

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.

ΓΙΑΤΙ ΟΙ ΑΣΤΥΝΟΜΙΚΟΙ ΣΥΝΔΕΘΗΚΑΝ ΜΕ ΤΑ ΝΤΟΝΑΤΣ; Η ΠΑΡΑΞΕΝΗ ΙΣΤΟΡΙΑ ΠΙΣΩ ΑΠΟ ΕΝΑ ΑΠΟ ΤΑ ΠΙΟ ΔΙΑΣΗΜΑ ΣΤΕΡΕΟΤΥΠΑ ΤΟΥ ΚΟΣΜΟΥ



ΣΕ ΑΥΤΟΝ ΤΟΝ ΤΟΠΟ
ΤΟ ΝΕΡΟ ΤΟ ΛΕΜΕ

Ζαγόρι
ΖΑΓΟΡΙ
Φυσικό Μεταλλικό Νερό



Σε κάθε σπίτι,
από το 1988
μέχρι σήμερα.

Good morning
Say Yessers!



Φτιάξε καφέ να στα πω...



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

Κάποτε πίστευα ότι η ωριμότητα είναι να μαθαίνεις περισσότερα. Σήμερα νομίζω ότι η ωριμότητα είναι να αμφισβάζεις περισσότερο. Να αμφισβάζεις για όσα θεωρούσες βέβαια. Για τις ιστορίες που λες στον εαυτό σου. Για τις ετικέτες που κόλλησες στους άλλους ανθρώπους. Για τις αλήθειες που έχτισες πάνω σε μία μόνο οπτική.

Γιατί η αλήθεια είναι ότι δεν βλέπουμε τον κόσμο όπως είναι. Βλέπουμε τον κόσμο όπως μπορούμε να τον αντέξουμε.

Ο καθένας μας κυκλοφορεί μέσα στην ίδια πραγματικότητα, αλλά κουβαλάει διαφορετικά φίλτρα. Τις εμπειρίες του, τους φόβους του, τις πληγές του, τις ελπίδες του.

Δύο άνθρωποι μπορεί να ακούσουν την ίδια φράση και να καταλάβουν δύο εντελώς διαφορετικά πράγματα. Να ζήσουν το ίδιο γεγονός και να το αφηγηθούν σαν να συνέβησαν σε διαφορετικούς πλανήτες. Όχι επειδή κάποιος λέει ψέματα. Αλλά επειδή ο εγκέφαλος δεν είναι καθρέφτης. Είναι μεταφραστής.

Και μάλιστα ένας μεταφραστής που δουλεύει υπερωρίες.

Παίρνει χιλιάδες πληροφορίες κάθε δευτερόλεπτο και αποφασίζει ποιες αξίζουν την προσοχή σου. Κρατά κάποιες, πετάει άλλες, συμπληρώνει κενά, προβλέπει καταστάσεις και στο τέλος σου παρουσιάζει ένα έργο έτοιμο προς προβολή. Το πρόβλημα είναι ότι μετά από χρόνια αρχίζουμε να πιστεύουμε ότι αυτή η προβολή είναι η πραγματικότητα.

Δεν είναι.

Είναι η δική μας εκδοχή της.

Γι' αυτό πολλές φορές ένας άνθρωπος που μεγάλωσε με απόρριψη βλέπει αδιαφορία εκεί που δεν υπάρχει. Ένας άνθρωπος που προδόθηκε βλέπει κίνδυνο πριν εμφανιστεί. Ένας άνθρωπος που έμαθε να αμφισβητεί τον εαυτό του βλέπει αποτυχία ακόμη και μέσα στην επιτυχία του. Δεν κοιτάζουμε απλώς τον κόσμο. Τον ερμηνεύουμε. Και συνήθως τον ερμηνεύουμε μέσα από όσα μας σημάδεψαν.

Το πιο δύσκολο δεν είναι να αποδεχτείς ότι κάνεις λάθος για τους άλλους. Το πιο δύσκολο είναι να αποδεχτείς ότι μπορεί να κάνεις λάθος για τον εαυτό σου.





Οτι ίσως δεν είσαι τόσο αδύναμος όσο νομίζεις.

Οτι ίσως δεν είσαι τόσο μόνος όσο φοβάσαι.

Οτι ίσως δεν είσαι τόσο αποτυχημένος όσο έχεις πειστεί.

Γιατί καμιά φορά η μεγαλύτερη φυλακή δεν είναι η πραγματικότητα. Είναι η ερμηνεία της.

Και ξέρεις ποιο είναι το παράξενο; Ο εγκέφαλος δεν το κάνει από κακία. Δεν προσπαθεί να σε σαμποτάρει. Προσπαθεί να σε προστατεύσει. Θυμάται πιο εύκολα τα άσχημα γιατί κάποτε αυτό αύξανε τις πιθανότητες επιβίωσης. Προβλέπει κινδύνους γιατί κάποτε οι κίνδυνοι ήταν πραγματικοί.

Μόνο που σήμερα πολλές από τις απειλές δεν είναι λιοντάρια πίσω από θάμνους. Είναι σκέψεις μέσα στο κεφάλι μας.

Και εκεί είναι που χρειάζεται να σταματήσουμε για λίγο.

Να κοιτάξουμε μια κατάσταση από άλλη γωνία.

Να ακούσουμε μια δεύτερη εκδοχή.

Να αναρωτηθούμε μήπως αυτό που βλέπουμε δεν είναι όλη η εικόνα.

Γιατί ίσως η αλήθεια να είναι μεγαλύτερη από τον φόβο μας. Μεγαλύτερη από το θυμό μας. Μεγαλύτερη από τις βεβαιότητές μας.

Ίσως τελικά να μην βλέπουμε τον κόσμο όπως είναι.

Ίσως να βλέπουμε απλώς το κομμάτι του που μπορούμε να αντέξουμε εκείνη τη στιγμή.

Και ίσως η προσωπική εξέλιξη να είναι ακριβώς αυτό: να μεγαλώνει σιγά σιγά η ικανότητά μας να βλέπουμε λίγο περισσότερο.

Tip of the Day: Δεν βλέπεις τον κόσμο. Βλέπεις αυτό που αντέχεις να δεις. Πριν βγάλεις συμπέρασμα για μια κατάσταση, δοκίμασε να βρεις τρεις διαφορετικές εξηγήσεις γι' αυτήν. Συνήθως η πρώτη είναι ο φόβος, η δεύτερη η συνήθεια και η τρίτη βρίσκεται πιο κοντά στην αλήθεια.

Claire Styliara
Chief of SayYessers



E-Mail



Viber



WhatsApp

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

Το foodtruck των Ακολούθων του Ήλιου γέμισε την Αττική με γεύσεις, παρέα και καλοκαιρινή διάθεση

Για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά, το foodtruck των «Ακολούθων του Ήλιου» του Ούζου Πλωμαρίου ταξίδεψε σε αγαπημένα σημεία της Αττικής, μεταφέροντας το αυθεντικό ελληνικό καλοκαιρινό κλίμα μέσα από γεύσεις, μουσική και στιγμές συντροφικότητας.

Η φωτεινή κοινότητα των Ακολούθων του Ήλιου πραγματοποίησε μια σειρά από ξεχωριστές στάσεις σε δημοφιλείς προορισμούς, όπως το Smart Park και η παραλία της Νέας Μάκρης, προσκαλώντας το κοινό να απολαύσει μικρές αποδράσεις γεμάτες αισιοδοξία, χαλάρωση και αυθεντικές εμπειρίες.

Οι επισκέπτες είχαν την ευκαιρία να δοκιμάσουν Ούζο Πλωμαρίου συνοδευόμενο από δύο καλοκαιρινούς μεζέδες που δημιουργήθηκαν ειδικά για την περίπτωση: μπρουσκέτα με πέστο ντομάτας και γαύρο μαρινάτο, καθώς και χωριάτικο σουβλάκι με καρέ φέτας, ντοματίνι και ελιά. Οι γεύσεις, η καλή παρέα και η ανεπιτήδευτη ατμόσφαιρα δημιούργησαν το ιδανικό σκηνικό για στιγμές που μετατράπηκαν σε όμορφες αναμνήσεις.

Με σύνθημα «Ακολούθησε τον ήλιο. Ακολούθησε το Ούζο Πλωμαρίου», η πρωτοβουλία συνεχίζει να αναδεικνύει τη χαρά της συνάντησης και της αυθεντικής ελληνικής φιλοξενίας. Όσοι επιθυμούν να γίνουν μέλη της κοινότητας των Ακολούθων του Ήλιου μπορούν να επισκεφθούν το <https://akolouthitouiliou.gr> και να διεκδικήσουν μοναδικά δώρα και εμπειρίες του καλοκαιριού.



Η νέα σειρά HELL Energy Carnival Edition φέρνει τη γεύση του καλοκαιριού σε κάθε γουλιά



Η HELL Energy υποδέχεται το καλοκαίρι με τη νέα limited edition σειρά Carnival Edition, παρουσιάζοντας δύο πρωτότυπες γεύσεις που υπόσχονται να ξεπνήσουν τις πιο όμορφες παιδικές αναμνήσεις: Cotton Candy και Cactus Twist.

Αφήνοντας πίσω τις κλασικές φρουτώδεις επιλογές, η νέα σειρά αντλεί έμπνευση από τη νοσταλγία των καλοκαιρινών λούνα παρκ και των αγαπημένων παιδικών γεύσεων. Το HELL Cotton Candy μεταφέρει τη χαρακτηριστική γεύση του μαλλιού της γριάς, προσφέροντας μια γλυκιά εμπειρία που θυμίζει ξέγνοιαστες καλοκαιρινές βόλτες. Από την άλλη, το HELL Cactus Twist, εμπνευσμένο από τις κλασικές γρανίτες, συνδυάζει τις δροσιστικές νότες λεμονιού και φράουλας με μια απαλή, κρεμώδη υφή, δημιουργώντας έναν ανατρεπτικό γευστικό συνδυασμό.

Ακολουθώντας τις σύγχρονες διεθνείς τάσεις, όπου οι καταναλωτές αναζητούν ολοένα και περισσότερο πρωτότυπες και εξωτικές γεύσεις, η σειρά Carnival Edition προσφέρει μια διαφορετική πρόταση για όσους

θέλουν να δοκιμάσουν κάτι ξεχωριστό.

Και οι δύο γεύσεις περιέχουν 32 mg καφεΐνης ανά 100 ml και πέντε βιταμίνες του συμπλέγματος Β, χωρίς συντηρητικά, ενώ διατίθενται σε 100% ανακυκλώσιμα αλουμινένια κουτάκια, επιβεβαιώνοντας τη δέσμευση της HELL Energy για βιώσιμες επιλογές.

Η νέα σειρά HELL Energy Carnival Edition είναι διαθέσιμη για περιορισμένο χρονικό διάστημα και υπόσχεται να δώσει μια διαφορετική, παιχνιδιάρικη γεύση στο φετινό καλοκαίρι.

Γιατί οι αστυνομικοί συνδέθηκαν με τα ντόνατς; Η παράξενη ιστορία πίσω από ένα από τα πιο διάσημα στερεότυπα του κόσμου



Αν έχεις δει έστω και μία αμερικανική ταινία, ξέρεις το στερεότυπο: ένας αστυνομικός κρατάει έναν καφέ στο ένα χέρι και ένα ντόνατς στο άλλο. Είναι τόσο συνηθισμένη εικόνα που οι περισσότεροι θεωρούν πως οι αστυνομικοί έχουν κάποια ιδιαίτερη αδυναμία στα γλυκά.

Η αλήθεια όμως είναι πολύ πιο ενδιαφέρουσα.

Για να την καταλάβουμε, πρέπει να ταξιδέψουμε αρκετές δεκαετίες πίσω, σε μια εποχή όπου οι πόλεις κοιμούνταν πραγματικά τη νύχτα. Τη δεκαετία του 1950 δεν υπήρχαν 24ωρα σούπερ μάρκετ, πρατήρια καυσίμων σε κάθε γωνία ή αλυσίδες καφέ που λειτουργούσαν όλο το εικοσιτετράωρο. Μετά τα μεσάνυχτα, οι περισσότερες επιχειρήσεις κατέβαζαν ρολά.

Υπήρχε όμως μία αξιοσημείωτη εξαίρεση: τα καταστήματα με ντόνατς.

Ο λόγος ήταν πρακτικός. Τα κλασικά ντόνατς με μαγιά χρειάζονται αρκετές ώρες προετοιμασίας. Για να είναι

έτοιμα και φρέσκα στις 6 το πρωί, οι αρτοποιοί έπρεπε να εργάζονται μέσα στη νύχτα. Αφού ήταν ήδη ξύπνιοι και το κατάστημα φωτισμένο, πολλοί άνοιγαν τις πόρτες τους και εξυπηρετούσαν πελάτες όλο το βράδυ.

Για τους αστυνομικούς που περιπολούσαν στις άδειες πόλεις, αυτά τα μαγαζιά ήταν σχεδόν η μοναδική επιλογή. Ήταν ένα μέρος για έναν ζεστό καφέ, ένα γρήγορο σνακ, μια στάση για ξεκούραση και –ίσως το σημαντικότερο– μια τουαλέτα.

Η σχέση αυτή αποδείχθηκε αμοιβαία επωφελής. Τα καταστήματα με ντόνατς διατηρούσαν συχνά μεγάλα ποσά μετρητών στα ταμεία τους και αποτελούσαν εύκολο στόχο για ληστείες. Η παρουσία ενός περιπολικού έξω από το κατάστημα λειτουργούσε αποτρεπτικά για τους επίδοξους κακοποιούς. Οι ιδιοκτήτες χαίρονταν να βλέπουν τους αστυνομικούς να περνούν συχνά από εκεί.

Μάλιστα, τη δεκαετία του 1960 πολλά καταστήματα άρχισαν να προσφέρουν δωρεάν ή πολύ φθηνά ντόνατς



και καφέδες στους αστυνομικούς, ελπίζοντας ότι θα τους προτιμούν στις νυχτερινές τους βάρδιες. Κάποιοι μάλιστα ανησύχησαν ότι αυτή η πρακτική δημιουργούσε εικόνα προνομιακής μεταχείρισης.

Κι όμως, το στερεότυπο είχε ήδη γεννηθεί. Έτσι, μια καθαρά πρακτική συνήθεια της νυχτερινής βάρδιας μετατράπηκε με τα χρόνια σε ένα από τα πιο αναγνωρίσιμα πολιτιστικά κλισέ της αμερικανικής ποπ κουλτούρας.

Και κάπως έτσι αποδεικνύεται ότι πολλές φορές πίσω από ένα στερεότυπο δεν κρύβεται μια αλήθεια για τους ανθρώπους, αλλά μια ιστορία για τις συνθήκες της εποχής.

Παράξενα αλλά αληθινά

Παράξενο #1

Υπάρχουν αστυνομικά τμήματα στις ΗΠΑ που έχουν δεχτεί ως... δώρο εγκαινίων δεκάδες κουτιά με ντόνατς από πολίτες που ήθελαν να κάνουν χιούμορ.

Παράξενο #2

Σε αρκετές αμερικανικές κωμωδίες, αν εμφανιστεί αστυνομικός χωρίς ντόνατς ή καφέ, το κοινό συχνά θεωρεί ότι «λείπει κάτι» από την εικόνα.

Παράξενο #3

Το κλισέ είναι τόσο ισχυρό που αρκετές αλυσίδες ντόνατς στις ΗΠΑ έχουν κυκλοφορήσει κατά καιρούς ειδικές προφορές για αστυνομικούς.

Παράξενο #4

Παρότι όλοι γνωρίζουν το στερεότυπο, δεν υπάρχουν έρευνες που να δείχνουν ότι οι αστυνομικοί καταναλώνουν περισσότερα ντόνατς από άλλους εργαζόμενους σε νυχτερινές βάρδιες.

Παράξενο #5

Το στερεότυπο «αστυνομικός και ντόνατς» θεωρείται πλέον ένα από τα πιο αναγνωρίσιμα επαγγελματικά κλισέ παγκοσμίως, μαζί με τον επιστήμονα με λευκή ρόμπα και τον δημοσιογράφο με σημειωματάριο.





Η PARKSIDE γιορτάζει 30 χρόνια καινοτομίας και δημιουργίας στον κόσμο του DIY

Τριάντα χρόνια παρουσίας στην αγορά συμπληρώνει το 2026 η PARKSIDE, γιορτάζοντας μια εντυπωσιακή πορεία που την ανέδειξε στο κορυφαίο σε πωλήσεις DIY brand της Ευρώπης. Με κεντρικό σύνθημα «Γιορτάζουμε με όλη μας τη δύναμη!», η εταιρεία τιμά τρεις δεκαετίες στήριξης εκατομμυρίων ανθρώπων που επιλέγουν να δημιουργούν, να επισκευάζουν και να υλοποιούν μόνοι τους τα έργα τους.

Από το 1996 μέχρι σήμερα, η PARKSIDE έχει εξελιχθεί σε σημείο αναφοράς για τον χώρο του «φτιάξ το μόνος σου», προσφέροντας εργαλεία και εξοπλισμό υψηλής ποιότητας σε προσιτές τιμές, τόσο για το σπίτι και τον κήπο όσο και για επαγγελματική χρήση. Παράλληλα, συνεχίζει να επενδύει στην κοινότητα των DIY δημιουργών, προωθώντας τη βιωσιμότητα, την εξοικονόμηση πόρων και την αξία της αυτονομίας.

Στο πλαίσιο της επετείου, η PARKSIDE λανσάρει πανευρωπαϊκή καμπάνια 360°, με δράσεις στα social media και πρωτοβουλίες που αναδεικνύουν τη δυναμική κοινότητα των «PARKSIDERS». Η επέτειος ακολουθεί το εντυπωσιακό παγκόσμιο ρεκόρ Γκίνες, όπου ένα επαναφορτιζόμενο δραπενοκατάβιδο PARKSIDE κατάφερε να ρυμουλκήσει ένα Airbus A380.

«Τα 30 χρόνια PARKSIDE αποδεικνύουν τη διαχρονική ποιότητα και την εμπιστοσύνη εκατομμυρίων πελατών. Μαζί δημιουργήσαμε μια πραγματική κοινότητα που εμπνέει και παρακινεί τους ανθρώπους να αναλαμβάνουν δράση», δήλωσε ο Robin Ruschke, Head of Marketing της Lidl Stiftung & Co. KG.

Mediterranean Cosmos και Παιδικά Χωριά SOS Ελλάδος: Ολοκληρώθηκε ο πρώτος κύκλος του Εικαστικού Εργαστηρίου στη Θεσσαλονίκη



Με επιτυχία ολοκληρώθηκε ο πρώτος κύκλος λειτουργίας του Εικαστικού Εργαστηρίου που δημιούργησαν το Mediterranean Cosmos και τα Παιδικά Χωριά SOS Ελλάδος στο Κέντρο Μαθησιακής και Παιδαγωγικής Υποστήριξης Θεσσαλονίκης, προσφέροντας σε περίπου 130 παιδιά την ευκαιρία να γνωρίσουν τον κόσμο της τέχνης και της δημιουργικής έκφρασης.

Η πρωτοβουλία υλοποιείται για πρώτη φορά στο Κέντρο, με τη στήριξη του Mediterranean Cosmos, και εντάσσεται σε ένα οργανωμένο πρόγραμμα εικαστικής εκπαίδευσης που πραγματοποιείται σε δύο κύκλους μέσα στο 2026. Υπό την καθοδήγηση ενεργού καλλιτέχνης και διδάσκουσας της Σχολής Καλών Τεχνών Θεσσαλονίκης, τα παιδιά είχαν τη δυνατότητα να πειραματιστούν με διαφορετικές μορφές τέχνης, να αναπτύξουν νέες δεξιότητες και να εκφράσουν δημιουργικά σκέψεις και συναισθήματα σε ένα ασφαλές και υποστηρικτικό περιβάλλον.

Μέσα από βιωματικές δραστηριότητες και εικαστικές δημιουργίες, κάθε παιδί ακολούθησε τη δική του πορεία αυτοέκφρασης, ενισχύοντας την αυτοπεποίθηση και τις επικοινωνιακές του δεξιότητες.

Η δράση επιβεβαιώνει τη διαρκή δέσμευση του Mediterranean Cosmos να στηρίζει πρωτοβουλίες με ουσιαστικό κοινωνικό αντίκτυπο, ενώ τα Παιδικά Χωριά SOS Ελλάδος συνεχίζουν το έργο τους για τη στήριξη παιδιών και οικογενειών σε όλη τη χώρα, δημιουργώντας περισσότερες ευκαιρίες για ανάπτυξη, δημιουργία και ίσες δυνατότητες για το μέλλον.

Τι σημαίνει πραγματικά όταν λες "είμαι κουρασμένος/η;"

Υπάρχουν φράσεις που λέμε τόσο συχνά, που τελικά χάνουν το πραγματικό τους νόημα. Το "είμαι κουρασμένος/η" είναι μία από αυτές. Στην επιφάνεια μοιάζει απλή: κούραση. Αλλά στην πραγματικότητα λειτουργεί σαν ένας "ουδέτερος κώδικας" για πολλά διαφορετικά είδη εξάντλησης — σωματική, νοητική, συναισθηματική ή απλή υπερφόρτωση από την καθημερινότητα.

Το ενδιαφέρον είναι ότι οι περισσότεροι δεν εννοούν το ίδιο πράγμα όταν το λένε. Και πολλές φορές ούτε οι ίδιοι δεν ξέρουν τι ακριβώς συμβαίνει μέσα τους εκείνη τη στιγμή.

Κάνε το παρακάτω mini quiz για να δεις τι σημαίνει για σένα αυτή την περίοδο.

Τι κρύβει το "νιώθω κούραση"

1. Όταν γυρνάς σπίτι, το πρώτο πράγμα που κάνεις είναι:

- A. Κάθομαι και δεν κάνω τίποτα
- B. Scroll χωρίς να το σκέφτομαι
- Γ. Δεν θέλω να μου μιλήσει κανείς
- Δ. Ξεκινάω κάτι αλλά δεν το τελειώνω

2. Μετά από κοινωνική επαφή νιώθεις:

- A. Σωματικά εξαντλημένος/η
- B. Σαν να "γεμίζει" το κεφάλι μου
- Γ. Θέλω να απομονωθώ
- Δ. Είμαι ok εκείνη τη στιγμή αλλά μετά πέφτω απότομα

3. Σε μια ελεύθερη μέρα:

- A. Θέλω ύπνο ή ησυχία
- B. Δεν μπορώ να οργανώσω τις σκέψεις μου
- Γ. Δεν θέλω επαφές
- Δ. Δεν κάνω τίποτα τελικά

4. Τα notifications σου προκαλούν:

- A. Κούραση πριν τα δω
- B. Νοητική υπερφόρτωση
- Γ. Αδιαφορία αλλά και βάρος
- Δ. Αναβάλω να τα ανοίξω



5. Ποιο σε εκφράζει περισσότερο:

- A. "Δεν έχω ενέργεια"
- B. "Το κεφάλι μου είναι γεμάτο"
- Γ. "Δεν θέλω ανθρώπους γύρω μου"
- Δ. "Δεν ξέρω τι θέλω"

Αποτελέσματα

Περισσότερα A ⇒ Σωματική κόπωση

Το σώμα έχει φτάσει τα όριά του. Χρειάζεται ξεκούραση και αποσύνδεση.

Περισσότερα B ⇒ Νοητική υπερφόρτωση

Πολλές σκέψεις, πληροφορίες και αποφάσεις ταυτόχρονα. Ο εγκέφαλος είναι "γεμάτος".

Περισσότερα Γ ⇒ Συναισθηματική κόπωση

Δεν είναι θέμα ενέργειας αλλά κοινωνικής και συναισθηματικής αποφόρτισης.

Περισσότερα Δ ⇒ Γενικότερη κόπωση

Δεν είναι ένα είδος κούρασης. Είναι συνδυασμός μικρών φορτίων που μαζεύονται.

Το "είμαι κουρασμένος/η" είναι ένας εύκολος τρόπος να περιγράψεις κάτι πολύ πιο σύνθετο, όταν δεν έχεις ενέργεια να το αναλύσεις.

Το Joe & The Juice άνοιξε στη Γλυφάδα και φέρνει νέο αέρα στο healthy lifestyle των Νοτίων Προαστίων



Το Joe & The Juice, το διεθνές brand που έχει ταυτιστεί με τη σύγχρονη urban κουλτούρα, εγκαινίασε το νέο του κατάστημα στη Γλυφάδα, προσθέτοντας έναν ακόμη δυναμικό προορισμό για όσους αγαπούν το healthy lifestyle, τις ποιοτικές γεύσεις και τη θετική ενέργεια.

Το opening event συγκέντρωσε φίλους του brand, συνεργάτες, content creators και εκπροσώπους των media, οι οποίοι είχαν την ευκαιρία να δοκιμάσουν τα δημοφιλή smoothies, τους signature χυμούς και τα viral sandwiches που έχουν κάνει το Joe & The Juice αγαπητό σε όλο τον κόσμο. Η χαρακτηριστική αισθητική του brand, η χαλαρή ατμόσφαιρα και η μουσική δημιούργησαν το ιδανικό σκηνικό για μια εμπειρία που συνδυάζει γεύση, ευεξία και σύγχρονο τρόπο ζωής.

Το νέο κατάστημα στη Γλυφάδα φιλοδοξεί να αποτελέσει σημείο αναφοράς για κατοίκους και επισκέπτες των Νοτίων Προαστίων, προσφέροντας έναν χώρο όπου η καθημερινότητα συναντά την ισορροπημένη διατροφή, την αισθητική και την αυθεντική φιλοξενία. Με τη νέα αυτή προσθήκη, το Joe & The Juice συνεχίζει την ανάπτυξή του στην ελληνική αγορά, ενισχύοντας την παρουσία του σε κομβικά σημεία της Αθήνας.

Διευθύνσεις καταστημάτων:

- Κολωνάκι: Κανάρη 24, 10674
- Γλυφάδα: Γρηγορίου Λαμπράκη 9 & Λαζαράκη, 16675

Το φυσικό μεταλλικό νερό ΒΙΚΟΣ συνεχίζει στο πλευρό της Κολυμβητικής Ομοσπονδίας Ελλάδος για 5η χρονιά

Την ανανέωση της συνεργασίας τους για πέμπτη διαδοχική χρονιά ανακοίνωσαν το φυσικό μεταλλικό νερό ΒΙΚΟΣ και η Κολυμβητική Ομοσπονδία Ελλάδος (ΚΟΕ), επιβεβαιώνοντας τη διαχρονική στήριξή τους στον ελληνικό υγρό στίβο και στους ανθρώπους που τον υπηρετούν.

Ως Official Water Partner της ΚΟΕ, το φυσικό μεταλλικό νερό ΒΙΚΟΣ βρίσκεται σταθερά δίπλα σε αθλητές, προπονητές και φιλάθλους, υποστηρίζοντας κολυμβητικές διοργανώσεις και δράσεις σε ολόκληρη τη χώρα. Η συνεργασία ενισχύει έναν από τους πιο επιτυχημένους και δυναμικούς τομείς του ελληνικού αθλητισμού, ο οποίος καταγράφει σημαντικές διεθνείς διακρίσεις και συνεχίζει να εμπνέει τις νεότερες γενιές.

Ο Chief Marketing Officer της Ηπειρωτικής Βιομηχανίας Εμφιαλώσεων, Κωνσταντίνος Σεπετάς, δήλωσε ότι η ανανέωση της συνεργασίας αποτελεί μια ιδιαίτερα σημαντική στιγμή για την εταιρεία, καθώς επιβεβαιώνει τη διαχρονική δέσμευσή της να στηρίζει τον ελληνικό αθλητισμό και τους ανθρώπους που αγωνίζονται με συνέπεια και αφοσίωση.

Από την πλευρά του, ο Πρόεδρος της Κολυμβητικής Ομοσπονδίας Ελλάδος, Κυριάκος Γιαννόπουλος, χαρακτήρισε τη συνεργασία ως ένα ουσιαστικό παράδειγμα σύμπραξης με κοινό όραμα την ανάπτυξη του ελληνικού υγρού στίβου και τη στήριξη των αθλητών και αθλητριών σε κάθε στάδιο της πορείας τους.



5 ΧΡΟΝΙΑ ΜΑΖΙ
ΣΤΗΡΙΖΟΝΤΑΣ ΚΑΘΕ ΔΙΑΔΡΟΜΗ
ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ

122,4 ντεσιμπέλ: Το παγκόσμιο ρεκόρ που κέρδισε με μία μόνο λέξη



Αν σου ζητούσαν να μαντέψεις ποιος είναι ο άνθρωπος με την πιο δυνατή φωνή στον κόσμο, πιθανότατα θα σκεφτόσουν έναν τραγουδιστή της όπερας, έναν rock star ή ίσως κάποιον επαγγελματία εκφωνητή.

Η σωστή απάντηση όμως είναι πολύ διαφορετική.

Ο Joseph McGrail-Bateup, ένας 58χρονος καθαριστής κλιματιστικών από την Αυστραλία και παράλληλα επίσημος τελάλης της Καμπέρας, μόλις μπήκε στο Guinness World Records ως ο άνθρωπος με την πιο δυνατή φωνή στον κόσμο. Το ρεκόρ του; Μια κραυγή που έφτασε τα 122,4 ντεσιμπέλ. Για να καταλάβουμε τι σημαίνει αυτό, μιλάμε για επίπεδα θορύβου που συναντά κανείς δίπλα σε αλυσοπρίονο, σε απογείωση αεροσκάφους ή κοντά σε σειρήνα ασθενοφόρου.

Το ακόμη πιο παράξενο είναι ότι ο McGrail-Bateup δεν είναι επαγγελματίας performer. Είναι ο επίσημος town crier της αυστραλιανής πρωτεύουσας, ένας σύγχρονος «τελάλης» που ανακοινώνει εκδηλώσεις, φεστιβάλ και τοπικές διοργανώσεις, συνεχίζοντας μια παράδοση αιώνων που ξεκίνησε πολύ πριν εμφανιστούν εφημερίδες, ραδιόφωνα και social media.

Για το παγκόσμιο ρεκόρ φώναξε μία μόνο λέξη: «Now». Χρειάστηκαν επτά προσπάθειες μέχρι να καταγράψει

τη σωστή ένταση, ενώ όπως δήλωσε ο ίδιος, η φωνή του σχεδόν εξαφανίστηκε για αρκετές ημέρες μετά την προσπάθεια. «Δεν μπορείς πραγματικά να προπονηθείς γι' αυτό. Πρέπει να τα δώσεις όλα εκείνη τη στιγμή», είπε χαρακτηριστικά.

Υπάρχει όμως και κάτι ακόμα που κάνει την ιστορία ξεχωριστή. Ο προηγούμενος κάτοχος του ρεκόρ ήταν η δασκάλα Annalisa Flanagan από τη Βόρεια Ιρλανδία, η οποία το 1994 είχε φωνάξει τη λέξη «Quiet!» φτάνοντας τα 121,7 ντεσιμπέλ.

Αντί να πανηγυρίζει που την ξεπέρασε, ο Αυστραλός δήλωσε ότι θεωρεί τον εαυτό του απλώς τον «πιο δυνατά φωνάζοντα άνδρα», αφήνοντας εκείνη να διατηρεί τον τίτλο της πιο δυνατής γυναίκας στον κόσμο.

Ίσως τελικά αυτό να είναι και το πιο ενδιαφέρον στοιχείο της ιστορίας. Όχι ότι κάποιος έσπασε ένα παράξενο παγκόσμιο ρεκόρ, αλλά ότι σε μια εποχή όπου όλοι προσπαθούν να ακουστούν πιο δυνατά από τους άλλους, ο άνθρωπος με τη δυνατότερη φωνή στον κόσμο δεν φαίνεται να έχει καμία ανάγκη να φωνάζει για να τραβήξει την προσοχή.

Δες το video [εδώ](#).

Ferryhopper: Πάνω από 30 νησιά με ακτοπλοϊκά εισιτήρια έως 20€ το καλοκαίρι του 2026



Το Ferryhopper δημοσίευσε τη λίστα με τα πιο οικονομικά ακτοπλοϊκά δρομολόγια της φετινής θερινής περιόδου, αποδεικνύοντας ότι οι νησιωτικές αποδράσεις μπορούν να παραμείνουν προσιτές ακόμη και το καλοκαίρι του 2026. Περισσότεροι από 30 ελληνικοί νησιωτικοί προορισμοί είναι προσβάσιμοι με εισιτήριο έως 20€, προσφέροντας εναλλακτικές για σύντομα ή πολυήμερα ταξίδια.

Στην κορυφή της λίστας βρίσκεται ο Πόρος, με εισιτήρια από μόλις 5€ από τα Μέθανα, ενώ ιδιαίτερα οικονομικές επιλογές αποτελούν επίσης η Κέρκυρα από την Ηγουμε-

νίτσα με 7€, η Σκύρος από την Κύμη με 8,50€ και η Σαμοθράκη από την Αλεξανδρούπολη με 9€.

Ο Αργοσαρωνικός εξακολουθεί να αποτελεί αγαπημένη επιλογή για κοντινές αποδράσεις, με την Αίγινα από 10,50€, το Αγκίστρι από 13,50€ και την Ύδρα από 13,50€. Παράλληλα, το Λαύριο προσφέρει οικονομικές συνδέσεις προς τις Κυκλάδες, με την Κέα από 11,50€, την Κύθνο από 15€ και τη Σύρο από 18€, ενώ δρομολόγια προς Πάρο, Μήλο και Κίμωλο ξεκινούν από 20€.

Ιδιαίτερα συμφέρουσες παραμένουν και οι επιλογές για φοιτητές, καθώς οι περισσότερες ακτοπλοϊκές εταιρείες προσφέρουν έκπτωση 50% με φοιτητικό πάσο.

Η πλήρης λίστα με τα δρομολόγια και τις διαθέσιμες τιμές είναι διαθέσιμη στο: [Ferryhopper](https://www.ferryhopper.gr).

Το Parian Chronicle ανοίγει ένα νέο κεφάλαιο στην κυκλαδίτικη φιλοξενία

Το νέο ξενοδοχείο της Πάρου, Parian Chronicle, μέλος του Destination by Hyatt και υπό τη διαχείριση της SWOT Hospitality, ετοιμάζεται να υποδεχθεί τους πρώτους επισκέπτες του στις 15 Ιουλίου 2026, φέρνοντας μια νέα πρόταση πολυτελούς φιλοξενίας στο νησί.

Εμπνευσμένο από το Πάριο Χρονικό, το ιστορικό επιγραφικό κείμενο που συνδέεται με την πλούσια πολιτιστική κληρονομιά της Πάρου, το Parian Chronicle συνδυάζει τη σύγχρονη αισθητική με τον αυθεντικό χαρακτήρα των Κυκλάδων. Το ξενοδοχείο διαθέτει 50 δωμάτια και σουίτες, πολλά από τα οποία προσφέρουν ιδιωτικές πισίνες ή ευρύχωρες βεράντες, ενώ η χρήση φυσικών υλικών όπως η πέτρα, το ξύλο και τα λινά υφάσματα ενισχύει τη σύνδεση με το τοπικό τοπίο.

Η εμπειρία φιλοξενίας συμπληρώνεται από γαστρονομικές προτάσεις βασισμένες σε εποχικές πρώτες ύλες και τοπικές γεύσεις, καθώς και από ένα spa που προσφέρει ολιστικές θεραπείες εμπνευσμένες από την αρχαία ελληνική παράδοση.

«Η άφιξη του Parian Chronicle αποτελεί ορόσημο τόσο για το νησί όσο και για την ομάδα μας», δήλωσε ο Διευθύνων Σύμβουλος της SWOT Hospitality, Πάνος Κωνσταντινίδης, επισημαίνοντας τη σημασία της συνεργασίας με το Destination by Hyatt.

Με επίκεντρο την ιδιωτικότητα, την ηρεμία και την ουσιαστική σύνδεση με τον τόπο, το Parian Chronicle φιλοδοξεί να αποτελέσει έναν νέο προορισμό αναφοράς για όσους αναζητούν μια αυθεντική και σύγχρονη εμπειρία διαμονής στην Πάρο.





Το Sofitel Paris Le Faubourg φιλοξενεί την έκθεση «Icons» της On Aura Tout Vu

Με αφορμή την Εβδομάδα Μόδας του Παρισιού, το Sofitel Paris Le Faubourg παρουσιάζει την έκθεση «Icons», μια ξεχωριστή συνεργασία με τον διεθνή αναγνωρισμένο οίκο υψηλής ραπτικής On Aura Tout Vu, που ίδρυσαν οι Livia Stoianova και Yassen Samouilov.

Η έκθεση συγκεντρώνει εμβληματικές δημιουργίες που έχουν φορεθεί από διεθνείς καλλιτέχνες και προσωπικότητες, καθώς και χαρακτηριστικά κομμάτια από τις couture συλλογές του οίκου. Μέσα από μια εντυπωσιακή επιλογή θεατρικών σιλουετών και μοναδικών δημιουργιών, οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν έναν κόσμο όπου η δεξιοτεχνία, η καινοτομία και η δημιουργική τόλμη συνυπάρχουν.

Ανάμεσα στα εκθέματα ξεχωρίζει το εντυπωσιακό φόρεμα με κόκκινα και μαύρα φτερά που φόρεσε η Lady Gaga για το εξώφυλλο του περιοδικού Allure, καθώς και η δημιουργία σε αποχρώσεις του ιβουάρ και του χρυσού που επέλεξε η Louis and the Yakuza για την εμφάνισή της στο X Factor Italia.

Η έκθεση αναδεικνύει τη δημιουργική ενέργεια που έχει καθιερώσει το Παρίσι ως παγκόσμια πρωτεύουσα της μόδας και της πολυτέλειας. Κάθε κομμάτι έχει δημιουργηθεί στα ατελιέ του οίκου στο Palais-Royal, με τη συμβολή εξειδικευμένων τεχνιτών κεντήματος, πτερωμάτων και κρυστάλλων.

Η έκθεση φιλοξενείται στο Sofitel Paris Le Faubourg από τις 23 Ιουνίου έως τις 6 Οκτωβρίου 2026 και είναι ανοιχτή στο κοινό με ελεύθερη είσοδο.

Η H&M ανακοινώνει νέα συνεργασία με τη WARDROBE.NYC



Η H&M ενώνει τις δυνάμεις της με τη WARDROBE.NYC, το luxury fashion label με έδρα τη Νέα Υόρκη, παρουσιάζοντας μια νέα συλλογή που επαναπροσδιορίζει την έννοια των σύγχρονων essentials. Δημιουργημένη από τη fashion editor και stylist Christine Centenera και τον σχεδιαστή Josh Goot, η συλλογή συμπυκνώνει δέκα χρόνια σχεδιαστικής εξέλιξης του brand σε μια ολοκληρωμένη και διαχρονική γκαρνταρόμπα.

Η συνεργασία αντλεί έμπνευση από το αρχείο της WARDROBE.NYC και εστιάζει σε κομμάτια που συνδυάζουν την άψογη ραπτική με τη λειτουργικότητα και την ευελιξία. Μάλλινα παλτό, σακάκια, tailored φούστες, washed denim, bomber jackets, hoodies και relaxed παντελόνια συνθέτουν μια συλλογή που κινείται με άνεση από το καθημερινό στο πιο εκλεπτυσμένο ντύσιμο.

«Θέλαμε να δημιουργήσουμε μια capsule συλλογή που να αποτυπώνει τη φιλοσοφία μιας σύγχρονης, διαχρονικής γκαρνταρόμπα», δήλωσε ο Josh Goot, ενώ η Christine Centenera υπογράμμισε ότι στόχος ήταν η δημιουργία κομματιών που θα αποτελέσουν αναπόσπαστο μέρος της καθημερινής ντουλάπας.

Η Ann-Sofie Johansson, Creative Advisor και Head of Design Womenswear της H&M, χαρακτήρισε τη συλλογή ως μια πρόταση με διαχρονική αξία και ξεχωριστή σχεδιαστική ταυτότητα.

Η συλλογή WARDROBE.NYC H&M θα είναι διαθέσιμη από τις 6 Αυγούστου 2026 στο κατάστημα H&M στην Ερμού 11 @ Βουλής και στο hm.com.



«Ο Διάβολος Φοράει Prada 2»: Η πολυαναμενόμενη επιστροφή έρχεται στο Disney+ στις 29 Ιουλίου

Η κινηματογραφική επιτυχία «Ο Διάβολος Φοράει Prada 2» της 20th Century Studios έρχεται αποκλειστικά στο Disney+ στις 29 Ιουλίου, φέρνοντας ξανά στη μικρή οθόνη ένα από τα πιο αγαπημένα κινηματογραφικά σύμπαντα της μόδας και των media.

Οι Meryl Streep, Anne Hathaway, Emily Blunt και Stanley Tucci επιστρέφουν στους εμβληματικούς ρόλους τους, μεταφέροντας τους θεατές στα γραφεία του Runway Magazine και στους λαμπερούς δρόμους της Νέας Υόρκης. Το πολυαναμενόμενο sequel έχει ήδη κατακτήσει το παγκόσμιο box office, ξεπερνώντας τα 676 εκατομμύρια δολάρια σε εισπράξεις από την κυκλοφορία του στις κινηματογραφικές αίθουσες τον Μάιο.

Στη νέα ταινία, η Άντι Σακς επιστρέφει στο Runway ως αρχισυντάκτρια, ενώ η Μιράντα Πρίσνλι βρίσκεται αντιμέτωπη με προκλήσεις που απειλούν την αυτοκρατορία που έχτισε στον κόσμο της μόδας. Παράλληλα, η παραγωγή ξεχωρίζει για τις εντυπωσιακές δημιουργίες υψηλής ραπτικής από οίκους όπως Dior, Versace, Armani, Givenchy και Dolce & Gabbana, αλλά και για τη συμμετοχή σημαντικών προσωπικοτήτων της μόδας και της μουσικής.

Με σκηνοθεσία του David Frankel και σενάριο της Aline Brosh McKenna, η ταινία υπόσχεται να συνδυάσει χιούμορ, δράμα, μόδα και νοσταλγία, προσφέροντας μια από τις πιο πολυσυζητημένες κινηματογραφικές επιστροφές της χρονιάς.

Η Flik Flak και η SIGG ενώνουν τις δυνάμεις τους σε μια συλλογή που μαθαίνει στα παιδιά την ώρα... και τη σημασία της ενυδάτωσης



Η Flik Flak παρουσιάζει τη νέα συλλογή Flik Flak x SIGG, μια ξεχωριστή συνεργασία που συνδυάζει τη διασκέδαση, την εκπαίδευση και τη βιωσιμότητα. Η νέα limited συλλογή περιλαμβάνει δύο ελβετικά παιδικά ρολόγια, τα οποία συνοδεύονται από ασορτί μεταλλικά παγούρια της SIGG, δημιουργώντας το ιδανικό σετ για κάθε μικρό εξερευνητή.

Σχεδιασμένη για να ενθαρρύνει τα παιδιά να μαθαίνουν την ώρα με ευχάριστο τρόπο, η συλλογή υπενθυμίζει παράλληλα τη σημασία της σωστής ενυδάτωσης σε κάθε δραστηριότητα, από το σχολείο μέχρι το παιχνίδι και τις καλοκαιρινές εξορμήσεις.

Το QUENCH IN PINK, σε αποχρώσεις ροδακινί, ροζ και μωβ, εμπνέεται από τα χρώματα του ηλιοβασιλέματος, ενώ το QUENCH IN BLUE, σε μπλε και μαύρους τόνους με μοτίβα που θυμίζουν φυσαλίδες νερού, απευθύνεται στους μικρούς λάτρεις της περιπέτειας. Και τα δύο μοντέλα διαθέτουν μεταλλιζέ καντράν και προσφέρονται σε ειδική συσκευασία δώρου.

Τα ρολόγια Flik Flak είναι ελβετικής κατασκευής, ανθεκτικά στο νερό και στους κραδασμούς, ενώ μπορούν ακόμη και να πλυθούν στο πλυντήριο. Τα παγούρια SIGG, χωρητικότητας 0,6 λίτρων, είναι κατασκευασμένα από 100% ανακυκλώσιμο αλουμίνιο, χωρίς BPA, δεν στάζουν και είναι κατάλληλα ακόμη και για ανθρακούχα ροφήματα.

Με λουράκια από ανακυκλωμένο PET και υλικά βιολογικής προέλευσης, η συλλογή Flik Flak x SIGG συνδυάζει ποιότητα, πρακτικότητα και σεβασμό προς το περιβάλλον, αποτελώντας ένα ιδανικό δώρο που συνοδεύει τα παιδιά σε κάθε νέα περιπέτεια.

Η Maui & Sons παρουσιάζει τη νέα SS26 καμπάνια «Chase the Sun»



Με έμπνευση από τη surf κουλτούρα και το ανεπιτήδευτο beach lifestyle, η Maui & Sons παρουσιάζει τη νέα καμπάνια για τη συλλογή Άνοιξη/Καλοκαίρι 2026, με τίτλο «Chase the Sun». Η καμπάνια αποτυπώνει τη φιλοσοφία του brand, αναδεικνύοντας την ελευθερία, την κίνηση και την αναζήτηση νέων εμπειριών που χαρακτηρίζουν κάθε καλοκαιρινή απόδραση.

Μέσα από εικόνες γεμάτες ήλιο, θάλασσα και αυθόρμητες στιγμές, η καμπάνια αφηγείται μια ιστορία αφιερωμένη σε όσους ακολουθούν το ένστικτό τους και ζουν κάθε μέρα με αυθεντικότητα. Ξεχωριστή παρουσία αποτελεί η surfer Νεφέλη Ψωμοπούλου, η οποία προσθέτει φυσικότητα και αληθινό χαρακτήρα στο storytelling, εκφράζοντας τον τρόπο ζωής που πρεσβεύει η Maui & Sons.

Η συλλογή SS26 περιλαμβάνει statement T-shirts με surf-inspired γραφικά, μαγιό σε έντονα χρώματα και prints, άνετα casual ρούχα και αξεσουάρ που συνοδεύουν κάθε καλοκαιρινή εξόρμηση, από την παραλία μέχρι την πόλη. Οι relaxed γραμμές και οι φωτεινές αποχρώσεις δημιουργούν μια γκαρνταρόμπα που συνδυάζει άνεση, στιλ και ανεμελιά.

Η νέα συλλογή Maui & Sons SS26 είναι διαθέσιμη αποκλειστικά στα φυσικά καταστήματα Admiral και στο ηλεκτρονικό κατάστημα της εταιρείας, καλώντας όλους να... ακολουθήσουν τον ήλιο.

Δίψα για μπάλα, διπλή απόλαυση με τη ΒΙΚΟΣ COLA 1+1

Από τις 25 Ιουνίου έως και τις 14 Ιουλίου 2026, η ΒΙΚΟΣ COLA φέρνει ακόμη περισσότερη δροσιά στις ποδοσφαιρικές βραδιές, προσφέροντας την αγαπημένη cola σε μοναδική προσφορά 1+1 δώρο στα συνεργαζόμενα σούπερ μάρκετ.

Με το ενδιαφέρον των φιλάθλων να κορυφώνεται, η ΒΙΚΟΣ COLA γίνεται ο ιδανικός συνοδός για κάθε αγώνα, μετατρέποντας τις στιγμές με φίλους και οικογένεια σε μια ολοκληρωμένη εμπειρία γεύσης και διασκέδασης. Είτε πρόκειται για έναν μεγάλο τελικό είτε για μια αυθόρμητη βραδιά μπροστά στην τηλεόραση, η παγωμένη ΒΙΚΟΣ COLA συνοδεύει ιδανικά αγαπημένες street food επιλογές, πίτσες, burgers και κάθε ποδοσφαιρικό... πανηγυρισμό.

Η προσφορά 1+1 δίνει στους καταναλωτές την ευκαιρία να απολαύσουν διπλά την αγαπημένη τους cola, κάνοντας κάθε συνάντηση ακόμα πιο απολαυστική και οικονομική. Με σταθερή ποιότητα και ξεχωριστή γεύση, η ΒΙΚΟΣ COLA συνεχίζει να βρίσκεται στο επίκεντρο των καθημερινών στιγμών που αξίζει να μοιραζόμαστε.

Η προωθητική ενέργεια ισχύει έως τις 14 Ιουλίου 2026, αποκλειστικά στις αλυσίδες σούπερ μάρκετ που συμμετέχουν στην προσφορά.

Διπλή δροσιά, διπλή γεύση, διπλή ΒΙΚΟΣ COLA. Γιατί οι καλύτερες ποδοσφαιρικές στιγμές αξίζουν να τις απολαμβάνεις μαζί με την αγαπημένη σου παρέα.



LG Electronics 37G800A-B: Το UltraGear monitor που απογειώνει το καλοκαιρινό gaming



Η LG Electronics (LG) παρουσιάζει το νέο UltraGear 37G800A-B, ένα gaming monitor που υπόσχεται να μετατρέψει κάθε καλοκαιρινό gaming session σε μια καθηλωτική εμπειρία υψηλών επιδόσεων. Με κυρτή οθόνη 37 ιντσών ανάλυσης 4K και καμπυλότητα 1000R, το νέο μοντέλο αγκαλιάζει το οπτικό πεδίο του χρήστη, προσφέροντας μεγαλύτερη αίσθηση εμβύθισης και ρεαλισμού.

Το monitor διαθέτει ρυθμό ανανέωσης 165Hz και χρόνο απόκρισης 1ms, εξασφαλίζοντας ομαλή εικόνα και άμεση απόκριση ακόμη και στα πιο απαιτητικά παιχνίδια. Παράλληλα, η τεχνολογία AMD FreeSync Premium Pro περιορίζει το tearing και το stuttering, προσφέροντας σταθερή και απρόσκοπτη εμπειρία gaming.

Η υποστήριξη HDR 600 ενισχύει την ποιότητα της εικόνας, αποδίδοντας πιο έντονα χρώματα, υψηλότερη αντίθεση και μεγαλύτερο βάθος, ώστε κάθε σκηνή να αποκτά κινηματογραφική αίσθηση.

Εξίσου ολοκληρωμένη είναι και η συνδεσιμότητα, με HDMI 2.1, DisplayPort 1.4 και USB-C με παροχή ισχύος, καλύπτοντας τόσο τις

ανάγκες των gamers όσο και όσων χρησιμοποιούν την οθόνη για εργασία ή δημιουργικό περιεχόμενο.

Με τον συνδυασμό κορυφαίων τεχνικών χαρακτηριστικών, εντυπωσιακής εικόνας και σύγχρονης συνδεσιμότητας, το LG UltraGear 37G800A-B φιλοδοξεί να αποτελέσει την ιδανική επιλογή για όσους θέλουν να απολαύσουν το gaming σε ένα νέο επίπεδο αυτό το καλοκαίρι.

Μια ξεχωριστή ποδοσφαιρική βραδιά γεμάτη παλμό στο Hard Rock Cafe Athens

Το Hard Rock Cafe Athens επιβεβαίωσε για ακόμη μία φορά τον τίτλο του ως αγαπημένος προορισμός για τους φίλους του ποδοσφαίρου, διοργανώνοντας τη Δευτέρα 22 Ιουνίου ένα ξεχωριστό Watching Night Experience με αφορμή την αναμέτρηση Αργεντινή - Αυστρία. Ο χώρος του καταστήματος στο Μοναστηράκι γέμισε από φιλάθλους, δημοσιογράφους και ανθρώπους του αθλητισμού, που έζησαν μαζί μια βραδιά γεμάτη ένταση, συζητήσεις και δυνατές συγκινήσεις.

Πριν από τη σέντρα, το ενδιαφέρον στράφηκε στο ποδοσφαιρικό βιβλίο, με τον δημοσιογράφο και συγγραφέα Νίκο Μποζιονέλο να παρουσιάζει το νέο του έργο «Μουντιάλ Εμπιστευτικό». Στην εκδήλωση συμμετείχαν επίσης οι συγγραφείς Μάριος Μάντζος και εκπρόσωποι των εκδόσεων Belle Epoque, ενώ γνωστοί αθλητικοί δημοσιογράφοι συζητήσαν με το κοινό για τη διαχρονική γοητεία του παγκόσμιου ποδοσφαίρου.

Με την έναρξη του αγώνα, η ατμόσφαιρα απογειώθηκε, καθώς οι φιλάθλοι πανηγύρισαν τα δύο γκολ της Αργεντινής, απολαμβάνοντας παράλληλα το ειδικά διαμορφωμένο limited menu του τουρνουά με το Messi Legendary Burger και παγωμένη μπίρα στο συλλεκτικό ποτήρι του Hard Rock Cafe.

Η βραδιά ολοκληρώθηκε με ομαδική φωτογραφία και την υπόσχεση για ακόμη περισσότερες μοναδικές αθλητικές εμπειρίες, επιβεβαιώνοντας ότι το Hard Rock Cafe Athens συνδυάζει ιδανικά το ποδόσφαιρο, τη γεύση και τη διασκέδαση.



quote of the day

ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΑ ΠΙΟ ΔΙΑΣΗΜΑ
ΣΤΕΡΕΟΤΥΠΑ ΔΕΝ ΓΕΝΝΙΟΥΝΤΑΙ
ΑΠΟ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ, ΑΛΛΑ ΑΠΟ ΤΙΣ
ΣΥΝΟΗΚΕΣ ΤΗΣ ΕΠΟΧΗΣ.

Σήμερα
γιορτάζουν!

Πέτρος, Πέτρα,
Πετρούλα, Πετρίνα,
Παύλος, Πώλ, Παυλίνα,
Πωλίνα, Παύλιανη,
Πάολα

29 Ιουνίου

- > International Fisherman Day
- > Internal Autonomy Day
- > International Day of the Tropics Feast
- > Day of Saints Peter and Paul
- > National Almond Buttercrunch Day
- > National Bacon Burnt End Day
- > National Waffle Iron Day
- > National Dieselbilly Day
- > National Camera Day
- > Central Province Day