

ΑΠΟΛΑΥΣΤΕ ΥΠΑΙΘΡΙΑ.

0% ΑΛΚΟΟΛ.
100% ΥΠΕΥΘΥΝΟ
ΠΑΡΤΑΡΙΣΜΑ.



green
ΜΕ ΑΛΗΘΕΙΕΣ.
ΚΑΙ ΦΥΣΑΛΙΔΕΣ.

COLAS - FLAVORS - MOCKTAILS - MIXERS

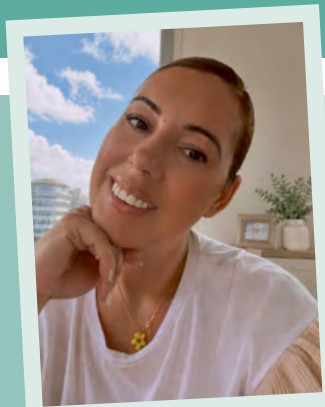
SAY *yes* to the **press**
YOUR DAILY ONLINE MAGAZINE



**Η ΠΙΟ ΑΚΡΙΒΗ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΤΗΣ ΧΡΟΝΙΑΣ:
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΙΣΤΟΡΙΑΣ
ΠΟΥ ΚΟΣΤΙΣΕ ΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΑ
ΣΤΗ STARBUCKS KOREA**



Good morning
SayYessers!



Φτιάξε καφέ να στα πω...



Καλημέρα **SayYesser!!**

Ζούμε στην εποχή της απόλυτης καχυποψίας. Αν κοιτάξεις γύρω σου, θα δεις μια κοινωνία όπου κανένας δεν εμπιστεύεται κανέναν. Έχουμε μετατραπεί όλοι σε υποψιασμένους ντετέκτιβ, που πίσω από κάθε ευγένεια ψάχνουν το δόλο και πίσω από κάθε χαμόγελο αναζητούν την κρυφή ατζέντα.

Η καχυποψία έχει γίνει η νέα μας κανονικότητα, η μόνιμη ασπίδα προστασίας μας απέναντι σε έναν κόσμο που μας έμαθε να φυλαγόμαστε.

Αυτή η καθολική δυσπιστία δεν γεννήθηκε τυχαία. Είναι το αποτέλεσμα των συνεχών διαψεύσεων. Όταν οι θεσμοί καταρρέουν, όταν οι φιλίες αποδεικνύονται αναλώσιμες και όταν οι σχέσεις μετατρέπονται σε πεδία συναλλαγής, το να είσαι καχύποπτος μοιάζει με τη μόνη λογική επιλογή.

Γίνεσαι σκληρός, απόμακρος και επιθετικός πριν προλάβει ο άλλος να σε πληγώσει. Είναι η άμυνα του «χτυπάω πρώτος» ή του «δεν αφήνω κανέναν να με πλησιάσει».

Το πρόβλημα είναι ότι αυτή η μαζική καχυποψία μας απομονώνει. Όταν αντιμετωπίζεις τους πάντες ως εν δυνάμει εχθρούς, στερείς από τον εαυτό σου τη χαρά της αυθεντικής σύνδεσης. Γινόμαστε μονάδες που συγκατοικούν στον ίδιο χώρο, αλλά φοβούνται να ακουμπήσουν η μία την άλλη.

Η καχυποψία μας προστατεύει από τον πόνο, αλλά ταυτόχρονα μας στερεί τη ζεστασιά και την ανθρωπιά, αφήνοντάς μας μόνους σε ένα παγωμένο περιβάλλον.

Αν θέλουμε να σπάσουμε αυτόν τον κύκλο, πρέπει να καταλάβουμε ότι η καχυποψία είναι ένας αργός θάνατος για την ψυχή. Δεν χρειάζεται να γίνουμε αφελείς, αλλά οφείλουμε να αφήσουμε ένα μικρό παράθυρο ανοιχτό. Η επιλογή να εμπιστευτείς κάποιον, παρά τον γενικό φόβο, είναι μια πράξη επανάστασης και γενναιότητας στις μέρες μας.

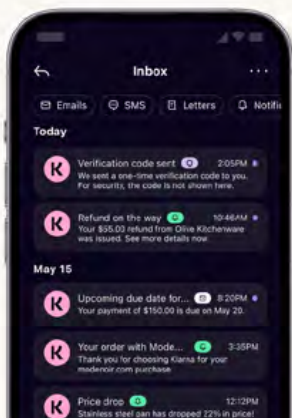
Tip of the Day: Η διαρκής καχυποψία κουράζει περισσότερο από την ίδια την προδοσία. Μην επιτρέπεις στον φόβο των άλλων να καθορίζει τη δική σου ικανότητα να συνδέσαι. Κράτα την κρίση σου κοφτερή, αλλά μην αφήνεις την καχυποψία να γίνει το μόνιμο γυαλί μέσα από το οποίο βλέπεις τον κόσμο.

Claire Styliara
Chief of SayYessers



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

Η Klarna λανσάρει το νέο Inbox στην εφαρμογή της για μεγαλύτερη προστασία από ηλεκτρονικές απάτες



Η Klarna, η παγκόσμια ψηφιακή τράπεζα και πάροχος ευέλικτων λύσεων πληρωμών, παρουσιάζει το νέο Klarna Inbox, μια καινοτόμο λειτουργία που έχει σχεδιαστεί για να ενισχύσει την ασφάλεια των χρηστών και να τους προστατεύσει από απόπειρες ηλεκτρονικής απάτης και πλαστοπροσωπίας.

Οι απάτες που βασίζονται σε ψεύτικα μηνύματα από γνωστές εταιρείες και οργανισμούς αποτελούν μία από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες ψηφιακές απειλές παγκοσμίως. Με το νέο Inbox, η Klarna προσφέρει έναν απλό τρόπο επαλήθευσης της αυθεντικότητας κάθε επικοινωνίας: αν ένα μήνυμα δεν εμφανίζεται στο Klarna Inbox, τότε δεν προέρχεται από την Klarna.

Η νέα λειτουργία συγκεντρώνει σε ένα ασφαλές περιβάλλον όλες τις επίσημες επικοινωνίες της εταιρείας, συμπεριλαμβανομένων email,

SMS, push notifications και επιστολών. Το Inbox λειτουργεί αποκλειστικά μέσα στην εφαρμογή Klarna, όπου οι χρήστες συνδέονται με τα προσωπικά τους στοιχεία, δημιουργώντας ένα επιπλέον επίπεδο ασφάλειας που δεν μπορεί να αντιγραφεί από επιτήδειους.

«Η οικονομική απάτη επηρεάζει καθημερινά χιλιάδες καταναλωτές. Με το Klarna Inbox δίνουμε στους χρήστες έναν εύκολο τρόπο να επιβεβαιώνουν αν μια επικοινωνία είναι πραγματικά δική μας», δήλωσε ο David Fock, Chief Product and Design Officer της Klarna.

Η νέα λειτουργία είναι ήδη διαθέσιμη σε όλες τις αγορές όπου δραστηριοποιείται η Klarna, επιβεβαιώνοντας τη δέσμευση της εταιρείας για την ανάπτυξη λύσεων που ενισχύουν την ασφάλεια και την εμπιστοσύνη των καταναλωτών στο ψηφιακό περιβάλλον.

Ferryscanner: «Εμείς σκανάρουμε. Εσύ το ζεις.» στη νέα καλοκαιρινή καμπάνια για πιο ξέγνοιαστα ταξίδια

Με κεντρικό μήνυμα «Εμείς σκανάρουμε. Εσύ το ζεις.», η Ferryscanner παρουσιάζει τη νέα καλοκαιρινή της καμπάνια, υπενθυμίζοντας με χιούμορ και αυθεντική ελληνική καλοκαιρινή διάθεση πόσο εύκολη μπορεί να γίνει η κράτηση ακτοπλοϊκών εισιτηρίων.

Η καμπάνια αποτελεί συνέχεια της περσινής επικοινωνίας της εταιρείας και βασίζεται σε μια απλή αλλά ουσιαστική ιδέα: το ταξίδι μπορεί να είναι γεμάτο απρόβλεπτες στιγμές, όμως η αναζήτηση των κατάλληλων ακτοπλοϊκών επιλογών δεν χρειάζεται να είναι. Η Ferryscanner αναλαμβάνει να «σκανάρει» όλες τις διαθέσιμες επιλογές, ώστε οι ταξιδιώτες να αφιερώνουν τον χρόνο τους μόνο στις εμπειρίες που αξίζουν.

Το concept ζωντανεύει μέσα από δύο χιουμοριστικά τηλεοπτικά και digital films, εμπνευσμένα από γνώριμες καλοκαιρινές καταστάσεις. Στο πρώτο, ένας λουόμενος έρχεται αντιμέτωπος με τη δύναμη του ελληνικού ήλιου, ενώ στο δεύτερο μια οικογένεια δοκιμάζει την υπομονή της δίπλα σε ιδιαίτερα θορυβώδεις συνεπιβάτες στο λιμάνι. Με χιούμορ, ρεαλισμό και καλοκαιρινό χαρακτήρα, τα δύο σποτ αναδεικνύουν τη γοητεία των μικρών απρόοπτων που συνοδεύουν κάθε απόδραση.

Μέσα από την πλατφόρμα της Ferryscanner, οι χρήστες μπορούν να συγκρίνουν εύκολα δρομολόγια, ακτοπλοϊκές εταιρείες και τιμές, επιλέγοντας γρήγορα τη λύση που ταιριάζει καλύτερα στις ανάγκες και το budget τους.

Η καμπάνια προβάλλεται ήδη σε τηλεόραση, YouTube και στο Μετρό Αθηνών. Τη δημιουργική επιμέλεια ανέλαβε η 4WiseMonkeys, ενώ την παραγωγή των τηλεοπτικών και digital films υλοποίησε η ΦΑΪΝΛΑΪΝ Creative Media.



Η πιο ακριβή διαφήμιση της χρονιάς: Το μάθημα ιστορίας που κόστισε εκατομμύρια στη Starbucks Korea



Η Starbucks Korea ανακοίνωσε ότι θα κλείσει προσωρινά περισσότερα από 2.000 καταστήματά της στις 22 Ιουνίου, προκειμένου όλοι οι εργαζόμενοι να παρακολουθήσουν υποχρεωτικό σεμινάριο σύγχρονης κορεατικής ιστορίας και «κοινωνικής ευαισθησίας». Πρόκειται για την πρώτη φορά από το 1999 που η αλυσίδα κλείνει σχεδόν ταυτόχρονα όλα τα καταστήματά της σε εθνικό επίπεδο.

Τι συνέβη;

Όλα ξεκίνησαν τον Μάιο, όταν η Starbucks Korea λάνσαρε μια καμπάνια για ένα θερμός με την ονομασία "Tank" και προώθησε την ημέρα λανσαρίσματος ως "Tank Day". Το πρόβλημα ήταν ότι η ημερομηνία ήταν η 18η Μαΐου, επέτειος της Εξέγερσης της Γκουανγκτζού το 1980, ενός από τα πιο τραυματικά γεγονότα στη σύγχρονη ιστορία της Νότιας Κορέας, όταν ο στρατός κατέστειλε βίαια το φιλοδημοκρατικό κίνημα με εκατοντάδες νεκρούς.

Η κατάσταση επιδεινώθηκε επειδή η καμπάνια χρησιμοποιούσε και το σύνθημα «χτύπα το στο γραφείο», μια φράση που θύμιζε σε πολλούς Κορεάτες τη διαβόητη δικαιολογία που είχαν δώσει οι αρχές για τον θάνατο του φοιτητή και ακτιβιστή Παρκ Τζονγκ-Τσολ το 1987, ο οποίος είχε βασανιστεί κατά τη διάρκεια ανάκρισης.

Η αντίδραση του κοινού

Η αντίδραση ήταν άμεση και σφοδρή: Ξεκίνησαν εκκλήσεις για μποϊκοτάζ. Πελάτες επέστρεφαν προϊόντα και κατέστρεφαν επαναχρησιμοποιούμενα ποτήρια Starbucks.

Κυβερνητικοί φορείς διέκοψαν συνεργασίες με την εταιρεία. Οι πωλήσεις της Starbucks Korea σημείωσαν αισθητή πτώση.

Μάλιστα, ο CEO της Starbucks Korea απομακρύνθηκε από τη θέση του μέσα σε λίγες ώρες από το ξέσπασμα του σκανδάλου, ενώ ο πρόεδρος του ομίλου Shinsegae, που διαχειρίζεται την Starbucks στη χώρα, ζήτησε δημόσια συγγνώμη.

Γιατί θεωρήθηκε τόσο σοβαρό;

Για τους Κορεάτες, η Γκουανγκτζού δεν είναι απλώς ένα ιστορικό γεγονός. Θεωρείται σύμβολο του αγώνα για τη δημοκρατία, αντίστοιχο με γεγονότα που έχουν καθορίσει την εθνική μνήμη άλλων χωρών. Οποιαδήποτε εμπορική ή διαφημιστική αναφορά που μοιάζει να υποβαθμίζει ή να σατιρίζει αυτή την περίοδο θεωρείται εξαιρετικά προσβλητική.



Το πιο ενδιαφέρον στοιχείο

Σύμφωνα με την εσωτερική έρευνα της εταιρείας, δεν βρέθηκε πρόθεση προσβολής. Ωστόσο αποκαλύφθηκε ότι ορισμένα στελέχη που ενέκριναν την καμπάνια δεν είχαν καν ανοίξει όλα τα συνοδευτικά αρχεία και υλικά πριν δώσουν το «πράσινο φως». Η υπόθεση έχει ανοίξει μεγάλη συζήτηση για το πώς η τεχνητή νοημοσύνη, οι αυτοματοποιημένες διαδικασίες και η έλλειψη ιστορικής γνώσης μπορούν να οδηγήσουν σε τεράστια επικοινωνιακά λάθη.

Ήξερες ότι...

Η Starbucks Korea δεν ανήκει απευθείας στη Starbucks Corporation. Λειτουργεί μέσω κοινοπραξίας με τον κορεατικό όμιλο Shinsegae, έναν από τους μεγαλύτερους λιανεμπορικούς ομίλους της χώρας.

Η Νότια Κορέα θεωρείται μία από τις πιο ευαίσθητες χώρες παγκοσμίως σε θέματα ιστορικής μνήμης. Διαφημίσεις, τηλεοπτικές παραγωγές και δημόσιες δηλώσεις έχουν βρεθεί πολλές φορές στο επίκεντρο έντονων αντιδράσεων όταν συνδέθηκαν, έστω και άθελά τους, με ιστορικά τραύματα.

Η Εξέγερση της Γκουανγκτζού του 1980 αναγνωρίζεται σήμερα ως ένα από τα σημαντικότερα γεγονότα στην πορεία της Νότιας Κορέας προς τη δημοκρατία και διδάσκεται στα σχολεία ως κομβικό κεφάλαιο της σύγχρονης ιστορίας της χώρας.

Το μάθημα που κοστίζει ακριβά

Η υπόθεση της Starbucks Korea δεν αφορά τελικά ένα θερμός, έναν καφέ ή μια αποτυχημένη διαφήμιση. Αφορά κάτι πολύ μεγαλύτερο: τη σημασία της ιστορικής γνώσης σε μια εποχή όπου οι καμπάνιες δημιουργούνται πιο γρήγορα από ποτέ.

Όταν τα brands θέλουν να μιλούν στη ζωή των ανθρώπων, οφείλουν πρώτα να γνωρίζουν την ιστορία τους. Γιατί ένα λάθος λογότυπο μπορεί να διορθωθεί. Μια λάθος ημερομηνία, όμως, μπορεί να μετατραπεί σε εθνική κρίση δημοσίων σχέσεων.





Η Ευβοϊκή Ζύμη υποδέχθηκε τα παιδιά του Ιδρύματος Χατζηκώνστα σε μια ημέρα δημιουργίας και μάθησης

Μια ξεχωριστή βιωματική εμπειρία γεμάτη γνώση, δημιουργικότητα και χαμόγελα προσέφερε η Ευβοϊκή Ζύμη στα παιδιά του Ιδρύματος Χατζηκώνστα, στο πλαίσιο του προγράμματος Bake & Play with Zimi, που πραγματοποιήθηκε την Τετάρτη 3 Ιουνίου στις εγκαταστάσεις της εταιρείας.

Στόχος της πρωτοβουλίας είναι να φέρει τα παιδιά σε επαφή με τον κόσμο της ζύμης μέσα από διαδραστικές και εκπαιδευτικές δραστηριότητες, αναδεικνύοντας παράλληλα τη σημασία της συνεργασίας, της δημιουργικότητας και της ομαδικότητας.

Κατά τη διάρκεια της επίσκεψης, τα παιδιά και οι συνοδοί τους είχαν την ευκαιρία να γνωρίσουν από κοντά τη διαδικασία παραγωγής των προϊόντων της Ευβοϊκής Ζύμης και να ενημερωθούν για το ταξίδι τους από το στάδιο της παραγωγής μέχρι το ράφι. Παράλληλα, έμαθαν περισσότερα για την αξία της ισορροπημένης διατροφής και των ποιοτικών πρώτων υλών.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσίασε η συμμετοχή τους στο εργαστήριο Έρευνας & Ανάπτυξης της εταιρείας, όπου πειραματίστηκαν με τη ζύμη, γνώρισαν τα βασικά συστατικά της και δημιούργησαν τις δικές τους πίτες, απολαμβάνοντας μια μοναδική εμπειρία μάθησης μέσα από το παιχνίδι.

Η ημέρα ολοκληρώθηκε με την προσφορά προσωποποιημένων δώρων και αναμνηστικών στα παιδιά, ενώ η Ευβοϊκή Ζύμη ενίσχυσε το έργο του Ιδρύματος Χατζηκώνστα με τη δωρεά προϊόντων και ειδών πρώτης ανάγκης.

Μέσα από δράσεις με ουσιαστικό κοινωνικό αποτύπωμα, η Ευβοϊκή Ζύμη συνεχίζει να επενδύει στη γνώση, τη δημιουργία και την προσφορά, στηρίζοντας έμπρακτα την τοπική κοινωνία.

Η DPAM συγκέντρωσε 10.000 ευρώ για τη «Φλόγα» μέσα από τη δράση "Be the Hero"



Με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα κατά του Παιδικού Καρκίνου, η DPAM ολοκλήρωσε με επιτυχία τη φιланθρωπική πρωτοβουλία "Be the Hero", συγκεντρώνοντας το ποσό των 10.000 ευρώ για τον Σύλλογο Γονέων Παιδιών με Νεοπλασματική Ασθένεια «Φλόγα».

Στο πλαίσιο της δράσης δημιουργήθηκε ένα συλλεκτικό T-shirt, διαθέσιμο σε παιδικά αλλά και περιορισμένα unisex μεγέθη ενηλίκων, με το σύνολο των εσόδων από τις πωλήσεις να διατίθεται για την ενίσχυση του έργου του συλλόγου. Η ανταπόκριση του κοινού ήταν ιδιαίτερα θερμή, καθώς πελάτες, συνεργάτες, influencers και υποστηρικτές αγάλιασαν την πρωτοβουλία, συμβάλλοντας έμπρακτα στη στήριξη παιδιών και οικογενειών που αντιμετωπίζουν τον παιδικό καρκίνο.

Η παράδοση της δωρεάς πραγματοποιήθηκε στα γραφεία της «Φλόγας», παρουσία της προέδρου του συλλόγου, Μαρίας Τρυφωνίδη. Εκπρόσωποι της DPAM είχαν την ευκαιρία να γνωρίσουν από κοντά το πολύτιμο έργο που επιτελεί καθημερινά ο οργανισμός, προσφέροντας στήριξη και φροντίδα σε παιδιά και γονείς που βρίσκονται αντιμέτωποι με μια δύσκολη δοκιμασία.

Για τη DPAM, η φροντίδα των παιδιών και η υποστήριξη των οικογενειών τους αποτελεί διαχρονική προτεραιότητα και αναπόσπαστο κομμάτι της εταιρικής της φιλοσοφίας. Μέσα από πρωτοβουλίες με ουσιαστικό κοινωνικό αποτύπωμα, η εταιρεία συνεχίζει να επενδύει σε δράσεις που ενισχύουν την αλληλεγγύη και μετατρέπουν μια απλή αγορά σε πράξη προσφοράς.

Η επιτυχία της καμπάνιας «Be the Hero» αποδεικνύει πως όταν επιχειρήσεις και καταναλωτές ενώνουν τις δυνάμεις τους, μπορούν να δημιουργήσουν πραγματική αξία και να προσφέρουν ελπίδα εκεί όπου χρειάζεται περισσότερο.

Από υποσταθμοί ηλεκτρικού σε πολυτελείς κατοικίες: Πώς η στεγαστική κρίση αλλάζει το real estate στην Αυστραλία



Όταν σκεφτόμαστε ένα πολυτελές σπίτι, συνήθως φανταζόμαστε μια βίλα με πισίνα, μεγάλες τζαμαρίες και θέα στη θάλασσα. Στην Αυστραλία του 2026, όμως, ορισμένοι από τους πιο περιζήτητους χώρους κατοικίας ξεκινούν από κάτι εντελώς διαφορετικό: παλιούς ηλεκτρικούς υποσταθμούς.

Η στεγαστική κρίση που πλήττει τη χώρα έχει οδηγήσει αρχιτέκτονες, επενδυτές και αγοραστές να αναζητούν νέες λύσεις σε παλιά κτίρια. Και κάπως έτσι, εγκαταλελειμμένοι βιομηχανικοί χώροι μετατρέπονται σε κατοικίες υψηλής αισθητικής που συνδυάζουν ιστορία, χαρακτήρα και σύγχρονη πολυτέλεια.

Η κρίση στέγης φέρνει νέες ιδέες

Η Αυστραλία αντιμετωπίζει μία από τις μεγαλύτερες στεγαστικές προκλήσεις των τελευταίων δεκαετιών. Οι τιμές των ακινήτων έχουν εκτοξευθεί, τα ενοίκια παραμένουν σε ιστορικά υψηλά επίπεδα και η προσφορά νέων κατοικιών αδυνατεί να καλύψει τη ζήτηση. Σε αρκετές πόλεις,

η αγορά κατοικίας θεωρείται πλέον από τις λιγότερο προσιτές στον κόσμο.

Μέσα σε αυτό το περιβάλλον, η αξιοποίηση παλαιών κτιρίων αποκτά ολοένα και μεγαλύτερη σημασία. Αποθήκες, εκκλησίες, παλιοί σιδηροδρομικοί σταθμοί και πλέον ηλεκτρικοί υποσταθμοί επανασχεδιάζονται ώστε να αποκτήσουν νέα ζωή.

Οι υποσταθμοί που έγιναν σπίτια

Ένα από τα πιο χαρακτηριστικά παραδείγματα βρίσκεται στο προάστιο Coogee του Σίδνεϊ. Ένας πρώην υποσταθμός ηλεκτρικής ενέργειας, με χοντρούς τοίχους από τούβλο, βιομηχανικές πόρτες και ψηλοτάβανους χώρους, βγήκε στην αγορά προκαλώντας τεράστιο ενδιαφέρον. Σύμφωνα με μεσιτικά στοιχεία, δέχθηκε εκατοντάδες αιτήματα ενδιαφέροντος από υποψήφιους αγοραστές και επενδυτές που οραματίζονται τη μετατροπή του σε ένα ιδιαίτερο loft ή σε μια boutique κατοικία.



Οι ειδικοί της αγοράς ακινήτων σημειώνουν ότι τέτοια κτίρια διαθέτουν χαρακτηριστικά που δύσκολα βρίσκει κανείς στις σύγχρονες κατασκευές: αυθεντικότητα, βιομηχανική αισθητική, μεγάλα ύψη και ισχυρή αρχιτεκτονική ταυτότητα.

Η νέα πολυτέλεια δεν είναι πάντα καινούργια

Το ενδιαφέρον είναι ότι οι μετατροπές αυτές δεν απευθύνονται κυρίως σε όσους αναζητούν οικονομική κατοικία. Αντίθετα, αρκετά από αυτά τα ακίνητα καταλήγουν να γίνουν premium residences υψηλής αξίας.

Η τάση ακολουθεί ένα διεθνές ρεύμα που βλέπει τα παλιά βιομηχανικά κτίρια όχι ως εγκαταλελειμμένες υποδομές αλλά ως «καμβάδες» για σύγχρονη αρχιτεκτονική. Το αποτέλεσμα είναι σπίτια που διατηρούν στοιχεία του παρελθόντος αλλά προσφέρουν όλες τις ανέσεις του σήμερα.

Λύνουν πραγματικά το πρόβλημα;

Εδώ ακριβώς ξεκινά η μεγάλη συζήτηση.

Υποστηρικτές της τάσης θεωρούν ότι κάθε επανάχρηση κτιρίου συμβάλλει στην καλύτερη αξιοποίηση του αστικού χώρου και μειώνει την ανάγκη για νέες κατασκευές. Παράλληλα, προστατεύεται ένα κομμάτι της βιομηχανικής

και αστικής κληρονομιάς των πόλεων.

Οι επικριτές, ωστόσο, υποστηρίζουν ότι πολλές τέτοιες μετατροπές δημιουργούν ακόμη περισσότερες κατοικίες για εύπορους αγοραστές, χωρίς να αντιμετωπίζουν το βασικό πρόβλημα της προσιτής στέγασης. Σε αρκετές περιοχές της Αυστραλίας υπάρχει ήδη έντονη συζήτηση για το κατά πόσο η μετατροπή παλαιών κτιρίων σε πολυτελή ακίνητα ενισχύει τον εξευγενισμό (gentrification) και απομακρύνει τους κατοίκους μεσαίου εισοδήματος από τις πόλεις.

Το μέλλον των πόλεων ίσως κρύβεται στο παρελθόν

Ανεξάρτητα από το αν λύνουν ή όχι το στεγαστικό πρόβλημα, οι μετατροπές παλιών υποσταθμών σε κατοικίες δείχνουν πώς αλλάζει η αντίληψη για το real estate παγκοσμίως. Εκεί που κάποτε υπήρχαν καλώδια, μετασηματιστές και βιομηχανικός εξοπλισμός, σήμερα σχεδιάζονται σαλόνια, υπνοδωμάτια και χώροι ευεξίας.

Και ίσως αυτό να είναι το πιο ενδιαφέρον στοιχείο της ιστορίας: σε μια εποχή όπου οι πόλεις δυσκολεύονται να βρουν χώρο για να αναπτυχθούν, η λύση δεν βρίσκεται πάντα στην κατασκευή νέων κτιρίων. Μερικές φορές βρίσκεται στο να δώσουμε μια δεύτερη ζωή σε αυτά που ήδη υπάρχουν.

Summer vibes και λαμπερές παρουσίες στο Grand Summer Opening του EGO στην Καλαμάτα

Με έντονο καλοκαιρινό παλμό, εντυπωσιακές παρουσίες και ατμόσφαιρα που θύμιζε διεθνή summer destination, πραγματοποιήθηκε το Grand Summer Opening του EGO All Day Exclusive Bar Restaurant στην παραλία της Καλαμάτας, σηματοδοτώντας την έναρξη μιας ακόμη δυναμικής σεζόν.

Το αγαπημένο σημείο συνάντησης της πόλης υποδέχθηκε φίλους, συνεργάτες, εκπροσώπους των media, influencers και προσωπικότητες της ελληνικής showbiz, που ταξίδεψαν από την Αθήνα για να βρεθούν δίπλα στους ιδιοκτήτες του EGO, Νίκο Μαλαπέτσα και Λεωνίδα Τριανταφυλλόπουλο. Ανάμεσα στους καλεσμένους που έδωσαν το «παρών» ήταν η Αλεξάνδρα Παναγιώταρου, ο Κώστας Φραγκολιάς, ο Δημήτρης Αλεξάνδρου και η Δήμητρα Αλεξανδράκη.

Με φόντο το γαλάζιο του Μεσσηνιακού Κόλπου και τη μαγευτική θέα στον Ταΰγετο, οι προσκεκλημένοι απόλαυσαν τις νέες γευστικές προτάσεις του μενού, signature premium cocktails και τη μοναδική φιλοξενία που έχει καθιερώσει το EGO ως έναν από τους κορυφαίους προορισμούς διασκέδασης στη Μεσσηνία.

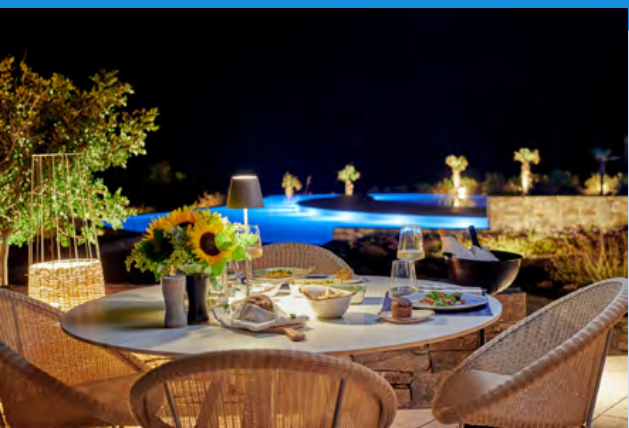
Η βραβευμένη αρχιτεκτονική του χώρου, που έχει διακριθεί μεταξύ άλλων με το BIG SEE Tourism Design Award, συνδυάζει φυσικά υλικά, εξωτικές φυτεύσεις και σύγχρονο design, δημιουργώντας ένα σκηνικό υψηλής αισθητικής.

Για τη φετινή σεζόν, το EGO παρουσιάζει ανανεωμένο menu με δημιουργικές fusion γεύσεις και νέα cocktail list με premium αποστάγματα. Με σταθερή παρουσία στην κοινωνική και επιχειρηματική ζωή της Μεσσηνίας, συνεχίζει να αποτελεί σημείο αναφοράς για τη γαστρονομία, την ψυχαγωγία και την αυθεντική καλοκαιρινή εμπειρία.



Δημήτρης Αλεξάνδρου - Νίκος Μαλαπέτσα - Αγγελική Μαλαπέτσα - Αλεξάνδρα Παναγιώταρου - Θάνος Βαμβακάς - Δήμητρα Αλεξανδράκη - Μαρία Μαλαπέτσα - Λεωνίδας Τριανταφυλλόπουλος

Το Galazia Hytra υποδέχεται τη νέα θερινή σεζόν στο Summer Senses Luxury Resort της Πάρου



Το βραβευμένο εστιατόριο Galazia Hytra, στο Summer Senses Luxury Resort στη Μάρπητσα της Πάρου, άνοιξε και φέτος τις πόρτες του, προσκαλώντας τους επισκέπτες σε ένα ξεχωριστό γαστρονομικό ταξίδι με φόντο το απέραντο γαλάζιο του Αιγαίου.

Σε συνεργασία με τη βραβευμένη με αστέρι Michelin Hytra της Αθήνας, το Galazia Hytra συνεχίζει να αναδεικνύει τη σύγχρονη ελληνική γαστρονομία μέσα από δημιουργικές προτάσεις που τιμούν τις τοπικές πρώτες ύλες και τις αυθεντικές γεύσεις των Κυκλάδων. Από το 2019, το εστιατόριο έχει καθιερωθεί ως ένας από τους σημαντικότερους γαστρονομικούς προορισμούς της Πάρου, προσελκύνοντας επισκέπτες που αναζητούν υψηλού επιπέδου γευστικές εμπειρίες.

Ο χώρος ενσωματώνεται αρμονικά στο κυκλαδίτικο τοπίο, αναπτύσσεται σε πέτρινες αναβαθμίσεις και προσφέρει πανοραμική θέα προς το Πίσω Λιβάδι και το

Αιγαίο Πέλαγος. Η διακριτική αισθητική, τα φυσικά υλικά και ο ατμοσφαιρικός φωτισμός δημιουργούν το ιδανικό σκηνικό για ένα ιδιαίτερο δείπνο κάτω από τον καλοκαιρινό ουρανό.

Την επιμέλεια της κουζίνας έχει ο σεφ Γιάννης Φυντάνης, ο οποίος συνδυάζει παράδοση και δημιουργικότητα, αναδεικνύοντας τη σύγχρονη ταυτότητα της ελληνικής κουζίνας μέσα από καθαρές γεύσεις και ισορροπημένες συνθέσεις.

«Η κουζίνα μας στη Galazia Hytra είναι ένας ζωντανός διάλογος ανάμεσα στην παράδοση και το σήμερα. Κάθε πιάτο αποτυπώνει το φως, τα αρώματα και την αύρα του Αιγαίου», σημειώνει ο σεφ.

Για ακόμη μία χρονιά, το Galazia Hytra υπόσχεται μια αυθεντική εμπειρία γεύσης που συνδυάζει τη φιλοξενία, τη γαστρονομία και τη μοναδική ομορφιά της Πάρου.



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



Κορτιζόλη, η ορμόνη του στρες



Η σχέση με τα ΑΥΤΟΑΝΟΣΑ ΡΕΥΜΑΤΙΚΑ ΝΟΣΗΜΑΤΑ

Η κορτιζόλη, γνωστή και ως «ορμόνη του στρες», αποτελεί μία από τις σημαντικότερες ορμόνες του οργανισμού. Παράγεται από τα επινεφρίδια και παίζει καθοριστικό ρόλο στη ρύθμιση του μεταβολισμού, της αρτηριακής πίεσης, του ύπνου, της φλεγμονής και της λειτουργίας του ανοσοποιητικού συστήματος.

Η σχέση μεταξύ κορτιζόλης και αυτοάνοσων νοσημάτων είναι ιδιαίτερα πολύπλοκη και αμφίδρομη.

Τι συμβαίνει φυσιολογικά;

Όταν ο οργανισμός αντιμετωπίζει μια κατάσταση στρες, ενεργοποιείται ο άξονας υποθαλάμου-υπόφυσης-επινεφριδίων (HPA axis), με αποτέλεσμα την αύξηση της παραγωγής κορτιζόλης.

Η κορτιζόλη:

- μειώνει τη φλεγμονή,
- περιορίζει την υπερβολική ενεργοποίηση του ανοσοποιητικού,
- προστατεύει τους ιστούς από βλάβες λόγω έντονης ανοσιακής αντίδρασης.

Αυτός είναι και ο λόγος που τα συνθετικά κορτικοστεροειδή αποτελούν βασικό όπλο στη θεραπεία πολλών αυτοάνοσων νοσημάτων.

Τι συμβαίνει στο χρόνια στρες;

Το πρόβλημα εμφανίζεται όταν το στρες γίνεται χρόνια.

Η παρατεταμένη έκθεση σε αυξημένα επίπεδα κορτιζόλης μπορεί να οδηγήσει σε:

- δυσρρύθμιση του ανοσοποιητικού συστήματος,

- διαταραχή της ισορροπίας μεταξύ προφλεγμονωδών και αντιφλεγμονωδών κυτταροκινών,
- αλλαγές στο μικροβίωμα του εντέρου,
- αυξημένο οξειδωτικό στρες,
- διαταραχές ύπνου.

Με τον χρόνο, το σώμα μπορεί να εμφανίσει ένα φαινόμενο που ονομάζεται αντίσταση στην κορτιζόλη (glucocorticoid resistance). Σε αυτήν την κατάσταση, τα κύτταρα γίνονται λιγότερο ευαίσθητα στη δράση της, με αποτέλεσμα η φυσική αντιφλεγμονώδης προστασία να εξασθενεί.

Αυτοάνοσα νοσήματα και κορτιζόλη

Μελέτες έχουν δείξει ότι σε αρκετά αυτοάνοσα νοσήματα παρατηρούνται διαταραχές του άξονα HPA:

- Ρευματοειδής Αρθρίτιδα
- Συστηματικός Ερυθηματώδης Λύκος
- Σύνδρομο Sjögren
- Πολλαπλή Σκλήρυνση
- Νόσος Hashimoto

Σε ορισμένους ασθενείς η παραγωγή κορτιζόλης φαίνεται να είναι ανεπαρκής σε σχέση με το επίπεδο της φλεγμονής που αντιμετωπίζει ο οργανισμός.

Αυτό μπορεί να συμβάλει στη διατήρηση της φλεγμονώδους δραστηριότητας και ενδεχομένως να επηρεάζει την πορεία της νόσου.

Ο ύπνος ως κρίσιμος κρίκος

Η κορτιζόλη ακολουθεί φυσιολογικά έναν κερκάρδιο ρυθμό: υψηλότερη το πρωί, χαμηλότερη το βράδυ.

Η χρόνια αϋπνία, οι συχνές αφυπνίσεις και ο κακής ποιότητας ύπνος διαταράσσουν αυτόν τον ρυθμό.

Αποτέλεσμα:

- αυξημένη παραγωγή φλεγμονωδών κυτταροκινών,
- μεγαλύτερη κόπωση,
- περισσότερος πόνος,
- πιθανή επιδείνωση των συμπτωμάτων των αυτοάνοσων νοσημάτων.

Δεν είναι τυχαίο ότι πολλοί ασθενείς αναφέρουν εξάρσεις μετά από περιόδους έντονου ψυχολογικού ή σωματικού στρες.

Μπορεί η μείωση του στρες να βοηθήσει;

Η μείωση του στρες δεν θεραπεύει ένα αυτοάνοσο νόσημα. Ωστόσο μπορεί να συμβάλει σημαντικά:



- στη βελτίωση της ποιότητας ζωής
- στη μείωση της κόπωσης
- στη βελτίωση του ύπνου
- στη μείωση της αντίληψης του πόνου
- στην καλύτερη συμμόρφωση στη θεραπεία

Τεχνικές όπως:

- τακτική άσκηση,
- μεσογειακή διατροφή,
- επαρκής ύπνος,
- διαχείριση άγχους,
- κοινωνική υποστήριξη,

φαίνεται ότι βοηθούν στη διατήρηση μιας πιο φυσιολογικής λειτουργίας του άξονα στρες-ανοσοποιητικού.

Συμπέρασμα

Η κορτιζόλη δεν είναι απλώς η «ορμόνη του στρες». Αποτελεί έναν βασικό ρυθμιστή της επικοινωνίας μεταξύ εγκεφάλου, ενδοκρινικού και ανοσοποιητικού συστήματος. Όταν το στρες είναι παροδικό, η κορτιζόλη λειτουργεί προστατευτικά.

Όταν όμως το στρες γίνεται χρόνιο, η δυσρύθμιση της κορτιζόλης μπορεί να επηρεάσει αρνητικά τη φλεγμονή και να συμβάλει στην πορεία των αυτοάνοσων νοσημάτων.

Ίσως τελικά η σχέση κορτιζόλης και αυτοανοσίας να μας υπενθυμίζει κάτι πολύ σημαντικό: ότι το ανοσοποιητικό σύστημα δεν λειτουργεί απομονωμένα, αλλά βρίσκεται σε συνεχή διάλογο με τον εγκέφαλο, τις ορμόνες και τον τρόπο ζωής μας.



Η STR Teen της Stradivarius παρουσιάζει τη νέα συλλογή Cargo Season

Η STR Teen, η πιο νεανική σειρά της Stradivarius, λανσάρει τη νέα συλλογή Cargo Season, μια πρόταση που αποτυπώνει τη δυναμική ενέργεια της νέας γενιάς μέσα από sporty επιρροές, utility αισθητική και σύγχρονο street style.

Σχεδιασμένη για όσους βρίσκονται διαρκώς σε κίνηση, η νέα συλλογή αντλεί έμπνευση από την αυθόρμητη καθημερινότητα και μετατρέπει κάθε στιγμή σε ευκαιρία προσωπικής έκφρασης. Στο επίκεντρο βρίσκονται τα cargo παντελόνια και οι multirocket γραμμές, που αναδεικνύονται στους απόλυτους πρωταγωνιστές της σεζόν. Άνετα, πρακτικά και ευέλικτα, προσαρμόζονται εύκολα σε κάθε περίπτωση, συνδυάζοντας λειτουργικότητα και στιλ.

Τα cargo pieces πλαισιώνονται από slogan tops, sporty T-shirts και ριγέ σετ που προσθέτουν μια χαλαρή και μοντέρνα διάθεση στις εμφανίσεις. Η χρωματική παλέτα κινείται σε γήινους και φυσικούς τόνους, με αποχρώσεις όπως olive, sand, λευκό και washed green να κυριαρχούν, ενισχύοντας τον αυθεντικό utility χαρακτήρα της συλλογής.

Τα αξεσουάρ συμπληρώνουν ιδανικά το νέο fashion αφήγημα της STR Teen. Minimal γυαλιά ηλίου, flat σανδάλια και διακριτικά κοσμήματα προσθέτουν τις απαραίτητες λεπτομέρειες για ολοκληρωμένα καλοκαιρινά looks με ανεπιτήδευτη αισθητική.

Με τη συλλογή Cargo Season, η STR Teen επιβεβαιώνει τη σύνδεσή της με τις σύγχρονες τάσεις και τον παλμό της νεανικής μόδας, προτείνοντας κομμάτια που συνδυάζουν άνεση, πρακτικότητα και προσωπικότητα. Και αν υπάρχει ένα item που ξεχωρίζει φέτος, αυτό δεν είναι άλλο από το cargo παντελόνι, το απόλυτο fashion statement του καλοκαιριού.

The Designer Edit x Moxy Athens City: Ένα showroom αφιερωμένο στην ελληνική μόδα στην καρδιά της Αθήνας

Το rooftop του Moxy Athens City ετοιμάζεται να φιλοξενήσει μια ξεχωριστή βραδιά αφιερωμένη στη δημιουργικότητα, το στιλ και τη σύγχρονη ελληνική μόδα. Την Τετάρτη 18 Ιουνίου, το ξενοδοχείο, υπό τη διαχείριση της SWOT Hospitality, υποδέχεται το The Designer Edit, ένα fashion pop-up showroom event που φέρνει στο προσκήνιο δέκα ανεξάρτητους Έλληνες designers και brands.

Με φόντο τον αθηναϊκό ουρανό και την ιδιαίτερη ατμόσφαιρα του rooftop, οι επισκέπτες θα έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν από κοντά νέες συλλογές, να ανακαλύψουν μοναδικά σχέδια, να δοκιμάσουν και να αποκτήσουν επιλεγμένα κομμάτια, ενώ θα απολαμβάνουν cocktails και μουσικές επιλογές σε ένα σύγχρονο lifestyle περιβάλλον.

Το The Designer Edit φιλοδοξεί να αποτελέσει κάτι περισσότερο από ένα κλασικό showroom. Πρόκειται για μια editorial εμπειρία που δημιουργεί άμεση σύνδεση ανάμεσα στους δημιουργούς και το κοινό, αναδεικνύοντας τη νέα γενιά της ελληνικής μόδας και προσφέροντας έναν χώρο αλληλεπίδρασης, έμπνευσης και ανταλλαγής ιδεών.

Το rooftop του Moxy Athens City μετατρέπεται σε έναν δημιουργικό καμβά όπου παρουσιάζονται συλλογές σχεδιασμένες και παραγόμενες στην Ελλάδα, επιβεβαιώνοντας τη δυναμική, την αισθητική ταυτότητα και τη σύγχρονη ματιά του εγχώριου fashion design.

Στην εκδήλωση συμμετέχουν οι δημιουργοί και τα brands: Katerina Chatzipetraki, Cleo Gatzeli, The KNLS, ΦΑΟΣ, Laskarina, Zebras & Libras, Marilia Fragg, Beauty of Majesty, The Backlot Project και Nika Athens.

Μια βραδιά που συνδυάζει μόδα, δημιουργικότητα και urban lifestyle, στο κέντρο της Αθήνας.





Η Miele παρουσιάζει το M Sense: Το έξυπνο σύστημα μαγειρέματος που αποτρέπει το κάψιμο και το ξεχειλίσμα

Η Miele εγκαινιάζει μια νέα εποχή στην κουζίνα, παρουσιάζοντας τη σειρά επαγγελματικών εστιών KM 8000 και το καινοτόμο σύστημα μαγειρέματος M Sense, μια τεχνολογία που υπόσχεται μεγαλύτερη άνεση, ακρίβεια και έλεγχο στο καθημερινό μαγείρεμα. Με κεντρικό μήνυμα «Τίποτα δεν καίγεται, τίποτα δεν ξεχειλίζει», η νέα πρόταση της εταιρείας δημιουργεί ένα ολοκληρωμένο έξυπνο οικοσύστημα που συνδέει εστίες, σκεύη και εφαρμογή κινητού.

Οι νέες εστίες KM 8000 διαθέτουν επαγωγή πλήρους επιφάνειας, επιτρέποντας την ελεύθερη τοποθέτηση των σκευών χωρίς προκαθορισμένες ζώνες μαγειρέματος. Το σύστημα αναγνωρίζει αυτόματα τη θέση τους και διατηρεί τις ίδιες ρυθμίσεις ακόμη και όταν μετακινούνται. Παράλληλα, ο premium σχεδιασμός με επιφάνειες Matt Finish και Diamond Finish συνδυάζει κομψότητα και ανθεκτικότητα.

Στην καρδιά της νέας εμπειρίας βρίσκεται το M Sense, το πρώτο παγκοσμίως σύστημα μαγειρικών σκευών με ενσωματωμένους αισθητήρες θερμοκρασίας και χειριστήριο αφής. Τα σκεύη επικοινωνούν απευθείας με τις εστίες, προσαρμόζοντας αυτόματα την ισχύ ανάλογα με το είδος μαγειρέματος, είτε πρόκειται για βράσιμο, στάρισμα ή ζέσταμα.

Έως και τέσσερα σκεύη μπορούν να λειτουργούν ταυτόχρονα με αυτόματο έλεγχο, ενώ τα ειδικά καπάκια συμβάλλουν στην αποφυγή του ξεχειλίσματος και στη μείωση της κατανάλωσης ενέργειας έως και 30% κατά το μαγείρεμα με καπάκι.

Μέσω της εφαρμογής Miele App, οι χρήστες αποκτούν πρόσβαση σε λειτουργίες όπως το CookAssist, που παρέχει καθοδήγηση για συνταγές και μεγαλύτερο έλεγχο της διαδικασίας μαγειρέματος.

Syoss Intense Glaze: Η νέα glossy εμπειρία περιποίησης ταξιδεύει σε όλη την Αττική



Το Syoss, το brand που εδώ και περισσότερα από 45 χρόνια προσφέρει επαγγελματικές λύσεις περιποίησης μαλλιών στο σπίτι, παρουσιάζει τη νέα σειρά Syoss Intense Glaze και φέρνει τη λάμψη πιο κοντά από ποτέ στους καταναλωτές.

Η νέα σειρά υπόσχεται το πολυπόθητο lamination effect, χαρίζοντας στα μαλλιά εντυπωσιακή λάμψη, λεία όψη και μεταξένια απαλότητα. Μέχρι σήμερα, το συγκεκριμένο αποτέλεσμα αποτελούσε προνόμιο των κομμωτηρίων και των εξειδικευμένων υπηρεσιών περιποίησης. Με το Syoss Intense Glaze, όμως, η επαγγελματική φροντίδα γίνεται εύκολα και γρήγορα μέρος της καθημερινής ρουτίνας στο σπίτι.

Χάρη στη σύνθεσή της με Silicium Shine Complex, η σειρά προσφέρει έντονη λάμψη και αίσθηση απαλότητας που διαρκεί, αναδεικνύοντας τη φυσική ομορφιά των μαλλιών και προσφέροντας αποτέλεσμα που θυμίζει επαγγελματικό styling.

Με αφορμή το λανσάρισμα της νέας σειράς, το Syoss διοργανώνει ένα ξεχωριστό καλοκαιρινό roadshow στην Αττική. Ένα εντυπωσιακό glossy Syoss van θα επισκεφθεί έξι δημοφιλείς προορισμούς, προσφέροντας διαδραστικές εμπειρίες, fun activations και μοναδικές εκπλήξεις αφιερωμένες στη λάμψη των μαλλιών.

Οι επισκέπτες θα έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν από κοντά τα προϊόντα της σειράς Syoss Intense Glaze, να ενημερωθούν για τα οφέλη τους και να ανακαλύψουν τα μυστικά για υγιή, λαμπερά και μεταξένια μαλλιά κάθε μέρα.

Οι επόμενες στάσεις του Syoss Van περιλαμβάνουν την Κηφισιά, την Πλατεία Κοτζιά, το Χαλάνδρι, τη Γλυφάδα, το Varkiza Resort και το Smart Park, μεταφέροντας τη glossy εμπειρία του Syoss σε όλη την Αττική αυτό το καλοκαίρι.



New Balance 1080v15: Το πιο αγαπημένο running παπούτσι της εταιρείας αποκτά την πιο κομψή του εμφάνιση

Η New Balance παρουσιάζει μια νέα εκδοχή του δημοφιλούς 1080v15, του μοντέλου που έχει κατακτήσει δρομείς και λάτρεις της άνεσης χάρη στον ιδανικό συνδυασμό απόδοσης και καθημερινής χρηστικότητας. Η νέα χρωματική πρόταση έρχεται να ενισχύσει ακόμη περισσότερο τον χαρακτήρα του, προσφέροντας ένα πιο μίνιμαλ και ευέλικτο αισθητικό αποτέλεσμα που ταιριάζει εξίσου στις προπονήσεις αλλά και στις καθημερινές εμφανίσεις.

Το νέο 1080v15 Sea Salt with Fast Track ξεχωρίζει για το κομψό off-white επάνω μέρος, το οποίο συνδυάζεται με διακριτικές γκρι λεπτομέρειες και μια ιδιαίτερη καφέ-μπορντό απόχρωση στη μεσαία σόλα. Το αποτέλεσμα είναι ένα σύγχρονο και διαχρονικό sneaker που αποδεικνύει ότι η υψηλή τεχνολογία μπορεί να συνυπάρχει αρμονικά με το design.

Πέρα από την εμφάνιση, το μοντέλο διατηρεί όλα τα χαρακτηριστικά που το έχουν καθιερώσει ως ένα από τα κορυφαία καθημερινά running shoes της αγοράς. Διαθέτει τη νέα τεχνολογία Infinion Foam στη μεσαία σόλα, η οποία προσφέρει ακόμη μεγαλύτερη απορρόφηση κραδασμών και επιστροφή ενέργειας, ενώ η προσθήκη επιπλέον αφρού κατά 2 χιλιοστά στη φτέρνα και στο μπροστινό μέρος ενισχύει την άνεση σε κάθε βήμα.

Η ανδρική έκδοση κυκλοφορεί στην απόχρωση Sea Salt with Fast Track, ενώ η γυναικεία εκδοχή, Angora with Digital Mist, αντικαθιστά τη μπορντό λεπτομέρεια με μια απαλή λιλά απόχρωση.

Το νέο New Balance 1080v15 είναι διαθέσιμο από τις 16 Ιουνίου μέσω του δικτύου της εταιρείας, με προτεινόμενη τιμή λιανικής 170 δολάρια (περίπου 148 ευρώ). Η διαθεσιμότητά του στην ελληνική αγορά αναμένεται μέσα από επιλεγμένα καταστήματα New Balance και συνεργαζόμενα σημεία πώλησης.

Timex T80 Resin: Το εμβληματικό ψηφιακό ρολόι των '80s επιστρέφει με άρωμα '90s



Η Timex επαναφέρει ένα από τα πιο αναγνωρίσιμα μοντέλα της, παρουσιάζοντας δύο νέες εκδόσεις του θρυλικού T80 που συνδυάζουν τη νοσταλγία των '80s με την αισθητική των '90s. Το νέο Timex T80 Resin διατηρεί τον κλασικό ψηφιακό χαρακτήρα που το καθιέρωσε, αποκτώντας όμως μια πιο σύγχρονη και παιχνιδιάρικη εμφάνιση.

Σε αντίθεση με τα παραδοσιακά T80 που διαθέτουν μεταλλική κάσα και μπρασελέ, οι νέες εκδόσεις κατασκευάζονται από ημιδιάφανη ρητίνη, επιτρέποντας να διακρίνονται εσωτερικά στοιχεία του μηχανισμού. Το μοντέλο κυκλοφορεί σε δύο χρωματικές επιλογές: διάφανο με μπλε λεπτομέρειες και πράσινο με κίτρινες πινελιές, θυμίζοντας εμβληματικά gadgets της δεκαετίας του '90, όπως το iMac G3 και το Nintendo 64.

Παρά τη σχεδιαστική ανανέωση, το T80 παραμένει πιστό στον χαρακτήρα του. Διαθέτει αξιόπιστο quartz μηχανισμό, τη χαρακτηριστική λειτουργία φωτισμού Indiglo, χρονογράφο, ξυπνητήρι, χρονοδιακόπτη και ένδειξη ημερομηνίας. Με διάμετρο μόλις 34 χιλιοστά και ελαφρύτερη κατασκευή χάρη στη ρητίνη, προσφέρει ακόμη μεγαλύτερη άνεση για καθημερινή χρήση.

Το νέο Timex T80 Resin είναι ήδη διαθέσιμο μέσω της Timex σε τιμή 109 δολαρίων, δηλαδή περίπου 95 ευρώ, αποτελώντας μία από τις πιο προσιτές και νοσταλγικές προτάσεις της χρονιάς για τους φίλους των retro ρολογιών.



Η Cyclon επιστρέφει στο Ράλλυ Ακρόπολις με τον πρωταθλητή Matteo Fontana

Η Cyclon δίνει και φέτος δυναμικό «παρών» στο Ράλλυ Ακρόπολις, έναν από τους σημαντικότερους αγώνες του Παγκοσμίου Πρωταθλήματος Ράλλυ (WRC), που θα διεξαχθεί από τις 25 έως τις 28 Ιουνίου. Παραμένοντας πιστή στη μακρόχρονη σχέση της με τον μηχανοκίνητο αθλητισμό, η εταιρεία συνεχίζει να επενδύει σε νέους οδηγούς που ξεχωρίζουν για το ταλέντο και τις επιδόσεις τους.

Η ιστορία της Cyclon στο Ράλλυ Ακρόπολις ξεκινά από τη δεκαετία του '80, όταν το θρυλικό δίδυμο των «Jigger» και Κώστα Στεφανή πρωταγωνιστούσε στις απαιτητικές ελληνικές ειδικές διαδρομές, κατακτώντας επί πέντε συνεχόμενα χρόνια την κορυφή των ελληνικών πληρωμάτων.

Σήμερα, η Cyclon στηρίζει τον Matteo Fontana, παγκόσμιο πρωταθλητή WRC3 για το 2025 και ένα από τα πιο ελπιδοφόρα ονόματα της νέας γενιάς των Ράλλυ. Ο 23χρονος Ιταλός έχει ήδη αφήσει το στίγμα του στο Ράλλυ Ακρόπολις, καθώς το 2024 κατέκτησε την πρώτη θέση στην κατηγορία Rally3 και τερμάτισε 15ος στη γενική κατάταξη.

Μαζί με τον συνοδηγό του, Alessandro Arnaboldi, θα βρεθεί και φέτος στις σκληρές χωμάτινες διαδρομές της Ελλάδας, έχοντας στο πλευρό του τα λιπαντικά Cyclon, τα οποία έχουν σχεδιαστεί για να ανταποκρίνονται στις υψηλές απαιτήσεις αντοχής και αξιοπιστίας που χαρακτηρίζουν τον κορυφαίο αυτό αγώνα.

«Είμαστε ιδιαίτερα υπερήφανοι που υποστηρίζουμε τον ταλαντούχο Matteo Fontana και ανυπομονούμε για την έναρξη του 70ού Ράλλυ Ακρόπολις», δήλωσε ο Βασίλης Μόνος, Εμπορικός Διευθυντής της LPC, επιβεβαιώνοντας τη διαχρονική δέσμευση της Cyclon στον μηχανοκίνητο αθλητισμό.

Nike Zoom Skylon 11: Το επόμενο viral sneaker της Nike επιστρέφει από το 2008



Η Nike συνεχίζει δυναμικά την αναβίωση εμβληματικών running μοντέλων της δεκαετίας του 2000 και όλα δείχνουν πως το Zoom Skylon 11 είναι ο επόμενος μεγάλος πρωταγωνιστής.

Μετά την επιτυχία των Vomero 5, Total 90 και Shox, η εταιρεία επαναφέρει ένα sneaker που μπορεί να μην έγινε ποτέ mainstream, αλλά απέκτησε φανατικό κοινό και cult χαρακτήρα.

Το Zoom Skylon 11 πρωτοκυκλοφόρησε το 2008 ως το τελευταίο μοντέλο της ιστορικής σειράς Skylon. Σήμερα επιστρέφει με όλα τα χαρακτηριστικά που αγαπήθηκαν από τους fans του: κυψελωτό mesh επάνω μέρος για καλύτερη διαπνοή, συνθετικές επικαλύψεις με έντονη Y2K αισθητική και μονάδες Zoom Air που προσφέρουν άνεση και απορρόφηση κραδασμών.

Σε αντίθεση με τα υπερενισχυμένα running shoes της εποχής, το Skylon 11 διατηρεί πιο χαμηλό προφίλ, ελαφριά κατασκευή και μεγαλύτερη ευελιξία, στοιχεία που το κάνουν ιδανικό τόσο για καθημερινή χρήση όσο και για lifestyle εμφανίσεις.

Η νέα έκδοση αναμένεται να κυκλοφορήσει μέσα στο 2026 με προτεινόμενη τιμή 135 δολάρια (περίπου 120 ευρώ), ενώ στην ευρωπαϊκή αγορά εκτιμάται ότι θα διατεθεί κοντά στα 130 ευρώ.

Με το retro running trend να κυριαρχεί, πολλοί αναλυτές της sneaker αγοράς θεωρούν ότι το Zoom Skylon 11 έχει όλα τα φόντα να εξελιχθεί στο νέο μεγάλο hit της Nike.

quote of the day

ΤΟ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟ ΛΑΘΟΣ ΣΤΟ MARKETING ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΝΑ ΜΗΝ ΣΕ ΠΡΟΣΕΞΟΥΝ. ΕΙΝΑΙ ΝΑ ΣΕ ΘΥΜΟΥΝΤΑΙ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΑΘΟΣ ΛΟΓΟΥΣ.

Σήμερα
γιορτάζουν!
Ισμαήλ, Φήλιξ,
Φιλήκη



17 Ιουνίου

- > Παγκόσμια Ημέρα κατά της Ερημοποίησης και της Ξηρασίας
- > National Eat Your Vegetables Day
- > World Tessellation Day
- > Iceland Independence Day
- > Global Garbage Man Day
- > National Apple Strudel Day
- > National Mascot Day