

Θα ήταν ωραίο να γίνονταν
όλα τόσο γρήγορα...

Όπως στην Πειραιώς, που πραγματοποιείς τις καθημερινές σου συναλλαγές σε μια στιγμή, **online μέσω Piraeus e-banking και Piraeus app.**



Όποιος κι αν είναι ο τρόπος σου,
έχουμε τον τρόπο.

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

ΤΟ ΤΕΛΟΣ ΤΩΝ ΕΠΙΣΤΡΟΦΩΝ; Η ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΠΟΥ ΠΡΟΒΛΕΠΕΙ ΑΝ ΘΑ ΣΟΥ ΤΑΙΡΙΑΖΕΙ ΕΝΑ ΡΟΥΧΟ



ΜΟΟΚ ΓΙΑ ΝΑ ΜΗ ΣΕ ΠΙΑΝΕΙ Ο Κ.Ο.Κ.

0% ΑΛΚΟΟΛ.
0% ΘΕΡΜΙΔΕΣ.



green
ΜΕ ΑΛΗΘΕΙΕΣ.
ΚΑΙ ΦΥΣΑΛΙΔΕΣ.

COLAS - FLAVORS - MOCKTAILS - MIXERS

Good morning SayYessers!



Φτιάξε καφέ να στα πω...



Καλημέρα **SayYesser** και καλή εβδομάδα!!!

Η εβδομάδα ξεκινάει δυναμικά! Η ζωή δεν σου χρωστάει καλό χαρτί, μάθε να παίζεις την παρτίδα! Σταμάτα να κλαιγεις για τα χαρτιά που σου μοίρασε η ζωή. Είναι η πιο εύκολη, η πιο δειλή δικαιολογία για να μένεις στάσιμος. Όλοι ξέρουμε να κερδίζουμε όταν όλα μας έρχονται δεξιά, όταν έχουμε τις πλάτες, τα λεφτά, τις ευκαιρίες ή την τύχη με το μέρος μας. Εκεί δεν χρειάζεται προσπάθεια, χρειάζεται απλά να είσαι παρών. Η πραγματική μαγική όμως φαίνεται όταν η τράπουλα είναι σημαδεμένη εναντίον σου.

Η ζωή δεν είναι ζήτημα του να κρατάς καλά χαρτιά, αλλά του να παίζεις καλά ένα κακό χαρτί.

Αυτή είναι η αλήθεια και όσο πιο γρήγορα το καταλάβεις, τόσο πιο γρήγορα θα σταματήσεις να νιώθεις το θύμα της υπόθεσης. Κοιτάξεις γύρω σου και ζηλεύεις αυτούς που ξεκίνησαν από την κορυφή, αυτούς που τα βρήκαν όλα έτοιμα, θεωρώντας ότι εσύ αδικήθηκες. Και τι έγινε; Το να παραπονιέσαι για την ατυχία σου δεν άλλαξε ποτέ τη μοίρα κανενός. Το μόνο που καταφέρνεις είναι να χάνεις χρόνο και ενέργεια, τα οποία θα μπορούσες να επενδύσεις στο πώς θα ανατρέψεις το παιχνίδι.

Οι πιο δυνατές ιστορίες, οι άνθρωποι που θαυμάζεις πραγματικά, δεν είχαν ποτέ τα τέλεια χαρτιά. Είχαν όμως το πείσμα να μην τα παρατήσουν. Πήραν τα ελάχιστα που τους δόθηκαν, τις δυσκολίες, τις αναποδιές, τις αποτυχίες, και τις μετέτρεψαν σε στρατηγική. Έμαθαν να μπλοφάρουν, έμαθαν να ρισκάρουν και, κυρίως, έμαθαν να παίζουν με τους δικούς τους όρους, ακόμα κι όταν όλοι οι άλλοι περίμεναν να χάσουν.

Το να έχεις κακό χαρτί δεν είναι επιλογή σου. Το πώς θα το παίζεις όμως, είναι αποκλειστικά δική σου ευθύνη. Αν περιμένεις την τέλεια συγκυρία για να κινηθείς, θα μείνεις για πάντα θεατής. Σήκωσε το κεφάλι, κοίταξε την πραγματικότητα στα μάτια και κάνε την επόμενη κίνηση με αυτά που έχεις τώρα στα χέρια σου. Αυτός που ξέρει να χάνει σωστά, είναι αυτός που τελικά μαθαίνει πώς να κερδίζει τα πάντα.

Tip of the Day: Κάνε μια λίστα με τα τρία μεγαλύτερα εμπόδια που αντιμετωπίζεις αυτή τη στιγμή. Δίπλα σε καθένα, γράψε μία συγκεκριμένη, έστω και μικρή ενέργεια που μπορείς να κάνεις σήμερα για να το παρακάμψεις. Σταμάτα να κοιτάς το πρόβλημα και βρες τον τρόπο να παίζεις το χαρτί σου.

Claire Styliara
Chief of SayYessers



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

Η Heineken® παρουσιάζει τη νέα καμπάνια «Οι φανς έχουν περισσότερους φίλους»



Η Heineken® λανσάρει τη νέα της καμπάνια με τίτλο «Οι φανς έχουν περισσότερους φίλους», αναδεικνύοντας τη δύναμη των κοινών παθών να φέρνουν τους ανθρώπους πιο κοντά και να δημιουργούν αυθεντικές σχέσεις.

Είτε πρόκειται για το ποδόσφαιρο, τη μουσική ή τη Formula 1, τα κοινά ενδιαφέροντα αποτελούν συχνά την αφορμή για νέες γνωριμίες, συζητήσεις και φιλίες που ξεκινούν αυθόρμητα και διαρκούν στον χρόνο. Μέσα από τη νέα της καμπάνια, η Heineken® υπενθυμίζει ότι οι πιο ξεχωριστές στιγμές είναι εκείνες που μοιραζόμαστε με άλλους.

Ως σταθερός χορηγός του UEFA Champions League, του Release Athens και της Formula 1, η Heineken® βρίσκεται διαχρονικά δίπλα σε εμπειρίες που ενώνουν ανθρώπους από διαφορετικές χώρες και κουλτούρες μέσα από το ίδιο πάθος.

Στο πλαίσιο της καμπάνιας, οι καταναλωτές έχουν τη δυνατότητα να διεκδικήσουν μοναδικά δώρα και εμπειρίες ζωής. Αναζητώντας τον ειδικό κωδικό κάτω από το καπάκι μιας Heineken® και καταχωρίζοντάς τον στην επίσημη πλατφόρμα της εταιρείας, μπορούν να συμμετάσχουν σε κληρώσεις για ταξίδια και εμπειρίες που συνδέονται με κορυφαία αθλητικά και μουσικά γεγονότα.

Από sold out συναυλίες του Release Athens μέχρι τη μαγική ατμόσφαιρα του UEFA Champions League και τη συναρπαστική δράση της Formula 1 στην Ολλανδία, η Heineken® προσφέρει στους fans την ευκαιρία να βρεθούν πιο κοντά σε όσα αγαπούν.

Γιατί, όπως υπενθυμίζει η νέα καμπάνια, πίσω από κάθε κοινό ενδιαφέρον κρύβεται μια νέα φιλία. Και τελικά, οι φανς έχουν περισσότερους φίλους.

Good News

ROLCO: Επενδύει στην εκπαίδευση των εργαζομένων της για την προστασία της ανθρώπινης ζωής

Με επίκεντρο τον άνθρωπο και τη διαρκή ενίσχυση της ασφάλειας στον χώρο εργασίας, η ROLCO υλοποίησε πρόγραμμα εκπαίδευσης Πρώτων Βοηθειών για το προσωπικό της, σε συνεργασία με την ΕΕΥΠΠ ACTIVE SAFETY. Η πρωτοβουλία εντάσσεται στη συνολική στρατηγική της εταιρείας για την ανάπτυξη των εργαζομένων και την καλλιέργεια μιας ισχυρής κουλτούρας πρόληψης, φροντίδας και υπευθυνότητας.

Οι συμμετέχοντες εκπαιδεύτηκαν σε κρίσιμες τεχνικές αντιμετώπισης επειγόντων περιστατικών, όπως η Καρδιοπνευμονική Αναζωογόνηση (ΚΑΡΠΑ), η λαβή Heimlich και η διαχείριση περιστατικών λιποθυμίας, αποκτώντας πολύτιμες γνώσεις που μπορούν να αποδειχθούν σωτήριες τόσο στον εργασιακό χώρο όσο και στην καθημερινή ζωή.

Η δράση αυτή αποτελεί μέρος της διαρκούς επένδυσης της ROLCO στην ασφάλεια των ανθρώπων της. Στα επόμενα βήματα της εταιρείας περιλαμβάνονται η προμήθεια απινιδωτών στις εγκαταστάσεις της και η υλοποίηση επιπλέον εξειδικευμένων εκπαιδευτικών προγραμμάτων Πρώτων Βοηθειών.

Με περισσότερα από 75 χρόνια παρουσίας στην ελληνική αγορά, η ROLCO συνεχίζει να αποδεικνύει έμπρακτα ότι η επιχειρηματική ανάπτυξη συνδέεται άμεσα με τη φροντίδα των ανθρώπων. Μέσα από πρωτοβουλίες με ουσιαστικό κοινωνικό αποτύπωμα, επιβεβαιώνει τη δέσμευσή της στη δημιουργία ενός ασφαλούς εργασιακού περιβάλλοντος, όπου η πρόληψη, η αλληλεγγύη και η προστασία της ανθρώπινης ζωής αποτελούν καθημερινή προτεραιότητα.



Το τέλος των επιστροφών; Η τεχνολογία που προβλέπει αν θα σου ταιριάζει ένα ρούχο



Η βιομηχανία της μόδας επενδύει όλο και περισσότερο σε τεχνολογίες virtual fitting και digital try-on, καθώς οι εταιρείες αναζητούν τρόπους να μειώσουν τις επιστροφές προϊόντων και να βελτιώσουν την εμπειρία των online αγορών.

Οι ηλεκτρονικές αγορές έχουν αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο αγοράζουμε ρούχα, αλλά συνοδεύονται από ένα διαχρονικό πρόβλημα: τις επιστροφές. Ένα φόρεμα που φαίνεται ιδανικό στην οθόνη μπορεί να αποδειχθεί στενό στους ώμους, ένα παντελόνι να μην εφαρμόζει σωστά στη μέση ή ένα σακάκι να έχει διαφορετική γραμμή από αυτή που περίμενες.

Για τον λόγο αυτό, η μόδα παραμένει ένας από τους κλάδους με τα υψηλότερα ποσοστά επιστροφών στο ηλεκτρονικό εμπόριο.

Σήμερα, όμως, η τεχνολογία επιχειρεί να αντιμετωπίσει το πρόβλημα πριν καν ολοκληρωθεί η αγορά. Με τη βοήθεια της τεχνητής νοημοσύνης, της τρισδιάστατης απεικόνισης και της επαυξημένης πραγματικότητας, αναπτύσσονται συστήματα που μπορούν να εκτιμήσουν με μεγάλη ακρίβεια αν ένα ρούχο θα ταιριάζει στον καταναλωτή πριν αυτό φτάσει στην πόρτα του.

Από τους πίνακες μεγεθών στην τεχνητή νοημοσύνη

Για πολλά χρόνια, η μοναδική βοήθεια που παρείχαν τα ηλεκτρονικά καταστήματα ήταν ένας πίνακας μεγεθών. Το πρόβλημα είναι ότι το ίδιο μέγεθος μπορεί να διαφέρει σημαντικά από εταιρεία σε εταιρεία ή ακόμη και από συλλογή σε συλλογή.

Οι νέες πλατφόρμες virtual fitting επιχειρούν να ξεπεράσουν αυτόν τον περιορισμό. Ο χρήστης εισάγει βασικά στοιχεία, όπως ύψος, βάρος και σωματότυπο, ενώ σε ορισμένες περιπτώσεις μπορεί να ανεβάσει φωτογραφίες ή να πραγματοποιήσει σάρωση του σώματός του μέσω του κινητού τηλεφώνου.

Στη συνέχεια, αλγόριθμοι τεχνητής νοημοσύνης συγκρίνουν τα δεδομένα του χρήστη με τις ακριβείς διαστάσεις του ρούχου και υπολογίζουν την πιθανή εφαρμογή του. Αντί να εμφανίζεται απλώς το μέγεθος Medium ή Large, το σύστημα μπορεί να προτείνει το καταλληλότερο μέγεθος και να εξηγήσει αν η εφαρμογή θα είναι στενή, κανονική ή άνετη.



Όταν το ρούχο «γνωρίζει» τον αγοραστή

Η σημαντικότερη εξέλιξη δεν αφορά μόνο την απεικόνιση αλλά και την πρόβλεψη. Τα πιο εξελιγμένα συστήματα μαθαίνουν από τη συμπεριφορά των χρηστών και από εκατομμύρια προηγούμενες αγορές.

Αν ένας καταναλωτής επιστρέφει συχνά συγκεκριμένους τύπους ρούχων ή επιλέγει σταθερά πιο φαρδιές γραμμές, το σύστημα μπορεί να λάβει υπόψη αυτές τις προτιμήσεις στις επόμενες προτάσεις του. Με τον τρόπο αυτό, η διαδικασία γίνεται ολόενα και πιο εξατομικευμένη.

Η φιλοσοφία είναι απλή: αντί ο καταναλωτής να προσπαθεί να μαντέψει αν το ρούχο θα του ταιριάζει, η τεχνολογία προσπαθεί να υπολογίσει την πιθανότητα επιτυχίας πριν ολοκληρωθεί η αγορά.

Ένα οικονομικό και περιβαλλοντικό ζήτημα

Η μείωση των επιστροφών δεν αποτελεί μόνο ζήτημα ευκολίας για τον καταναλωτή. Για τις εταιρείες, κάθε επιστροφή συνεπάγεται σημαντικό λειτουργικό κόστος. Το προϊόν πρέπει να μεταφερθεί, να ελεγχθεί, να επανασυσκευαστεί και να επιστρέψει στο απόθεμα.

Παράλληλα, οι επιστροφές αυξάνουν το περιβαλλοντικό αποτύπωμα του ηλεκτρονικού εμπορίου. Οι επιπλέον μεταφορές συνεπάγονται περισσότερη κατανάλωση καυσίμων, περισσότερες εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα και μεγαλύτερη χρήση συσκευασιών.

Γι' αυτό πολλές εταιρείες μόδας επενδύουν πλέον σε τεχνολογίες πρόβλεψης εφαρμογής, θεωρώντας ότι μπορούν να μειώσουν τόσο το κόστος όσο και τη σπατάλη πόρων.

Μπορεί η τεχνολογία να αντικαταστήσει το δοκιμαστήριο;

Παρά την εντυπωσιακή πρόοδο, η τεχνολογία δεν μπορεί ακόμη να αναπαράγει πλήρως τη φυσική εμπειρία. Η υφή του υφάσματος, η αίσθηση του ρούχου στο σώμα και η άνεση κατά την κίνηση εξακολουθούν να είναι στοιχεία που δύσκολα αποτυπώνονται σε μια οθόνη.

Ωστόσο, ο στόχος δεν είναι απαραίτητα η κατάργηση του φυσικού δοκιμαστηρίου. Οι περισσότεροι ειδικοί εκτιμούν ότι το μέλλον θα είναι υβριδικό. Η ψηφιακή δοκιμή θα βοηθά τον καταναλωτή να κάνει πιο σωστές επιλογές από το σπίτι, ενώ τα φυσικά καταστήματα θα συνεχίσουν να προσφέρουν την εμπειρία της πραγματικής δοκιμής.

Η νέα εποχή των online αγορών

Η βιομηχανία της μόδας βρίσκεται μπροστά σε μια σημαντική μετάβαση. Μέχρι πρόσφατα, η αγορά ενός ρούχου μέσω διαδικτύου βασιζόταν κυρίως στην τύχη και στην εμπειρία του καταναλωτή. Σήμερα, η τεχνητή νοημοσύνη φιλοδοξεί να μετατρέψει αυτή τη διαδικασία σε μια πιο ακριβή και προσωποποιημένη εμπειρία.

Αναρωτιέσαι ακόμα πόσο κοντά βρισκόμαστε σε μια εποχή όπου η τεχνολογία θα γνωρίζει καλύτερα από εμάς ποιο ρούχο μάς ταιριάζει;

Το Ολυμπιακό Μουσείο Αθήνας γιορτάζει την Ολυμπιακή Ημέρα με ελεύθερη είσοδο και δωρεάν ξεναγήσεις

Με αφορμή την Ολυμπιακή Ημέρα, που γιορτάζεται κάθε χρόνο στις 23 Ιουνίου, το Ολυμπιακό Μουσείο Αθήνας ανοίγει τις πόρτες του στο κοινό με ελεύθερη είσοδο και δωρεάν ομαδικές περιηγήσεις, συμμετέχοντας στην παγκόσμια πρωτοβουλία «Let's Move» της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής και του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας.

Την Τρίτη 23 Ιουνίου, οι επισκέπτες θα έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν από κοντά τη συναρπαστική ιστορία των Ολυμπιακών Αγώνων μέσα από δύο δωρεάν ξεναγήσεις διάρκειας μίας ώρας, οι οποίες θα πραγματοποιηθούν στις 13:00 και στις 14:00. Για τη συμμετοχή απαιτείται τηλεφωνική κράτηση θέσης.

Η φετινή Ολυμπιακή Ημέρα εστιάζει στη σημασία της κίνησης και της φυσικής δραστηριότητας στην καθημερινότητα, ενθαρρύνοντας ανθρώπους κάθε ηλικίας να υιοθετήσουν έναν πιο ενεργό και υγιεινό τρόπο ζωής. Μέσα από το μήνυμα «Let's Move», αναδεικνύεται ο ρόλος της άσκησης στη βελτίωση της υγείας, της ευεξίας και της ποιότητας ζωής.

Η μόνιμη έκθεση του Ολυμπιακού Μουσείου Αθήνας ταξιδεύει τους επισκέπτες από τους μύθους της αρχαίας Ελλάδας και την αναβίωση των Ολυμπιακών Αγώνων το 1896 έως τη σύγχρονη Ολυμπιακή εποχή. Αυθεντικά εκθέματα, σπάνια κειμήλια, αρχαιολογικά υλικά, διαδραστικές εφαρμογές και προσωπικές ιστορίες αθλητών συνθέτουν μια μοναδική εμπειρία γνώσης και έμπνευσης.

Μέσα από τη συγκεκριμένη δράση, το Ολυμπιακό Μουσείο Αθήνας καλεί το κοινό να ανακαλύψει τη διαχρονική δύναμη των Ολυμπιακών αξιών και να γιορτάσει μια ημέρα αφιερωμένη στον αθλητισμό, τη συμμετοχή και την ανθρώπινη προσπάθεια.



Press Room

Η Lidl και το Tomorrowland ενώνουν δυνάμεις σε μια νέα διεθνή στρατηγική συνεργασία

Η Lidl και το Tomorrowland, ένα από τα μεγαλύτερα και πιο δημοφιλή μουσικά φεστιβάλ ηλεκτρονικής μουσικής παγκοσμίως, ανακοινώνουν μια νέα μακροπρόθεσμη στρατηγική συνεργασία που φέρνει κοντά ανθρώπους από όλο τον κόσμο μέσα από τη μουσική, τον πολιτισμό και τις κοινές εμπειρίες.

Η συνεργασία θα ξεκινήσει επίσημα τον Ιούλιο του 2026, στο Tomorrowland στο Boom του Βελγίου, όπου η Lidl θα δώσει δυναμικό «παρών» με ένα ειδικά διαμορφωμένο pop-up κατάστημα και έναν φούρνο Lidl, προσφέροντας φρέσκα προϊόντα και καθημερινές λύσεις στους χιλιάδες επισκέπτες του φεστιβάλ. Παράλληλα, θα λειτουργούν ειδικοί Σταθμοί Φρέσκων Τροφίμων με δωρεάν φρούτα για το κοινό.

Η συνεργασία θα επεκταθεί σε διαφορετικές διοργανώσεις του Tomorrowland, συμπεριλαμβανομένου του Tomorrowland Winter στη Γαλλία, ενισχύοντας τη διεθνή παρουσία και των δύο brands. Μέσα από αυτή τη σύμπραξη, η Lidl αναδεικνύει τη δέσμευσή της να βρίσκεται κοντά στους καταναλωτές, προσφέροντας ποιοτικά και προσιτά προϊόντα όχι μόνο στην καθημερινότητα, αλλά και σε σημαντικές στιγμές ψυχαγωγίας και κοινωνικής συνύπαρξης.

Το κατάστημα του φεστιβάλ θα διαθέτει μεγάλη ποικιλία προϊόντων, από φρέσκα φρούτα και λαχανικά έως σνακ και επιλεγμένα είδη non-food, ενώ ο φούρνος Lidl θα προσφέρει καθημερινά φρεσκοψημένα προϊόντα.

Με κοινές αξίες όπως η σύνδεση των ανθρώπων, η θετική ενέργεια και η προσβασιμότητα, Lidl και Tomorrowland εγκαινιάζουν μια συνεργασία που φιλοδοξεί να δημιουργήσει μοναδικές εμπειρίες για εκατοντάδες χιλιάδες επισκέπτες από όλο τον κόσμο.



Η πιο σύγχρονη τάση αποτυπώνεται στην αξία της προσφοράς



**ΟΣΟ ΦΥΣΙΚΟ
ΕΙΝΑΙ
ΝΑ ΠΙΝΕΙΣ
ΝΕΡΟ, ΤΟΣΟ ΦΥΣΙΚΟ
ΕΙΝΑΙ ΝΑ ΔΙΝΕΙΣ ΑΙΜΑ.**

**ΣΤΗΡΙΖΟΥΜΕ
ΤΗΝ ΕΘΕΛΟΝΤΙΚΗ
ΑΙΜΟΔΟΣΙΑ**

**ΚΑΝΕ ΤΗ ΔΙΑΦΟΡΑ.
ΓΙΝΕ ΕΘΕΛΟΝΤΗΣ ΑΙΜΟΔΟΤΗΣ ΣΗΜΕΡΑ.**



Το φυσικό μεταλλικό νερό ΒΙΚΟΣ αναδεικνύει την εθελοντική αιμοδοσία ως μια απλή αλλά ανεκτίμητη πράξη, με το μήνυμα «Όσο φυσικό είναι να πίνεις νερό, τόσο φυσικό είναι να δίνεις αίμα».

Για χρόνια, η επιτυχία συνδεόταν σχεδόν αποκλειστικά με την επαγγελματική εξέλιξη, την προσωπική επίδοση και την επίτευξη στόχων. Σήμερα, όμως, όλο και περισσότεροι άνθρωποι επαναπροσδιορίζουν τι σημαίνει πραγματική αξία. Αναζητούν τρόπους να συνεισφέρουν, να συμμετέχουν και να αφήνουν ένα θετικό αποτύπωμα στην κοινωνία. Μέσα σε αυτό το νέο πλαίσιο, ο εθελοντισμός αποτελεί μια σύγχρονη στάση ζωής που κερδίζει συνεχώς έδαφος.

Η αξία της συμμετοχής

Η ανάγκη για ουσιαστική συμμετοχή στα κοινά, για δράσεις με πραγματικό κοινωνικό αντίκτυπο και για πρωτοβουλίες που φέρνουν τους ανθρώπους πιο κοντά, παρουσιάζει μια διαφορετική προτεραιότητα. Σε αυτό το πλαίσιο, ο εθελοντισμός αναδεικνύεται σε μία από τις πιο ουσιαστικές εκφράσεις της σύγχρονης κοινωνικής συνείδησης. Όχι

ως υποχρέωση, αλλά ως συνειδητή επιλογή. Ως μια πράξη που δίνει αξία όχι μόνο σε εκείνον που τη δέχεται, αλλά και σε εκείνον που την προσφέρει.

Ο εθελοντισμός εξελίσσεται σταδιακά σε μια νέα κοινωνική στάση. Όχι επειδή είναι δημοφιλής, αλλά επειδή ανταποκρίνεται σε μια βαθύτερη ανθρώπινη ανάγκη: την ανάγκη να νιώθουμε ότι μπορούμε να συμβάλουμε θετικά στη ζωή των άλλων και ότι αποτελούμε μέρος ενός συνόλου..

Η αιμοδοσία ως αυθεντική πράξη προσφοράς

Ανάμεσα στις πιο ουσιαστικές μορφές εθελοντικής προσφοράς βρίσκεται η αιμοδοσία. Μια πράξη απλή, αλλά ανεκτίμητη. Μια πράξη που δεν απαιτεί ειδικές προϋποθέσεις ή μακροχρόνια δέσμευση. Απαιτεί μόνο τη διάθεση να προσφέρεις κάτι πολύτιμο σε έναν άνθρωπο που ίσως δεν θα γνωρίσεις ποτέ.

Σε μια κοινωνία που έχει ανάγκη ολοένα και περισσότερο αυθεντικές μορφές συμμετοχής, η εθελοντική αιμοδοσία



αποκτά ξεχωριστή σημασία. Γιατί υπενθυμίζει ότι η μεγαλύτερη προσφορά δεν είναι πάντα αυτή που φαίνεται περισσότερο. Είναι εκείνη που μπορεί να δώσει ελπίδα σε μια δύσκολη στιγμή και να μετατραπεί κυριολεκτικά σε δώρο ζωής.

Η σταθερή δέσμευση του φυσικού μεταλλικού νερού ΒΙΚΟΣ

Αυτή ακριβώς τη φιλοσοφία υπηρετεί διαχρονικά το φυσικό μεταλλικό νερό ΒΙΚΟΣ, το οποίο έχει εντάξει την εθελοντική αιμοδοσία στον πυρήνα των δράσεων κοινωνικής εταιρικής υπευθυνότητάς του. Με κεντρικό μήνυμα «Όσο φυσικό είναι να πίνεις νερό, τόσο φυσικό είναι να δίνεις αίμα», το φυσικό μεταλλικό νερό ΒΙΚΟΣ επιδιώκει να αναδείξει την αξία μιας πράξης που μπορεί να αλλάξει τη ζωή ενός συνανθρώπου μας.

Η δέσμευση αυτή δεν περιορίζεται σε συμβολικές πρωτοβουλίες. Από το 2010 έως σήμερα, έχουν πραγματοποιηθεί 47 εταιρικές



αιμοδοσίες, μέσα από τις οποίες έχουν συγκεντρωθεί πάνω από 1.300 φιάλες αίματος. Πρόκειται για μια σταθερή συμβολή στον εθελοντισμό, που αποδεικνύει ότι οι επιχειρήσεις μπορούν να λειτουργήσουν ως φορείς θετικής κοινωνικής αλλαγής όταν επιλέγουν να δράσουν με συνέπεια και ουσία.

Με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Εθελοντή Αιμοδότη, το φυσικό μεταλλικό νερό ΒΙΚΟΣ συνεχίζει να ενισχύει την ενημέρωση και την ευαισθητοποίηση γύρω από την αξία της αιμοδοσίας, συμβάλλοντας στην καλλιέργεια μιας πιο ενεργής κουλτούρας συμμετοχής.

Ίσως τελικά, στη σύγχρονη εποχή, η μεγαλύτερη καινοτομία να μην είναι η ταχύτητα ή η τεχνολογία. Ίσως να είναι η επιλογή να αφιερώσουμε λίγο από τον χρόνο μας για κάποιον άλλον. Γιατί σε έναν κόσμο που κινείται διαρκώς, η προσφορά παραμένει η πιο σπάνια και πολύτιμη αξία.



100 οικογένειες βρέθηκαν στο επίκεντρο του 3ου CAFF Family Day x Desmos

Μια ημέρα γεμάτη παιχνίδι, χαμόγελα και ουσιαστική στήριξη έζησαν 100 οικογένειες που βρίσκονται σε ευάλωτη κατάσταση, στο πλαίσιο του 3ου CAFF Family Day x Desmos, που συνδιοργάνωσαν το Charles Antetokounmpo Family Foundation (CAFF) και το Μη Κερδοσκοπικό Σωματείο Δεσμός, με τη στήριξη της Amita.

Η εκδήλωση πραγματοποιήθηκε στις 16 Ιουνίου στην Αθήνα και φιλοξένησε συνολικά 222 παιδιά και 111 γονείς, προσφέροντας ένα απόγευμα αφιερωμένο στη χαρά, τη δημιουργικότητα και τη δύναμη της κοινότητας. Τα παιδιά συμμετείχαν σε αθλητικές και ψυχαγωγικές δραστηριότητες, χειροτεχνίες, face painting, χορό και παιχνίδια μπάσκετ με την καθοδήγηση των προπονητών της CAFF Academy.

Ιδιαίτερη στιγμή αποτέλεσε η παρουσία των Γιάννη, Κώστα, Φράνσις, Βερόνικα και Μαρία Αντετοκούνμπο, οι οποίοι βρέθηκαν δίπλα στα παιδιά, συμμετείχαν στις δραστηριότητες και δημιούργησαν αξέχαστες αναμνήσεις για μικρούς και μεγάλους.

Παράλληλα, οι οικογένειες είχαν την ευκαιρία να περάσουν ποιοτικό χρόνο μαζί σε ένα περιβάλλον φροντίδας και αποδοχής, ενώ στο τέλος της ημέρας κάθε οικογένεια παρέλαβε μια μπάλα μπάσκετ, ώστε τα παιδιά να συνεχίσουν να αθλούνται και να διατηρούν τη σύνδεσή τους με το παιχνίδι.

Στη δράση συμμετείχαν 11 οργανώσεις της Κοινωνίας των Πολιτών και εκπαιδευτικοί φορείς, ενώ σημαντική ήταν η συμβολή των χορηγών και συνεργατών που στήριξαν την πρωτοβουλία με προϊόντα, γεύματα, δραστηριότητες και εθελοντική προσφορά.

Μέσα από δράσεις όπως το CAFF Family Day x Desmos, αναδεικνύεται έμπρακτα η αξία της αλληλεγγύης και της συνεργασίας, αποδεικνύοντας ότι όταν οργανισμοί, επιχειρήσεις και πολίτες ενώνουν τις δυνάμεις τους, μπορούν να δημιουργήσουν ουσιαστικές ευκαιρίες χαράς, στήριξης και ελπίδας για οικογένειες που το έχουν πραγματικά ανάγκη.

Η LG Electronics στέλνει παγκόσμιο μήνυμα για το κλίμα μέσα από τις πιο εμβληματικές οθόνες του κόσμου



Με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Περιβάλλοντος, η LG Electronics (LG) αξιοποίησε τις εμβληματικές ψηφιακές οθόνες της στην Times Square της Νέας Υόρκης και στο Piccadilly Circus του Λονδίνου, μεταφέροντας ένα ισχυρό μήνυμα ευαισθητοποίησης για την κλιματική αλλαγή και την ανάγκη άμεσης δράσης.

Μέχρι τις 13 Ιουνίου, οι δύο εμβληματικές τοποθεσίες φιλοξένησαν βίντεο που δημιουργήθηκε από το Πρόγραμμα των Ηνωμένων Εθνών για το Περιβάλλον (UNEP), παρουσιάζοντας τις επιπτώσεις της κλιματικής κρίσης, όπως οι δασικές πυρκαγιές, οι ακραίες θερμοκρασίες και η υποχώρηση των παγετώνων, αλλά και λύσεις όπως οι ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και η αποκατάσταση δασικών εκτάσεων. Το μήνυμα ολοκληρωνόταν με το hashtag #NowForClimate.

Η πρωτοβουλία εντάσσεται στο πρόγραμμα LG Hope Screen, μέσω του οποίου η LG προσφέρει από το 2011 τις εμβληματικές οθόνες της σε διεθνείς οργανισμούς και ΜΚΟ για την προβολή κοινωνικών και περιβαλλοντικών μηνυμάτων.

Παράλληλα, η δέσμευση της εταιρείας μεταφράζεται και σε έμπρακτες δράσεις. Εργαζόμενοι της LG σε 28 εγκαταστάσεις παγκοσμίως συμμετείχαν σε περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες, από καθαρισμούς ακτών και ποταμών στην Κορέα έως δενδροφυτεύσεις στο Μεξικό, ανακύκλωση ηλεκτρικών συσκευών στη Μαλαισία και προγράμματα αποκατάστασης κοραλλιογενών υφάλων στην Ινδονησία.

Μέσα από την εκστρατεία #NowForClimate, η LG συνεχίζει να συνδέει την ενημέρωση με την ουσιαστική δράση, ενισχύοντας πρωτοβουλίες που συμβάλλουν στη δημιουργία ενός πιο βιώσιμου μέλλοντος για όλους.

Micro-Aging: γιατί οι νέοι νιώθουν ότι μεγαλώνουν πιο γρήγορα;



Υπάρχει μια περίεργη αίσθηση που εμφανίζεται όλο και πιο συχνά στις νεότερες γενιές: ότι ο χρόνος δεν περνά απλώς, αλλά επιταχύνεται. Σαν να “μεγαλώνεις” μέσα σε μικρά άλματα, χωρίς να μεσολαβεί η αντίστοιχη χρονική απόσταση. Αυτή η εμπειρία περιγράφεται ως Micro-Aging.

Το φαινόμενο αυτό έχει σχέση με τον τρόπο που ο εγκέφαλος οργανώνει τον χρόνο, τη μνήμη και την ταυτότητα.

Η συμπίεση της εμπειρίας

Ο ανθρώπινος εγκέφαλος δεν μετρά τον χρόνο σε ώρες ή μέρες, αλλά σε εμπειρίες και αλλαγές. Όταν η ζωή έχει ομαλή ροή, ο χρόνος μοιάζει σταθερός. Όταν όμως γεμίζει με συνεχείς μικρές εντάσεις, ερεθίσματα και εναλλαγές, τότε αρχίζει να “συμπιέζεται”.

Στη σύγχρονη καθημερινότητα, αυτή η συμπίεση είναι σχεδόν μόνιμη. Notifications, social feeds, γρήγορες εναλλαγές εικόνων, μικρές δόσεις πληροφορίας, συνεχείς κοινωνικές συγκρίσεις. Το αποτέλεσμα είναι ότι πολλά γεγονότα συμβαίνουν μέσα σε μικρό χρονικό διάστημα, αλλά καταγράφονται σαν να έχουν συμβεί σε πολύ μεγαλύτερη περίοδο.

Έτσι δημιουργείται η αίσθηση ότι “έχουν γίνει πολλά”, άρα και ότι έχει περάσει περισσότερος χρόνος από όσο πραγματικά πέρασε.

Το φαινόμενο του “πολλαπλού εαυτού”

Παλαιότερα, ο εαυτός μας είχε μια πιο γραμμική εξέλιξη. Σήμερα όμως, ο ψηφιακός κόσμος επιτρέπει την ταυτόχρονη ύπαρξη πολλών εκδοχών του





ίδιου ανθρώπου: παλιές φωτογραφίες, stories, διαφορετικές φάσεις ζωής, αλλαγές ύφους, ενδιαφερόντων και κοινωνικών ρόλων.

Ο εγκέφαλος, όταν βλέπει αυτές τις εκδοχές, δεν τις επεξεργάζεται απλώς ως “αναμνήσεις”. Τις βιώνει σαν διαφορετικές ταυτότητες του εαυτού. Έτσι δημιουργείται μια παράξενη εσωτερική αφήγηση: δεν είσαι μόνο αυτό που είσαι τώρα, αλλά και όλες οι προηγούμενες εκδοχές σου ταυτόχρονα.

Αυτό οδηγεί σε μια αίσθηση πρόωρης ωρίμανσης, επειδή έχεις “δει” τον εαυτό σου να αλλάζει πολλές φορές μέσα σε μικρό χρονικό διάστημα.

Η πρόωρη έκθεση στην ενηλικίωση

Ένας ακόμη σημαντικός παράγοντας είναι η πρόωμη έκθεση σε θεματικές που παλαιότερα ανήκαν σε μεγαλύτερες ηλικίες. Οικονομική πίεση, επαγγελματική αβεβαιότητα, ψυχολογική ανάλυση, κοινωνικά ζητήματα, ακόμη και υπαρξιακές ανησυχίες, εμφανίζονται πολύ νωρίς μέσα από το διαδίκτυο.

Αυτό σημαίνει ότι η ψυχολογική ωρίμανση δεν ακολουθεί πλέον τη βιολογική ηλικία με τον ίδιο ρυθμό. Πολλοί νέοι άνθρωποι αναπτύσσουν έναν τρόπο σκέψης που μοιάζει πιο “ενήλικος” πολύ πριν η ζωή τους το απαιτήσει.

Το αποτέλεσμα είναι μια παράδοξη αίσθηση: είσαι ακόμα νέος, αλλά αισθάνεσαι ότι έχεις ήδη περάσει από πολλές φάσεις που παραδοσιακά θα έρχονταν αργότερα.

Η κατάρρευση της χρονικής απόστασης

Τα social media παίζουν καθοριστικό ρόλο σε αυτή την εμπειρία. Οι αναμνήσεις δεν είναι πια κάτι που ξεθωριάζει φυσικά. Επανέρχονται συνεχώς μέσα από παλιές αναρτήσεις και αυτόματες υπενθυμίσεις.

Έτσι, το παρελθόν δεν μένει πίσω. Συνυπάρχει ενεργά με το παρόν. Αυτό δημιουργεί μια κατάρρευση της χρονικής απόστασης. Το “πριν από έναν χρόνο” δεν μοιάζει μακρινό. Μοιάζει σχεδόν ταυτόχρονο.

Όταν το παρελθόν είναι τόσο προσβάσιμο και τόσο ζωντανό, ο εγκέφαλος δυσκολεύεται να τοποθετήσει σωστά την αίσθηση της ηλικίας. Και έτσι η ζωή φαίνεται να “τρέχει” πιο γρήγορα.

Το συναισθηματικό αποτέλεσμα

Το Micro-Aging δεν είναι απλώς μια νοητική παρατήρηση. Έχει και συναισθηματικό βάρος. Δημιουργεί μια ήπια, αλλά σταθερή αίσθηση ότι η ζωή προχωρά πιο γρήγορα από όσο μπορείς να την επεξεργαστείς.

Δεν είναι απαραίτητα αρνητικό φαινόμενο. Μπορεί να οδηγήσει σε μεγαλύτερη αυτογνωσία, σε ταχύτερη ωρίμανση, σε πιο συνειδητές επιλογές. Ταυτόχρονα όμως μπορεί να δημιουργήσει και μια εσωτερική πίεση: την αίσθηση ότι “πρέπει να προλάβεις” τη ζωή σου πριν αυτή αλλάξει ξανά.



Solar Waves: Η νέα καλοκαιρινή συλλογή του Στέλιου Κουδουνάρη εμπνέεται από το φως και την ενέργεια του ελληνικού καλοκαιριού

Ο Στέλιος Κουδουνάρης παρουσιάζει τη νέα συλλογή Solar Waves, μια ωδή στο ελληνικό καλοκαίρι, το φως του ήλιου και την αίσθηση ελευθερίας που συνοδεύει τις πιο φωτεινές στιγμές της χρονιάς.

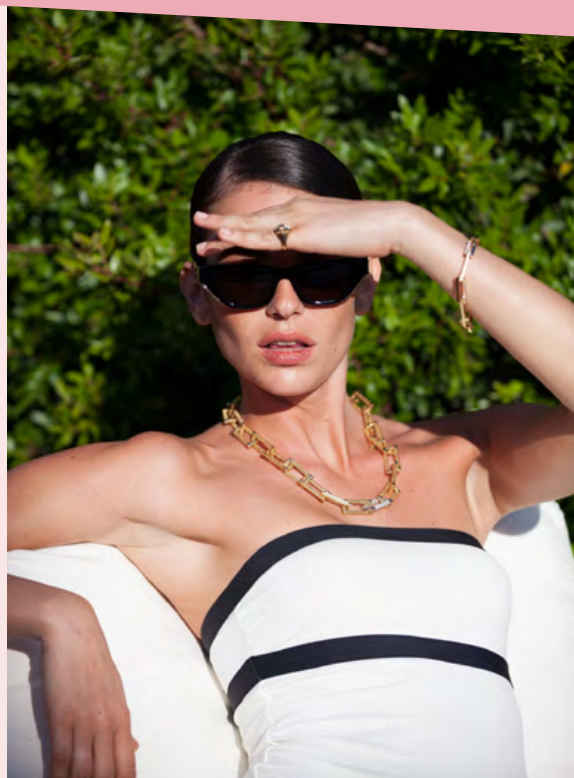
Η νέα συλλογή αποτυπώνει τη χαρακτηριστική αισθητική του σχεδιαστή μέσα από κομψές γραμμές, αέρινες σιλουέτες και σύγχρονες δημιουργίες που συνδυάζουν άνεση και διαχρονική θηλυκότητα. Εμπνευσμένη από τις αντανακλάσεις του ήλιου στη θάλασσα και τη διαρκή κίνηση των κυμάτων, η Solar Waves αναδεικνύει τη φυσική κομψότητα μέσα από προσεγγισμένες λεπτομέρειες, ανάλαφρα υφάσματα και καλοκαιρινή χρωματική παλέτα.

Η συλλογή περιλαμβάνει φορέματα, σετ, παντελόνες και ξεχωριστά κομμάτια που μπορούν να συνοδεύσουν κάθε στιγμή της ημέρας, από τις πρωινές εμφανίσεις έως τις βραδινές εξόδους. Με έμφαση στην ποιότητα, τη σωστή εφαρμογή και τον διαχρονικό σχεδιασμό, κάθε δημιουργία εκφράζει τη φιλοσοφία του brand για μόδα που ξεχωρίζει χωρίς υπερβολές.

Παράλληλα, οι λάτρεις των δημιουργιών του Στέλιου Κουδουνάρη έχουν την ευκαιρία να ανακαλύψουν επιλεγμένα σχέδια προηγούμενων συλλογών μέσα από το Archive Sale, με εκπτώσεις που φτάνουν έως και 70%, καθώς νέα κομμάτια προστίθενται διαρκώς.

Η Solar Waves είναι μια συλλογή αφιερωμένη στο φως, τη θηλυκότητα και την ανεπιτήδευτη κομψότητα που χαρακτηρίζει το καλοκαίρι.

i-D FINEJEWELLERY παρουσιάζει την ÉVASION: Το απόλυτο summer jewellery edit



Με έμπνευση από τη μαγεία του μεσογειακού καλοκαιριού, το i-D FINEJEWELLERY παρουσιάζει τη νέα συλλογή ÉVASION, ένα ξεχωριστό summer jewellery edit που αναδεικνύει τη σύγχρονη δημιουργικότητα, την αυθεντική σχεδιαστική προσέγγιση και τη δύναμη της προσωπικής έκφρασης μέσα από το κόσμημα.

Η συλλογή περιλαμβάνει επιλεγμένες δημιουργίες ανεξάρτητων Ευρωπαϊκών designers και ξεδιπλώνεται μέσα από τρεις διαφορετικές θεματικές ενότητες. Το Golden Hour αποτυπώνει τη διαχρονική γοητεία του χρυσού μέσα από σύγχρονες και κομψές φόρμες. Το Coastal Treasures φέρνει στο προσκήνιο κοσμήματα ιδανικά για τις καλοκαιρινές αποδράσεις δίπλα στη θάλασσα, ενώ το Azure Dreams αντλεί έμπνευση από τις αποχρώσεις του ουρανού και του νερού, με πολύτιμους λίθους σε βαθύ μπλε, γαλάζιους και τρκουάζ τόνους.

Κάθε δημιουργία της ÉVASION έχει επιλεγεί όχι μόνο για την αισθητική και την ποιότητά της, αλλά και για την ικανότητά της να αφηγείται μια ιστορία, να συνοδεύει μοναδικές στιγμές και να μετατρέπεται σε πολύτιμη ανάμνηση.

Μέσα από τη νέα αυτή πρόταση, το i-D FINEJEWELLERY συνεχίζει να προβάλλει τη σύγχρονη designer κοσμηματοποιία, συνδυάζοντας ανεξάρτητη δημιουργικότητα, εκλεπτυσμένη αισθητική και διαχρονική αξία για κάθε περίσταση του καλοκαιριού.

Η KYANA εντυπωσίασε στα Hair Awards 2026, γιορτάζοντας 20 χρόνια παρουσίας στον κλάδο



Ο Γιάννης Βασιλειάδης με την ομάδα της "KYANA"

σιλειάδη, καθώς και η εντυπωσιακή τούρτα που συμβόλιζε τα τρία σημαντικά ορόσημα: τα 80 χρόνια της Estetica, τα 10 χρόνια των Hair Awards και τα 20 χρόνια της KYANA. Το εορταστικό κλίμα κορυφώθηκε με ένα πρωτότυπο καλλιτεχνικό performance, ενώ πλήθος επαγγελματιών, εκπροσώπων των media και προσωπικοτήτων του χώρου έδωσαν το «παρών» στη μεγάλη γιορτή της ελληνικής κομμωτικής.

Με μια ξεχωριστή παρουσία στην 10η επετειακή τελετή απονομής των Hair Awards Estetica Hellas, η KYANA γιόρτασε τα 20 χρόνια δυναμικής πορείας της στον χώρο της επαγγελματικής φροντίδας μαλλιών. Η λαμπερή διοργάνωση πραγματοποιήθηκε στο Μέγαρο Μουσικής Αθηνών, σηματοδοτώντας παράλληλα τα 80 χρόνια της Estetica και τα 10 χρόνια του θεσμού των Hair Awards.

Από το 2006 έως σήμερα, η KYANA έχει συνδέσει το όνομά της με την εξέλιξη της ελληνικής κομμωτικής τέχνης, επενδύοντας σταθερά στην εκπαίδευση, την καινοτομία και την υποστήριξη των επαγγελματιών του κλάδου. Στο πλαίσιο της επετειακής χρονιάς της, συμμετείχε ως χορηγός της διοργάνωσης, επιβεβαιώνοντας τη διαχρονική της δέσμευση στην ανάπτυξη της κομμωτικής κοινότητας.

Μία από τις πιο συγκινητικές στιγμές της βραδιάς ήταν η τιμητική αναφορά στον συνιδιοκτήτη της εταιρείας, Γιάννη Βα-

Πώς να διατηρήσεις τα κοσμήματά σου λαμπερά για χρόνια

Ένα αγαπημένο δαχτυλίδι, ένα οικογενειακό κειμήλιο ή το κολιέ που φοράς σχεδόν καθημερινά αξίζουν τη σωστή φροντίδα για να διατηρήσουν τη λάμψη και την ομορφιά τους. Η καθημερινή επαφή με καλλυντικά, αντηλιακά, αρώματα, καθαριστικά και τη φυσική φθορά του χρόνου μπορεί να θαμπώσει μέταλλα και πολύτιμες πέτρες. Ευτυχώς, η σωστή συντήρηση είναι πιο απλή απ' όσο φαντάζεσαι.

Για τα περισσότερα κοσμήματα από χρυσό, ασήμι και πολύτιμους λίθους, αρκεί ένα μπολ με χλιαρό νερό και λίγες σταγόνες ήπιου υγρού πιάτων. Αφησέ τα για λίγα λεπτά να μουλιάσουν και καθάρισέ τα απαλά με μια μαλακή οδοντόβουρτσα. Στη συνέχεια ξέπλυνέ τα καλά και σκούπισέ τα με πανί μικροϊνών.

Ιδιαίτερη προσοχή χρειάζονται τα επιχρυσωμένα κοσμήματα και τα κοσμήματα vermeil, καθώς το έντονο τρίψιμο μπορεί να φθείρει την επιχρυσωση. Σε αυτές τις περιπτώσεις προτίμησε ένα μαλακό σφουγγάρι ή απλώς ένα υγρό πανί.

Τα μαργαριτάρια είναι ίσως τα πιο ευαίσθητα κοσμήματα. Δεν πρέπει να βυθίζονται στο νερό ούτε να έρχονται σε επαφή με χημικά προϊόντα. Καθαρίζονται μόνο με ένα ελαφρώς νωπό πανί και καλό είναι να φοριούνται αφού ολοκληρωθεί η εφαρμογή αρωμάτων και καλλυντικών.

Εξίσου σημαντική είναι και η σωστή αποθήκευση. Τα κοσμήματα πρέπει να φυλάσσονται χωριστά, ώστε να αποφεύγονται γρατζουνιές και μπλεξίματα. Η άμεση έκθεση στον ήλιο και η υπερβολική υγρασία μπορούν επίσης να προκαλέσουν φθορές σε ορισμένες πέτρες και μέταλλα. Τέλος, μην παραμελείς τον επαγγελματικό έλεγχο. Οι πέτρες που συγκρατούνται με νύχια χρειάζονται περιοδική επιθεώρηση, ενώ τα μαργαριτάρια καλό είναι να περνιούνται ξανά κάθε λίγα χρόνια.



Η realme παρουσιάζει το νέο C100 5G με οθόνη 144Hz, μεγάλη αυτονομία και προηγμένες λειτουργίες ασφαλείας



Η realme ανακοίνωσε το νέο realme C100 5G, ένα smartphone που συνδυάζει ανθεκτικότητα, ισχυρή αυτονομία και σύγχρονες δυνατότητες σε μια ιδιαίτερα προσιτή πρόταση για την καθημερινότητα.

Το νέο μοντέλο διαθέτει LCD οθόνη 6,8 ιντσών με ρυθμό ανανέωσης 144Hz, προσφέροντας ομαλή εμπειρία χρήσης σε πλοήγηση, gaming και ψυχαγωγία. Παράλληλα, ενσωματώνει τον επεξεργαστή MediaTek Dimensity 6300, με εκδόσεις 4GB RAM και αποθηκευτικό χώρο έως 256GB, ο οποίος μπορεί να επεκταθεί έως και 2TB μέσω κάρτας microSD.

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην ανθεκτικότητα, καθώς το realme C100 5G διαθέτει πιστοποίηση στρατιωτικών προδιαγραφών MIL-STD-810H για αυξημένη προστασία από

πτώσεις και κραδασμούς, ενώ η πιστοποίηση IP64 προσφέρει αντοχή στη σκόνη και στις πιτσιλιές νερού. Η μεγάλη μπαταρία των 6.600mAh εξασφαλίζει πολυήμερη αυτονομία, ενώ η τεχνολογία ταχείας φόρτισης 45W SUPERVOOC επιτρέπει γρήγορη αναπλήρωση ενέργειας. Στον φωτογραφικό τομέα, η συσκευή εξοπλίζεται με κύρια κάμερα 50MP και εμπρόσθια κάμερα 5MP.

Με το νέο realme UI 7.0, το C100 5G εισάγει τη λειτουργία Anti-Theft, η οποία εντοπίζει ύποπτες ενέργειες και ενεργοποιεί αυτόματα μηχανισμούς προστασίας της συσκευής. Παράλληλα, το Dual-View Video Mode επιτρέπει ταυτόχρονη εγγραφή βίντεο από την εμπρόσθια και την πίσω κάμερα για πιο δημιουργικό περιεχόμενο.

Το realme C100 5G θα διατεθεί σύντομα στην ελληνική αγορά μέσω του δικτύου συνεργαζόμενων καταστημάτων λιανικής.

Η Merrell μετατρέπει το cult Chameleon σε sneaker-σανδάλι για το καλοκαίρι

Η Merrell συνεχίζει να επενδύει στη δημοφιλή αισθητική του gorpcore και παρουσιάζει μια νέα εκδοχή του εμβληματικού Chameleon, ενός από τα πιο αναγνωρίσιμα μοντέλα της ιστορίας της. Το νέο 1TRL Cham Redux Sieve συνδυάζει χαρακτηριστικά hiking παπουτσιού και σανδαλιού, δημιουργώντας μια πρόταση που απευθύνεται τόσο στους λάτρεις της περιπέτειας όσο και στους φίλους του street style.

Βασισμένο στο Cham Redux που λανσαρίστηκε το 2025 ως σύγχρονη επανεκδοχή του Chameleon του 2001, το νέο μοντέλο διατηρεί τη χαρακτηριστική σχεδίαση της σειράς, αλλά αποκτά ανοίγματα στα πλαϊνά για καλύτερο αερισμό και μεγαλύτερη άνεση τους καλοκαιρινούς μήνες. Παράλληλα, διαθέτει ενδιάμεση σόλα FloatMax™, αντιολισθητική εξωτερική σόλα από καουτσούκ και δερμάτινα λουράκια με Velcro αντί για κορδόνια.

Το αποτέλεσμα είναι ένα υβρίδιο ανάμεσα σε sneaker και σανδάλι, σχεδιασμένο για καθημερινή χρήση, ταξίδια και ελαφριές outdoor δραστηριότητες.

Το νέο Merrell 1TRL Cham Redux Sieve κυκλοφορεί ήδη στην Ευρώπη σε δύο χρωματισμούς, Black και Grey Cloud, με επίσημη τιμή 150 ευρώ.

Όσον αφορά την Ελλάδα, μέχρι στιγμής δεν φαίνεται να διατίθεται ευρέως σε ελληνικά καταστήματα, ωστόσο είναι πιθανό να το δούμε σύντομα μέσω επιλεγμένων retailers που διαθέτουν τη σειρά Merrell 1TRL ή μέσω ευρωπαϊκών ηλεκτρονικών καταστημάτων που πραγματοποιούν αποστολές στη χώρα μας.



Stoiximan AegeanBall Festival 2026: Η Σύρος γίνεται ξανά η πρωτεύουσα του μπάσκετ



Από τις 26 έως τις 28 Ιουνίου, η καρδιά του ελληνικού μπάσκετ θα χτυπά στη Σύρο. Το Stoiximan AegeanBall Festival επιστρέφει για 8η χρονιά, μετατρέποντας την εμβληματική Πλατεία Μιαούλη στην Ερμούπολη σε ένα εντυπωσιακό υπαίθριο γήπεδο FIBA 3x3 και συγκεντρώνοντας κορυφαία ονόματα του ελληνικού και ευρωπαϊκού αθλητισμού.

Με οικοδεσπότη τον δύο φορές πρωταθλητή της EuroLeague Γιώργο Πρίντεζη, η διοργάνωση έχει εξελιχθεί σε έναν από τους σημαντικότερους θεσμούς αθλητικού τουρισμού της χώρας, προσελκύοντας χιλιάδες επισκέπτες και φίλους του μπάσκετ από την Ελλάδα και το εξωτερικό.

Στο φετινό φεστιβάλ θα δώσουν το «παρών» σπουδαίες προσωπικότητες όπως οι Δημήτρης Διαμαντίδης, Θοδωρής Παπαλουκάς, Ιωάννης Μπουρούσης, Joe Arlauckas, Ιωάννης Παπαπέτρου, Nemanja Nedović, Moses Wright και πολλοί ακόμη, ενώ δυναμική θα είναι και η παρουσία κορυφαίων αθλητριών του γυναικείου μπάσκετ.

Η δράση ξεκινά ήδη από τις 25 Ιουνίου με κοινωνικές και εκπαιδευτικές πρωτοβουλίες, όπως το «Τζάμπολ Αγάπης», basketball clinics για παιδιά και το πρόγραμμα Walking Basketball 60+, που προωθεί την ενεργό γήρανση και τη συμμετοχή μέσω του αθλητισμού.

Κατά τη διάρκεια του τριήμερου, οι επισκέπτες θα απολαύσουν αγώνες 3x3, διαγωνισμούς δεξιοτήτων, shooting contests, ειδικές δράσεις για το κοινό και τις καθιερωμένες βραδινές VIP αναμετρήσεις, οι οποίες θα μεταδοθούν ζωντανά από την COSMOTE TV.



Ξεχωριστό ρόλο θα έχει και η μεγαλύτερη Fun Zone στην ιστορία της διοργάνωσης, με διαδραστικά παιχνίδια, δώρα και το νέο επίσημο merchandise του φεστιβάλ σε συνεργασία με την adidas.

Παράλληλα, η Stoiximan συνεχίζει την κοινωνική της προσφορά, στηρίζοντας το Γηροκομείο «Αγιος Παντελεήμων» της Ερμούπολης μέσω έργων αναβάθμισης των χώρων φιλοξενίας ηλικιωμένων.

Αθλητισμός, τουρισμός, κοινωνική προσφορά και κυκλαδίτικη φιλοξενία συναντιούνται για ακόμη μία χρονιά στη Σύρο, σε ένα τριήμερο που έχει καθιερωθεί ως η μεγαλύτερη γιορτή του μπάσκετ στο Αιγαίο.

quote of the day

ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥ SHOPPING ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ
ΝΑ ΔΟΚΙΜΑΖΕΙΣ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ. ΕΙΝΑΙ
ΝΑ ΕΠΙΣΤΡΕΦΕΙΣ ΛΙΓΟΤΕΡΑ.

Σήμερα
γιορτάζουν!
Ζήνα, Ζένια, Ζηνάς,
Ζένος, Ευσεβεία, Σέβη,
Ευσέβιος, Ευσεβής



22 Ιουνίου

- > Παγκόσμια Ημέρα Σκαραβαίου
- > World Rainforest Day
- > National Chocolate Eclair Day
- > National Pet Choking Prevention Day
- > National HVAC Tech Day
- > National Onion Ring Day
- > National Limoncello Day
- > National Kissing Day