

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





**«ΚΟΜΜΑ ΤΟΥ ΛΑΟΥ ΤΩΝ ΚΑΤΣΑΡΙΔΩΝ»:
ΠΩΣ ΕΝΑ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟ ΑΣΤΕΙΟ ΕΓΙΝΕ
Η ΦΩΝΗ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΣΤΗΝ ΙΝΔΙΑ**

Baby on Board

THE **FUN**MILY PROJECT

ΤΟ ΠΙΟ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟ FREE PRESS ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ
ΓΙΑ ΟΛΗ ΤΗΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ!

 ...loading!



Αν θέλετε να γίνετε συνδρομητές, επικοινωνήστε μαζί μας
✉ babyonboard@sayes.gr ☎ 2130990585

**sayes**
communications

Good morning SayYessers!



Φτιάξε καφέ να στα πω...



Καλημέρα **SayYesser!!!**

Το «δεν πειράζει» είναι το μεγαλύτερο ψέμα που λες στον εαυτό σου... Σταμάτα να υποκρίνεσαι τον ανώτερο και τον άνετο. Αν ξεστομίζεις ένα «δεν πειράζει» και μετά περνάς την υπόλοιπη μέρα σου κολλημένος στην ίδια σκέψη, αναλύοντας κάθε λέξη και κάθε βλέμμα, τότε σε πείραξε. Και μάλιστα πολύ. Το να καταπίνεις την ενόχλησή σου για να μη χαλάσεις τις καρδιές των άλλων δεν είναι ωριμότητα, είναι συναισθηματική δειλία.

Νομίζεις ότι αν προσπεράσεις κάτι και το θάψεις βαθιά μέσα σου, καθάρισε. Ζεις με την αυταπάτη ότι το πρόβλημα εξαφανίστηκε επειδή απλά άλλαξες συζήτηση. Η αλήθεια όμως είναι σκληρή: τίποτα δεν πεθαίνει επειδή το αγνόησες.

Η βραδυφλεγής βόμβα: Ό,τι θάβεις μέσα σου, σαπίζει και μετατρέπεται σε θυμό. Δεν το εξαφανίζεις, απλά του δίνεις χρόνο να μαζέψει δύναμη.

Η αναπόφευκτη έκρηξη: Σύντομα, αυτό που έθαψες θα βγει ξανά στην επιφάνεια. Και θα βγει με την πρώτη αφορμή, με τη λάθος ένταση, στον λάθος άνθρωπο, καταστρέφοντας τα πάντα γύρω σου.

Η απώλεια του σεβασμού: Κάθε φορά που λες «δεν πειράζει» ενώ μέσα σου ουρλιάζεις, εκπαιδεύεις τους άλλους να σε ποδοπατούν. Τους δείχνεις ότι τα δικά σου όρια είναι ελαστικά και ότι η δική σου ηρεμία είναι διαπραγματεύσιμη.

Το να λες την αλήθεια σου τη στιγμή που πρέπει απαιτεί κότσια. Το να καταπίνεις την προσβολή ή την αδιαφορία επειδή φοβάσαι την αντιπαράθεση, σε μετατρέπει σε συνένοχο της ίδιας σου της δυστυχίας.

Τι να κάνεις; Σπάσε τον κύκλο της υποκρισίας!

Δεν υπάρχει τίποτα κακό στο να παραδεχτείς ότι κάτι σε ενόχλησε. Κακό είναι να φοράς το προσωπίο του «cool» ανθρώπου ενώ μέσα σου τρώγεται. Αν κάτι σε πλήγωσε, σε θύμωσε ή σε μείωσε, σήκωσε το ανάστημά σου και περ το εκείνη ακριβώς τη στιγμή. Η ευγένεια χωρίς όρια είναι απλά αυτοκαταστροφή.

Tip of the Day: Το «δεν πειράζει» ανήκει μόνο σε όσα πραγματικά δεν σε νοιάζουν. Αν σκοπεύεις να το σκεφτείς δεύτερη φορά μέσα στην ημέρα, μην τολμήσεις να το πεις. Μάθε να λες «με πείραξε» και άσε τους άλλους να διαχειριστούν το βάρος των πράξεών τους. Σταμάτα να γίνεσαι σιωπηλός αποδέκτης για των άλλων τα λαθη.

Claire Styliara
Chief of SayYessers



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

Skroutz Plus: Πέντε χρόνια ανάπτυξης με 260.000 συνδρομητές και αποκλειστικές προσφορές



Πέντε χρόνια παρουσίας συμπληρώνει το Skroutz Plus, η συνδρομητική υπηρεσία του μεγαλύτερου marketplace στην Ελλάδα, καταγράφοντας σταθερή ανάπτυξη και ενισχύοντας την εμπειρία των online αγορών για χιλιάδες καταναλωτές.

Από το λανσάρισμά του το 2021 έως σήμερα, το Skroutz Plus έχει εξελιχθεί σε έναν σημαντικό σύμμαχο των online αγοραστών, προσφέροντας προνόμια όπως δωρεάν μεταφορικά, Priority Παράδοση, αποκλειστικές προσφορές, Coins και κουπόνια επιβράβευσης. Η υπηρεσία αριθμεί πλέον 260.000 ενεργά μέλη, σημειώνοντας ετήσια αύξηση 21% σε σχέση με το 2025.

Με αφορμή τα πέμπτα γενέθλιά του, το Skroutz Plus

διοργανώνει στις 9 και 10 Ιουνίου ένα διήμερο αποκλειστικών προσφορών για τα μέλη του, με ειδικές εκπτώσεις, άτοκες δόσεις και επιστροφή έως 20% σε Coins. Παράλληλα, όσοι αποκτήσουν για πρώτη φορά ετήσια συνδρομή θα επωφεληθούν από προνομαχική τιμή και κουπόνι αξίας 15 ευρώ για την επόμενη αγορά τους.

Οι πιο δημοφιλείς κατηγορίες προϊόντων μεταξύ των συνδρομητών είναι τα συμπληρώματα διατροφής, οι κρέμες προσώπου, τα σαμπουάν, οι πάνες μωρού και τα αντηλιακά, ενώ το 63% των χρηστών επιλέγει πλέον παραλαβή μέσω Skroutz Point.

Παράλληλα, το Skroutz Plus ενισχύει σημαντικά και τα συνεργαζόμενα καταστήματα, καθώς το 44% του συνολικού τζίρου του Skroutz Marketplace προέρχεται από συνδρομητές της υπηρεσίας, επιβεβαιώνοντας τον καθοριστικό ρόλο της στην ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα.

Market Trends

Green Mocktails: Το καλοκαίρι λέει «MOCK THE K.O.K.» με τη νέα γεύση Paloma Fizz

Με σύνθημα «MOCK THE K.O.K.», η Green παρουσιάζει τη νέα καμπάνια των Green Mocktails και προτείνει έναν διαφορετικό τρόπο απόλαυσης για το καλοκαίρι: περισσότερη γεύση, χωρίς αλκοόλ και χωρίς θερμίδες.

Σε μια εποχή όπου η υπεύθυνη κατανάλωση αποκτά ολοένα και μεγαλύτερη σημασία, τα Green Mocktails προσφέρουν όλη την εμπειρία ενός cocktail σε μορφή αναψυκτικού. Με σύγχρονη αισθητική και δυνατά μηνύματα όπως «GAME OVER ΣΤΟ HANGOVER», η νέα επικοινωνία απευθύνεται σε όσους θέλουν να απολαμβάνουν το τελετουργικό ενός cocktail χωρίς τους περιορισμούς που συνοδεύουν το αλκοόλ.

Παράλληλα, η Green καλωσορίζει στη σειρά το νέο Paloma Fizz, εμπνευσμένο από την κλασική Paloma, μία από τις πιο δημοφιλείς cocktail γεύσεις παγκοσμίως. Με δροσερό χαρακτήρα, ισορροπημένη γεύση και απολαυστική αίσθηση ανθρακικού, το νέο προϊόν προσφέρει μια εναλλακτική πρόταση χωρίς αλκοόλ και χωρίς ζάχαρη.

Με την προσθήκη του Paloma Fizz, η σειρά Green Mocktails περιλαμβάνει πλέον έξι γεύσεις: Bitter Orange Spritz, Mojito, Paloma Fizz, Pink Grapefruit, Passion Fruit και Ρόδι Ginger Lime, καλύπτοντας διαφορετικές προτιμήσεις και περιστάσεις.

Η νέα καμπάνια υπογράφεται δημιουργικά από τη Lama DDB, ενώ η επικοινωνία της αναπτύσσεται μέσα από ένα ολοκληρωμένο πλάνο σε outdoor, digital και ραδιοφωνικά μέσα. Με φρέσκια προσέγγιση και σύγχρονο χαρακτήρα, η Green συνεχίζει να επενδύει σε επιλογές που συνδυάζουν απόλαυση, γεύση και έναν πιο ισορροπημένο τρόπο ζωής.



«Κόμμα του Λαού των Κατσαρίδων»: Πώς ένα διαδικτυακό αστείο έγινε η φωνή των νέων στην Ινδία



Μπορεί μια κατσαρίδα να γίνει πολιτικό σύμβολο; Στην Ινδία του 2026, η απάντηση είναι απροσδόκητα «ναι».

Τις τελευταίες εβδομάδες, ένα από τα πιο παράξενα αλλά και πιο ενδιαφέροντα κοινωνικά φαινόμενα του διαδικτύου έχει τραβήξει την προσοχή διεθνών μέσων ενημέρωσης.

Το «Cockroach Janta Party» - που αποδίδεται ως «Κόμμα του Λαού των Κατσαρίδων» - ξεκίνησε ως μια σατιρική διαδικτυακή πρωτοβουλία και μέσα σε λίγες ημέρες μετατράπηκε σε ένα μαζικό κίνημα νέων ανθρώπων που εκφράζουν την απογοήτευσή τους για την ανεργία, το αυξανόμενο κόστος ζωής και τις περιορισμένες επαγγελματικές προοπτικές.

Πίσω από το viral φαινόμενο ξεχωρίζει ένα συγκεκριμένο πρόσωπο, ο Abhijit Dijke, ο οποίος εμφανίζεται σε δημόσιες αναρτήσεις και διεθνή ρεπορτάζ ως βασικός εκφραστής της πρωτοβουλίας. Σύμφωνα με τις δικές του τοποθετήσεις, επιχειρεί να δώσει στο κίνημα έναν πιο οργανωμένο πολιτικό χαρακτήρα, παρουσιάζοντάς το ως φωνή της νεολαίας που δρα μέσα από το διαδίκτυο.

Από προσβολή σε σύμβολο

Η αφορμή δόθηκε έπειτα από σχόλια που αποδόθηκαν σε ανώτατο δικαστικό αξιωματούχο της χώρας ο οποίος χαρακτήρισε τους νέους "κατσαρίδες" και "παράσιτα", επειδή δυσκολεύονται να βρουν εργασία. Μέσα σε λίγες ώρες, χρήστες των κοινωνικών δικτύων άρχισαν να υιοθετούν ειρωνικά τον χαρακτηρισμό «κατσαρίδες», μετατρέποντας μια προσβολή σε σύμβολο αντίστασης και συλλογικής ταυτότητας.

Η επιλογή της κατσαρίδας μόνο τυχαία δεν ήταν. Πρόκειται για ένα έντομο γνωστό για την ανθεκτικότητά του και την ικανότητά του να επιβιώνει σε δύσκολες συνθήκες. Για πολλούς νέους Ινδούς, η εικόνα αυτή λειτουργήσε ως μεταφορά της δικής τους καθημερινότητας: μιας γενιάς που προσπαθεί να επιβιώσει μέσα σε ένα απαιτητικό οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον.





Η δύναμη των social media

Αυτό που κάνει την υπόθεση πραγματικά ξεχωριστή είναι η ταχύτητα με την οποία εξαπλώθηκε. Μέσα σε ελάχιστες ημέρες, το κίνημα συγκέντρωσε εκατομμύρια ακολούθους στα κοινωνικά δίκτυα, ξεπερνώντας σε διαδικτυακή απήχηση ακόμη και επίσημους λογαριασμούς πολιτικών οργανώσεων στα social media.

Οι δημοσιεύσεις του συνδυάζουν χιούμορ, memes, σατιρικά βίντεο και πολιτικό σχολιασμό. Το αποτέλεσμα είναι ένα περιεχόμενο που μοιάζει να μιλά τη γλώσσα της Generation Z, πολύ πιο αποτελεσματικά από τις παραδοσιακές πολιτικές καμπάνιες.

Σε μια εποχή όπου οι νέοι ενημερώνονται και εκφράζονται κυρίως μέσα από ψηφιακές πλατφόρμες, η σάτιρα φαίνεται να λειτουργεί ως ένας νέος τρόπος πολιτικής συμμετοχής.

Όταν το viral βγαίνει στον δρόμο

Παρά τον σατιρικό του χαρακτήρα, το «Κόμμα των Κασαρίδων» δεν έμεινε περιορισμένο στο διαδίκτυο. Υποστηρικτές του έχουν συμμετάσχει σε δημόσιες δράσεις και διαμαρτυρίες, ενώ το κίνημα έχει συνδεθεί με ευρύτερες συζητήσεις γύρω από την ανεργία των νέων, τις εκπαιδευτικές ανισότητες και τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν πολλοί απόφοιτοι στην αναζήτηση εργασίας.

Αυτό δείχνει ότι πίσω από το χιούμορ κρύβεται μια πραγματική κοινωνική ανησυχία. Τα memes μπορεί να ήταν η αφετηρία, όμως η συζήτηση που ακολούθησε αφορά ζητήματα που επηρεάζουν εκατομμύρια νέους ανθρώπους.

Μια νέα μορφή πολιτικής έκφρασης

Πολλοί αναλυτές θεωρούν ότι η επιτυχία του κινήματος αποκαλύπτει κάτι βαθύτερο από μια απλή διαδικτυακή μόδα. Αντανακλά τη δυσπιστία ενός μέρους της νεολαίας απέναντι στους παραδοσιακούς πολιτικούς θεσμούς και τον τρόπο με τον οποίο οι νεότερες γενιές επιλέγουν να εκφράζουν τη δυσαρέσκειά τους.

Εκεί όπου παλαιότερες γενιές χρησιμοποιούσαν κομματικές οργανώσεις, συγκεντρώσεις και παραδοσιακές μορφές ακτιβισμού, η Generation Z αξιοποιεί memes, viral βίντεο και ψηφιακές κοινότητες για να διαμορφώσει τη δική της δημόσια φωνή.

Η πολιτική, άλλωστε, δεν αλλάζει μόνο ως προς τα αιτήματά της. Αλλάζει και ως προς τα μέσα με τα οποία εκφράζεται.

Περισσότερο από ένα αστείο

Κανείς δεν γνωρίζει αν το «Κόμμα του Λαού των Κασαρίδων» θα εξελιχθεί σε κάτι μόνιμο ή αν θα παραμείνει ένα χαρακτηριστικό στιγμιότυπο της εποχής των social media.

Το πραγματικά ενδιαφέρον στοιχείο, ωστόσο, είναι ότι ένα διαδικτυακό αστείο κατάφερε να μετατραπεί σε κοινωνικό μήνυμα.

Και σε μια εποχή όπου η πολιτική συχνά δυσκολεύεται να προσεγγίσει τους νέους, μια κασαρίδα φαίνεται πως πέτυχε κάτι που πολλοί πολιτικοί προσπαθούν εδώ και χρόνια: να τραβήξει την προσοχή μιας ολόκληρης γενιάς.

Με επιτυχία ολοκληρώθηκε το ΒΙΚΟΣ Πανελλήνιο Πρωτάθλημα Παρακολύμβησης 2026



Με μεγάλη συμμετοχή και υψηλό αγωνιστικό επίπεδο ολοκληρώθηκε το ΒΙΚΟΣ Πανελλήνιο Πρωτάθλημα Παρακολύμβησης 2026, το οποίο πραγματοποιήθηκε στις 30 και 31 Μαΐου στο Ολυμπιακό Κέντρο Υγρού Στίβου του ΟΑΚΑ, συγκεντρώνοντας κορυφαίους αθλητές και αθλήτριες από όλη την Ελλάδα.

Η ονοματοδοσία της διοργάνωσης από το φυσικό μεταλλικό νερό ΒΙΚΟΣ επιβεβαιώνει τη διαχρονική δέσμευση της εταιρείας στη στήριξη του αθλητισμού και ιδιαίτερα του παραολυμπιακού κινήματος, προωθώντας τις αξίες της συμπερίληψης, της ισότητας και του σεβασμού.

Ξεχωριστή παρουσία στο πρωτάθλημα είχαν οι αθλητές της ΒΙΚΟΣ Team, Δημοσθένης Μιχαλεντζάκης και Έφη Γκουλή, οι οποίοι κατέγραψαν εξαιρετικές επιδόσεις, επιβεβαιώνοντας το υψηλό αγωνιστικό τους επίπεδο και προσθέτοντας νέες διακρίσεις στην πορεία τους.

Η Corporate & Marketing Tech Manager της Ηπειρωτικής Βιομηχανίας Εμφιαλώσεων, κ. Ειρήνη Κωνσταντοπούλου, συνεχάρη όλους τους αθλητές και τις αθλήτριες για τη συμμετοχή και τις επιδόσεις τους, τονίζοντας τη διαρκή προσήλωση της ΒΙΚΟΣ στις αρχές της ίσης πρόσβασης και της συμπερίληψης στον αθλητισμό.

Από την πλευρά του, ο πρόεδρος της Εθνικής Αθλητικής Ομοσπονδίας Ατόμων με Αναπηρίες, κ. Κωνσταντίνος Σιάχος, χαρακτήρισε τη διοργάνωση υψηλού οργανωτικού και αγωνιστικού επιπέδου, επισημαίνοντας τη σημαντική συμβολή της ΒΙΚΟΣ στην ανάπτυξη και προβολή της παρακολύμβησης στην Ελλάδα.

Μέσα από δράσεις με ουσιαστικό κοινωνικό αποτύπωμα, η ΒΙΚΟΣ συνεχίζει να στηρίζει τον ελληνικό αθλητισμό και να προωθεί μια κοινωνία ίσων ευκαιριών για όλους.

«Το Κουβάρι»: Η νέα συγκινητική καμπάνια της ΕΛΕΠΑΠ για την Πρώιμη Παιδική Παρέμβαση

Μια δυνατή ιστορία ελπίδας, εξέλιξης και νέων δυνατοτήτων αφηγείται η νέα καμπάνια της ΕΛΕΠΑΠ με τίτλο «Το Κουβάρι», η οποία αναδεικνύει τη σημασία της Πρώιμης Παιδικής Παρέμβασης για παιδιά με νευροαναπτυξιακές δυσκολίες.

Η ΕΛΕΠΑΠ, ο παλαιότερος οργανισμός παιδικής αναπηρίας στην Ελλάδα, με 89 χρόνια προσφοράς και περισσότερους από 100.000 ωφελούμενους, συνεχίζει να στηρίζει παιδιά και οικογένειες σε όλη τη χώρα, προσφέροντας εξειδικευμένες υπηρεσίες αποκατάστασης και ανάπτυξης.

Κεντρικός πρωταγωνιστής της νέας καμπάνιας είναι ο Δημήτρης, ένα από τα «Γενναία Παιδιά» της ΕΛΕΠΑΠ. Μέσα από τη σχέση του με την εργοθεραπεύτριά του και μια συμβολική άσκηση με έναν κρίκο, η ταινία παρουσιάζει με απλό και κατανοητό τρόπο πώς η Πρώιμη Παιδική Παρέμβαση μπορεί να βοηθήσει ένα παιδί να αναπτύξει τις δυνατότητές του και να κάνει σημαντικά βήματα προόδου.

Ο τίτλος «Το Κουβάρι» συμβολίζει τον παιδικό εγκέφαλο, όπου οι δυνατότητες υπάρχουν αλλά συχνά χρειάζονται καθοδήγηση και υποστήριξη για να ξεδιπλωθούν. Μέσα από τη δύναμη της νευροπλαστικότητας, τα παιδιά αποκτούν νέες ευκαιρίες για μάθηση, επικοινωνία και αυτονομία.

Η καμπάνια υλοποιήθηκε με τη δημιουργική υπογραφή της The Newtons Laboratory και καλεί το κοινό να στηρίξει το έργο της ΕΛΕΠΑΠ, προσφέροντας σε ακόμη περισσότερα παιδιά τη δυνατότητα να κάνουν τα δικά τους «Βήματα Ζωής» και να ξεκινήσουν το δικό τους ταξίδι εξέλιξης και ελπίδας.

Δείτε την καμπάνια [εδώ](#).



The AI-driven Productivity Gap: το νέο οικονομικό χάσμα της εποχής της τεχνητής νοημοσύνης



Η τεχνητή νοημοσύνη δεν αλλάζει απλώς τον τρόπο που εργαζόμαστε. Αλλάζει και το ποιοι μπορούν να παράγουν περισσότερα, γρηγορότερα και αποδοτικότερα. Από αυτή τη δυναμική προκύπτει ένας όρος που χρησιμοποιείται ολοένα και συχνότερα σε οικονομικές και τεχνολογικές αναλύσεις: το AI-driven productivity gap. Πρόκειται για το χάσμα παραγωγικότητας που δημιουργείται ανάμεσα σε εταιρείες, κλάδους ή ακόμη και χώρες που ενσωματώνουν συστηματικά την τεχνητή νοημοσύνη και σε εκείνες που καθυστερούν να το κάνουν. Στην πράξη, το φαινόμενο αυτό δεν αφορά μόνο την τεχνολογία, αλλά κυρίως την οικονομική απόδοση.

Από την αυτοματοποίηση στην ενίσχυση της εργασίας

Σε προηγούμενες "τεχνολογικές επαναστάσεις", η πρόοδος συνδεόταν κυρίως με την αντικατάσταση ανθρώπινης

εργασίας ή τη μηχανοποίηση διαδικασιών. Η τεχνητή νοημοσύνη λειτουργεί διαφορετικά. Δεν περιορίζεται στην αυτοματοποίηση επαναλαμβανόμενων εργασιών, αλλά ενισχύει τη λήψη αποφάσεων, την ανάλυση δεδομένων και τη δημιουργική παραγωγή.

Εταιρείες που αξιοποιούν εργαλεία AI μπορούν να επιταχύνουν διαδικασίες όπως η ανάπτυξη λογισμικού, η ανάλυση αγοράς, η παραγωγή περιεχομένου και η εξυπηρέτηση πελατών. Το αποτέλεσμα είναι σημαντική αύξηση της παραγωγικότητας ανά εργαζόμενο, ακόμη και χωρίς αντίστοιχη αύξηση του ανθρώπινου δυναμικού.

Οι δύο ταχύτητες της οικονομίας

Σταδιακά διαμορφώνονται δύο διαφορετικές ταχύτητες στην οικονομική δραστηριότητα. Από τη μία πλευρά βρίσκονται οργανισμοί που επενδύουν συστηματικά στην τεχνητή νοημοσύνη, ενσωματώνοντάς την στον πυρήνα

των λειτουργιών τους. Από την άλλη, επιχειρήσεις που τη χρησιμοποιούν περιορισμένα ή αποσπασματικά, συχνά λόγω κόστους, έλλειψης τεχνογνωσίας ή οργανωτικής αδράνειας.

Με την πάροδο του χρόνου, η διαφορά αυτή μετατρέπεται σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Οι πρώτοι αποκτούν ταχύτερες διαδικασίες, χαμηλότερο κόστος και μεγαλύτερη ευελιξία. Οι δεύτεροι δυσκολεύονται να ακολουθήσουν τον ρυθμό.

Από τις επιχειρήσεις στις οικονομίες

Το AI-driven productivity gap δεν περιορίζεται στο επίπεδο των εταιρειών. Μπορεί να επεκταθεί και σε εθνικές οικονομίες. Χώρες που υιοθετούν γρήγορα την τεχνητή νοημοσύνη ενδέχεται να δουν επιτάχυνση στην παραγωγικότητα, αύξηση επενδύσεων και ενίσχυση συγκεκριμένων κλάδων υψηλής εξειδίκευσης.

Αντίθετα, οικονομίες που καθυστερούν στην ενσωμάτωση τέτοιων τεχνολογιών κινδυνεύουν να αντιμετωπίσουν στασιμότητα στην παραγωγικότητα, ακόμη και αν διαθέτουν ανθρώπινο δυναμικό υψηλής κατάρτισης.

Η ψευδαίσθηση της ίσης πρόσβασης

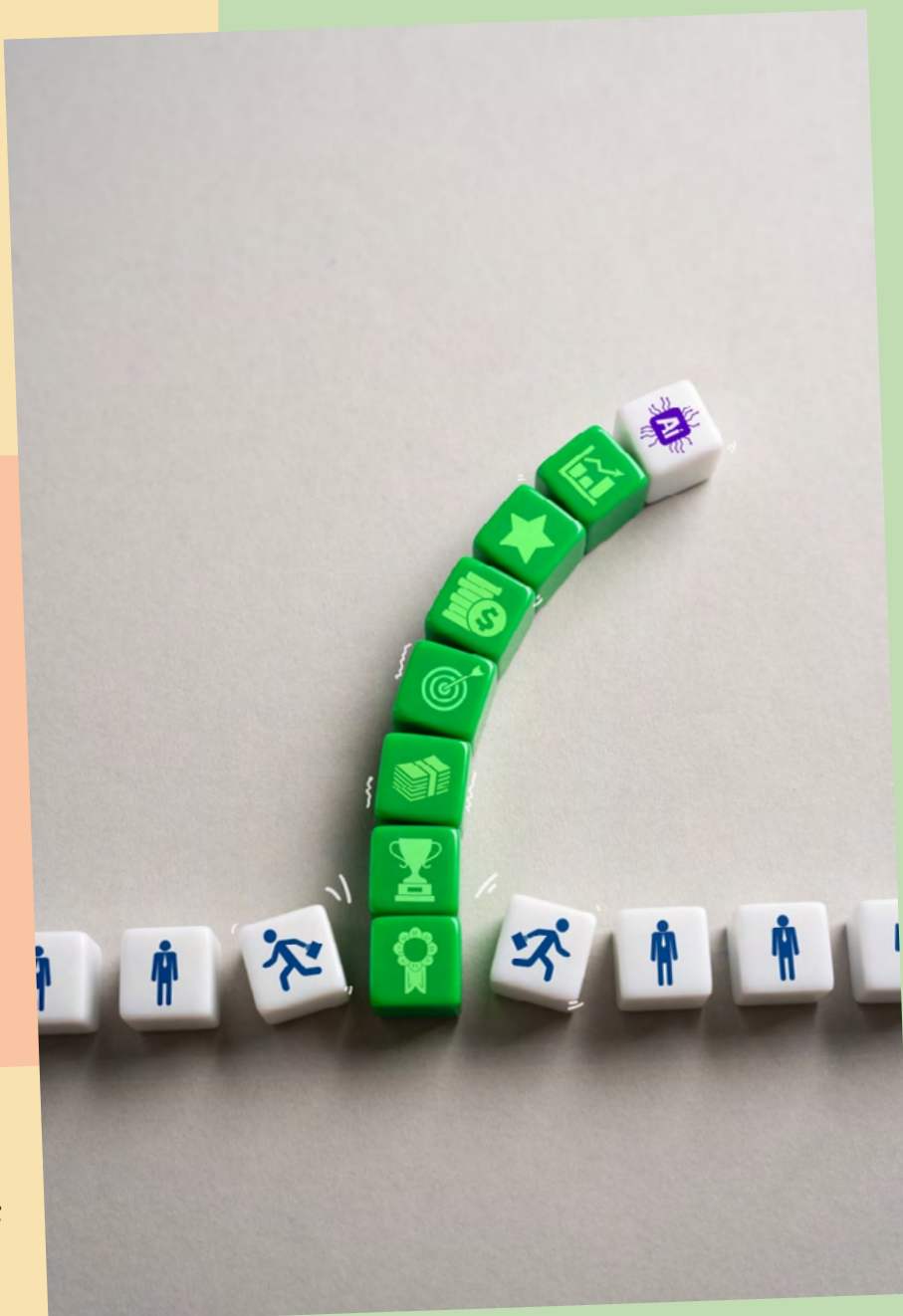
Αν και τα εργαλεία τεχνητής νοημοσύνης είναι πλέον ευρέως διαθέσιμα, συχνά με χαμηλό κόστος ή και δωρεάν, η πρόσβαση από μόνη της δεν εγγυάται ισότιμα αποτελέσματα. Η πραγματική διαφορά εντοπίζεται στον τρόπο ενσωμάτωσης.

Οργανισμοί που ανασχεδιάζουν τις διαδικασίες τους γύρω από την AI αποκτούν πολλαπλασιαστικά οφέλη στην παραγωγικότητα, ενώ εκείνοι που τη χρησιμοποιούν απλώς ως βοηθητικό εργαλείο δεν αξιοποιούν πλήρως τις δυνατότητές της.

Εργασία και νέες δεξιότητες

Το χάσμα παραγωγικότητας επηρεάζει άμεσα και την αγορά εργασίας. Εργαζόμενοι σε περιβάλλοντα υψηλής υιοθέτησης AI μπορούν να παράγουν σημαντικά περισσότερη αξία, γεγονός που επηρεάζει τις απαιτήσεις δεξιοτήτων και τις αμοιβές σε συγκεκριμένους κλάδους.

Δεξιότητες όπως η ανάλυση δεδομένων, η κατανόηση AI εργαλείων και η κριτική αξιολόγηση των αποτελεσμάτων τους αποκτούν ολοένα και μεγαλύτερη σημασία,



ενώ επαναλαμβανόμενες εργασίες τείνουν να χάνουν μέρος της οικονομικής τους αξίας.

Ένα χάσμα που βρίσκεται ακόμη στην αρχή

Το AI-driven productivity gap βρίσκεται ακόμη σε εξέλιξη και δεν έχει αποτυπωθεί πλήρως σε όλες τις οικονομικές του διαστάσεις. Ωστόσο, τα πρώτα σημάδια δείχνουν ότι οι οργανισμοί που κινούνται γρήγορα στην υιοθέτηση της τεχνητής νοημοσύνης αποκτούν σταδιακά σημαντικό προβάδισμα.

Το ερώτημα δεν είναι αν η AI επηρεάζει την παραγωγικότητα. Αυτό ήδη συμβαίνει. Το κρίσιμο ζήτημα αφορά το πόσο μεγάλο θα γίνει το χάσμα ανάμεσα σε όσους προσαρμόζονται γρήγορα και σε όσους παραμένουν πίσω.

ΔΕΗ Fiber: Επεκτείνεται σε νέες περιοχές με internet 100% οπτικής ίνας

Η ΔΕΗ συνεχίζει δυναμικά την ανάπτυξη του δικτύου οπτικών ινών της, φέρνοντας το ΔΕΗ Fiber σε νέες περιοχές της Αττικής και της Πελοποννήσου. Πλέον, κάτοικοι σε Αργυρούπολη, Πετρούπολη, Νέα Μάκρη, Μαρκόπουλο, Παιανία, Καλλιθέα, Σαλαμίνα και Μεγαλόπολη μπορούν να αποκτήσουν πρόσβαση σε συνδέσεις FTTH (Fiber to the Home) με εγγυημένες υπερυψηλές ταχύτητες.

Το ΔΕΗ Fiber προσφέρει ταχύτητες έως 2,5 Gbps μέσω δικτύου 100% οπτικής ίνας μέχρι το σπίτι, ενώ οι συνδρομητές έχουν πλέον τη δυνατότητα να προσθέσουν υπηρεσίες σταθερής τηλεφωνίας με μόλις 4 ευρώ τον μήνα. Τα προγράμματα ξεκινούν από 17,90 ευρώ για σύνδεση 500 Mbps, ενώ η δημοφιλή επιλογή του 1 Gbps διατίθεται με 19,90 ευρώ τον μήνα.

Παράλληλα, η ανάπτυξη του δικτύου ΔΕΗ FiberGrid συνεχίζεται με ταχείς ρυθμούς. Το αποτύπωμα του δικτύου έχει φτάσει τα 1,88 εκατομμύρια νοικοκυριά (homes passed), ενώ περισσότερα από 1,1 εκατομμύρια είναι ήδη διαθέσιμα για άμεση σύνδεση. Μέσα σε λιγότερο από τρία χρόνια, η ΔΕΗ έχει αναπτύξει το δεύτερο μεγαλύτερο δίκτυο οπτικών ινών στην Ελλάδα.

Με παρουσία σε 95 περιοχές σε όλη τη χώρα και στόχο να καλύψει 3,8 εκατομμύρια νοικοκυριά έως το 2028, η ΔΕΗ επενδύει συστηματικά στις υποδομές νέας γενιάς, προσφέροντας υψηλές ταχύτητες, αξιοπιστία και σύγχρονες υπηρεσίες συνδεσιμότητας για νοικοκυριά και επιχειρήσεις.



Μαθητές του Γυμνασίου Δομοκού γνώρισαν από κοντά τη σύγχρονη κτηνοτροφία στη ΦΑΡΜΑ ΔΟΜΟΚΟΣ της ΗΠΕΙΡΟΣ



Μια ξεχωριστή εκπαιδευτική εμπειρία είχαν την ευκαιρία να ζήσουν οι μαθητές της Α' Τάξης του Γυμνασίου Δομοκού, οι οποίοι επισκέφθηκαν τη ΦΑΡΜΑ ΔΟΜΟΚΟΣ της ΗΠΕΙΡΟΣ, στο πλαίσιο δράσης που στόχο είχε να τους φέρει πιο κοντά στον πρωτογενή τομέα και τη σύγχρονη κτηνοτροφική παραγωγή.

Κατά τη διάρκεια της επίσκεψης στο Περιβόλι Δομοκού, οι μαθητές περιηγήθηκαν στις εγκαταστάσεις της μονάδας και ενημερώθηκαν για τις διαδικασίες εκτροφής και φροντίδας των ζώων, τη σημασία της σωστής διατροφής τους, αλλά και για τα υψηλά πρότυπα ευζωίας που εφαρμόζονται στη φάρμα. Παράλληλα, γνώρισαν τον ρόλο της τεχνολογίας στη σύγχρονη κτηνοτροφία και τον τρόπο με τον οποίο συμβάλλει στη βελτίωση της παραγωγής.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσίασε η αναφορά στο Κατίκι Δομοκού ΠΟΠ «Ορεινές Πλαγιές», καθώς οι μαθητές είχαν την ευκαιρία να κατανοήσουν τη σύνδεση της πρωτογενούς παραγωγής με τη μεταποίηση και τη δημιουργία ποιοτικών ελληνικών προϊόντων που ενισχύουν την τοπική οικονομία.

Ο Διευθυντής της φάρμας, κ. Ιωάννης Καϊμακάμης, και η Γεωπόνος - Ζωοτέχνης κα Κυριακή Τζελάτη απάντησαν στις ερωτήσεις των μαθητών, μετατρέποντας την ξενάγηση σε μια διαδραστική και βιωματική εμπειρία.

Η ΦΑΡΜΑ ΔΟΜΟΚΟΣ αποτελεί μέρος της στρατηγικής της ΗΠΕΙΡΟΣ για την ενίσχυση της ελληνικής κτηνοτροφίας, τη μεταφορά τεχνολογίας και τη δημιουργία ενός σύγχρονου και ανταγωνιστικού αγροδιατροφικού μοντέλου με ισχυρούς δεσμούς με την τοπική κοινωνία.



Ελένη Κομηνού,
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



Καφεΐνη και ανοσοποιητικό σύστημα



Ο καφές αποτελεί ένα από τα πιο δημοφιλή ροφήματα παγκοσμίως. Εκατομμύρια άνθρωποι ξεκινούν την ημέρα τους με ένα φλιτζάνι καφέ, αναζητώντας τόνωση, εγρήγορση και καλύτερη συγκέντρωση.

Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια το ενδιαφέρον της επιστημονικής κοινότητας έχει στραφεί πέρα από τη διεγερτική δράση της καφεΐνης, εξετάζοντας την πιθανή επίδρασή της στο ανοσοποιητικό σύστημα και ιδιαίτερα στα αυτοάνοσα νοσήματα.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι σε μέτριες ποσότητες η καφεΐνη φαίνεται να εμφανίζει αντιφλεγμονώδεις ιδιότητες, ενώ η υπερβολική κατανάλωση ενδέχεται να έχει διαφορετικές επιδράσεις ανάλογα με το γενετικό υπόβαθρο και τη συνολική κατάσταση υγείας του ατόμου.

Ο καφές δεν είναι μόνο καφεΐνη

Ένα συχνό λάθος είναι να θεωρούμε ότι οι επιδράσεις του καφέ οφείλονται αποκλειστικά στην καφεΐνη.

Στην πραγματικότητα, ο καφές περιέχει περισσότερες από

χιλίες βιοδραστικές ενώσεις, μεταξύ των οποίων:

- χλωρογενικά οξέα,
- πολυφαινόλες,
- διτερπένια,
- αντιοξειδωτικές ουσίες.

Οι ενώσεις αυτές φαίνεται να συμβάλλουν στη μείωση του οξειδωτικού στρες και στην τροποποίηση φλεγμονωδών μονοπατιών που εμπλέκονται στην παθογένεια πολλών χρόνιων νοσημάτων.

Σήμερα φαίνεται ότι:

- ☕ η μέτρια κατανάλωση καφέ δεν αυξάνει σημαντικά τον κίνδυνο εμφάνισης της Ρευματοειδούς αρθρίτιδας,
- ☕ δεν υπάρχουν ισχυρά δεδομένα που να δικαιολογούν γενικευμένη αποφυγή του καφέ σε ασθενείς με Ρευματοειδή Αρθρίτιδα, η επίδραση πιθανότατα εξαρτάται από γενετικούς, περιβαλλοντικούς και μεταβολικούς παράγοντες.



Συστηματικός Ερυθηματώδης Λύκος και άλλες Αυτοάνοσες Παθήσεις

Στον Συστηματικό Ερυθηματώδη Λύκο, στο Σύνδρομο Sjögren και στις Σπονδυλαρθρίτιδες, τα διαθέσιμα δεδομένα είναι περιορισμένα.

Μέχρι σήμερα δεν υπάρχουν σαφείς αποδείξεις ότι η κατανάλωση καφέ επιδεινώνει τη δραστηριότητα αυτών των νοσημάτων.

Αντίθετα, ορισμένες μελέτες υποστηρίζουν ότι οι αντιοξειδωτικές ουσίες του καφέ μπορεί να συμβάλλουν στη μείωση της χρόνιας φλεγμονής χαμηλού βαθμού.

Έχει σημασία το είδος του καφέ;

Η απάντηση είναι πιθανότατα ναι.

Φίλτρου

Ο καφές φίλτρου θεωρείται η πλέον μελετημένη μορφή καφέ και συνδέεται συχνότερα με οφέλη για την καρδιαγγειακή υγεία.

Espresso

Ο espresso περιέχει υψηλή συγκέντρωση βιοδραστικών ουσιών ανά μονάδα όγκου, αλλά συνήθως καταναλώνεται σε μικρότερη ποσότητα.

Ελληνικός καφές

Ο ελληνικός καφές είναι πλούσιος σε πολυφαινόλες και αντιοξειδωτικά συστατικά. Μελέτες από πληθυσμούς της Μεσογείου έχουν δείξει ευνοϊκές επιδράσεις στην αγγειακή λειτουργία και στη μακροζωία.

Ντεκαφεϊνέ

Παρότι περιέχει ελάχιστη καφεΐνη, διατηρεί μεγάλο μέρος

των αντιοξειδωτικών συστατικών του καφέ, γεγονός που υποδηλώνει ότι αρκετά από τα πιθανά οφέλη δεν σχετίζονται αποκλειστικά με την καφεΐνη.

Πόσος καφές θεωρείται ασφαλής;

Για τους περισσότερους υγιείς ενήλικες, η πρόσληψη έως 400 mg καφεΐνης ημερησίως – περίπου 3 έως 4 φλιτζάνια καφέ – θεωρείται ασφαλής.

Ωστόσο, κάθε ασθενής είναι διαφορετικός. Ατομα με:

- αϋπνία,
- ταχυκαρδίες,
- αρρυθμιστη υπέρταση,
- έντονο άγχος,

ενδέχεται να εμφανίζουν μεγαλύτερη ευαισθησία στην καφεΐνη.

Συμπερασματικά

Η σύγχρονη επιστημονική γνώση δεν υποστηρίζει ότι ο καφές αποτελεί εχθρό του ανοσοποιητικού συστήματος.

Αντίθετα, φαίνεται ότι η μέτρια κατανάλωσή του μπορεί να ασκεί ανοσοτροποποιητικές και αντιφλεγμονώδεις δράσεις μέσω της καφεΐνης, των πολυφαινόλων και της επίδρασής του στο εντερικό μικροβίωμα.

Όσον αφορά τα αυτοάνοσα νοσήματα, δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία που να δικαιολογούν γενικευμένη αποφυγή του καφέ. Η ανοχή, η συνολική διατροφή, οι συνυπάρχουσες παθήσεις και οι εξατομικευμένες ανάγκες κάθε ασθενούς παραμένουν οι σημαντικότεροι παράγοντες.



Η Bershka γιορτάζει το FIFA World Cup 2026™ με μια νέα fashion capsule συλλογή

Με αφορμή το FIFA World Cup 2026™, η Bershka παρουσιάζει μια νέα capsule συλλογή που συνδυάζει το πάθος του ποδοσφαίρου με τη σύγχρονη μόδα. Δημιουργημένη σε συνεργασία με την Outerstuff, κορυφαία εταιρεία αθλητικών ειδών με επίσημες άδειες χρήσης, η συλλογή επαναπροσδιορίζει την αισθητική των εθνικών ομάδων μέσα από μια φρέσκια και urban προσέγγιση.

Η νέα σειρά αντλεί έμπνευση από τις εθνικές ομάδες της Βραζιλίας, της Αργεντινής, της Γαλλίας, του Μεξικού, της Αγγλίας, της Ισπανίας, της Γερμανίας, της Πορτογαλίας, των Ηνωμένων Πολιτειών, της Ιαπωνίας και άλλων χωρών, αξιοποιώντας τα χαρακτηριστικά χρώματα και στοιχεία της ταυτότητάς τους.

Πρωταγωνιστικό ρόλο έχουν οι μπλούζες, από κλασικές ποδοσφαιρικές φανέλες εμπνευσμένες από τις επίσημες εμφανίσεις των ομάδων έως πιο σύγχρονες προτάσεις όπως baby tees, halter tops και strapless σχέδια. Την εικόνα συμπληρώνουν αθλητικά σορτς, βερμούδες και νάιλον παντελόνια που αποτυπώνουν τη δυναμική του sportswear με fashion διάθεση.

Η capsule συλλογή περιλαμβάνει επίσης μπικίνι εμπνευσμένα από τις εθνικές ομάδες της Βραζιλίας, της Αργεντινής, της Ισπανίας και της Κολομβίας, καθώς και δύο ιδιαίτερα jackets: ένα balloon jacket στα χρώματα της Αγγλίας και μια cropped εκδοχή εμπνευσμένη από τη Βραζιλία.

Η νέα FIFA World Cup 2026™ capsule collection της Bershka είναι διαθέσιμη από τις 5 Ιουνίου σε επιλεγμένα καταστήματα και online, προσκαλώντας τους φίλους του ποδοσφαίρου και της μόδας να εκφράσουν το προσωπικό τους στιλ.

Η UGG παρουσιάζει τη νέα Deconstructed Collection με μια πιο μίνιμαλ προσέγγιση στα εμβληματικά της σχέδια



Η UGG επανασυστήνει μερικά από τα πιο αγαπημένα της σχέδια μέσα από τη νέα Deconstructed Collection, μια συλλογή που δίνει νέα διάσταση στα κλασικά μοντέλα της μάρκας, υιοθετώντας μια πιο μίνιμαλ και σύγχρονη αισθητική.

Η νέα σειρά επαναπροσδιορίζει τρία από τα πιο αναγνωρίσιμα σχέδια της UGG, διατηρώντας τον αυθεντικό χαρακτήρα και την άνεση που τα καθιέρωσαν, αλλά αφαιρώντας περιττές λεπτομέρειες και δίνοντας έμφαση στις καθαρές γραμμές και την απλότητα του σχεδιασμού.

Στο επίκεντρο της συλλογής βρίσκονται τα εμβληματικά Classic Mini Boots, τα οποία επιστρέφουν με μια πιο λιτή και εκλεπτυσμένη εκδοχή, σχεδιασμένη να φοριέται εύκολα όλες τις εποχές του χρόνου. Η φιλοσοφία της Deconstructed Collection βασίζεται στη διαχρονικότητα και την ευελιξία, προσφέροντας υποδήματα που συνδυάζονται εύκολα με διαφορετικά στυλ και περιστάσεις.

Με αυτή τη νέα προσέγγιση, η UGG ακολουθεί τη διεθνή τάση που θέλει τη μόδα να επιστρέφει στην ουσία του σχεδιασμού, αναδεικνύοντας τη δύναμη της απλότητας και της ποιότητας. Το αποτέλεσμα είναι μια συλλογή που παραμένει πιστή στο DNA του brand, ενώ παράλληλα απευθύνεται σε όσους αναζητούν πιο διακριτικές αλλά εξίσου ξεχωριστές επιλογές.

Η Deconstructed Collection αποτελεί μια νέα πρόταση για όσους αγαπούν τα κλασικά σχέδια της UGG και θέλουν να τα εντάξουν στην καθημερινότητά τους μέσα από ένα πιο μοντέρνο και μίνιμαλ πρίσμα.



Τήνος: Ένα ξεχωριστό Art & Wine Retreat συνδυάζει τέχνη, χαλάρωση και τοπικές γεύσεις



Οι αλλαγές που ξεκινούν πάνω από δέκα χρόνια πριν την εμμηνόπαυση

Για πολλές γυναίκες, η εμμηνόπαυση θεωρείται ένα γεγονός που συμβαίνει γύρω στην ηλικία των 50 ετών. Ωστόσο, νεότερα ερευνητικά δεδομένα δείχνουν ότι οι βιολογικές αλλαγές που τη συνοδεύουν μπορεί να ξεκινούν πολύ νωρίτερα, ακόμη και περισσότερο από μία δεκαετία πριν από την τελευταία έμμηνο ρύση.

Μια μεγάλη ανάλυση δεδομένων με τίτλο "Dynamics of Menopause from Deconvolution of Millions of Lab Tests", εξέτασε περίπου 300 εκατομμύρια εργαστηριακές εξετάσεις από περισσότερες από ένα εκατομμύριο γυναίκες. Στόχος της ήταν να χαρτογραφήσει με μεγαλύτερη ακρίβεια τις φυσιολογικές μεταβολές που σχετίζονται με την εμμηνόπαυση.

Οι ερευνητές διαπίστωσαν ότι η απορρύθμιση των ορμονών του φύλου ξεκινά περισσότερο από δέκα χρόνια πριν από την τελευταία έμμηνο ρύση. Παράλληλα, καταγράφηκαν σταδιακές αλλαγές σε βιοδείκτες που σχετίζονται με τον μεταβολισμό, τη φλεγμονή και διάφορα συστήματα του οργανισμού, όπως τα οστά και το ήπαρ.

Οι αλλαγές αυτές δεν γίνονται πάντα άμεσα αντιληπτές. Πολλές γυναίκες αναφέρουν συμπτώματα όπως διαταραχές ύπνου, μεταβολές στη διάθεση, κόπωση ή δυσκολία συγκέντρωσης, τα οποία μπορεί να μην συνδέονται εύκολα με τις ορμονικές διεργασίες που εξελίσσονται σταδιακά.

Σύμφωνα με τους ερευνητές, η εμμηνόπαυση δεν αποτελεί ένα μεμονωμένο γεγονός αλλά μια μακρά βιολογική μετάβαση που εξελίσσεται σταδιακά μέσα στον χρόνο.

Ένα τριήμερο αφιερωμένο στη δημιουργικότητα, την ευεξία και την απόλαυση διοργανώνεται στην Τήνο από τις 3 έως τις 5 Ιουλίου 2026, μέσα από το Art & Wine Retreat που φιλοξενείται στον Ξενώνα Anemos, σε συνεργασία με την εικαστικό Αγγελική Συμεωνίδη.

Η δράση απευθύνεται σε όλους, ανεξάρτητα από προηγούμενη εμπειρία στη ζωγραφική, με μοναδική προϋπόθεση τη διάθεση για δημιουργική έκφραση και χαλάρωση. Στόχος του retreat είναι να προσφέρει μια ολοκληρωμένη εμπειρία που συνδυάζει την τέχνη, την επαφή με τη φύση και την τοπική γαστρονομία.

Η Τήνος, με τη μακρά καλλιτεχνική της παράδοση, την ιδιαίτερη κυκλαδίτικη αρχιτεκτονική και τους περίφημους περιστεριώνες της, αποτελεί το ιδανικό σκηνικό για ένα ταξίδι έμπνευσης. Οι συμμετέχοντες θα έχουν την ευκαιρία να παρακολουθήσουν καθημερινά εργαστήρια ζωγραφικής τοπίου, διάρκειας δύο ωρών, υπό την καθοδήγηση της Αγγελικής Συμεωνίδη, ανακαλύπτοντας νέους τρόπους έκφρασης και δημιουργίας.

Παράλληλα, το πρόγραμμα περιλαμβάνει επίσκεψη σε έναν από τους γνωστούς αμπελώνες των Κυκλάδων, με γευσιγνωσία τοπικών ποικιλιών κρασιού και συνοδεία παραδοσιακών εδεσμάτων.

Η διαμονή πραγματοποιείται στον Ξενώνα Anemos, στον Αγιο Ιωάννη Τήνου, όπου οι επισκέπτες θα απολαύσουν πανοραμική θέα στο Αιγαίο, σπιτικά πρωινά με τοπικά προϊόντα, στιγμές χαλάρωσης δίπλα στην πισίνα και τη ζεστή φιλοξενία του νησιού.

Ένα τριήμερο που υπόσχεται να συνδυάσει τέχνη, κρασί, έμπνευση και καλοκαιρινή απόδραση σε έναν από τους πιο αυθεντικούς προορισμούς των Κυκλάδων.



Το ATHENS METRO MALL φέρνει τον παλμό του FIFA World Cup 2026 με δώρα και ποδοσφαιρικές εμπειρίες

Το ATHENS METRO MALL υποδέχεται το καλοκαίρι με άρωμα FIFA World Cup 2026 και προσκαλεί τους επισκέπτες του σε μια σειρά από ξεχωριστές δράσεις εμπνευσμένες από τη μεγαλύτερη ποδοσφαιρική διοργάνωση του κόσμου. Από τις 11 Ιουνίου έως και τις 19 Ιουλίου, σε συνεργασία με την Adidas, το αγαπημένο εμπορικό κέντρο των Νοτίων Προαστίων μετατρέπεται σε σημείο συνάντησης για τους φίλους του ποδοσφαίρου και όχι μόνο.

Στο ειδικά διαμορφωμένο Adidas pop-up, το κοινό θα έχει την ευκαιρία να γνωρίσει από κοντά την Adidas Trionda, την επίσημη μπάλα του FIFA World Cup 2026, ενώ παράλληλα θα απολαμβάνει μια σειρά από θεματικές εμπειρίες αφιερωμένες στη διοργάνωση.

Επιπλέον, όσοι πραγματοποιούν αγορές αξίας 30 ευρώ και άνω από τα καταστήματα του ATHENS METRO MALL θα μπορούν να συμμετέχουν σε κλήρωση με πλούσια αθλητικά δώρα Adidas, προσθέτοντας ακόμη περισσότερο ενδιαφέρον στις καλοκαιρινές τους αγορές.

Τη γιορτινή ατμόσφαιρα θα ενισχύσουν και οι live ραδιοφωνικές εκπομπές του bwinΣΠΟΡ FM 94.6, με αγαπημένους παραγωγούς να μεταδίδουν ζωντανά από το εμπορικό κέντρο στις 13 και 20 Ιουνίου, καθώς και στις 11 και 18 Ιουλίου.

Με δράσεις που συνδυάζουν ψυχαγωγία, shopping και συμμετοχικές εμπειρίες, το ATHENS METRO MALL συνεχίζει να αποτελεί αγαπημένο προορισμό για όλη την οικογένεια, προσφέροντας ξεχωριστές στιγμές στους επισκέπτες του καθ' όλη τη διάρκεια του καλοκαιριού.

Adidas: Το Stan Smith αλλάζει χαρακτήρα με μια τολμηρή σχεδιαστική λεπτομέρεια



Λίγα sneakers έχουν αφήσει τόσο ισχυρό αποτύπωμα στην ιστορία της μόδας όσο το Adidas Stan Smith. Με περισσότερα από 100 εκατομμύρια ζευγάρια να έχουν πωληθεί παγκοσμίως, το εμβληματικό λευκό sneaker παραμένει ένα από τα πιο αναγνωρίσιμα μοντέλα όλων των εποχών. Τώρα, η Adidas παρουσιάζει μια νέα εκδοχή που αλλάζει διακριτικά αλλά ουσιαστικά τον χαρακτήρα του.

Το νέο Stan Smith SQ διατηρεί όλα τα στοιχεία που έκαναν διάσημο το original μοντέλο: το λευκό δερμάτινο επάνω μέρος, τη χαρακτηριστική πράσινη λεπτομέρεια στη φτέρνα και τη γλώσσα, καθώς και τη γνώριμη σόλα που συνδέθηκε με το κλασικό tennis sneaker των 60s.

Η μεγάλη διαφοροποίηση βρίσκεται στο μπροστινό μέρος του παπουτσιού. Η Adidas αντικαθιστά τη στρογγυλεμένη γραμμή του κλασικού Stan Smith με ένα τετραγωνισμένο toe box, εμπνευσμένο από western boots και formal υποδήματα. Η συγκεκριμένη σχεδιαστική επιλογή ακολουθεί μία από τις πιο έντονες τάσεις της μόδας για το 2026, δίνοντας στο διαχρονικό sneaker μια πιο σύγχρονη και fashion-forward αισθητική.

Παρότι η αλλαγή ενδέχεται να διχάσει τους λάτρεις του αυθεντικού μοντέλου, η αγορά φαίνεται να την υποδέχθηκε θετικά. Το νέο Stan Smith SQ, με τιμή λιανικής περίπου 130 δολάρια (περίπου 115 ευρώ), εξαντλήθηκε μέσα σε λίγες ημέρες από την κυκλοφορία του.

Όλα δείχνουν πως η Adidas σκοπεύει να επενδύσει ακόμη περισσότερο στην εξέλιξη του θρυλικού Stan Smith τα επόμενα χρόνια, συνδυάζοντας την κληρονομιά του με τις σύγχρονες τάσεις της μόδας.



Πολεμικές τέχνες: περισσότερα από άσκηση σώματος

Οι πολεμικές τέχνες συχνά συνδέονται με την αυτοάμυνα, τη φυσική δύναμη και την πειθαρχία. Ωστόσο, σύγχρονες επιστημονικές ανασκοπήσεις δείχνουν ότι η επίδρασή τους είναι πολύ πιο σύνθετη, αγγίζοντας όχι μόνο το σώμα αλλά και τον νου και την κοινωνική λειτουργία του ανθρώπου.

Σύμφωνα με πρόσφατες ανασκοπήσεις στο *Frontiers in Psychology*, οι πολεμικές τέχνες αποτελούν μια πολυ-παραγοντική δραστηριότητα που απαιτεί ταυτόχρονη ενεργοποίηση κινητικών, γνωστικών και συναισθηματικών μηχανισμών. Δεν πρόκειται απλώς για επαναλαμβανόμενες κινήσεις, αλλά για διαδικασίες που συνδυάζουν προσοχή, μνήμη, ταχύτητα αντίδρασης και συνεχή προσαρμογή σε μεταβαλλόμενες συνθήκες.

Κατά την εξάσκηση, το άτομο καλείται να ελέγχει τον ρυθμό της αναπνοής του, να διατηρεί συγκέντρωση και να ρυθμίζει τις αντιδράσεις του υπό πίεση. Αυτή η συνδυαστική ενεργοποίηση φαίνεται να συμβάλλει στη βελτίωση της γνωστικής ευελιξίας και της ικανότητας διαχείρισης στρες στην καθημερινότητα.

Εξίσου σημαντική είναι και η κοινωνική διάσταση. Η προπόνηση στις πολεμικές τέχνες πραγματοποιείται συνήθως σε περιβάλλον συνεργασίας, όπου η αλληλεπίδραση με άλλους ασκούμενους ενισχύει την εμπιστοσύνη, τον σεβασμό και την αίσθηση κοινότητας. Αυτός ο παράγοντας φαίνεται να παίζει ρόλο και στη συνολική ψυχική ευεξία.

Συνολικά, οι πολεμικές τέχνες δεν λειτουργούν μόνο ως μορφή φυσικής άσκησης, αλλά ως μια ολοκληρωμένη εμπειρία που επηρεάζει ταυτόχρονα σώμα, σκέψη και κοινωνική συμπεριφορά.

Apple: Νέα ρύθμιση στο iOS 27 απαντά σε ένα από τα μεγαλύτερα παράπονα των χρηστών



Η Apple ετοιμάζεται να κάνει τη χρήση του iPhone πιο ευέλικτη με μια σημαντική βελτίωση στο Liquid Glass, το χαρακτηριστικό σχεδιαστικό στοιχείο που παρουσιάστηκε με το iOS 26 και δίχασε τους χρήστες.

Το Liquid Glass έφερε μια εντυπωσιακή, ημιδιάφανη αισθητική στο περιβάλλον του iPhone, δημιουργώντας την αίσθηση ότι τα μενού, τα widgets και τα εικονίδια βρίσκονται πίσω από ένα στρώμα γυαλιού. Παρότι πολλοί εκτίμησαν τη μοντέρνα εμφάνισή του, αρκετοί χρήστες παραπονέθηκαν ότι δυσκολεύει την ανάγνωση εφαρμογών, ειδοποιήσεων και μενού.

Με το iOS 27, η Apple δεν καταργεί το Liquid Glass, αλλά δίνει στους χρήστες μεγαλύτερο έλεγχο. Η νέα έκδοση του λειτουργικού θα περιλαμβάνει ειδικό slider προσαρμογής, που θα επιτρέπει την αυξομείωση του εφέ, από σχεδόν πλήρη διαφάνεια έως πιο έντονη χρωματική απόδοση, ανάλογα με τις προσωπικές προτιμήσεις του χρήστη.

Παράλληλα, η εταιρεία ανακοίνωσε ότι τα εικονίδια των εφαρμογών θα εμφανίζονται πιο ευκρινή και καλοσχεδιασμένα, βελτιώνοντας σημαντικά την αναγνωσιμότητα και τη συνολική εμπειρία χρήσης.

Η νέα λειτουργία θα είναι διαθέσιμη σε iPhone, iPad και Mac, ενώ το iOS 27 αναμένεται να κυκλοφορήσει στις αρχές Σεπτεμβρίου. Σύμφωνα με την Apple, θα υποστηρίξεται από όλα τα μοντέλα που τρέχουν σήμερα iOS 26, δηλαδή από το iPhone 11 και νεότερα.

Μια μικρή αλλαγή που αναμένεται να λύσει ένα από τα πιο συχνά παράπονα των χρηστών της Apple τα τελευταία χρόνια.

quote of the day

ΑΝ Η ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΜΟΙΑΖΕΙ ΜΕ ΑΣΤΕΙΟ,
ΜΗΝ ΕΚΠΛΑΓΕΙΣ ΟΤΑΝ ΤΟ ΑΣΤΕΙΟ ΑΡΧΙΣΕΙ
ΝΑ ΜΟΙΑΖΕΙ ΜΕ ΠΟΛΙΤΙΚΗ.



10 Ιουνίου

- > National Bed Bug Prevention Day
- > National Herbs and Spices Day
- > National Ballpoint Pen Day
- > National Black Cow Day
- > National Iced Tea Day
- > National Egg Roll Day
- > National Bae Day
- > Portugal Day