδες και γουρουνάκια που εμπλέκονται σε ερωτικά τρίγωνα μέσα στη φάρμα.

Αυτά τα ζώακια, σχεδιασμένα με μια «στρογγυλεμένη» και χαριτωμένη αισθητική, ζουν καταστάσεις απόλυτης κατάρρευσης. Η γάτα-πρωταγωνίστρια μπορεί να ουρλιάζει «Γιατί μου το έκανες αυτό;», ενώ ο σύντροφός της, ένας αμήχανος σκύλος, προσπαθεί να δικαιολογηθεί. Είναι η απόλυτη αποδόμηση των ανθρώπινων σχέσεων μέσα από το πρίσμα του παραλόγου.

Γιατί Κολλάμε με το Fruit Drama;

Σε έναν κόσμο που οι ειδήσεις είναι συχνά βαριές και η καθημερινότητα απαιτητική, αυτά τα βίντεο λειτουργούν ως το απόλυτο ψηφιακό «διάλειμμα». Είναι σύντομα, δεν απαιτούν καμία πνευματική προσπάθεια και μας προσφέρουν αυτό το απαραίτητο dopamine hit μέσω του γέλιου.

Το μυστικό κρύβεται στην ταύτιση – όσο κι αν ακούγεται περίεργο. Γελάμε γιατί αναγνωρίζουμε

στα λόγια της Bananita ή της Strawberina τις υπερβολές που έχουμε ζήσει ή έχουμε δει σε ταινίες. Είναι ένας τρόπος να απομυθοποιήσουμε τον πόνο του χωρισμού ή την ένταση ενός τσακωμού, μεταφέροντάς τα σε ένα περιβάλλον όπου ο πρωταγωνιστής είναι... ένα φρούτο. Είναι η απόδειξη ότι το χιούμορ της γενιάς μας έχει γίνει τόσο αφηρημένο και σουρεαλιστικό, που η προδοσία μιας φράουλας μπορεί να μας κρατήσει κολλημένους στην οθόνη για ώρες.

Η Νέα Γλώσσα του Internet

Αυτά τα animations δεν είναι απλώς αστεία βίντεο· είναι η νέα μορφή αφήγησης στα social media. Χρησιμοποιούν το παράλογο για να σατιρίσουν τις ανθρώπινες σχέσεις και τα κλισέ των τηλεοπτικών σειρών. Όταν βλέπεις ένα αυγό να κλαίει γιατί «δεν ήταν αρκετό» για το μπέικον, ή ένα γουρουνάκι να αναζητά την αλήθεια στις στάχτες μιας σχέσης, στην πραγματικότητα γελάς με την ίδια την υπερβολή των ανθρώπινων συναισθημάτων.

Το φαινόμενο αυτό δείχνει επίσης τη δύναμη των δημιουργών που χρησιμοποιούν την AI και τα σύγχρονα εργαλεία animation για να παράγουν περιεχόμενο με απίστευτη ταχύτητα. Μια τάση που ξεκίνησε ως ένα αστείο πείραμα, έχει γίνει πλέον μια παγκόσμια ψηφιακή γλώσσα που ενώνει ανθρώπους από κάθε γωνιά του πλανήτη κάτω από το hashtag #FruitDrama.

Οπότε, την επόμενη φορά που θα πιάσεις τον εαυτό σου να αγωνιά για το αν η Bananita θα συγχωρήσει τελικά τον άπιστο εραστή της, ή αν η Strawberina θα βρει την ευτυχία σε ένα άλλο καλάθι, μην νιώσεις τύψεις. Είναι απλώς η δική μας, σύγχρονη εκδοχή του «Δυναστεία» ή της «Λάμψης», σεββρισμένη με λίγη περισσότερη βιταμίνη C και πολύ περισσότερο χιούμορ.

Tip of the Day:

Μερικές φορές, το να αφήνεις το μυαλό σου να «χαζέψει» με κάτι εντελώς παράλογο είναι η καλύτερη αποσυμπίεση που μπορείς να του προσφέρεις. Μην υποτιμάς τη δύναμη του σουρεαλισμού – είναι ο τρόπος του εγκεφάλου σου να κάνει reset από το άγχος της ημέρας. Άλλωστε, αν η Bananita μπορεί να ξεπεράσει μια τέτοια προδοσία, τότε σίγουρα μπορείς κι εσύ να ξεπεράσεις μια δύσκολη εβδομάδα!



Η Chiquita μεταμορφώνει τα καταστήματα Μασούτης σε πολύχρωμους χώρους Pop Art

Στο πλαίσιο της παγκόσμιας καμπάνιας Pop by Nature, η Chiquita και ο Μασούτης ενώνουν τις δυνάμεις τους για να φέρουν την τέχνη δίπλα στην καθημερινή απόλαυση. Για έναν ολόκληρο μήνα, τα τμήματα φρούτων στα Grand Μασούτης Θέρμης, Σταυρούπολης και Καλαμαριάς στη Θεσσαλονίκη μετατρέπονται σε μικρές εκθέσεις pop art.

Η Miss Chiquita ως σύγχρονο είδωλο. Η καλλιτέχνης Jiaqi Wang δίνει νέα πνοή στην εμβληματική Miss Chiquita, τοποθετώντας την στο επίκεντρο μιας γεμάτης ενέργεια εικαστικής αφήγησης. Η καμπάνια επαναπροσδιορίζει την παραδοσιακή πρέσβειρα της εταιρείας, μετατρέποντάς τη σε ένα σύγχρονο εμβληματικό πρόσωπο της pop κουλτούρας, που παραμένει όμως βαθιά συνδεδεμένο με τις ρίζες και την ποιότητα των φρούτων της.

Μια αγοραστική εμπειρία που εμπνέει. Όπως δήλωσε ο Θεόδωρος Τσαχουρίδης από τη διεύθυνση Marketing της Διαμαντής Μασούτης Α.Ε., στόχος είναι να προσφερθεί κάτι παραπάνω από μια απλή αγορά: μια στιγμή που εμπνέει και αφήνει θετικές αναμνήσεις. Ο Marco Volpi, CMO της Chiquita, πρόσθεσε πως αυτή η συνεργασία φέρνει το brand πιο κοντά στις καθημερινές στιγμές χαράς των καταναλωτών στην Ελλάδα.

Μέσα από εντυπωσιακές εικόνες και καλλιτεχνική αφήγηση, η απλή επίσκεψη για ψώνια γίνεται μια ευχάριστη εμπειρία όπου η φαντασία συναντά τη φρεσκάδα.

Tip of the Day: Η τέχνη δεν χρειάζεται πάντα κάδρο και επίσημο ένδυμα. Μπορεί να κρύβεται ακόμα και στα έντονα χρώματα των φρούτων στην κουζίνα σου. Την επόμενη φορά που θα διαλέξεις μπανάνες, δες τις σαν ένα κομμάτι φυσικής pop art που σου χαρίζει ενέργεια για όλη τη μέρα!



Το ΑρρένΑ χορηγός στο 1ο Διεθνές Φεστιβάλ Λογοτεχνίας της Αθήνας



Το ΑρρένΑ έδωσε το παρών ως χορηγός στο 1ο Διεθνές Φεστιβάλ Λογοτεχνίας της Αθήνας (AILF), που πραγματοποιήθηκε στα τέλη Μαρτίου στην Τεχνόπολη. Σε μια διοργάνωση που φιλοδοξεί να γίνει θεσμός, το ελληνικό νερό στήριξε ενεργά μια πρωτοβουλία που έφερε τη διεθνή λογοτεχνική σκηνή στην καρδιά της πόλης.

Μια γιορτή σκέψης και έμπνευσης. Για τρεις ημέρες, χιλιάδες επισκέπτες είχαν την ευκαιρία να παρακολουθήσουν συζητήσεις και παρουσιάσεις από κορυφαίους Έλληνες και ξένους συγγραφείς. Το ΑρρένΑ βρέθηκε δίπλα τους, υποστηρίζοντας έναν

ανοιχτό χώρο ανταλλαγής ιδεών. Η λογοτεχνία έγινε το όχημα για διάλογο γύρω από σύγχρονα κοινωνικά ζητήματα και το φυσικό μεταλλικό νερό φρόντισε για την άρτια φιλοξενία συμμετεχόντων και κοινού.

Δέσμευση στον πολιτισμό. Με αυτή τη συμμετοχή, το ΑρρένΑ επιβεβαιώνει τη στρατηγική του επιλογή να στηρίζει δράσεις που προάγουν τη γνώση και τη δημιουργική έκφραση. Ενισχύοντας τον πολιτιστικό ιστό της Αθήνας, συμβάλλει στην καθιέρωση της πρωτεύουσας ως έναν σύγχρονο διεθνή προορισμό για τους λάτρεις του βιβλίου και του πνεύματος.

Tip of the Day: Η ανάγνωση ενός καλού βιβλίου απαιτεί συγκέντρωση και καθαρό μυαλό. Μην ξεχνάς να ενυδατώνεσαι σωστά όσο βυθίζεσαι στις σελίδες του· η πνευματική διαύγεια ξεκινά πάντα από τη σωστή ενυδάτωση!

Το «Zoom Face» φταίει για την αύξηση αισθητικών παρεμβάσεων;



Τα τελευταία χρόνια, πολλοί πλαστικοί χειρουργοί και δερματολόγοι παρατηρούν ένα ενδιαφέρον φαινόμενο: όλο και περισσότεροι άνθρωποι ζητούν αισθητικές παρεμβάσεις επειδή έχουν αρχίσει να βλέπουν διαφορετικά το πρόσωπό τους στην κάμερα. Το φαινόμενο αυτό συχνά αποκαλείται «Zoom Face».

Η έννοια εμφανίστηκε αρχικά κατά την περίοδο της τηλεργασίας και των συνεχών βιντεοκλήσεων. Για πρώτη φορά, εκατομμύρια άνθρωποι περνούσαν πολλές ώρες την ημέρα βλέποντας το πρόσωπό τους στην οθόνη. Αυτό που για δεκαετίες βλέπαμε μόνο στον καθρέφτη για λίγα λεπτά, ξαφνικά έγινε μια συνεχής εμπειρία αυτοπαρατήρησης.

Σήμερα, ερευνητές προσπαθούν να κατανοήσουν πώς αυτή η νέα συνήθεια μπορεί να επηρεάζει την αυτοαντίληψη.

Όταν βλέπουμε συνεχώς το πρόσωπό μας

Μελέτες δείχνουν ότι η συνεχής έκθεση στο ίδιο μας το πρόσωπο σε ψηφιακή εικόνα μπορεί να αυξήσει την αυτοκριτική. Σε πολλές πλατφόρμες βιντεοκλήσεων, το δικό μας παράθυρο παραμένει συνεχώς ορατό, κάτι που σημαίνει ότι παρακολουθούμε τον εαυτό μας σχεδόν

όπως θα παρακολουθούσαμε έναν συνομιλητή.

Έρευνες έχουν δείξει ότι μεγάλο ποσοστό χρηστών κοιτάζει συχνά το δικό του παράθυρο στην οθόνη. Αυτή η διαρκής αυτοπαρατήρηση μπορεί να κάνει πιο εμφανείς μικρές λεπτομέρειες του προσώπου — όπως ρυτίδες, ασυμμετρίες ή σημάδια κούρασης — που σε άλλες συνθήκες ίσως να μην τραβούσαν τόσο την προσοχή.

Παράλληλα, η εικόνα της κάμερας δεν είναι πάντα ουδέτερη. Η γωνία λήψης, ο φωτισμός και ο φακός μπορούν να αλλοιώσουν ελαφρώς τις αναλογίες του προσώπου, κάνοντας για παράδειγμα τη μύτη να φαίνεται μεγαλύτερη ή το πρόσωπο πιο επίπεδο.

Από την αυτοπαρατήρηση στο ενδιαφέρον για αισθητικές θεραπείες

Η επιστημονική βιβλιογραφία τα τελευταία χρόνια αναφέρεται όλο και συχνότερα σε ένα σχετικό φαινόμενο που ονομάζεται «videoconferencing dysmorphia». Πρόκειται για την τάση ορισμένων ανθρώπων να εστιάζουν υπερβολικά σε χαρακτηριστικά του προσώπου τους λόγω της συνεχούς έκθεσης στην εικόνα της κάμερας.



Σε έρευνες που έχουν γίνει σε άτομα που κάνουν πολύ συχνά βιντεοκλήσεις, αρκετοί συμμετέχοντες δήλωσαν ότι μετά από μεγάλα διαστήματα τηλεδιασκέψεων άρχισαν να σκέφτονται πιο συχνά πιθανές αισθητικές παρεμβάσεις, όπως ενέσιμες θεραπείες ή μικρές διορθώσεις στο πρόσωπο.

Οι ειδικοί τονίζουν ότι αυτό δεν σημαίνει απαραίτητα πως οι βιντεοκλήσεις οδηγούν άμεσα σε αισθητικές επεμβάσεις. Ωστόσο φαίνεται ότι μπορούν να αυξήσουν την ευαισθητοποίηση γύρω από την εμφάνιση.

Ένα ευρύτερο ψηφιακό φαινόμενο

Σήμερα, το «Zoom Face» θεωρείται μέρος ενός μεγαλύτερου φαινομένου που σχετίζεται με την ψηφιακή αυτοεικόνα. Εκτός από τις βιντεοκλήσεις, την εικόνα μας επηρεάζουν επίσης οι selfies, τα φίλτρα των κοινωνικών δικτύων και η γενικότερη κουλτούρα της συνεχούς φωτογράφισης.

Όλα αυτά δημιουργούν μια νέα κατάσταση: το πρόσωπό μας εμφανίζεται συνεχώς σε οθόνες, συχνά σε γωνίες και συνθήκες φωτισμού που δεν είναι φυσικές και δεν μας κολακεύουν.

Τι επισημαίνουν οι ειδικοί

Οι ειδικοί υπογραμμίζουν ότι είναι σημαντικό να θυμόμαστε πως η εικόνα της κάμερας δεν αντικατοπτρίζει πάντα με ακρίβεια την πραγματική εμφάνιση. Οι φακοί, οι αποστάσεις και ο φωτισμός μπορούν να δημιουργήσουν μικρές παραμορφώσεις.

Για αυτόν τον λόγο, αρκετοί προτείνουν απλές πρακτικές: να

κλείνουμε το παράθυρο αυτοπροβολής στις βιντεοκλήσεις όταν δεν το χρειαζόμαστε ή να αποφεύγουμε την υπερβολική εστίαση στη δική μας εικόνα.

Σε κάθε περίπτωση, το «Zoom Face» δείχνει κάτι ενδιαφέρον για τη σύγχρονη ζωή: όσο περισσότερο βλέπουμε τον εαυτό μας μέσα από οθόνες, τόσο περισσότερο μπορεί να επηρεάζεται ο τρόπος που αντιλαμβανόμαστε την εμφάνισή μας.



Κρι Κρι: 3 εκατ. ευρώ σε bonus και αυξήσεις μισθών για το 2026



Για την Κρι Κρι, η ανάπτυξη περνά μέσα από την ευημερία των ανθρώπων της. Η σερραϊκή γαλακτοβιομηχανία ανακοίνωσε σήμερα τη διάθεση 3 εκατομμυρίων ευρώ, ποσό που θα κατευθυνθεί εξ ολοκλήρου στους εργαζομένους της μέσω bonus απόδοσης και μισθολογικών αυξήσεων.

Με μια σταθερά ανοδική πορεία που οδήγησε σε 270 νέες προσλήψεις την τελευταία τριετία, η εταιρεία απασχολεί πλέον πάνω από 850 εργαζόμενους. Η διοίκηση, αναγνωρίζοντας ότι ο ανθρώπινος παράγοντας είναι η κινητήριος δύναμη της επιτυχίας, προχωρά σε αυτή την έμπρακτη επιβράβευση. Η HR Director της εταιρείας,

Δέσποινα Σίσκου, δήλωσε χαρακτηριστικά: «Η επιτυχία έχει αξία μόνο όταν μοιράζεται με εκείνους που τη δημιουργούν. Αυτό το ποσό είναι το δικό μας "ευχαριστώ" στο δυναμικό μας».

Η πρωτοβουλία αυτή επιβεβαιώνει το ανθρωποκεντρικό μοντέλο της Κρι Κρι, η οποία παραμένει ένας από τους πιο δυναμικούς εργοδότες στον κλάδο των γαλακτοκομικών στην Ελλάδα. Επενδύοντας στην κοινή πορεία με σεβασμό και φροντίδα, η εταιρεία συνεχίζει να προσφέρει προϊόντα υψηλής διατροφικής αξίας, έχοντας ως βάση τη στήριξη των ανθρώπων της.

Νέα πλατφόρμα στήριξης για τα θύματα ρατσισμού και διακρίσεων στην Ελλάδα

Ένα αποφασιστικό βήμα για την ενίσχυση της προστασίας των θυμάτων ρατσισμού και διακρίσεων αποτελεί η νέα πλατφόρμα Racism Victim Support. Πρόκειται για μια συνεργασία του Υπουργείου Κοινωνικής Συνοχής και Οικογένειας, της Εθνικής Επιτροπής για τα Δικαιώματα του Ανθρώπου και του ΚΜΟΠ, που στόχο έχει την έγκυρη ενημέρωση και καθοδήγηση.

Πρόσβαση στην υποστήριξη για όλους. Με τα στοιχεία ερευνών να δείχνουν ότι 8 στα 10 άτομα έχουν βιώσει κάποια μορφή διάκρισης, η πλατφόρμα λειτουργεί ως ένα ενιαίο σημείο αναφοράς. Οι χρήστες μπορούν να βρουν ενημερωτικό υλικό, οδηγούς και πληροφορίες για τους αρμόδιους φορείς προστασίας. Ιδιαίτερη έμφαση έχει δοθεί στην προσβασιμότητα, καθώς το περιεχόμενο είναι διαθέσιμο σε 11 γλώσσες, διασφαλίζοντας ότι κανένας δεν θα μείνει αβοήθητος λόγω γλωσσικών εμποδίων.

Ενίσχυση των δημόσιων αρχών. Η πρωτοβουλία αναπτύχθηκε στο πλαίσιο του ευρωπαϊκού έργου Ecosystem, με στόχο να βελτιώσει την ικανότητα των δημόσιων αρχών στην Ελλάδα να αναγνωρίζουν και να αντιμετωπίζουν περιστατικά μισαλλοδοξίας. Μέσα από αυτή την προσπάθεια, ενισχύεται η κοινωνική συνοχή και δημιουργείται ένα πιο δίκαιο περιβάλλον για κάθε πολίτη, ανεξάρτητα από την καταγωγή ή την ταυτότητά του.

Tip of the Day: Η αλλαγή ξεκινά από τη γνώση. Αφιέρωσε λίγο χρόνο για να ενημερωθείς για τα δικαιώματά σου και τους μηχανισμούς προστασίας που υπάρχουν. Η σωστή πληροφόρηση είναι το πρώτο και πιο δυνατό όπλο απέναντι σε κάθε μορφή αδικίας.



10 πράγματα που πρέπει να ξέρεις για την Ασιατική Eurovision

Η ιδέα υπήρχε εδώ και χρόνια, αλλά τώρα όλα δείχνουν πως θα πραγματοποιηθεί: η Eurovision Asia Song Contest κάνει την πρώτη της εμφάνιση το 2026. Δεν πρόκειται απλώς για ένα ακόμη μουσικό show, αλλά για μια προσπάθεια να μεταφερθεί ένα από τα πιο επιτυχημένα τηλεοπτικά formats σε μια από τις πιο πολύπλοκες και πολυπολιτισμικές περιοχές του κόσμου.

1. Ο τελικός έχει ήδη ημερομηνία και πόλη

Η πρώτη διοργάνωση προγραμματίζεται για τον Νοέμβριο του 2026 στην Μπανγκόκ, σηματοδοτώντας την επίσημη εκκίνηση του project. Στις 14 Νοεμβρίου θα μεταδοθεί ζωντανά ο τελικός.

2. Τουλάχιστον 10 χώρες έχουν δηλώσει συμμετοχή

Ανάμεσά τους βρίσκονται η Νότια Κορέα, η Ταϊλάνδη, οι Φιλιππίνες και το Βιετνάμ, ενώ αναμένεται να προστεθούν κι άλλες.

3. Κάθε χώρα θα επιλέγει τον εκπρόσωπό της

Όπως και στην Eurovision Song Contest, οι συμμετοχές θα προκύπτουν είτε μέσα από εθνικούς τελικούς είτε μέσω επιλογής από τους broadcasters.

4. Το format θα θυμίζει έντονα την κλασική Eurovision

Live εμφανίσεις, διεθνής μετάδοση και συνδυασμός κοινού και επιτροπών αναμένεται να αποτελούν τη βάση του διαγωνισμού.

5. Μιλάμε για τεράστιο κοινό

Οι συμμετέχουσες χώρες αντιπροσωπεύουν εκατοντάδες εκατομμύρια θεατές, δίνοντας στον διαγωνισμό τεράστια δυναμική από την πρώτη κιόλας χρονιά.

6. Δεν είναι η πρώτη προσπάθεια — αλλά η πρώτη που προχωρά

Η ιδέα μιας ασιατικής Eurovision υπήρχε ήδη από το 2016, αλλά καθυστερούσε ή ακυρωνόταν. Αυτή είναι η πρώτη φορά που προχωρά με συγκεκριμένο σχέδιο.



7. Η Ασία είναι πολύ πιο σύνθετη από την Ευρώπη

Διαφορετικές γλώσσες, αγορές και τηλεοπτικά μοντέλα κάνουν τη διοργάνωση πιο απαιτητική σε σύγκριση με την ευρωπαϊκή εκδοχή.

8. Η επιρροή της ασιατικής ποπ μπορεί να αλλάξει το παιχνίδι

Με μουσικές σκηνές όπως η K-pop και η J-pop, ο διαγωνισμός έχει τη δυνατότητα να αποκτήσει εντελώς διαφορετικό ύφος και ρυθμό από αυτό που έχουμε συνηθίσει.

9. Το σύστημα ψηφοφορίας παραμένει ερωτηματικό

Παρότι το format θα βασιστεί στη λογική της Eurovision Song Contest, δεν έχουν ανακοινωθεί ακόμη λεπτομέρειες για το πώς θα γίνεται η ψηφοφορία μεταξύ τόσο διαφορετικών χωρών και κοινών.

10. Είναι το πιο φιλόδοξο βήμα επέκτασης της Eurovision

Η Ασία αποτελεί την πρώτη μεγάλη προσπάθεια να μετατραπεί η Eurovision σε ένα πιο παγκόσμιο μουσικό γεγονός, πέρα από τα ευρωπαϊκά σύνορα.

Η Ασιατική Eurovision δεν είναι απλώς ένα νέο show. Είναι ένα τεστ για το αν ένα ευρωπαϊκό format μπορεί να λειτουργήσει σε μια εντελώς διαφορετική πολιτισμική πραγματικότητα — και ίσως το πρώτο βήμα προς μια νέα, πιο διεθνή εκδοχή της μουσικής τηλεόρασης.



Mankeeping: Η αόρατη δουλειά των γυναικών στις σχέσεις

Ο όρος "mankeeping" περιγράφει τη συνήθεια πολλών γυναικών να αφιερώνουν μεγάλο μέρος του χρόνου και της ενέργειάς τους στην κάλυψη των συναισθηματικών αναγκών των αντρών στη ζωή τους. Πρόκειται για ένα κοινωνικό φαινόμενο που συνδέεται με τις στερεοτυπικές προσδοκίες γύρω από τους ρόλους των φύλων.

Τι δείχνει η έρευνα του Stanford

Μελέτη της Angelica Puzio Ferrara, ερευνήτριας στο Clayman Institute for Gender Research του Stanford, δείχνει ότι πολλοί άντρες έχουν μικρά ή φτωχά κοινωνικά δίκτυα και δυσκολεύονται να διατηρήσουν στενές φιλίες όπου μπορούν να μοιράζονται προσωπικά ζητήματα.

Σύμφωνα με στοιχεία του Survey Center on American Life, περίπου 15-20% των αντρών ηλικίας 25-40 ετών παραδέχονται ότι δεν έχουν κανέναν πολύ στενό φίλο για προσωπικές συζητήσεις.

Πόσο μεγάλη είναι η συναισθηματική επιβάρυνση;

Η μελέτη υπογραμμίζει ότι η καθημερινή συναισθηματική υποστήριξη που παρέχουν οι γυναίκες στους άντρες μπορεί να φτάνει πολλές ώρες κάθε εβδομάδα.

Έρευνες δείχνουν ότι οι γυναίκες αφιερώνουν συνήθως 2-4 ώρες παραπάνω την εβδομάδα για να στηρίξουν τον σύντροφό τους σε συναισθηματικά ζητήματα που ένας άντρας με στενό κοινωνικό δίκτυο θα μπορούσε να μοιραστεί με φίλους.

Το φαινόμενο του mankeeping έχει έτσι πραγματικό, μετρήσιμο αντίκτυπο στη ζωή και την ενέργεια των γυναικών.

Long weekend treats: Η ανοιξιάτικη ανανέωση που περίμενες είναι εδώ



Οι μέρες μεγαλώνουν, τα τριήμερα πλησιάζουν και η λίστα των επιθυμιών μας γεμίζει με χρώματα και ανάλαφρες υφές. Η νέα συλλογή της UGG έρχεται να διεκδικήσει τον ρόλο του πρωταγωνιστή στις ανοιξιάτικες εμφανίσεις μας, με σχέδια που μαγνητίζουν τα βλέμματα και υπόσχονται άνεση σε κάθε βήμα.

Οι σταρ της άνοιξης

Στο επίκεντρο της προσοχής βρίσκονται τα νέα GoldenGaze Embossed Sandals, τα οποία συνδυάζουν τον σύγχρονο σχεδιασμό με την κλασική ποιότητα του brand. Παράλληλα, αγαπημένα κλασικά σχέδια επιστρέφουν στην καθημερινή μας γκαρνταρόμπα, σαν να μην έφυγαν ποτέ, έτοιμα να μας συνοδεύσουν από τις πρωινές βόλτες στην πόλη μέχρι τις πρώτες εξορμήσεις στις παραλίες.

Refresh με προσωπικότητα

Η άνοιξη είναι η ιδανική στιγμή για να φρεσκάρουμε το στυλ μας. Η UGG προτείνει μια συλλογή που εστιάζει στην αυθεντικότητα και την ελευθερία κινήσεων. Είτε πρόκειται για ένα χαλαρό τριήμερο στην εξοχή είτε για τις καθημερινές διαδρομές, τα νέα season styles είναι εδώ για να δώσουν τον δικό τους χαρακτήρα σε κάθε στιγμή.

Το ανοιξιάτικο "refresh" ξεκινά από τα πόδια και η άνεση δεν ήταν ποτέ ξανά τόσο κομψή.



Η Cameron Diaz εμπνέεται από την γκαρνταρόμπα της στα 90s

Η επιστροφή της Cameron Diaz στα φώτα της δημοσιότητας για την προώθηση της νέας σειράς του Apple TV, Outcome, έφερε μαζί της έναν αέρα από την εποχή του «Κάτι τρέχει με τη Μαίρη». Για την εμφάνισή της στην τηλεόραση, η ηθοποιός επέλεξε ένα ολόλευκο κοστούμι από τη συλλογή άνοιξη '26 του οίκου Calvin Klein, κάνοντας μια σαφή αναφορά στο ανεπιτήδευτο, μινιμαλιστικό στιλ που την καθιέρωσε.

Το oversized μονοχρωματικό λουκ θύμιζε έντονα τις εμφανίσεις της στη Νότια Γαλλία το 1994 και στο Παρίσι το 1998. Ωστόσο, η λεπτομέρεια που έκλειψε την παράσταση ήταν το χαρακτηριστικό «pop of red». Η Diaz ολοκλήρωσε το σύνολο με κόκκινες γόβες από το νέο label Jude, αναβιώνοντας το αγαπημένο της στιλιστικό τρικ από τα 90s, όταν το κόκκινο παπούτσι ήταν η υπογραφή της σε κάθε επίσημη έξοδο.

Για να δώσει έναν πιο σύγχρονο τόνο, πρόσθεσε χρυσά αρχιτεκτονικά σκουλαρίκια από τη σειρά Mega Jewelry. Είτε την περιμένουμε στην πέμπτη ταινία του Shrek είτε σε νέα πρότζεκτ, η Cameron Diaz παραμένει ένα αξεπέραστο είδωλο του στιλ, τότε και τώρα.

Μπορούν να γεννηθούν παιδιά στο διάστημα;



Έχεις σκεφτεί ποτέ πώς θα ήταν να γενήσεις στο διάστημα; Ένα σενάριο που κάποτε ανήκε μόνο στη φαντασία, τώρα μελετάται από επιστήμονες. Η ανθρώπινη αναπαραγωγή σε συνθήκες μηδενικής βαρύτητας εξετάζεται στο University of Adelaide, στο Κέντρο Διαστημικών Πόρων «Andy Thomas». Η έρευνα επικεντρώνεται στο πώς τα σπερματοζωάρια μπορούν να φτάσουν και να γονιμοποιήσουν ωάρια χωρίς την επίδραση της Γης.

Οι ερευνητές δημιούργησαν μια μικροσκοπική “πίστα” που μιμείται το γυναικείο αναπαραγωγικό σύστημα και τοποθέτησαν ωάρια για να παρατηρήσουν την πλοήγηση των σπερματοζωαρίων. Τα πρώτα ευρήματα δείχνουν ότι η έλλειψη βαρύτητας δυσκολεύει τον προσανατολισμό τους, μειώνοντας τις πιθανότητες επιτυχημένης γονιμοποίησης.

Σε πειράματα με ωάρια από ποντίκι, οι επιτυχείς γονιμοποιήσεις μειώθηκαν περίπου κατά 30%, ενώ η ανάπτυξη των πρώτων σταδίων των εμβρύων ήταν πιο αργή. Αυτό δείχνει ότι η βαρύτητα παίζει σημαντικό ρόλο στη διαδικασία της γονιμοποίησης και την αρχική ανάπτυξη του εμβρύου.

Δεν σημαίνει όμως ότι η αναπαραγωγή στο διάστημα είναι αδύνατη, απλώς υπογραμμίζει τις προκλήσεις που πρέπει να ξεπεραστούν. Οι επιστήμονες συνεχίζουν να μελετούν τρόπους ώστε η ζωή στο διάστημα να γίνει βιώσιμη και σε επίπεδο αναπαραγωγής – ένα κρίσιμο βήμα για το μέλλον της ανθρωπότητας εκτός Γης.

Ο κορυφαίος αθλητής Luka Djukic έρχεται στο Athens Throwdown

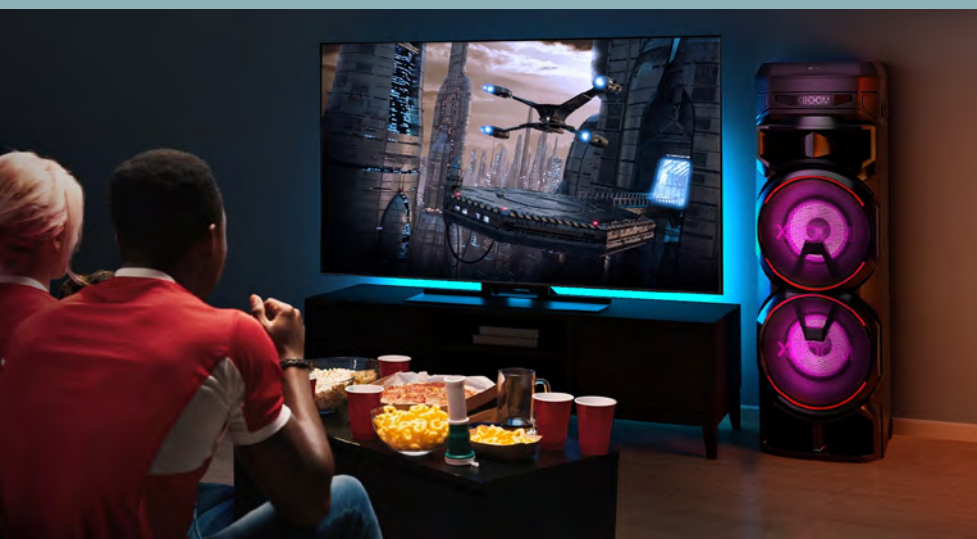
Ο Σέρβος αθλητής της Red Bull, Luka Djukic, θα βρεθεί στην Αθήνα από τις 17 έως τις 19 Απριλίου για να αγωνιστεί στο Athens Throwdown, το μεγαλύτερο φεστιβάλ fitness στην Ελλάδα, που θα πραγματοποιηθεί στο Κλειστό Γήπεδο Tae Kwon Do.

Η ιστορία του Djukic είναι μια απόδειξη επιμονής: ένας σοβαρός τραυματισμός στα 17 του έβαλε τέλος στα όνειρά του για το ποδόσφαιρο, αλλά τον οδήγησε στο CrossFit. Με φυσική δύναμη που εντυπωσίασε από την πρώτη στιγμή, κατάφερε μέσα σε λίγα χρόνια να αναδειχθεί κορυφαίος αθλητής στη χώρα του και να κατακτήσει σημαντικές διεθνείς διακρίσεις, όπως την πρώτη θέση στο Dubai Fitness Championship. Στην Αθήνα θα αγωνιστεί στην κατηγορία Elite Men, την πιο απαιτητική της διοργάνωσης, διεκδικώντας το κορυφαίο έπαθλο.

Το φετινό Athens Throwdown αναμένεται πιο θεαματικό από ποτέ, μετατρέποντας την αρένα των 3.200 τ.μ. σε ένα πεδίο μάχης για 1.400 αθλητές από όλο τον κόσμο. Με συνολικά χρηματικά έπαθλα 65.000€ και μια μεγάλη έκθεση fitness, η διοργάνωση υπόσχεται μια μοναδική εμπειρία για τους χιλιάδες θεατές που θα παρακολουθήσουν από κοντά τις επιδόσεις κορυφαίων αθλητών όπως ο Djukic.



Το LG XBOOM RNC9 δίνει τον ρυθμό της άνοιξης σε κάθε συνάντηση



Η άνοιξη είναι η εποχή της ενέργειας και το ηχείο LG XBOOM RNC9 έρχεται να απογειώσει τη διάθεση με δυναμική ένταση και ρυθμό. Στην καρδιά της εμπειρίας βρίσκεται η τεχνολογία Double Super Bass Boost, που ενισχύει διπλά τα μπάσα, δημιουργώντας έναν πλούσιο ήχο που γεμίζει τον χώρο, είτε πρόκειται για μια αυθόρμητη απογευματινή μάζωξη είτε για ένα πάρτι.

Ο ενσωματωμένος φωτισμός με πολύχρωμα LED συγχρονίζεται με τη μουσική, μεταμορφώνοντας κάθε δωμάτιο σε ζωντανή πίστα. Για τους πιο δημιουργικούς, η εφαρμογή DJ προσφέρει απόλυτο έλεγχο μέσω ηχητικών εφέ, ενώ η λειτουργία Party Strobe επιτρέπει τον συγχρονισμό έως και τριών κινητών

τηλεφώνων με τον ρυθμό για ένα εντυπωσιακό οπτικό αποτέλεσμα.

Η εμπειρία ολοκληρώνεται με την απόλυτη ευελιξία συνδεσιμότητας. Με είσοδο για κιθάρα και μικρόφωνο, ο δρόμος για ζωντανές μουσικές παρεμβάσεις και karaoke είναι ανοιχτός. Παράλληλα, η αναπαραγωγή μέσω USB και ραδιοφώνου εξασφαλίζει συνεχή πρόσβαση στη μουσική. Το LG XBOOM RNC9 δεν ακολουθεί απλώς τη στιγμή, αλλά τη διαμορφώνει, συνδυάζοντας ισχυρή απόδοση και εντυπωσιακή αισθητική.

PepsiCo Gives Back – Run. Smile. Repeat. 2026: Με επιτυχία διεξήχθη ο αγώνας δρόμου της PepsiCo



Για τρίτη συνεχή χρονιά, ο αγώνας δρόμου «PepsiCo Gives Back – Run. Smile. Repeat.» σημείωσε εξαιρετική επιτυχία στις 29 Μαρτίου στην Κηφισιά. Περισσότεροι από 2.000 δρομείς όλων των ηλικιών κατέκλυσαν την πλατεία Ηρώων Πολυτεχνείου, συμμετέχοντας σε μια διοργάνωση με ισχυρό κοινωνικό αντίκτυπο.

Τα έσοδα από τις συμμετοχές θα διατεθούν για την υποστήριξη του Make-A-Wish Ελλάδος, καθώς και τοπικών οργανώσεων, όπως η Χριστιανική Στέγη Κοριτσιού «Αγία Άννα». Η Ράνια Κυριάκου, Διευθύντρια Μάρκετινγκ της PepsiCo, τόνισε τη δέσμευση της εταιρείας στην ενίσχυση του εθελοντισμού, ενώ η Πρόεδρος του Make-

A-Wish, Ελένη Κωνσταντινίδη, εξέφρασε την ευγνωμοσύνη της για τη διαρκή στήριξη που βοηθά στην πραγματοποίηση παιδικών ευχών.

Ο αγώνας, που πραγματοποιήθηκε σε συνεργασία με τον Δήμο Κηφισιάς και την ομάδα RUNAWAY, ανέδειξε την αξία της σύμπραξης για κοινωφελείς σκοπούς. Με τη συμμετοχή διακεκριμένων αθλητών και την πολύτιμη βοήθεια 150 εθελοντών, η εκδήλωση προώθησε το αθλητικό ιδεώδες και τη βιωσιμότητα των πόλεων, αφήνοντας μια θετική υπόσχεση για ακόμα μεγαλύτερη συμμετοχή την επόμενη χρονιά.

Ένας αιώνας σε κίνηση: Η Shell στην Ελλάδα μέσα από τη ματιά του Βασίλη Κεκάτου

Ένας αιώνας Shell στην Ελλάδα αποτυπώνεται σε μια ξεχωριστή επετειακή ταινία, με την υπογραφή του βραβευμένου σκηνοθέτη Βασίλη Κεκάτου. Η συνεργασία προέκυψε με τον πιο σύγχρονο τρόπο, όταν ο δημιουργός εξέφρασε δημόσια την εικαστική του αγάπη για τα πρατήρια καυσίμων, οδηγώντας σε ένα αποτέλεσμα που ξεπερνά τα όρια μιας απλής διαφήμισης.

Μια ιστορία ανθρώπων και διαδρομών. Από το 1926, η Shell πορεύεται παράλληλα με την ελληνική κοινωνία. Η ταινία δεν εστιάζει μόνο στους αριθμούς, αλλά στις στιγμές: στα ταξίδια των διακοπών, στις επαγγελματικές διαδρομές και στις επιστροφές στο σπίτι. Όπως σημειώνει η Κίρκη Καλαντζή, Γενική Διευθύντρια της Coral AE, η επέτειος αυτή αποτελεί μια διαρκή δέσμευση απέναντι στους ανθρώπους, με το βλέμμα πάντα στραμμένο στο μέλλον και τον σεβασμό στο περιβάλλον.

Η κινηματογραφική προσέγγιση. Ο Βασίλης Κεκάτος κατάφερε να φωτίσει τους ανθρώπους πίσω από το προφανές, μετατρέποντας ένα brand με ιστορία 100 ετών σε κομμάτι της καθημερινής ανθρώπινης εμπειρίας. Ο Κώστας Καραγιάννης, Διευθυντής Marketing της Coral AE, υπογράμμισε τη σημασία αυτής της ιδιαίτερης ματιάς που συνδέει τη διαχρονική πορεία της εταιρείας με την ελληνική πραγματικότητα.

Εκατό χρόνια μετά, το ταξίδι της Shell συνεχίζεται, παραμένοντας σταθερά «100 χρόνια μπροστά».

Μπορείτε να δείτε την ταινία [εδώ](#).



quote of the day

**ΤΟ ΠΑΡΑΛΟΓΟ ΕΙΝΑΙ Η ΜΟΝΗ ΔΙΕΞΟΔΟΣ ΓΙΑ ΕΝΑΝ ΚΟΣΜΟ
ΠΟΥ ΠΑΙΡΝΕΙ ΤΟΝ ΕΑΥΤΟ ΤΟΥ ΠΟΛΥ ΣΟΒΑΡΑ.**

Albert Camus

8 Απριλίου

- > Ημέρα του Έθνους των Ρομά
- > Trading Cards for Grown-ups Day
- > Step Into the Spotlight Day
- > International Feng Shui Awareness Day
- > National Dog Fighting Awareness Day
- > International Pageant Day
- > Draw a Bird Day
- > National Zoo Lovers Day
- > Pygmy Hippo Day
- > National All is Ours Day
- > International Be Kind to Lawyers Day
- > National Empanada Day
- > Baby Massage Day