

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



ΑΡΡΕΝΑ
ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ



ΑΡΡΕΝΑ

ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ

Καθαρό. Σαν την αλήθεια.

arreona.gr   arreona.water



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



GROUP POLARIZATION:
ΓΙΑΤΙ ΟΙ ΟΜΑΔΕΣ ΜΑΣ ΟΔΗΓΟΥΝ ΣΥΧΝΑ
ΣΕ ΠΙΟ ΑΚΡΑΙΕΣ ΑΠΟΨΕΙΣ

Good morning
SayYessers!



Φτιάξε καφέ να στα πω...



Καλημέρα **SayYesser!!!**

Πόσα από αυτά που μας αγχώνουν καθημερινά έχουν πραγματική αξία; Η απάντηση είναι απλή: σχεδόν κανένα. Όταν η ζωή κάνει τον τελικό της απολογισμό, οι ψευδαισθήσεις καταρρέουν και μένει μόνο η απόλυτη ουσία. Μέσα από τη φιλοσοφία του βουδισμού, αναδεικνύεται μια αλήθεια που μπορεί να αλλάξει ριζικά τον τρόπο που βλέπουμε την καθημερινότητά μας: στο τέλος, μόνο τρία πράγματα έχουν πραγματική σημασία.

Το πρώτο είναι το πόσο πολύ αγάπησες. Συχνά μπερδεύουμε την αγάπη με μια σχέση ανταλλαγής, περιμένοντας συνεχώς κάτι πίσω ως αντάλλαγμα. Όμως, η πραγματική αγάπη είναι ανιδιοτελής. Είναι η βαθιά επιθυμία να είναι οι γύρω μας ευτυχισμένοι, χωρίς προσδοκίες, όρους και εγωισμούς. Όταν σταματήσεις να ζητάς συνεχώς επιβεβαίωση από τους άλλους και ανακαλύψεις την αγάπη μέσα σου, τότε μόνο αρχίζεις να συνδέεσαι ουσιαστικά με τον κόσμο.

Το δεύτερο είναι το πόσο χαλαρά έζησες. Η χαλαρότητα δεν είναι δείγμα αδυναμίας, ούτε σημαίνει ότι γίνεσαι θύμα των καταστάσεων. Σημαίνει να διατηρείς την εσωτερική σου γαλήνη, να μην επιτρέπεις στις εντάσεις να σε κυριεύουν και να αντιμετωπίζεις τις δυσκολίες με ψυχραιμία και συμπόνια. Παράλληλα, σημαίνει και σεβασμό προς το περιβάλλον, προσπαθώντας να ζεις με τρόπο που δεν επιβαρύνει τον πλανήτη.

Το τρίτο και ίσως το πιο δύσκολο μάθημα είναι το πόσο χαρισματικά άφησες να φύγουν όσα δεν προορίζονταν για εσένα. Τίποτα στον κόσμο δεν μας ανήκει μόνιμα. Άνθρωποι, στόχοι, υλικά αγαθά και καταστάσεις έρχονται και παρέρχονται. Η προσπάθεια να ελέγξουμε τα πάντα φέρνει μόνο απογοήτευση. Όταν αποδέχεσαι την παροδικότητα της ζωής και μαθαίνεις να αφήνεις πίσω σου ό,τι δεν σου ταιριάζει πια, αρχίζεις να εκτιμάς την κάθε στιγμή με πραγματική ελευθερία.

Όλα τα υπόλοιπα είναι απλώς αντιπερισπασμοί.

Tip of the Day: Σήμερα, κάνε μια παύση πριν αντιδράσεις σε κάτι που σε εκνευρίζει. Πάρε μια βαθιά ανάσα και αναρωτήσου: «Θα έχει αυτό σημασία στο τέλος;» Αν η απάντηση είναι όχι, άφησέ το να φύγει με ευγένεια.

Claire Styliara
Chief of SayYessers



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





ΧΗΤΟΣ και BENETHS ενώνουν δυνάμεις για μια αναβαθμισμένη εμπειρία καθημερινής κατανάλωσης

Μια νέα στρατηγική συνεργασία με ισχυρή ελληνική ταυτότητα εγκαινιάζουν η ΧΗΤΟΣ, μέλος του Ομίλου Green Beverages, και η BENETHS, μία από τις πλέον αναγνωρισμένες αλυσίδες οργανωμένης εστίασης στην Ελλάδα.

Η συνεργασία βασίζεται σε κοινές αξίες, όπως η ποιότητα, η αξιοπιστία και η δέσμευση για προσφορά προϊόντων που ανταποκρίνονται στις ανάγκες του σύγχρονου καταναλωτή. Στόχος είναι η αναβάθμιση της καθημερινής εμπειρίας κατανάλωσης μέσα από μια ολοκληρωμένη πρόταση που συνδυάζει ποιοτικά προϊόντα και σύγχρονες επιλογές.

Στο επίκεντρο βρίσκεται το Φυσικό Μεταλλικό Νερό ΖΑΓΟΠΙ, το οποίο αποκτά ακόμη ισχυρότερη παρουσία στο εκτεταμένο δίκτυο της BENETHS. Παράλληλα, επιλεγμένα προϊόντα της σειράς Green, όπως η Green Cola, τα Green Flavors και το Green Mocktail Bitter Orange Spritz, εμπλουτίζουν τις διαθέσιμες επιλογές για το κοινό.

Ιδιαίτερο στοιχείο της συνεργασίας αποτελεί η διάθεση των συσκευασιών ΖΑΓΟΠΙ 500ml και 1,5L με ειδική co-branded ετικέτα που φέρει το λογότυπο της BENETHS, ενισχύοντας την αναγνωρισιμότητα της συνεργασίας στα σημεία πώλησης.

Ο Διευθυντής Πωλήσεων της ΧΗΤΟΣ, Άγγελος Μαλίνης, τόνισε ότι η συνεργασία ξεπερνά τα όρια μιας εμπορικής συμφωνίας, καθώς στηρίζεται στον κοινό σεβασμό προς την ποιότητα, την ελληνική επιχειρηματικότητα και τη σωστή διατροφή.

Από τον Απρίλιο του 2026, τα προϊόντα της ΧΗΤΟΣ έχουν αποκλειστική παρουσία στο δίκτυο της BENETHS σε όλη την Ελλάδα, ενισχύοντας τη δυναμική τους σε ένα περιβάλλον που εξελίσσεται διαρκώς και ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις της σύγχρονης καθημερινότητας.

Η BOX NOW γιορτάζει 5 χρόνια ανάπτυξης με δώρα και εκπλήξεις για το κοινό



Πέντε χρόνια δυναμικής παρουσίας στην ελληνική αγορά συμπληρώνει η BOX NOW και γιορτάζει το σημαντικό αυτό ορόσημο με μια επετειακή καμπάνια και έναν μεγάλο διαγωνισμό που ανταμείβει τους χρήστες που την εμπιστεύονται καθημερινά.

Από το 2021 μέχρι σήμερα, η BOX NOW έχει αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο οι καταναλωτές στέλνουν και παραλαμβάνουν δέματα, προσφέροντας ένα ευέλικτο μοντέλο εξυπηρέτησης μέσω ενός εκτεταμένου δικτύου θυρίδων (lockers), διαθέσιμων 24 ώρες το 24ωρο. Με επίκεντρο την καινοτομία και την τεχνολογία, έχει εξελιχθεί σε μία από τις πλέον αναγνωρίσιμες εταιρείες last-mile delivery στην Ελλάδα.

Με κεντρικό μήνυμα «5 Years of Evolution», η επετειακή καμπάνια αναδεικνύει την εξέλιξη της εταιρείας αλλά και των σύγχρονων καταναλωτικών συνηθειών, δίνοντας έμφαση στην ευκολία, την αυτονομία και την ευελιξία που αναζητούν οι χρήστες.

Από την 1η έως τις 15 Ιουνίου, όσοι αποστείλουν ή παραλάβουν δέμα μέσω BOX NOW μπορούν να συμμετάσχουν σε επετειακό giveaway με πλούσια δώρα. Οι νικητές θα κερδίσουν δύο δωροκάρτες για ταξίδια, δύο iPhone 17 Pro Max και μία action camera Insta360.

Όπως δήλωσε ο CEO της BOX NOW, Ελευθέριος Παπαδημητρίου, η εταιρεία ξεκίνησε με στόχο να κάνει την αποστολή και παραλαβή δεμάτων πιο απλή και προσβάσιμη για όλους, ενώ σήμερα εξυπηρετεί καθημερινά χιλιάδες χρήστες σε όλη τη χώρα.

Με το βλέμμα στραμμένο στο μέλλον, η BOX NOW συνεχίζει να επενδύει στην τεχνολογία, στην επέκταση του δικτύου της και στη δημιουργία νέων λύσεων που διευκολύνουν την καθημερινότητα καταναλωτών και επιχειρήσεων.

Group Polarization:

Γιατί οι ομάδες μας οδηγούν συχνά σε πιο ακραίες απόψεις



Έχεις παρατηρήσει ποτέ ότι μια συζήτηση μεταξύ ανθρώπων που συμφωνούν μεταξύ τους σπάνια καταλήγει σε πιο μετριοπαθείς θέσεις; Αντίθετα, συχνά οι απόψεις γίνονται πιο έντονες, πιο απόλυτες και πιο δύσκολο να αμφισβητηθούν. Αυτό το φαινόμενο είναι γνωστό ως Group Polarization και αποτελεί μία από τις πιο ενδιαφέρουσες έννοιες της κοινωνικής ψυχολογίας.

Το Group Polarization περιγράφει την τάση των ανθρώπων να υιοθετούν πιο ακραίες θέσεις μετά από συζήτηση με άτομα που έχουν παρόμοιες απόψεις. Με απλά λόγια, όταν βρισκόμαστε μέσα σε μια ομάδα που σκέφτεται όπως εμείς, είναι πιθανό να καταλήξουμε να πιστεύουμε ακόμη πιο έντονα αυτά που ήδη πιστεύαμε.

Όταν η συμφωνία ενισχύει τη βεβαιότητα

Οι περισσότεροι θεωρούμε ότι οι συζητήσεις βοηθούν στην ανταλλαγή ιδεών και στην αναζήτηση ισορροπημένων συμπερασμάτων. Ωστόσο, η πραγματικότητα δεν λειτουργεί πάντα έτσι.

Όταν οι άνθρωποι ακούνε συνεχώς επιχειρήματα που υποστηρίζουν τη δική τους άποψη, αποκτούν μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση για την ορθότητά της. Κάθε νέα επιβεβαίωση λειτουργεί σαν μια επιπλέον απόδειξη ότι έχουν δίκιο. Σταδιακά, η αρχική θέση αρχίζει να φαίνεται όχι απλώς σωστή, αλλά η μόνη λογική επιλογή.

Αυτός είναι ένας από τους βασικούς μηχανισμούς πίσω από το Group Polarization. Η επαναλαμβανόμενη επιβεβαίωση δημιουργεί μεγαλύτερη βεβαιότητα και η μεγαλύτερη βεβαιότητα συχνά οδηγεί σε πιο ακραίες τοποθετήσεις.

Η ανάγκη να ανήκουμε

Ένας δεύτερος σημαντικός λόγος είναι η ανθρώπινη ανάγκη για κοινωνική αποδοχή. Οι άνθρωποι επιθυμούν να αισθάνονται ότι ανήκουν σε μια ομάδα και ότι γίνονται αποδεκτοί από τα υπόλοιπα μέλη της.

Μέσα σε μια ομάδα, πολλές φορές υπάρχει η τάση να εκφράζουμε απόψεις που ευθυγραμμίζονται με το κυρίαρχο κλίμα. Σε ορισμένες περιπτώσεις, μπορεί ακόμη και να υιοθετούμε πιο έντονες θέσεις από αυτές που είχαμε

αρχικά, προκειμένου να δείξουμε ότι είμαστε πραγματικά αφοσιωμένοι στις αξίες της ομάδας.

Έτσι, η συλλογική ταυτότητα δεν επηρεάζει μόνο το τι πιστεύουμε, αλλά και το πόσο έντονα το πιστεύουμε.

Από την πολιτική μέχρι την καθημερινότητα

Το Group Polarization συνδέεται συχνά με την πολιτική, καθώς βοηθά να εξηγηθεί η αυξανόμενη πόλωση που παρατηρείται σε πολλές κοινωνίες.

Όταν άνθρωποι με παρόμοιες πολιτικές πεποιθήσεις συζητούν αποκλειστικά μεταξύ τους, οι θέσεις τους τείνουν να γίνονται πιο απόλυτες. Με την πάροδο του χρόνου, οι διαφορές ανάμεσα στις ομάδες μεγαλώνουν και ο διάλογος γίνεται πιο δύσκολος. Η άλλη πλευρά δεν αντιμετωπίζεται πλέον ως κάποιος με διαφορετική άποψη, αλλά ως κάποιος που κάνει ολοκληρωτικά λάθος.

Παρόλα αυτά, το φαινόμενο δεν περιορίζεται στην πολιτική. Εμφανίζεται σε χώρους εργασίας, σε παρέες, σε αθλητικές κοινότητες, ακόμη και σε οικογενειακά περιβάλλοντα. Κάθε φορά που άνθρωποι με παρόμοιες αντιλήψεις αλληλεπιδρούν αποκλειστικά μεταξύ τους, υπάρχει η πιθανότητα οι απόψεις τους να γίνουν πιο έντονες.



Ο ρόλος των social media

Η ψηφιακή εποχή έχει ενισχύσει σημαντικά το φαινόμενο. Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης τείνουν να μας προβάλλουν περιεχόμενο που μοιάζει με όσα ήδη μας ενδιαφέρουν ή με όσα έχουμε ήδη εκφράσει ότι μας αρέσουν.

Αυτό σημαίνει ότι ερχόμαστε συχνότερα σε επαφή με ανθρώπους που συμφωνούν μαζί μας και σπανιότερα με διαφορετικές οπτικές. Με τον καιρό δημιουργούνται οι λεγόμενοι «θάλαμοι ηχούς» (echo chambers), όπου οι ίδιες ιδέες επαναλαμβάνονται διαρκώς και ενισχύονται από την αμοιβαία επιβεβαίωση. Όσο περισσότερο ακούμε μόνο τη δική μας πλευρά, τόσο πιο δύσκολο γίνεται να κατανοήσουμε την οπτική των άλλων.

Η αξία της διαφορετικής άποψης

Το Group Polarization δεν σημαίνει ότι οι ομάδες είναι αρνητικές ή ότι η συμφωνία είναι προβληματική. Υπενθυμίζει όμως πόσο σημαντικό είναι να εκτιμούμε την ύπαρξη διαφορετικών φωνών γύρω μας.

Η επαφή με ανθρώπους που σκέφτονται διαφορετικά μπορεί να είναι άβολη, αλλά συχνά λειτουργεί ως αντίβαρο στην υπερβολική βεβαιότητα. Μας βοηθά να εξετάζουμε τις ιδέες μας πιο κριτικά και να αποφεύγουμε τις παγίδες της απόλυτης σκέψης.

Σε μια εποχή όπου οι άνθρωποι χωρίζονται όλο και πιο εύκολα σε «στρατόπεδα», η μεγαλύτερη πρόκληση δεν είναι να βρούμε όσους συμφωνούν μαζί μας, αλλά να παραμείνουμε ανοιχτοί σε όσους δεν συμφωνούν.

Όταν τα σουβενίρ δεν χωράνε πια: Η απρόσμενη κρίση με τις βαλίτσες στην Ιαπωνία



Ο υπερτουρισμός έχει συνδεθεί με γεμάτους δρόμους, ακριβά ενοίκια, ουρές στα αξιοθέατα και πίεση στις τοπικές κοινωνίες. Στην Ιαπωνία όμως, ένα νέο και μάλλον απρόσμενο πρόβλημα έχει αρχίσει να τραβά την προσοχή των αρχών: οι τουρίστες εγκαταλείπουν τις βαλίτσες τους.

Μπορεί να ακούγεται παράξενο, όμως οι εικόνες από αεροδρόμια, ξενοδοχεία και σταθμούς δείχνουν ολοένα και περισσότερες άδειες ή παλιές αποσκευές να μένουν πίσω. Το φαινόμενο έχει αποκτήσει μάλιστα και δική του ονομασία στα ιαπωνικά, καθώς οι εγκαταλελειμμένες βαλίτσες πολλαπλασιάζονται στα μεγάλα τουριστικά κέντρα της χώρας.

Τι συμβαίνει; Η απάντηση βρίσκεται, κατά κύριο λόγο, στην ίδια την επιτυχία της Ιαπωνίας ως ταξιδιωτικού προορισμού. Οι επισκέπτες φτάνουν με μία βαλίτσα και επιστρέφουν με δύο. Η χώρα είναι γεμάτη προϊόντα που δύσκολα αντιστέκεται κανείς να αγοράσει: παραδοσιακά κεραμικά, είδη γραφικής ύλης, γλυκίσματα, προϊόντα τεχνολογίας και μοναδικά αναμνηστικά. Πολλοί καταλήγουν να αγοράζουν μεγαλύτερες αποσκευές για να μεταφέρουν τα ψώνια τους, αφήνοντας πίσω τις παλιές.

Το πρόβλημα, ωστόσο, δεν είναι απλώς αισθητικό. Κάθε εγκαταλελειμμένη βαλίτσα πρέπει αρχικά να θεωρηθεί πιθανό απολεσθέν αντικείμενο και να φυλαχθεί για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Σε αεροδρόμια και σταθμούς απαιτούνται επιπλέον έλεγχοι ασφαλείας, ενώ τα ξενοδοχεία επιβαρύνονται με κόστος αποθήκευσης και διαχείρισης.

Το ενδιαφέρον είναι ότι η Ιαπωνία προσπαθεί να μετατρέψει το πρόβλημα σε ευκαιρία. Ορισμένες επιχειρήσεις επαναχρησιμοποιούν τις εγκαταλελειμμένες βαλίτσες ως αποθηκευτικούς χώρους ή ακόμη και ως πρωτότυπες ζαρντινιέρες για καλλιέργεια λαχανικών και βοτάνων. Παράλληλα, αναπτύσσονται υπηρεσίες ανακύκλωσης, επισκευής και επαναχρησιμοποίησης αποσκευών.

Η ιστορία αυτή ίσως κρύβει ένα ευρύτερο μήνυμα. Στην εποχή του μαζικού τουρισμού, δεν ταξιδεύουν μόνο οι άνθρωποι. Ταξιδεύουν και οι συνήθειές μας, οι καταναλωτικές μας επιλογές και το περιβαλλοντικό τους αποτύπωμα. Και καμιά φορά, μια ξεχασμένη βαλίτσα σε ένα αεροδρόμιο μπορεί να πει πολλά περισσότερα για τον σύγχρονο κόσμο απ' όσα φανταζόμαστε.

Η Purina ONE® παρουσιάζει τη νέα σειρά για μεσαίους και μεγαλόσωμους σκύλους μέσα από ένα ξεχωριστό wellness event

Με αφορμή το λανσάρισμα της νέας σειράς Purina ONE® για μεσαίους και μεγαλόσωμους σκύλους, η Purina διοργάνωσε το Purina ONE® Dog Experience, μια ξεχωριστή εκδήλωση αφιερωμένη στην ευζωία, τη σωστή διατροφή και τη μοναδική σχέση ανθρώπου και κατοικιδίου. Η εκδήλωση πραγματοποιήθηκε στις 20 Μαΐου στον ειδικά διαμορφωμένο εξωτερικό χώρο των κεντρικών γραφείων της εταιρείας στο Μαρούσι, φιλοξενώντας δημιουργούς περιεχομένου και τους τετράποδους φίλους τους σε ένα πρωινό γεμάτο ενημέρωση, δραστηριότητες και στιγμές χαλάρωσης.

Οι συμμετέχοντες είχαν την ευκαιρία να γνωρίσουν τη νέα σειρά προϊόντων και να ενημερωθούν για τη σημασία της σωστής διατροφής στην καθημερινή υγεία των σκύλων. Ο εξειδικευμένος εκπαιδευτής σκύλων Πέτρος-Εμμανουήλ Μητσάκος παρουσίασε τα οφέλη της νέας σειράς, ενώ ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στον ρόλο του μικροβιώματος του εντέρου και στη συμβολή ποιοτικών συστατικών, όπως ο πολτός τεύτλου, στη συνολική ευζωία των κατοικιδίων.

Παράλληλα, παρουσιάστηκαν τα ορατά οφέλη που μπορεί να προσφέρει η σωστή διατροφή, όπως βελτιωμένο μικροβίωμα, αυξημένη ζωτικότητα, λαμπερό τρίχωμα και φωτεινά μάτια. Ξεχωριστή στιγμή της ημέρας αποτέλεσε η συνεδρία dog yoga, όπου άνθρωποι και σκύλοι συμμετείχαν μαζί σε μια εμπειρία χαλάρωσης και σύνδεσης.

Η εκδήλωση ολοκληρώθηκε με brunch, φωτογραφίες και εκπλήξεις για τους τετράποδους καλεσμένους, αναδεικνύοντας τη φιλοσοφία της Purina ONE® για μια σύγχρονη και ολοκληρωμένη προσέγγιση στη φροντίδα των κατοικιδίων.



Agenda

«Η Αλίκη στη χώρα των ψαριών»: Ένα μαγικό παιδικό musical γεμάτο φαντασία και μηνύματα ζωής



Η εταιρεία Μέθεξις και ο Χρήστος Τριπόδης παρουσιάζουν αυτό το καλοκαίρι το αγαπημένο παιδικό musical «Η Αλίκη στη χώρα των ψαριών» του βραβευμένου συγγραφέα Γιάννη Ξανθούλη, σε μια εντυπωσιακή θεατρική περιοδεία σε όλη την Ελλάδα.

Πρόκειται για μια παράσταση γεμάτη μουσική, τραγούδι, χορό και χρώμα, που μεταφέρει μικρούς και μεγάλους σε έναν

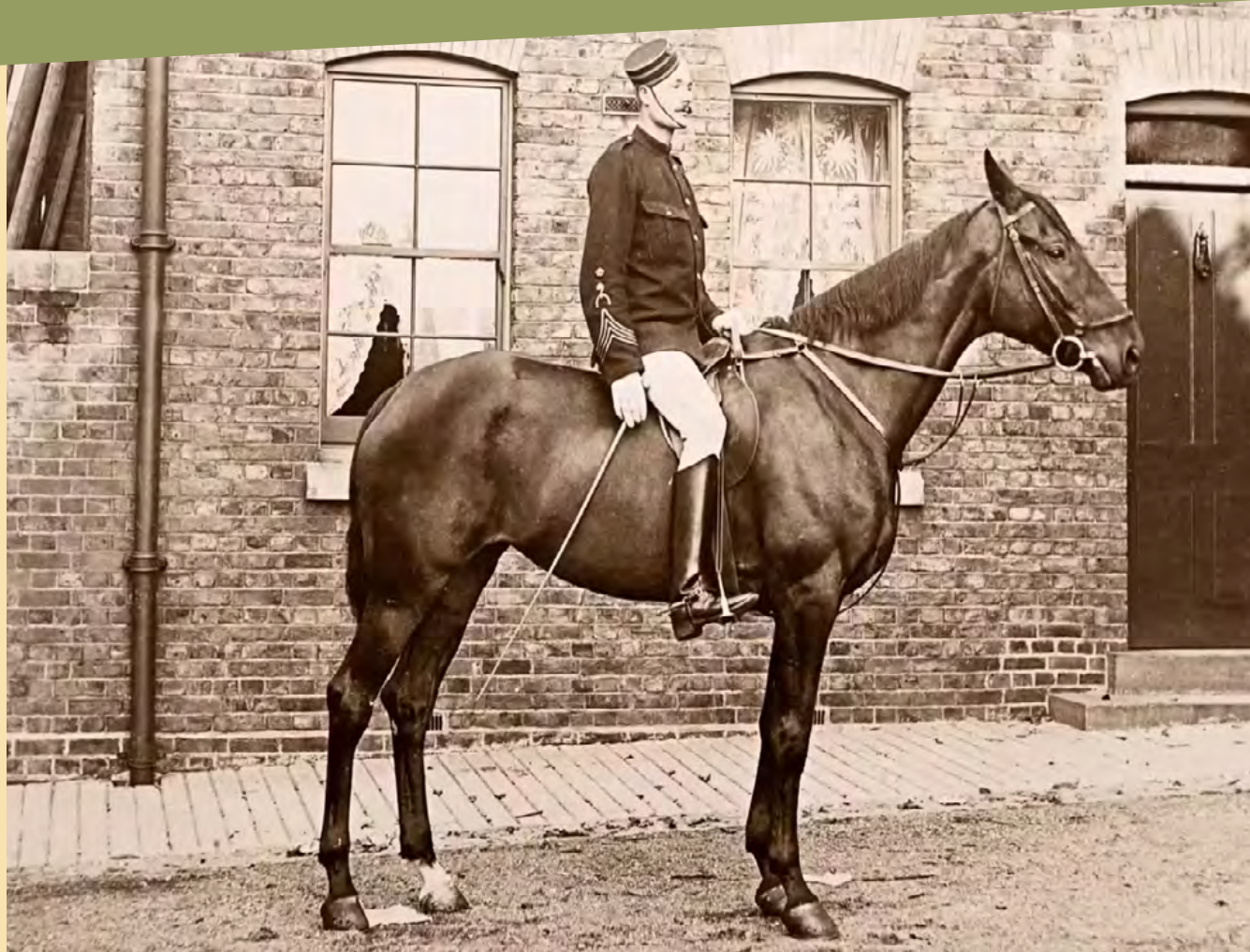
μαγικό υποθαλάσσιο κόσμο. Η μικρή Αλίκη, μετά από ένα ναυάγιο, βρίσκεται στην Ψαροχώρα, έναν βυθό όπου τα ψάρια έρχονται για πρώτη φορά σε επαφή με έναν άνθρωπο. Μέσα από τις περιπέτειές της, τα ψάρια γνωρίζουν τον κόσμο των ανθρώπων, αλλά και τις αντιφάσεις του, ανακαλύπτοντας έννοιες όπως το χρήμα, η εξουσία, η διαφορετικότητα και η αγάπη.

Το έργο αποτελεί έναν ύμνο στην ισότητα, την ελευθερία, τη φιλία και τον σεβασμό στο περιβάλλον, ενώ η εμφάνιση μιας απειλητικής πετρελαιοκηλίδας δίνει αφορμή για ένα ισχυρό οικολογικό μήνυμα που αγγίζει μικρούς και μεγάλους.

Τη σκηνοθεσία υπογράφει ο Χρήστος Τριπόδης, ενώ στη σκηνή ζωντανεύει ένας κόσμος γεμάτος φαντασία μέσα από εντυπωσιακά σκηνικά, κοστούμια και πρωτότυπη μουσική. Η καλοκαιρινή περιοδεία ξεκινά στις 25 Ιουνίου από το Βεάκειο Θέατρο Πειραιά και θα συνεχιστεί σε Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Βόλο, Ιωάννινα, Λάρισα, Χαλκίδα, Τρίκαλα και πολλούς ακόμη προορισμούς, προσφέροντας μια ξεχωριστή θεατρική εμπειρία για όλη την οικογένεια.

Ήξερες ότι κάποτε τα τακούνια τα φορούσαν άντρες;

Η παράξενη ιστορία πίσω από ένα από τα μεγαλύτερα fashion reversals όλων των εποχών



Κάποτε τα ψηλοτάκουνα ήταν σύμβολο δύναμης, πολέμου και ανδρικού κύρους. Πώς φτάσαμε σήμερα να θεωρούνται αποκλειστικά γυναικεία;

Αν κάποιος σου έλεγε σήμερα ότι τα ψηλοτάκουνα ξεκίνησαν ως... αντρικό πολεμικό αξεσουάρ, πιθανότατα θα νόμιζες ότι πρόκειται για κάποιο περίεργο trivium του TikTok. Κι όμως, η ιστορία των high heels είναι ίσως ένα από τα πιο εντυπωσιακά παραδείγματα του πώς αλλάζουν μέσα στους αιώνες οι αντιλήψεις μας για το φύλο, τη μόδα και τη δύναμη.

Γιατί ναι – κάποτε οι άντρες φορούσαν τακούνια όχι μόνο χωρίς ντροπή, αλλά ως σύμβολο εξουσίας, αρρενωπότητας και κοινωνικής ανωτερότητας.

Και μάλιστα, όσο πιο ψηλό το τακούνι, τόσο πιο ισχυρός θεωρούσαν.

Όλα ξεκίνησαν από... τον πόλεμο

Η ιστορία των ψηλοτάκουνων ξεκινά περίπου τον 10ο αιώνα στην Περσία. Όχι στις πασαρέλες. Όχι στα βασιλικά σαλόνια. Αλλά πάνω σε άλογα.

Οι Πέρσες ιππείς χρησιμοποιούσαν παπούτσια με τακούνι γιατί τους βοηθούσαν να "κλειδώνουν" καλύτερα στους αναβολείς όταν σηκώνονταν για να ρίξουν βέλη. Το τακούνι λειτουργούσε πρακτικά σαν σταθεροποιητής μάχης.

Με λίγα λόγια; Τα τακούνια δημιουργήθηκαν για να βοηθούν άντρες να πολεμούν αποτελεσματικότερα.

Και κάπως έτσι, κάτι καθαρά στρατιωτικό άρχισε σιγά σιγά να μετατρέπεται σε fashion statement.



Η Ευρώπη ερωτεύτηκε τα τακούνια

Το 1599, ο Σάχης της Περσίας έστειλε διπλωματική αποστολή στις ευρωπαϊκές αυλές. Οι Πέρσες εμφανίστηκαν με τις χαρακτηριστικές μπότες τους και οι Ευρωπαίοι αριστοκράτες έπαθαν... εμμονή.

Γιατί; Επειδή το τακούνι συμβόλιζε:

- δύναμη,
- στρατιωτικό prestige,
- κύρος,
- εξουσία,
- “ανδρική” εικόνα.

Και ας μην ξεχνάμε κάτι: η μόδα των ευρωπαϊκών αυλών δεν είχε ποτέ σχέση με πρακτικότητα. Αντιθέτως, όσο πιο άβολο και άχρηστο ήταν κάτι, τόσο περισσότερο έδειχνε ότι ήσουν πλούσιος και ισχυρός αρκετά ώστε να μη χρειάζεται να κάνεις πραγματική δουλειά.

Το τακούνι ήταν το τέλειο status symbol.

Ο βασιλιάς που έκανε τα κόκκινα τακούνια σύμβολο εξουσίας

Κανείς δεν αγάπησε τα τακούνια περισσότερο από τον Λουδοβίκο ΙΔ΄ της Γαλλίας.

Ο περίφημος Sun King, ύψους περίπου 1,63, φορούσε ψηλά κόκκινα τακούνια σχεδόν εμμονικά για να φαίνεται πιο imposing. Και όχι απλώς τα φορούσε — τα έκανε εργαλείο πολιτικής.

Το 1670 εξέδωσε διάταγμα που έλεγε ότι μόνο τα μέλη της αυλής του μπορούσαν να φορούν κόκκινα τακούνια.

Ναι, υπήρχε εποχή που κοιτούσες τα παπούτσια κάποιου για να καταλάβεις αν ήταν “κοντά στον βασιλιά”.

Τα τακούνια τότε δεν θεωρούνταν θηλυκά. Θεωρούνταν πανίσχυρα. Και όσο πιο extravagant ήταν το outfit ενός άντρα, τόσο μεγαλύτερη δύναμη έδειχνε ότι είχε.



Οι άντρες τότε ντύνονταν τελείως διαφορετικά απ' ό,τι σήμερα

Αν βλέπαμε σήμερα έναν αριστοκράτη του 17ου αιώνα στον δρόμο, πιθανότατα θα νομίζαμε ότι πηγαίνει σε editorial μόδας ή σε θεατρική παράσταση.

Περούκες, δαντέλες, κεντήματα, μεταξωτά, κοσμήματα, τακούνια, έντονα χρώματα.

Όλα αυτά θεωρούνταν απολύτως αντρικά.

Και αυτό ίσως είναι το πιο ενδιαφέρον σημείο της ιστορίας: οι ιδέες μας για το τι είναι “αρρενωπό” και “θηλυκό” δεν είναι καθόλου σταθερές. Είναι κοινωνικές κατασκευές που αλλάζουν συνεχώς.

Σήμερα πολλοί θεωρούν το ροζ “κοριτσίστικο”. Κάποτε ήταν αντρικό χρώμα γιατί θεωρούνταν πιο “δυναμική” εκδοχή του κόκκινου.

Σήμερα τα τακούνια θεωρούνται γυναικεία. Κάποτε ήταν σύμβολο αντρικής ισχύος. Η μόδα αλλάζει. Και μαζί της αλλάζει και η κοινωνία.

Πώς τα τακούνια έγιναν “γυναικεία”

Κάπου στα τέλη του 17ου και στις αρχές του 18ου αιώνα άρχισε να αλλάζει η εικόνα της ανδρικής μόδας.

Με τον Διαφωτισμό ήρθε μια νέα αντίληψη:

ο άντρας έπρεπε να δείχνει λογικός, σοβαρός, πρακτικός, πειθαρχημένος.

Η υπερβολική διακόσμηση άρχισε να θεωρείται “επιφανειακή” και “θηλυκή”. Και κάπως έτσι οι άντρες άρχισαν σταδιακά να εγκαταλείπουν:

τα κοσμήματα, τα έντονα χρώματα, τα περίτεχνα ρούχα, και φυσικά τα τακούνια.

Οι γυναίκες, αντίθετα, κράτησαν τα ψηλοτάκουνα και τα ενσωμάτωσαν όλο και περισσότερο στη γυναικεία μόδα.

Από εκεί και πέρα, το τακούνι συνδέθηκε σχεδόν αποκλειστικά με τη θηλυκότητα.

Η μόδα λέει πάντα κάτι πολύ μεγαλύτερο

Η ιστορία των high heels δεν αφορά τελικά μόνο παπούτσια. Αφορά εξουσία. Gender roles. Κοινωνικά στερεότυπα. Τον τρόπο που οι κοινωνίες αποφασίζουν τι “επιτρέπεται” να φορά κάθε φύλο.

Γιατί αν το καλοσκεφτείς, είναι εντυπωσιακό πόσο γρήγορα κάτι μπορεί να αλλάξει “στρατόπεδο” πολιτισμικά.

Κάποτε ένας άντρας με τακούνια θεωρούνταν ισχυρός. Σήμερα πολλοί τον θεωρούν “εκκεντρικό”.

Και αυτό δείχνει πόσο σχετικές είναι οι έννοιες του “φυσιολογικού”.

Τα τακούνια δεν εξαφανίστηκαν ποτέ εντελώς από τους άντρες

Παρότι η mainstream ανδρική μόδα εγκατέλειψε τα ψηλά τακούνια, ποτέ δεν χάθηκαν ολοκληρωτικά.



Τα cowboy boots κράτησαν την παράδοση των περσικών ιππικών τακουριών. Οι Beatles επανέφεραν τα Cuban heels τη δεκαετία του '60. Ο David Bowie έκανε τις πλατφόρμες κομμάτι της glam rock κουλτούρας. Ο Prince, ο Elton John και δεκάδες performers χρησιμοποίησαν τακούνια ως εργαλείο σκηνικής περσόνας και δύναμης.

Και σήμερα όλο και περισσότεροι σχεδιαστές μόδας αμφισβητούν ξανά τα στερεότυπα γύρω από το ντύσιμο και το φύλο. Γιατί τελικά η μόδα πάντα λειτουργούσε σαν καθρέφτης της κοινωνίας.

Η μεγάλη ειρωνεία της ιστορίας

Ίσως το πιο αστείο – και ταυτόχρονα αποκαλυπτικό – στοιχείο όλης αυτής της ιστορίας είναι ότι σήμερα πολλοί άνθρωποι θεωρούν “αφύσικο” ή “παράξενο” να φορά ένας άντρας τακούνια.

Κι όμως, ιστορικά, οι άντρες τα φόρεσαν πρώτοι. Και όχι μόνο τα φόρεσαν. Τα μετέτρεψαν σε σύμβολο δύναμης, κοινωνικής ανωτερότητας, πολιτικής επιρροής και status.

Η ιστορία των high heels μάς θυμίζει κάτι πολύ σημαντικό:

ότι οι κοινωνικοί κανόνες που θεωρούμε “αιώνιους” συχνά είναι απλώς trends που κράτησαν λίγο περισσότερο.

Και ίσως αυτό να είναι το πιο fascinating στοιχείο της μόδας τελικά. Ότι δεν μιλά ποτέ μόνο για ρούχα.

Μιλά για εξουσία, κοινωνία, φόβους, στερεότυπα και για τον τρόπο που κάθε εποχή προσπαθεί να ορίσει τι σημαίνει “άντρας” και τι σημαίνει “γυναίκα”.



Χρήστος Αρφάνης,
Σκηνοθέτης - Αρθρογράφος



«Οι Κυρίαρχοι του Σύμπαντος»: Ο Χι-Μαν επιστρέφει στην Ελλάδα στις 4 Ιουνίου

Οι φίλοι του θρυλικού franchise Masters of the Universe ετοιμάζονται για μια επική κινηματογραφική περιπέτεια, καθώς η νέα live-action ταινία «Οι Κυρίαρχοι του Σύμπαντος» κάνει πρεμιέρα στους ελληνικούς κινηματογράφους στις 4 Ιουνίου 2026. Ο Travis Knight επαναφέρει στη μεγάλη οθόνη τον εμβληματικό ήρωα Χι-Μαν, σε μια παραγωγή που φιλοδοξεί να συστήσει τον κόσμο της Ετέρνιας σε μια νέα γενιά θεατών, ενώ παράλληλα τιμά τους παλιούς θαυμαστές της σειράς της Mattel.

Δεκαπέντε χρόνια μετά τον αποχωρισμό του από την πατρίδα του, το μυθικό Σπαθί της Δύναμης οδηγεί τον Πρίγκιπα Άνταμ πίσω στην Ετέρνια. Εκεί ανακαλύπτει έναν κόσμο κατεστραμμένο από την τυραννική κυριαρχία του Σκέλετορ. Για να σώσει την οικογένειά του και ολόκληρο τον πλανήτη, ο Άνταμ θα πρέπει να ενώσει τις δυνάμεις του με την Τίλα και τον Ντάνκαν, ενώ παράλληλα να αποδεχθεί το αληθινό του πεπρωμένο ως Χι-Μαν, τον ισχυρότερο άνδρα στο σύμπαν.

Στον ρόλο του Πρίγκιπα Άνταμ / Χι-Μαν συναντάμε τον Nicholas Galitzine, ενώ τον θρυλικό κακό Σκέλετορ ενσαρκώνει ο Jared Leto. Το καστ συμπληρώνουν οι: Camila Mendes, Idris Elba, Alison Brie, James Purefoy, Morena Baccarin, Jóhannes Haukur Jóhannesson, Charlotte Riley, Kristin Wiig. Η ταινία σκηνοθετείται από τον Travis Knight, γνωστό από το Bumblebee, ενώ το σενάριο υπογράφουν οι Chris Butler, Aaron Nee, Adam Nee και David Callahan. Τη μουσική έχει συνθέσει ο Daniel Pemberton, ενώ την παραγωγή ανέλαβαν τα στούντιο Amazon MGM Studios και Mattel Studios.

Το Masters of the Universe αποτελεί μία από τις πιο αναγνωρίσιμες σειρές παιχνιδιών και κινουμένων σχεδίων της δεκαετίας του 1980. Η νέα ταινία αποτελεί τη δεύτερη live-action μεταφορά μετά την ομώνυμη παραγωγή του 1987 με πρωταγωνιστή τον Dolph Lundgren.



Με εντυπωσιακά οπτικά εφέ, μεγάλες σκηνές δράσης και μια σύγχρονη προσέγγιση στον μύθο του Χι-Μαν, οι «Κυρίαρχοι του Σύμπαντος» φιλοδοξούν να αποτελέσουν ένα από τα μεγαλύτερα fantasy blockbusters της χρονιάς.

Δες το trailer της ταινίας [εδώ](#).



‘Ηβη Αδάμου και Haralás υποδέχονται το καλοκαίρι με τη νέα καμπάνια «Sun Seekers»

Η ‘Ηβη Αδάμου επιστρέφει ως το πρόσωπο της νέας καμπάνιας Haralás Summer 2026, πρωταγωνιστώντας σε ένα fashion story που αποτυπώνει τη σύγχρονη εκδοχή του καλοκαιρινού στιλ μέσα από φως, χρώμα και ανεπιτήδευτη κομψότητα.

Με τίτλο «Sun Seekers», η καμπάνια αναδεικνύει τη γυναίκα που κινείται με άνεση ανάμεσα στην καθημερινότητα της πόλης και τις καλοκαιρινές αποδράσεις. Μέσα από ηλιόλουστα σκηνικά, φυσικές υφές και ζωηρές αποχρώσεις, η ‘Ηβη Αδάμου εκφράζει τη χαρά, την ελευθερία και τη θετική ενέργεια που συνοδεύουν την πιο φωτεινή εποχή του χρόνου.

Η νέα συλλογή Haralás Summer 2026 φέρνει στο προσκήνιο μια πιο ανάλαφρη και fashion-forward αισθητική, με επιλογές που συνδυάζουν άνεση και σύγχρονο σχεδιασμό. Sandals, platforms, statement flats, εσπαντρίγιες και καλοκαιρινές τσάντες δημιουργούν ευέλικτα looks που προσαρμόζονται εύκολα από το πρωί έως το βράδυ.

Στη συλλογή συμμετέχουν γνωστά διεθνή brands όπως UGG, DKNY, Nine West, JW PEI, INUOVO, Carrano και SCHUTZ, καθώς και η Haralás Collection, προσφέροντας επιλογές που καλύπτουν κάθε στιλιστική ανάγκη του καλοκαιριού.

Μέσα από το #FacesOfHaralás, η νέα καμπάνια αποκτά μια πιο αυθεντική και φωτεινή διάσταση, γιορτάζοντας τη θηλυκότητα, την ανεμελιά και την απόλαυση της στιγμής. Η συλλογή Haralás Summer 2026 είναι διαθέσιμη στα καταστήματα Haralás και online, προσκαλώντας το κοινό να ζήσει το φετινό καλοκαίρι με στιλ και αυτοπεποίθηση.

Softly Wild: Η νέα συλλογή της Stradivarius υμνεί τη δύναμη των αντιθέσεων



Η Stradivarius παρουσιάζει το νέο της editorial με τίτλο «Softly Wild», μια συλλογή που αναδεικνύει τη γοητεία των αντιθέσεων και επαναπροσδιορίζει τη σύγχρονη θηλυκότητα μέσα από μια ισορροπία ανάμεσα στην απαλότητα και τη δύναμη.

Σε ένα σκηνικό όπου η φύση πρωταγωνιστεί, το εκθαμβωτικό λευκό συναντά την επιβλητική παρουσία ενός μαύρου αλόγου, δημιουργώντας μια οπτική αφήγηση γεμάτη συμβολισμούς. Η πρωταγωνίστρια κινείται ανάμεσα στον ρομαντισμό και τη δυναμική αυτοπεποίθηση, αποδεικνύοντας πως τα αντίθετα όχι μόνο συνυπάρχουν, αλλά αλληλοσυμπληρώνονται με μοναδικό τρόπο.

Κεντρικός άξονας της νέας συλλογής είναι το λευκό χρώμα, που λειτουργεί ως καμβάς έκφρασης για κομμάτια με ανάλαφρη αισθητική και σύγχρονο χαρακτήρα. Κορσέδες, τοπ με σούρες, ρομαντικές μπλουζες, αέρινα παντελόνια και φούστες δημιουργούν θηλυκές σιλουέτες που συνδυάζουν ελευθερία, κομψότητα και άνεση. Δαντέλες, κεντήματα, σφρηκοφωλιές και τρισδιάστατες λεπτομέρειες προσθέτουν υφή και βάθος, αναδεικνύοντας την προσεγμένη αισθητική της συλλογής.

Τα αξεσουάρ ολοκληρώνουν την εικόνα με ισορροπία και χαρακτήρα. Flat σανδάλια, μεταλλικά cuffs και oversized γυαλιά ηλίου έρχονται να δημιουργήσουν ενδιαφέρουσες αντιθέσεις με τα ανάλαφρα υφάσματα, προσδίδοντας δυναμισμό σε κάθε εμφάνιση.

Με το «Softly Wild», η Stradivarius προτείνει μια νέα προσέγγιση στη μόδα, όπου η θηλυκότητα δεν περιορίζεται σε έναν μόνο ορισμό. Είναι ταυτόχρονα ρομαντική και τολμηρή, γαλήνια και μαγνητική, απαλή και δυναμική. Μια συλλογή που προσκαλεί κάθε γυναίκα να εκφράσει όλες τις πλευρές της προσωπικότητάς της με αυθεντικότητα και στιλ.



Η γνωστή σχεδιάστρια Μαρίνα Γαλάνη με τον σύζυγο της Κώστα Καράμπελα, το γιό τους Ανδρέα Καράμπελα και τις Κατερίνα Στικούδη, Αλεξάνδρα Παναγιώταρου μαζί με τα μοντέλα του "Atelier Marina Galani"

YALA Perfumes: Λαμπερό grand opening για το νέο luxury destination αραβικών αρωμάτων

Σε ατμόσφαιρα κομψότητας, πολυτέλειας και ανατολίτικης γοητείας πραγματοποιήθηκε το εντυπωσιακό grand opening του YALA Perfumes, του νέου premium προορισμού αραβικών αρωμάτων που φιλοξενείται στον ξεχωριστό χώρο του Atelier Marina Galani στο Περιστέρι.

Η οικογένεια Καράμπελα υποδέχθηκε εκπροσώπους του επιχειρηματικού, δημοσιογραφικού και καλλιτεχνικού κόσμου, καθώς και λάτρεις της αρωματοποιίας, οι οποίοι είχαν την ευκαιρία να γνωρίσουν από κοντά το νέο luxury brand που ήδη κεντρίζει το ενδιαφέρον της αγοράς. Η βραδιά ξεχώρισε για τη sophisticated αισθητική της, τα ιδιαίτερα αρώματα που πλημμύρισαν τον χώρο και τις εντυπωσιακές bridal δημιουργίες του Atelier Marina Galani, οι οποίες έκλεψαν τις εντυπώσεις.

Η δημιουργία του YALA Perfumes αποτελεί προσωπικό όραμα του Ανδρέα Καράμπελα, εμπνευσμένο από ένα ταξίδι στο Ντουμπάι και τη γνωριμία του με τον συναρπαστικό κόσμο της αραβικής αρωματοποιίας. Στόχος του brand είναι να προσφέρει μια ολοκληρωμένη εμπειρία αρώματος μέσα από επιλεγμένες συλλογές που ξεχωρίζουν για την ένταση, τη διάρκεια και τον ιδιαίτερο χαρακτήρα τους.

Στη συλλογή του YALA Perfumes συναντά κανείς κορυφαία αραβικά brands, όπως Al Haramain, Khadlaj, Lattafa και Afhan, φέρνοντας στο ελληνικό κοινό αρώματα που έχουν ήδη κατακτήσει διεθνείς αγορές.

Παράλληλα, το Atelier Marina Galani, με 25 χρόνια δημιουργικής πορείας, συνεχίζει να υπογράφει χειροποίητες νυφικές δημιουργίες που συνδυάζουν τη σύγχρονη αισθητική με τον διαχρονικό ρομαντισμό, προσφέροντας μια μοναδική εμπειρία σε κάθε γυναίκα που αναζητά το ιδανικό νυφικό.

Η Δίρφυς στηρίζει τον γυναικείο αθλητισμό μέσα από τη συνεργασία της με τον Α.Ο.Ν.Ν.Ε. AMAZONES



Η Δίρφυς συνεχίζει να επενδύει σε πρωτοβουλίες που προάγουν τον αθλητισμό και την ευεξία, ανακοινώνοντας τη συνεργασία της με τον Α.Ο.Ν.Ν.Ε. AMAZONES, έναν από τους ιστορικότερους συλλόγους γυναικείου βόλεϊ στην Ελλάδα.

Στο πλαίσιο της χορηγίας, η εταιρεία καλύπτει τις ανάγκες των αθλητριών σε εμφιαλωμένο νερό, στηρίζοντας την καθημερινή τους προσπάθεια τόσο στις προπονήσεις όσο και στις αγωνιστικές τους υποχρεώσεις. Με αυτόν τον τρόπο, η Δίρφυς βρίσκεται έμπρακτα δίπλα στις αθλήτριες, συμβάλλοντας στην ενίσχυση της απόδοσης και της ευεξίας τους.

Ο Α.Ο.Ν.Ν.Ε. AMAZONES διαθέτει ιστορία 49 ετών στον χώρο του ελληνικού βόλεϊ και αποτελεί μία από τις σημαντικότερες ομάδες των Βορείων Προαστίων της Αθήνας. Με διαχρονική παρουσία σε υψηλό επίπεδο και σταθερό προσανατολισμό στη διάκριση και τον πρωταθλητισμό, ο σύλλογος συνεχίζει να επενδύει στην ανάπτυξη του γυναικείου αθλητισμού και στη δημιουργία νέων αθλητριών.

Η συνεργασία εντάσσεται στη συνολική φιλοσοφία της Δίρφυς, η οποία παραμένει προσηλωμένη στις αξίες της ποιότητας, της συνέπειας και της υποστήριξης δράσεων που προωθούν έναν υγιεινό και ενεργό τρόπο ζωής.

Με σταθερή παρουσία σε κοινωνικές και αθλητικές πρωτοβουλίες, η Δίρφυς συνεχίζει να στηρίζει οργανισμούς και δράσεις που δημιουργούν θετικό αποτύπωμα στην κοινωνία, αποδεικνύοντας έμπρακτα τη δέσμευσή της στην ενίσχυση του αθλητισμού και ιδιαίτερα του γυναικείου αθλητισμού στην Ελλάδα.



Η Blink Charging Hellas γιορτάζει 7 χρόνια στην πρώτη γραμμή της ηλεκτροκίνησης

Επτά χρόνια δυναμικής παρουσίας στην ελληνική αγορά συμπληρώνει η Blink Charging Hellas, συνεχίζοντας να διαδραματίζει πρωταγωνιστικό ρόλο στην ανάπτυξη της ηλεκτροκίνησης και των βιώσιμων μετακινήσεων στη χώρα.

Από την ίδρυσή της μέχρι σήμερα, η εταιρεία έχει επενδύσει συστηματικά στην ανάπτυξη ενός εκτεταμένου δικτύου φόρτισης, το οποίο πλέον αριθμεί περισσότερα από 800 σημεία φόρτισης σε όλη την Ελλάδα. Παράλληλα, με έμφαση στην τεχνολογική καινοτομία και την 24ωρη υποστήριξη πελατών, έχει καθιερωθεί ως ένας αξιόπιστος συνεργάτης τόσο για οδηγούς ηλεκτρικών οχημάτων όσο και για επιχειρήσεις που επενδύουν στην πράσινη μετάβαση.

Με αφορμή τη συμπλήρωση των επτά ετών λειτουργίας της, η Blink Charging Hellas διοργανώνει έναν μεγάλο επετειακό διαγωνισμό μέσω της επίσημης σελίδας της στο Instagram. Ο διαγωνισμός ξεκίνησε στις 29 Μαΐου και θα διαρκέσει έως το τέλος Ιουνίου, προσφέροντας στους συμμετέχοντες την ευκαιρία να διεκδικήσουν πλούσια δώρα.

Οι 7 μεγάλοι νικητές, που θα αναδειχθούν μέσω κλήρωσης την 1η Ιουλίου, θα κερδίσουν ταξίδια και διαμονές σε ελληνικούς προορισμούς, αξεσουάρ αυτοκινήτου, καθώς και προϊόντα και υπηρεσίες που σχετίζονται με την ηλεκτροκίνηση.

Με σταθερό προσανατολισμό στην καινοτομία, τη βιώσιμη ανάπτυξη και την περαιτέρω επέκταση του δικτύου της, η Blink Charging Hellas συνεχίζει να συμβάλλει ενεργά στη διαμόρφωση ενός πιο «πράσινου» μέλλοντος για τις μετακινήσεις στην Ελλάδα.

Η Noble Audio παρουσιάζει τα πιο προσιτά premium ασύρματα ακουστικά της μέχρι σήμερα



Η Noble Audio, η αμερικανική εταιρεία που έχει χτίσει τη φήμη της στον χώρο του high-end ήχου και των επαγγελματικών in-ear monitors, κάνει ένα σημαντικό άνοιγμα σε ευρύτερο κοινό παρουσιάζοντας τα νέα Osprey, τα πιο προσιτά true wireless ακουστικά που έχει κυκλοφορήσει μέχρι σήμερα.

Με τιμή 199 δολάρια (περίπου 175 ευρώ), τα νέα Osprey τοποθετούνται απέναντι σε δημοφιλή μοντέλα της αγοράς, όπως τα Apple AirPods Pro, τα Sony WF και τα Bose QuietComfort, φιλοδοξώντας να προσφέρουν εμπειρία ακρόασης που απευθύνεται σε απαιτητικούς λάτρεις της μουσικής.

Τα Osprey διαθέτουν υβριδική διάταξη δύο οδηγών, συνδυάζοντας έναν δυναμικό οδηγό 10 χιλιοστών με balanced armature driver, προσφέροντας πλούσια μπάσα, φυσικές μεσαίες συχνότητες και καθαλά πρίμα. Παράλληλα υποστηρίζουν το codec LDAC, επιτρέποντας μετάδοση ήχου υψηλής ανάλυσης μέσω Bluetooth για συσκευές που είναι συμβατές με την τεχνολογία.

Η νέα πρόταση της Noble Audio δεν περιορίζεται μόνο στην ποιότητα ήχου. Τα ακουστικά διαθέτουν ενεργή ακύρωση θορύβου (ANC), λειτουργία διαφάνειας για ασφαλέστερη χρήση σε εξωτερικούς χώρους, καθώς και Bluetooth Multipoint για ταυτόχρονη σύνδεση με περισσότερες από μία συσκευές.

Ξεχωριστό στοιχείο αποτελεί και ο σχεδιασμός τους, με μαρμάρινο μπλε φινιρίσμα και μεταλλική θήκη φόρτισης που ενισχύει τον premium χαρακτήρα τους. Η αυτονομία φτάνει έως και 7 ώρες χωρίς ANC ή περίπου 5 ώρες με ενεργοποιημένη την ακύρωση θορύβου.

Τα Noble Audio Osprey θα είναι διαθέσιμα για προπαραγγελία από τις 4 Ιουνίου μέσω της επίσημης ιστοσελίδας της εταιρείας, με τις πρώτες αποστολές να ξεκινούν μέσα στον μήνα. Μέχρι στιγμής δεν έχει ανακοινωθεί επίσημη διάθεσή τους στην ελληνική αγορά.



Η Birkenstock ντύνει τα πιο εμβληματικά της σχέδια με ιταλική φινέτσα

Η Birkenstock αποδεικνύει για ακόμη μία φορά ότι η άνεση και η πολυτέλεια μπορούν να συνυπάρχουν. Μέσα από τη νέα 1774 Romanticismo Collection, η ιστορική γερμανική εταιρεία παρουσιάζει μια πιο εκλεπτυσμένη εκδοχή τριών από τα πιο αναγνωρίσιμα σχέδιά της, συνδυάζοντας τη γερμανική τεχνογνωσία με την υψηλή ποιότητα των ιταλικών υλικών.

Η συλλογή περιλαμβάνει τα εμβληματικά Arizona, Boston και Milano, μοντέλα που έχουν γράψει τη δική τους ιστορία στον κόσμο της μόδας και της άνεσης. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το Milano, το οποίο γιορτάζει φέτος τα 50 χρόνια παρουσίας του, αποκτώντας μια επετειακή θέση στη νέα σειρά.

Το χαρακτηριστικό στοιχείο της συλλογής είναι η χρήση εξαιρετικής ποιότητας ιταλικού δέρματος παρρα, το οποίο διατηρεί τη φυσική του υφή και αναδεικνύει τον αυθεντικό χαρακτήρα κάθε ζευγαριού. Λεπτομέρειες όπως τα διακοσμητικά ρέλια, οι έντονοι ραφές και οι προσεγγμένες φινιρισμένες άκρες προσδίδουν έναν πιο sophisticated χαρακτήρα στα σχέδια.

Παρά την premium αισθητική τους, τα νέα μοντέλα διατηρούν όλα όσα έχουν κάνει τη Birkenstock παγκόσμιο σημείο αναφοράς: τον ανατομικό πάτο από φελλό και λάτεξ, τη σταθερότητα, την άνεση και την πρακτικότητα για καθημερινή χρήση. Η ειδική επεξεργασία "Exquisite" επενδύει ακόμη και το εσωτερικό πέλημα με μαλακό δέρμα παρρα, προσφέροντας μια ακόμη πιο πολυτελή εμπειρία.

Η συλλογή κινείται ανάμεσα στην ανεπιτήδευτη κομψότητα και τη σύγχρονη πολυτέλεια, φέρνοντας τα κλασικά σανδάλια και clogs της Birkenstock πιο κοντά από ποτέ σε ένα elevated fashion statement.

Η Birkenstock 1774 Romanticismo Collection είναι ήδη διαθέσιμη διεθνώς, με τιμές που ξεκινούν από περίπου 530 ευρώ και φτάνουν έως τα 600 ευρώ, απευθυνόμενη σε όσους αναζητούν την απόλυτη ισορροπία ανάμεσα στην άνεση, την ποιότητα και το διαχρονικό στιλ.

Pelican CRATE: Η νέα στρατιωτικών προδιαγραφών λύση αποθήκευσης για όσους ζουν την περιπέτεια εκτός δρόμου



Η Pelican, η εταιρεία που έχει συνδέσει το όνομά της με τις ανθεκτικές θήκες και τον επαγγελματικό εξοπλισμό προστασίας, παρουσιάζει το νέο CRATE System, μια καινοτόμο λύση αποθήκευσης που απευθύνεται σε λάτρεις των off-road διαδρομών, του overlanding και των outdoor αποδράσεων.

Το νέο σύστημα δημιουργήθηκε σε συνεργασία με την The Mounting Company και αποτελεί ένα ολοκληρωμένο οικοσύστημα μεταφοράς και αποθήκευσης εξοπλισμού, σχεδιασμένο για να αντέχει στις πιο απαιτητικές συνθήκες. Η σειρά περιλαμβάνει δύο μοντέλα χωρητικότητας 45 και 90 λίτρων, προσφέροντας ευελιξία ανάλογα με τις ανάγκες κάθε ταξιδιώτη.

Αυτό που κάνει το CRATE να ξεχωρίζει είναι η δυνατότητα γρήγορης τοποθέτησης και αφαίρεσης χωρίς εργαλεία. Χάρη στο ειδικό σύστημα στήριξης της The Mounting Company, οι αποθηκευτικές μονάδες μπορούν να ασφαλιστούν εύκολα σε σχάρες οροφής, καρότσες pick-up, πλαϊνά πάνελ SUV και άλλες επιφάνειες μεταφοράς.

Η εταιρεία έχει ενσωματώσει επίσης το σύστημα ModRail, το οποίο επιτρέπει πρόσθετες επιλογές στερέωσης και παραμετροποίησης, δίνοντας στους χρήστες ακόμη μεγαλύτερη ελευθερία στην οργάνωση του εξοπλισμού τους.

Οι νέες Pelican CRATE διατίθενται ήδη στην αγορά με τιμή εκκίνησης περίπου 198 ευρώ για την έκδοση των 45 λίτρων και περίπου 265 ευρώ για την έκδοση των 90 λίτρων (με βάση την τρέχουσα ισοτιμία δολαρίου), αποτελώντας μια ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα πρόταση για όσους αναζητούν ανθεκτικές λύσεις αποθήκευσης για ταξίδια, κάμπινγκ και εξορμήσεις σε δύσβατα εδάφη.

quote of the day

ΟΤΑΝ ΟΛΟΙ ΣΚΕΦΟΝΤΑΙ ΤΟ ΙΔΙΟ, ΤΟΤΕ ΠΙΘΑΝΟΤΑΤΑ ΚΑΝΕΙΣ ΔΕΝ ΣΚΕΦΤΕΤΑΙ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΑ.
Walter Lippmann

Σήμερα
γιορτάζουν!
Μάρθα

4 Ιουνίου

- > Διεθνής Ημέρα κατά της Επιθετικότητας εναντίον των Παιδιών
- > International Corgi Day
- > National Cheese Day
- > National Hug Your Cat Day
- > National Old Maids Day
- > National Cognac Day
- > National SAFE Day