

MOCK THE K.O.K.

0% ΑΛΚΟΟΛ.
0% ΘΕΡΜΙΔΕΣ.

green
ΜΕ ΑΛΗΘΕΙΕΣ.
ΚΑΙ ΦΥΣΑΛΙΔΕΣ.

COLAS - FLAVORS - **MOCKTAILS** - MIXERS

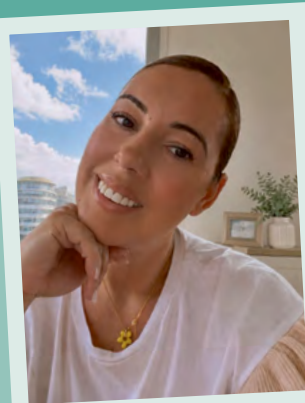


SAY *yes* to the **press**
YOUR DAILY ONLINE MAGAZINE

ΨΗΦΙΑΚΑ ΣΥΝΟΡΑ: ΤΟ ΤΕΛΟΣ ΤΗΣ ΣΦΡΑΓΙΔΑΣ ΣΤΟ ΔΙΑΒΑΤΗΡΙΟ ΚΑΙ ΤΟ «ΧΑΟΣ» ΤΟΥ ΦΕΤΙΝΟΥ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΟΥ



Good morning SayYessers!



Φτιάξε καφέ να στα πω...



Καλημέρα **SayYesser!!!**

Υπήρχε μια εποχή που το "επείγον" σήμαινε ότι κάποιος χτύπησε την πόρτα σου γιατί συνέβη κάτι σοβαρό.

Σήμερα, επείγον είναι το email που ήρθε πριν από τρία λεπτά. Το μήνυμα που έμεινε στο "διαβάστηκε". Το Slack. Το Teams. Το Viber. Το WhatsApp. Το Instagram. Το Messenger. Και κάπου εκεί, χωρίς να το καταλάβουμε, αρχίσαμε να ζούμε σαν να είμαστε μόνιμα σε κατάσταση συναγερμού. Οι ψυχολόγοι το ονομάζουν Urgency Culture. Εγώ θα το έλεγα αλλιώς: τη νέα επιδημία της εποχής μας.

Όταν όλα είναι επείγοντα, τίποτα δεν είναι πραγματικά σημαντικό

Το πρόβλημα δεν είναι ότι έχουμε πολλή δουλειά. Το πρόβλημα είναι ότι έχουμε μάθει να αντιδρούμε αντί να σκεφτόμαστε.

Κάθε ειδοποίηση μοιάζει να απαιτεί άμεση απάντηση. Κάθε ήχος του κινητού μας διακόπτει. Και κάθε διακοπή "κλέβει" λίγη από την προσοχή μας. Μέχρι που στο τέλος της ημέρας νιώθουμε εξαντλημένοι, χωρίς να έχουμε ολοκληρώσει τίποτα ουσιαστικό.

Η δημιουργικότητα όμως δεν γεννιέται μέσα στον πανικό. Χρειάζεται χρόνο. Ησυχία. Βαθιά συγκέντρωση.

Η πιο ακριβή πολυτέλεια του 2026 είναι η αδιατάρακτη σκέψη

Δεν μας λείπει ο χρόνος. Μας λείπουν οι στιγμές που κανείς δεν μας διακόπτει. Οι καλύτερες ιδέες δεν εμφανίζονται ενώ απαντάμε σε δεκαπέντε emails. Έρχονται όταν περπατάμε, όταν χαζεύουμε από το παράθυρο, όταν αφήνουμε το μυαλό να περιπλανηθεί χωρίς να του ζητάμε συνεχώς να αντιδράσει.

Κι όμως, έχουμε ενοχοποιήσει ακόμη και αυτή τη σιωπή. Αν δεν απαντήσεις αμέσως, νιώθεις ότι αμελείς κάτι. Σαν η αξία σου να μετρίεται σε χρόνο απόκρισης.

Μήπως δεν χρειάζεται να είσαι πάντα διαθέσιμος;

Η αλήθεια είναι απλή. Οι περισσότεροι άνθρωποι δεν περιμένουν απάντηση σε πέντε λεπτά. Εμείς έχουμε πείσει τον εαυτό μας ότι πρέπει να τη δώσουμε. Και όσο κυνηγάμε την αμεσότητα, τόσο χάνουμε την ποιότητα. Στη δουλειά. Στις σχέσεις. Ακόμη και στις σκέψεις μας.

Ίσως η πιο επαναστατική πράξη σήμερα να είναι να αφήσεις το κινητό ανάποδα για μία ώρα και να ολοκληρώσεις μία δουλειά χωρίς καμία διακοπή.

Γιατί τελικά, δεν χρειάζεται να είμαστε διαθέσιμοι σε όλους. Χρειάζεται να είμαστε παρόντες σε αυτό που κάνουμε.

Tip of the Day: Δοκίμασε σήμερα ένα "Focus Hour". Βάλε το κινητό στο αθόρυβο, κλείσε τις ειδοποιήσεις και αφιέρωσε 60 λεπτά σε μία μόνο εργασία. Θα εκπλαγείς από το πόσα μπορείς να πετύχεις.

Claire Styliara
Chief of SayYessers



E-Mail



Viber



WhatsApp

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

Ψηφιακά Σύνορα:

Το τέλος της σφραγίδας στο διαβατήριο και το «χάος» του φετινού καλοκαιριού



Αν προγραμματίζετε ένα ταξίδι εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης ή περιμένετε φίλους και συνεργάτες από χώρες εκτός Σένγκεν (όπως το Ηνωμένο Βασίλειο ή οι ΗΠΑ) αυτό το καλοκαίρι, η ταξιδιωτική εμπειρία στα αεροδρόμια έχει αλλάξει ριζικά.

Η εποχή που ο συνοριοφύλακας άνοιγε το διαβατήριό σας για να βάλει τη χαρακτηριστική μελανή σφραγίδα ανήκει πλέον οριστικά στο παρελθόν.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση έθεσε σε πλήρη εφαρμογή το πολυαναμενόμενο Entry/Exit System (EES), ένα αυτοματοποιημένο ψηφιακό σύστημα ελέγχου που αντικαθιστά τις παραδοσιακές σφραγίδες με βιομετρικά δεδομένα.

Τι είναι το EES και πώς λειτουργεί;

Το σύστημα EES εφαρμόζεται στα εξωτερικά σύνορα 29 ευρωπαϊκών χωρών της ζώνης Σένγκεν. Κάθε φορά που ένας πολίτης εκτός ΕΕ περνάει τα σύνορα για σύντομη διαμονή (έως 90 ημέρες), το σύστημα καταγράφει ψηφιακά το όνομά του, τον τύπο του ταξιδιωτικού εγγράφου,

τις ημερομηνίες εισόδου/εξόδου, καθώς και βιομετρικά στοιχεία, όπως φωτογραφία προσώπου και δακτυλικά αποτυπώματα.

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, ο στόχος είναι διπλός: η ενίσχυση της εσωτερικής ασφάλειας των συνόρων και ο αυτόματος εντοπισμός όσων υπερβαίνουν τη νόμιμη διάρκεια παραμονής τους (overstayers).

Μάλιστα, από την έναρξη της σταδιακής εφαρμογής του, το σύστημα έχει ήδη αποτρέψει την παράνομη είσοδο σε σχεδόν 44.000 άτομα.

Το «κρας τεστ» του καλοκαιριού και οι ουρές-ρεκόρ

Αν και η θεωρία υπόσχεται ταχύτερες διαδικασίες στο μέλλον μέσω των ειδικών self-service kiosks, η πραγματικότητα της πρώτης μεγάλης καλοκαιρινής αιχμής αποδεικνύεται γεμάτη προκλήσεις.

Όπως αναφέρει χαρακτηριστικά το BBC News, οι νέοι



βιομετρικοί έλεγχοι έχουν σχεδόν τριπλασιάσει τον χρόνο αναμονής σε μεγάλα αεροδρόμια, όπως αυτό της Ρώμης (Fiumicino), ενώ τεχνικά προβλήματα (bugs) εμφανίστηκαν και στο αεροδρόμιο Φάρο της Πορτογαλίας. Σε πολλά κεντρικά αεροδρόμια της Ευρώπης, οι επιβάτες έρχονται αντιμέτωποι με ουρές που αγγίζουν ακόμη και τις 5 ώρες, με αποτέλεσμα πολλοί να χάνουν τις πτήσεις τους.

«Όχι» στην αναστολή λέει η ΕΕ

Παρά τις έντονες πιέσεις και τις κοινές επιστολές από την ACI Europe (Διεθνές Συμβούλιο Αεροδρομίων), την IATA και μεγάλες αεροπορικές εταιρείες (όπως η Ryanair) που ζητούσαν την προσωρινή αναστολή του συστήματος για τους «καυτούς» μήνες Ιούλιο και Αύγουστο, οι Βρυξέλλες παρέμειναν ανένδοτες. Αξιωματούχοι της ΕΕ ξεκαθάρισαν ότι μια αναστολή «δεν είναι απαραίτητη ούτε δυνατή», αναγνωρίζοντας ωστόσο ότι υπάρχουν περίπου 20 «δύσκολα σημεία» (difficult spots) σε όλο το ευρωπαϊκό δίκτυο που αντιμετωπίζουν σοβαρό πρόβλημα συνωστισμού.

Την ίδια στιγμή, το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC) προειδοποιεί ότι αυτές οι καθυστερήσεις στα σύνορα θέτουν σε κίνδυνο εκατομμύρια αφίξεις και δισεκατομμύρια τουριστικά έσοδα παγκοσμίως.

Τι πρέπει να γνωρίζουν οι ταξιδιώτες;

Η πρώτη φορά είναι η πιο δύσκολη: Η μεγάλη καθυστέρηση συμβαίνει κατά την πρώτη εγγραφή στο σύστημα, όπου γίνεται η λήψη των αποτυπωμάτων και της



φωτογραφίας. Στα επόμενα ταξίδια, η διαδικασία θα απαιτεί απλώς μια γρήγορη επαλήθευση.

Έρχεται και το ETIAS: Το EES είναι μόνο το πρώτο βήμα. Προς το τέλος του 2026, η ΕΕ αναμένεται να ενεργοποιηθεί και το ETIAS, την ηλεκτρονική προ-ταξιδιωτική άδεια για πολίτες χωρών που δεν χρειάζονται βίζα για την Ευρώπη (αντίστοιχο του αμερικανικού ESTA).

The "Say Yes" Tip: Αν ταξιδεύετε αυτό το διάστημα, φτάστε στο αεροδρόμιο αρκετά νωρίτερα από το συνηθισμένο, οπλιστείτε με υπομονή και βεβαιωθείτε ότι έχετε μαζί σας όλα τα απαραίτητα έγγραφα. Η ψηφιακή εποχή των ταξιδιών είναι εδώ, αλλά η μετάβαση απαιτεί χρόνο!

Ολυμπιακή Ζυθοποιία: Ο Mythos 0.0% μετέφερε το μήνυμα της υπεύθυνης κατανάλωσης στα μεγαλύτερα μουσικά festivals



Με επίκεντρο την υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ, η Ολυμπιακή Ζυθοποιία πραγματοποίησε και φέτος ενημερωτική δράση στα μεγαλύτερα μουσικά φεστιβάλ του καλοκαιριού, με πρωταγωνιστή τον Mythos 0.0%. Η πρωτοβουλία υλοποιήθηκε σε δημοφιλείς διοργανώσεις, όπως τα Ejekt, Flame Festival και Newworld, μεταφέροντας το μήνυμα της ασφαλούς διασκέδασης σε περισσότερους από 150.000 επισκέπτες.

Στο πλαίσιο της δράσης διανεμήθηκαν σχεδόν 6.500 ατομικά αλκοτέστ μίας χρήσης, συνοδευόμενα από ενημερωτικό υλικό για τους κινδύνους της κατανάλωσης αλκοόλ σε συνδυασμό με την οδήγηση. Το υλικό δημιουργήθηκε σε συνεργασία με το Ινστιτούτο Οδικής Ασφάλειας (Ι.Ο.Α.Σ.) «Πάνος Μυλωνάς», ενισχύοντας την ενημέρωση και την πρόληψη γύρω από την οδική ασφάλεια.

Παράλληλα, οι επισκέπτες είχαν την ευκαιρία να γνωρίσουν τον Mythos 0.0%, απολαμβάνοντας τη χαρακτηριστική γεύση της μπίρας

χωρίς αλκοόλ, ως μια εναλλακτική επιλογή για όσους επιθυμούν να διασκεδάσουν υπεύθυνα.

Η δράση εντάσσεται στη διαχρονική στρατηγική βιωσιμότητας και υπεύθυνης κατανάλωσης της Ολυμπιακής Ζυθοποιίας, η οποία επενδύει συστηματικά σε πρωτοβουλίες ενημέρωσης και παράλληλα διευρύνει το χαρτοφυλάκιό της με προϊόντα χωρίς ή με χαμηλή περιεκτικότητα σε αλκοόλ, ανταποκρινόμενη στις σύγχρονες ανάγκες και προωθώντας μια πιο υπεύθυνη κουλτούρα διασκέδασης.

Coca-Cola Supercan: Η νέα συσκευασία 500ml συνδυάζει μεγαλύτερη απόλαυση και μουσικές εμπειρίες

Η Coca-Cola παρουσιάζει το νέο Supercan 500ml, μια μεγαλύτερη συσκευασία που φέρνει περισσότερη απόλαυση και ενισχύει τη σύνδεση του brand με τη μουσική, τις εμπειρίες και τον τρόπο ζωής της νέας γενιάς. Διαθέσιμη στις εκδοχές Original Taste και Zero Sugar, η νέα συσκευασία συνδυάζει τον εμβληματικό χαρακτήρα της Coca-Cola με ανανεωμένο σχεδιασμό και διαδραστικές ενέργειες για τους καταναλωτές.

Το Supercan ξεχωρίζει χάρη στο κάθετο λογότυπο και το σύγχρονο design του, σχεδιασμένο για στιγμές με φίλους, συναυλίες και καλοκαιρινές εξορμήσεις. Παράλληλα, οι καταναλωτές μπορούν να επισκεφθούν το coca-cola.gr και, χρησιμοποιώντας τον μοναδικό κωδικό που βρίσκεται κάτω από τη συσκευασία, να διεκδικήσουν περισσότερα από 500 εισιτήρια για κορυφαία μουσικά γεγονότα, όπως το Release Athens Festival, το Ejekt Festival, την περιοδεία του APON και τη μεγάλη συναυλία της Άννας Βίσση στο OAKA.

Το νέο προϊόν διατίθεται αρχικά στα σημεία μικρής λιανικής σε όλη την Ελλάδα, ενώ η καμπάνια υποστηρίζεται από digital και social media ενέργειες, καθώς και υπαίθρια προβολή. Ξεχωρίζει η εντυπωσιακή τοιχογραφία της Coca-Cola στον Κεραμεικό, η οποία αποτελεί κεντρικό στοιχείο της επικοινωνίας.

Με το Supercan, η Coca-Cola επαναπροσδιορίζει την εμπειρία κατανάλωσης, συνδυάζοντας τη διαχρονική της γεύση με τη μουσική, τη διασκέδαση και τις στιγμές που αξίζει να μοιράζεσαι.



Friendship Recession:

Γιατί έχουμε περισσότερες επαφές αλλά λιγότερες πραγματικές φιλίες – Τι δείχνει ο «Αριθμός του Dunbar»



Έχουμε περισσότερες επαφές από ποτέ. Βλέπουμε καθημερινά τι κάνουν οι γνωστοί μας στα social media, ανταλλάσσουμε μηνύματα μέσα σε λίγα δευτερόλεπτα και μπορούμε να επικοινωνήσουμε σχεδόν οποιαδήποτε στιγμή. Κι όμως, όλο και περισσότεροι ενήλικες περιγράφουν ένα παράδοξο συναίσθημα: ότι δυσκολεύονται να βρουν ανθρώπους με τους οποίους μπορούν να μοιραστούν πραγματικές στιγμές.

Με αφορμή τη Διεθνή Ημέρα Φιλίας στις 30 Ιουλίου, το φαινόμενο της «Friendship Recession» ή «ύφεσης της φιλίας» έρχεται στο προσκήνιο. Ο όρος περιγράφει μια σύγχρονη κοινωνική αλλαγή: όχι ότι οι άνθρωποι σταμάτησαν να έχουν φίλους, αλλά ότι η δημιουργία νέων στενών φιλιών και η διατήρηση ουσιαστικών δεσμών φαίνεται να γίνεται πιο δύσκολη στην ενήλικη ζωή.

Όταν το «είμαστε σε επαφή» δεν σημαίνει ότι είμαστε κοντά

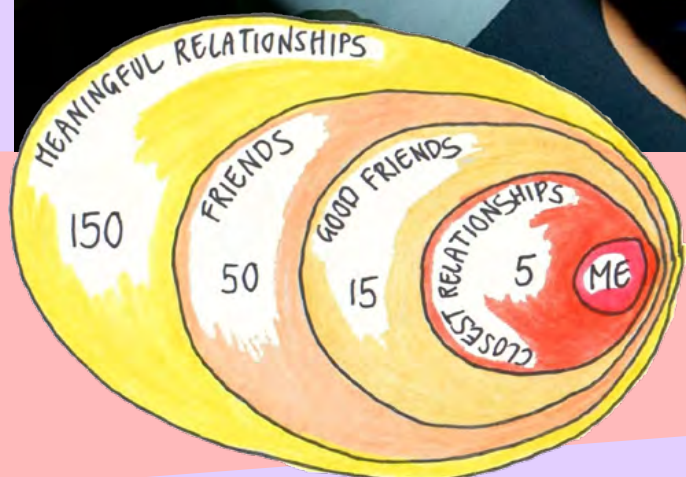
Η φιλία παραμένει μια από τις σημαντικότερες ανθρώπινες ανάγκες. Σύμφωνα με έρευνα της AARP Research, το 95% των ενηλίκων στις ΗΠΑ δηλώνει ότι οι φίλοι είναι σημαντικοί για μια ευτυχισμένη και υγιή ζωή. Ωστόσο, η ίδια έρευνα δείχνει ότι η διατήρηση στενών κοινωνικών

σχέσεων γίνεται πιο δύσκολη για πολλούς ανθρώπους, καθώς ο χρόνος, οι υποχρεώσεις και οι αλλαγές στη ζωή περιορίζουν τις ευκαιρίες για ουσιαστική επαφή. Παράλληλα, στοιχεία του Pew Research Center δείχνουν ότι η μοναξιά και η αίσθηση κοινωνικής απομόνωσης παραμένουν σημαντικά ζητήματα, ιδιαίτερα μεταξύ νεότερων ενηλίκων. Η εικόνα αυτή αποτυπώνει ένα σύγχρονο παράδοξο: ενώ οι τρόποι επικοινωνίας αυξάνονται, οι βαθείς και σταθερές ανθρώπινες συνδέσεις δεν είναι πάντα εύκολο να δημιουργηθούν.

Γιατί οι φιλίες δυσκολεύουν μετά τα 30;

Στο σχολείο και στο πανεπιστήμιο, οι φιλίες δημιουργούνται συχνά φυσικά. Η καθημερινή επαφή, οι κοινές εμπειρίες και ο διαθέσιμος χρόνος δημιουργούν συνεχείς ευκαιρίες για νέες γνωριμίες.

Στην ενήλικη ζωή όμως, οι συνθήκες αλλάζουν. Η εργασία, οι οικογενειακές υποχρεώσεις, οι μετακομίσεις και οι διαφορετικοί ρυθμοί ζωής αφήνουν λιγότερο χώρο για αυθόρμητες συναντήσεις. Ακόμη και όταν υπάρχει διάθεση για νέες γνωριμίες, χρειάζεται περισσότερη προσπάθεια ώστε μια απλή επαφή να μετατραπεί σε μια πραγματική φιλία.



Ο «Αριθμός του Dunbar»: Πόσους ανθρώπους μπορούμε πραγματικά να κρατήσουμε κοντά μας;

Ένα ενδιαφέρον στοιχείο στη συζήτηση για τη φιλία έρχεται από τον ανθρωπολόγο Robin Dunbar, ο οποίος διατύπωσε τη γνωστή θεωρία του «Αριθμού του Dunbar». Σύμφωνα με αυτή, ο ανθρώπινος εγκέφαλος έχει περιορισμένη ικανότητα να διατηρεί σταθερές κοινωνικές σχέσεις και ο αριθμός των ανθρώπων με τους οποίους μπορούμε να έχουμε ουσιαστική επαφή υπολογίζεται περίπου στους 150 συνολικά κοινωνικούς δεσμούς.

Ωστόσο, μέσα σε αυτόν τον ευρύτερο κύκλο υπάρχουν διαφορετικά επίπεδα εγγύτητας. Ο Dunbar υποστηρίζει ότι μόνο περίπου 5 άνθρωποι αποτελούν τον πιο στενό πυρήνα μας — εκείνους στους οποίους απευθυνόμαστε για στήριξη και βαθιά συναισθηματική σύνδεση. Ένας μεγαλύτερος κύκλος περίπου 15 ατόμων αφορά τις πολύ κοντινές σχέσεις, ενώ οι υπόλοιποι ανήκουν σε ευρύτερα επίπεδα κοινωνικής επαφής.

Η θεωρία αυτή εξηγεί γιατί η ύπαρξη εκατοντάδων ή χιλιάδων διαδικτυακών «φίλων» δεν σημαίνει ότι διαθέ-

τούμε περισσότερες πραγματικές φιλίες. Ο αριθμός των επαφών μπορεί να αυξάνεται, αλλά ο χρόνος, η προσοχή και η συναισθηματική ενέργεια που μπορούμε να αφιερώσουμε παραμένουν περιορισμένα.

Περισσότερη σύνδεση ή περισσότερη μοναξιά;

Τα social media έχουν αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο διατηρούμε επαφή. Ένα μήνυμα ή μια αντίδραση σε μια ανάρτηση μπορεί να κρατήσει μια σχέση ενεργή, όμως δεν αντικαθιστά πάντα μια συζήτηση πρόσωπο με πρόσωπο ή μια κοινή εμπειρία.

Η σύγχρονη πρόκληση δεν είναι η έλλειψη επικοινωνίας, αλλά η έλλειψη βάθους. Πολλοί άνθρωποι έχουν μεγάλο κύκλο γνωριμιών, αλλά λίγους ανθρώπους στους οποίους μπορούν πραγματικά να στηριχθούν.

Η φιλία χρειάζεται επιλογή

Η Friendship Recession δείχνει ότι οι φιλίες στην ενήλικη ζωή δεν δημιουργούνται πάντα αυτόματα, όπως συνέβαινε στα μαθητικά ή φοιτητικά χρόνια. Χρειάζονται χρόνο, παρουσία και συνειδητή προσπάθεια.

Σε μια εποχή όπου μπορούμε να επικοινωνούμε με οποιονδήποτε, οποτεδήποτε, η πραγματική πρόκληση είναι διαφορετική: να δημιουργούμε δεσμούς που δεν περιορίζονται στην ψηφιακή επαφή, αλλά προσφέρουν ουσιαστική ανθρώπινη σύνδεση.

Καλλιμάνης: Νέα επένδυση σε φωτοβολταϊκά ενισχύει τη βιώσιμη ανάπτυξη και την ενεργειακή αυτονομία



Η Καλλιμάνης προχωρά σε ένα ακόμη σημαντικό βήμα προς τη βιώσιμη ανάπτυξη, ολοκληρώνοντας την εγκατάσταση δύο σύγχρονων φωτοβολταϊκών συστημάτων στις παραγωγικές εγκαταστάσεις της στο Αίγιο. Η επένδυση, συνολικής ισχύος 1,5 MWp, καλύπτει επιφάνεια 9.000 τ.μ. στεγών και ενισχύει ουσιαστικά την ενεργειακή αυτονομία της εταιρείας.

Με την ολοκλήρωση του έργου, οι ετήσιες ενεργειακές ανάγκες των εγκαταστάσεων – από την παραγωγή έως και τους πέντε ψυκτικούς θαλάμους με περισσότερες από 5.000 παλετοθέσεις – καλύπτονται από καθαρή ηλεκτρική ενέργεια που παράγεται μέσω των φωτοβολταϊκών. Η συνολική ετήσια παραγωγή αναμένεται να ξεπεράσει τα 1,98 εκατομμύρια kWh, συμβάλλοντας

στην αποφυγή έκλυσης περίπου 410 τόνων διοξειδίου του άνθρακα (CO₂) κάθε χρόνο.

Η επένδυση αποτελεί μέρος της στρατηγικής της Καλλιμάνης για τη δημιουργία ενός πιο βιώσιμου παραγωγικού μοντέλου, με αξιοποίηση σύγχρονων τεχνολογιών που μειώνουν το περιβαλλοντικό αποτύπωμα και ενισχύουν την υπεύθυνη διαχείριση των ενεργειακών πόρων.

Μέσα από πρωτοβουλίες όπως αυτή, η εταιρεία επιβεβαιώνει τη δέσμευσή της στη βιώσιμη λειτουργία, επενδύοντας σε λύσεις που δημιουργούν μακροπρόθεσμη αξία για το περιβάλλον, τους ανθρώπους της και τις τοπικές κοινωνίες στις οποίες δραστηριοποιείται.

ΚΜΟΠ: 15.000 άνθρωποι υποστηρίχθηκαν το 2025 μέσα από δράσεις κοινωνικού αντίκτυπου

Την Ετήσια Έκθεση Δραστηριότητας 2025 δημοσίευσε το ΚΜΟΠ – Κέντρο Κοινωνικής Δράσης και Καινοτομίας, παρουσιάζοντας το αποτύπωμα σχεδόν πέντε δεκαετιών δράσης στην αντιμετώπιση των σύγχρονων κοινωνικών προκλήσεων. Μέσα στη χρονιά, περισσότεροι από 15.000 άνθρωποι έλαβαν υποστήριξη μέσω πρωτοβουλιών που αφορούν την ψυχική υγεία, την προστασία του παιδιού, την εκπαίδευση, την ισότητα, τη δημοκρατική συμμετοχή και τη βιωσιμότητα.

Η έκθεση αναδεικνύει το έργο του οργανισμού σε 14 θεματικούς τομείς, μέσα από υπηρεσίες ψυχικής υγείας και φροντίδας, κοινωνικές υπηρεσίες, προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης, ερευνητικές δράσεις και παρεμβάσεις ευαισθητοποίησης.

Μεταξύ των σημαντικότερων αποτελεσμάτων του 2025, περισσότεροι από 4.500 εκπαιδευτικοί και γονείς εκπαιδεύτηκαν στην πρόληψη του σχολικού εκφοβισμού, 3.000 πολίτες συμμετείχαν στις δημόσιες συζητήσεις «ΚΜΟΠ Dialogues», ενώ πάνω από 2.000 επαγγελματίες του κοινωνικού τομέα ενίσχυσαν τις δεξιότητές τους σε ζητήματα ψυχικής υγείας, κοινωνικής ένταξης και βιωσιμότητας. Επιπλέον, 550 επαγγελματίες πρώτης γραμμής εκπαιδεύτηκαν στην αντιμετώπιση της εμπορίας ανθρώπων και της εργασιακής εκμετάλλευσης, ενώ περισσότερα από 160 άτομα με ψυχικές διαταραχές υποστηρίχθηκαν μέσω των δομών ψυχικής υγείας του ΚΜΟΠ.

Με σταθερό προσανατολισμό στη δημιουργία ίσων ευκαιριών και βιώσιμου κοινωνικού αντίκτυπου, το ΚΜΟΠ συνεχίζει να επενδύει σε δράσεις που ενδυναμώνουν ανθρώπους και κοινότητες, με στόχο μια κοινωνία όπου κανείς δεν μένει πίσω.



Tanmaxxing vs Skin Wellness: Η μάχη ανάμεσα στο τέλειο μαύρισμα και το υγιές δέρμα



Μια νέα τάση που κυκλοφορεί στα social media φέρνει ξανά στο προσκήνιο ένα παλιό καλοκαιρινό πρότυπο ομορφιάς: το έντονο μαύρισμα. Το tanmaxxing κερδίζει έδαφος κυρίως μέσα σε κοινότητες νεότερων εκπροσώπων της Gen Z, οι οποίοι μοιράζονται εικόνες και συμβουλές για την απόκτηση ενός έντονου «ηλιοκαμένου» χρώματος. Η τάση όμως δημιουργεί μια ενδιαφέρουσα αντίφαση: εμφανίζεται σε μια γενιά που έχει μεγαλώσει με περισσότερη ενημέρωση από ποτέ για τους κινδύνους της υπερϊώδους ακτινοβολίας.

Απέναντι σε αυτή την επιστροφή της κουλτούρας του έντονου μαυρίσματος βρίσκεται μια άλλη προσέγγιση: το skin wellness. Πρόκειται για μια φιλοσοφία που αντιμετωπίζει την περιποίηση του δέρματος όχι μόνο ως θέμα εμφάνισης, αλλά ως μέρος της συνολικής υγείας, δίνοντας έμφαση στην προστασία, την πρόληψη και τη μακροχρόνια φροντίδα.



Γιατί επιστρέφει το έντονο μαύρισμα;

Για δεκαετίες, το μαυρισμένο δέρμα συνδέθηκε με την εικόνα του καλοκαιριού, των διακοπών και ενός ανέμελου τρόπου ζωής. Σήμερα, μέσα από πλατφόρμες όπως το TikTok και το Instagram, αυτή η αισθητική επιστρέφει με νέα μορφή. Το «summer glow» παρουσιάζεται συχνά ως στοιχείο αυτοπεποίθησης και ελκυστικότητας, ενώ το βαθύ μαύρισμα γίνεται ένας ακόμη στόχος εμφάνισης.

Η επιρροή των social media παίζει σημαντικό ρόλο, καθώς οι τάσεις ομορφιάς εξαπλώνονται γρήγορα και συχνά προβάλλουν το τελικό αποτέλεσμα χωρίς να αναδεικνύουν πάντα τους πιθανούς κινδύνους.

Ωστόσο, τα πρότυπα ομορφιάς έχουν αλλάξει σημαντικά τα τελευταία χρόνια. Κάποτε το μαύρισμα θεωρούνταν σχεδόν απαραίτητο μέρος της καλοκαιρινής εικόνας, ενώ το ανοιχτόχρωμο ή φυσικό δέρμα αντιμετωπιζόταν συχνά ως κάτι



που έπρεπε να αλλάξει πριν τις διακοπές. Σήμερα, η εικόνα της υγιούς και προστατευμένης επιδερμίδας αποκτά μεγαλύτερη αξία και το φυσικό χρώμα του δέρματος δεν θεωρείται πλέον κάτι που χρειάζεται να «διορθωθεί».

Από την εικόνα στην ουσία

Η παραγωγή μελανίνης, που δίνει στο δέρμα το πιο σκούρο χρώμα, αποτελεί έναν φυσικό μηχανισμό άμυνας του οργανισμού απέναντι στην υπεριώδη ακτινοβολία (UV).

Η επαναλαμβανόμενη έκθεση στον ήλιο χωρίς επαρκή προστασία μπορεί να προκαλέσει βλάβες στο DNA των κυττάρων του δέρματος και να αυξήσει τον κίνδυνο εμφάνισης καρκίνου του δέρματος, συμπεριλαμβανομένου του μελανώματος. Παράλληλα, η UV ακτινοβολία αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες πρόωρης γήρανσης, καθώς συνδέεται με ρυτίδες, δυσχρωμίες και απώλεια ελαστικότητας.



Από το «τέλειο μαύρισμα» στο υγιές δέρμα

Το skin wellness αντανakλά μια διαφορετική αντίληψη για την ομορφιά. Δεν εστιάζει στο να αλλάξει το δέρμα για ένα άμεσο αισθητικό αποτέλεσμα, αλλά στο να διατηρηθεί υγιές σε βάθος χρόνου.

Αντηλιακό, προστασία από την υπερβολική έκθεση στον ήλιο, σωστή ενυδάτωση και φροντίδα του δερματικού φραγμού αποτελούν πλέον βασικά στοιχεία μιας πιο σύγχρονης προσέγγισης.

Το tanmaxxing, όπως πολλές τάσεις που γεννιούνται και εξαπλώνονται μέσα από τα social media, μπορεί να αποτελέσει ένα ακόμη αισθητικό trend που κερδίζει προσωρινά την προσοχή και στη συνέχεια δίνει τη θέση του στην επόμενη viral εικόνα.

Αντίθετα, το skin wellness βασίζεται σε μια διαφορετική φιλοσοφία γύρω από τη σχέση μας με το δέρμα. Σε έναν κόσμο όπου οι τάσεις ομορφιάς αλλάζουν με ταχύτητα, η φροντίδα και η προστασία της επιδερμίδας φαίνεται να ξεπερνούν τις εφήμερες αισθητικές επιλογές.

Το FREENOW σε πάει παντού αυτό το καλοκαίρι Σε περισσότερους από 20 προορισμούς σε όλη την Ελλάδα

Το καλοκαίρι είναι συνώνυμο της ελευθερίας, των αποδράσεων και των αυθόρμητων στιγμών. Με αυτό το σκεπτικό, το FREENOW by Lyft ενισχύει φέτος την παρουσία του σε περισσότερους από 20 δημοφιλείς καλοκαιρινούς προορισμούς σε όλη την Ελλάδα, προσφέροντας αξιόπιστες, άνετες και ασφαλείς μετακινήσεις σε κατοίκους και επισκέπτες.

Από την Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη έως την Κρήτη, την Κέρκυρα, τη Ζάκυνθο, τη Μήλο, το Ναύπλιο και πολλούς ακόμη προορισμούς, η εφαρμογή εξυπηρετεί καθημερινές διαδρομές προς παραλίες, λιμάνια, αεροδρόμια, σταθμούς ΚΤΕΛ και δημοφιλή σημεία ενδιαφέροντος. Σύμφωνα με τα στοιχεία της εταιρείας, η ζήτηση αυξάνεται ήδη σημαντικά κατά τη θερινή περίοδο, καθώς ολοένα και περισσότεροι χρήστες επιλέγουν το FREENOW για τις μετακινήσεις τους, αποφεύγοντας την ταλαιπωρία της στάθμευσης και της οδήγησης.

Παράλληλα, η εταιρεία ενισχύει το δίκτυο των συνεργαζόμενων οδηγών ταξί, προσφέροντας νέες ευκαιρίες ένταξης στην πλατφόρμα σε ολόκληρη τη χώρα. Η ισχυρή διεθνής παρουσία του FREENOW στην Ευρώπη και τη Βόρεια Αμερική δημιουργεί πρόσβαση σε ένα ευρύτερο πελατολόγιο, ιδιαίτερα κατά τους μήνες της αυξημένης τουριστικής κίνησης, ενισχύοντας τις επαγγελματικές προοπτικές των οδηγών.

Με το FREENOW, κάθε καλοκαιρινή έξοδος γίνεται πιο εύκολη, ώστε το μόνο δίλημμα να είναι αν χωράει... ακόμη ένα μπάνιο ή ένα ακόμη ηλιοβασίλεμα.



Deloitte: Η εμπορική ανάπτυξη κορυφαία πρόκληση για τις ελληνικές scale-ups



Η Deloitte δημοσίευσε την έβδομη ετήσια έκδοση της Scale-Ups Confidence Survey, καταγράφοντας τις προτεραιότητες και τις προκλήσεις 498 start-ups και scale-ups σε επτά αγορές της EMEA, μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα. Η αισιοδοξία παραμένει ισχυρή, καθώς το 62% δηλώνει σίγουρο ή πολύ σίγουρο για τη διατήρηση ή επιτάχυνση της ανάπτυξης, ενώ συνολικά το 90% εκφράζει θετική στάση.

Η μεγαλύτερη πρόκληση πλέον δεν είναι η πρόσβαση σε κεφάλαια, αλλά η ζήτηση, η προσέλκυση πελατών και η εμπορική ανάπτυξη, όπως αναφέρει το 60% των συμμετεχόντων. Στην Ελλάδα, όπου συμμετείχαν 100 scale-ups, ο δείκτης αισιοδοξίας διαμορφώνεται στο 8,1/10. Το 57% εστιάζει στη διεύρυνση πελατολογίου και εσόδων, ενώ οι ΗΠΑ αποτελούν την πρώτη επιλογή διεθνούς επέκτασης.

Παράλληλα, το 66% των ελληνικών scale-ups αναζητά νέα χρηματοδότηση, όμως

μόλις το 33% διαθέτει στρατηγική εξόδου. Στο ανθρώπινο δυναμικό, το 34% παγώνει τις προσλήψεις, κυρίως λόγω έλλειψης κατάρτιων ταλέντων. Όσον αφορά την τεχνητή νοημοσύνη, η Ελλάδα εμφανίζει το υψηλότερο ποσοστό εταιρειών χωρίς ουσιαστικό αντίκτυπο μέχρι σήμερα. Η έρευνα αναδεικνύει ένα οικοσύστημα πιο ώριμο, εξωστρεφές και αποφασισμένο να μετατρέψει την καινοτομία σε βιώσιμη ανάπτυξη και ισχυρότερα, μετρήσιμα οικονομικά αποτελέσματα.

Μπορείτε να διαβάσετε ολόκληρη την έκθεση [εδώ](#).



UGG Goldenglow Embossed: το σανδάλι του καλοκαιριού επιστρέφει σε νέα απόχρωση

Το καλοκαίρι βρίσκεται ακόμη στην αρχή του και η UGG® παρουσιάζει μία ακόμη πρόταση για τις ζεστές ημέρες: το Goldenglow Embossed, το σανδάλι που συνδυάζει άνεση, σταθερότητα και σύγχρονο σχεδιασμό.

Με ανάγλυφη υφή και chunky σιλουέτα, το νέο σχέδιο έρχεται να προστεθεί στα must-have παπούτσια της σεζόν. Η ιδιαίτερη απόχρωση Dense Smoke, ένα βαθύ και ευέλικτο γκρι, το καθιστά εύκολο στον συνδυασμό τόσο με casual όσο και με πιο fashion-forward εμφανίσεις. Μπορεί να φορεθεί με σορτς, αέρινα φορέματα, λινά σύνολα ή ακόμη και με κάλτσες, δημιουργώντας ένα ανεπιτήδευτο street style look.

Το Goldenglow Embossed έχει σχεδιαστεί για τις καθημερινές καλοκαιρινές μετακινήσεις, προσφέροντας ασφαλή εφαρμογή και άνεση σε κάθε βήμα. Η μοντέρνα αισθητική του το μετατρέπει σε μία πρακτική αλλά ταυτόχρονα εντυπωσιακή επιλογή για την πόλη, τις διακοπές και τις χαλαρές εξόδους.

Με το χαρακτηριστικό design της UGG και τη σύγχρονη πλατφόρμα του, το νέο σανδάλι έρχεται να διεκδικήσει μία θέση στη θερινή γκαρνταρόμπα. Γιατί το καλοκαιρινό στιλ χρειάζεται άνεση, χαρακτήρα και ένα ζευγάρι παπούτσια που μπορεί να φορεθεί από το πρωί μέχρι το βράδυ.

Stelios Koudounaris: Archive Sale με εκπτώσεις έως 70% και νέες προσθήκες στις συλλογές του



Ο σχεδιαστής Στέλιος Κουδουνάρης παρουσιάζει το μεγάλο Archive Sale, προσφέροντας εκπτώσεις από 50% έως 70% σε επιλεγμένες δημιουργίες προηγούμενων συλλογών, ενώ παράλληλα εμπλουτίζει τη διαθεσιμότητα με νέα σχέδια. Πρόκειται για μια ευκαιρία απόκτησης διαχρονικών fashion pieces που φέρουν την ξεχωριστή αισθητική του Έλληνα δημιουργού σε ιδιαίτερα προνομιακές τιμές.

Ανάμεσα στις συλλογές που ξεχωρίζουν βρίσκεται και η Marble Horizon, μια capsule σειρά εμπνευσμένη από τη διαχρονική ομορφιά του μαρμάρου. Το χαρακτηριστικό print αποτυπώνει τη δύναμη της πέτρας και τη ρευστότητα της κίνησης, μετατρέποντας ένα φυσικό μοτίβο σε σύγχρονες, ανάλαφρες σιλουέτες. Απαλές διαβαθμίσεις σε βαθύ μπλε, ζεστή τερακότα και διακριτικό ροζ ενώνονται αρμονικά, δημιουργώντας ένα αποτέλεσμα που αποπνέει φυσικότητα, κομψότητα και διαχρονικό χαρακτήρα.

Στο Archive Sale περιλαμβάνονται φορέματα, tailored σύνολα, πανωφόρια και statement κομμάτια που συνδυάζουν ποιοτικές πρώτες ύλες, άψογη εφαρμογή και σύγχρονο σχεδιασμό. Οι νέες προσθήκες ανανεώνουν συνεχώς τη συλλογή, δίνοντας στους λάτρεις της ελληνικής μόδας ακόμη περισσότερες επιλογές.

Το Archive Sale είναι διαθέσιμο στο φυσικό κατάστημα του Stelios Koudounaris στο Κολωνάκι και μέσω του ηλεκτρονικού καταστήματος, μέχρι εξαντλήσεως των αποθεμάτων.



Maybelline New York: Τα νέα Lip Combos με Lifter Gel δίνουν λάμψη στα καλοκαιρινά χείλη

Η Maybelline New York παρουσιάζει τα νέα Lip Combos της σεζόν, προτείνοντας δύο ολοκληρωμένα looks που συνδυάζουν έντονο χρώμα, σταθερό περίγραμμα και εντυπωσιακή λάμψη. Πρωταγωνιστής της συλλογής είναι το νέο Lifter Gel, σχεδιασμένο για να χαρίζει ζουμερό αποτέλεσμα και αίσθηση άνεσης στα χείλη, εμπνευσμένο από το δυναμικό στιλ της Νέας Υόρκης.

Το πρώτο look συνδυάζει το Super Stay Peel Off Lip Liner με το Lifter Gel, δημιουργώντας έντονο χρώμα, μεγάλη διάρκεια και γυαλιστερό φινίρισμα που αναδεικνύει τα χείλη. Το δεύτερο προτείνει έναν πιο φυσικό συνδυασμό, με έμφαση στο καλοσχηματισμένο περίγραμμα και τη λαμπερή, ενυδατωμένη όψη.

Το νέο Lifter Gel προσφέρει ανάλαφρη υφή και υψηλή λάμψη χωρίς αίσθηση κολλώδους υφής, ενώ μπορεί να φορεθεί μόνο του ή σε συνδυασμό με lip liner για πιο ολοκληρωμένο αποτέλεσμα. Η νέα σειρά απευθύνεται σε όσους αναζητούν εύκολα και ευέλικτα lip looks που προσαρμόζονται τόσο στις καθημερινές εμφανίσεις όσο και στις καλοκαιρινές εξόδους.

Με τα νέα Lip Combos, η Maybelline New York προσκαλεί τους beauty lovers να ανακαλύψουν τον δικό τους καλοκαιρινό συνδυασμό και να χαρίσουν στα χείλη τους έντονο χρώμα, διάρκεια και λάμψη όλη μέρα.

Η ΚΑΛΟΓΙΡΟΥ εγκαινιάζει νέο concept store στη Μύκονο, δίνοντας νέα ζωή στην ιστορική Οικία Βενιέρη



Η ΚΑΛΟΓΙΡΟΥ εγκαινίασε το νέο της concept store στη Μύκονο, στεγάζοντάς το στην ιστορική Οικία Βενιέρη, ένα διατηρητέο κτίριο του τέλους του 19ου αιώνα στα Ματογιάννια. Μετά από σχολαστική αναπαλαίωση από τον Όμιλο Φάις, το εμβληματικό κτίριο διατηρεί τον αυθεντικό αρχιτεκτονικό του χαρακτήρα, μετατρέπόμενο σε έναν σύγχρονο προορισμό πολυτελούς μόδας.

Το νέο κατάστημα αναπτύσσεται σε τρία επίπεδα και συνδυάζει την κυκλαδίτικη αρχιτεκτονική με σύγχρονο design, αναδεικνύοντας χαρακτηριστικά στοιχεία όπως η ιστορική πρόσοψη, τα παραδοσιακά μπαλκόνια, οι χειροποίητες λεπτομέρειες και οι προσεγγμένες υλικότητες. Το αποτέλεσμα είναι ένας χώρος υψηλής αισθητικής που παντρεύει την πολιτιστική κληρονομιά του νησιού με τη σύγχρονη εμπειρία luxury shopping.

Στο νέο concept store φιλοξενούνται αποκλειστικοί χώροι αφιερωμένοι στους οίκους Chloé, Brunello Cucinelli και Ferragamo, ενώ παράλληλα παρουσιάζονται συλλογές από κορυφαία διεθνή brands, όπως Tod's, Burberry, Jimmy Choo, Dolce & Gabbana, Amina Muaddi, Proenza Schouler, The Attico, Etro, Santoni και πολλά ακόμη.

Με το νέο κατάστημα, η ΚΑΛΟΓΙΡΟΥ ενισχύει την παρουσία της σε έναν από τους κορυφαίους τουριστικούς προορισμούς της Μεσογείου, επιβεβαιώνοντας τη δέσμευσή της στην υψηλή αισθητική, τη διατήρηση της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς και τη δημιουργία μοναδικών εμπειριών για επισκέπτες από όλο τον κόσμο.

LACOSTE ORIGINAL AQUA: Το νέο άρωμα που αιχμαλωτίζει τη φρεσκάδα της Μεσογείου

Η Lacoste παρουσιάζει το LACOSTE ORIGINAL AQUA, το νέο ανδρικό eau de parfum που εμπνέεται από τη διαχρονική κομψότητα της Γαλλικής Ριβιέρας και τη δροσερή ενέργεια της Μεσογείου. Η νέα δημιουργία εμπλουτίζει τη σειρά LACOSTE ORIGINAL με μια φρέσκια ξυλώδη-υδάτινη σύνθεση, συνδυάζοντας έντονη φρεσκάδα, εκλεπτυσμένο χαρακτήρα και διακριτικό αισθησιασμό.

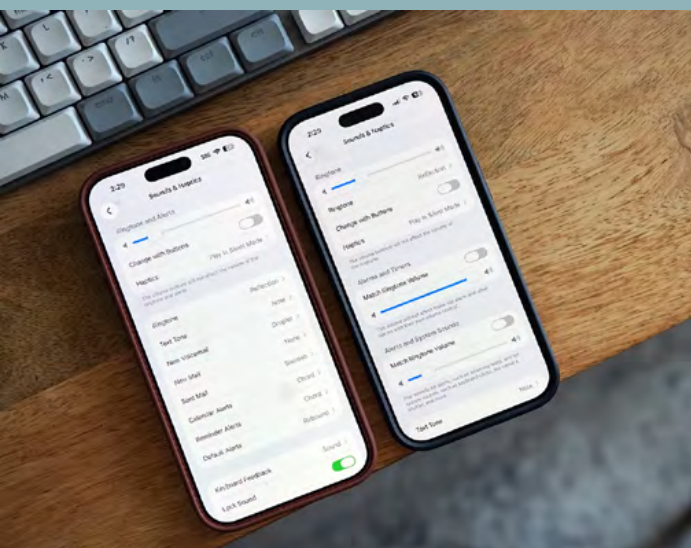
Το άρωμα ανοίγει με φωτεινές νότες από φασκόμηλο sclarea και ροζ πιπέρι, που χαρίζουν ζωντάνια και μια αίσθηση θαλασσινής αύρας. Στην καρδιά του, μια πρωτότυπη υδάτινη συμφωνία συνδυάζεται με τη μεταλλική υφή του caviar accord και τη ρητινώδη ένταση του κυπαρισσιού, ενώ η βάση ολοκληρώνεται με ζεστές κεχριμπαρένιες νότες και vetiver, δημιουργώντας μια κομψή και μακράς διάρκειας αρωματική υπογραφή.

Το μπουκάλι διατηρεί το εμβληματικό τετράγωνο σχήμα της συλλογής, αποκτώντας μια νέα γαλάζια απόχρωση εμπνευσμένη από τη θάλασσα. Το λευκό καπάκι, οι ασημί λεπτομέρειες και ο χαρακτηριστικός κροκόδειλος της Lacoste συμπληρώνουν έναν σχεδιασμό που αποπνέει φρεσκάδα και σύγχρονη πολυτέλεια.

Δημιουργημένο από τη διακεκριμένη αρωματοποιό Marie Salamagne, το LACOSTE ORIGINAL AQUA εκφράζει την ελευθερία, την αυθεντικότητα και το διαχρονικό γαλλικό στίλ, προσφέροντας μια νέα, δυναμική πρόταση για τον σύγχρονο άνδρα.



Το iPhone αποκτά επιτέλους ξεχωριστό έλεγχο έντασης για κλήσεις, ειδοποιήσεις και ξυπνητήρια



Μία από τις πιο πολυαναμενόμενες αλλαγές έρχεται με το iOS 27, καθώς η Apple προσθέτει για πρώτη φορά τη δυνατότητα ξεχωριστής ρύθμισης της έντασης για κλήσεις, ξυπνητήρια και ειδοποιήσεις. Πρόκειται για μια λειτουργία που οι χρήστες ζητούσαν εδώ και χρόνια και η οποία αναμένεται να κάνει την καθημερινή χρήση του iPhone σημαντικά πιο πρακτική.

Μέχρι σήμερα, οι περισσότεροι ήχοι του iPhone μοιράζονταν την ίδια ρύθμιση έντασης. Με το iOS 27, οι χρήστες μπορούν πλέον να ορίζουν διαφορετική ένταση για τον ήχο κλήσης, τα ξυπνητήρια και τα χρονόμετρα, καθώς και για τις ειδοποιήσεις και τους ήχους συστήματος, όπως μηνύματα, push notifications, τον ήχο της κάμερας και του πληκτρολογίου. Οι νέες επιλογές βρίσκονται στις ρυθμίσεις Ήχοι και Απτικά και προσφέρουν πολύ μεγαλύτερη ευελιξία.

Η νέα λειτουργία θα διατεθεί με τη δημόσια έκδοση του iOS 27 το φθινόπωρο, ενώ ήδη είναι διαθέσιμη μέσω της δημόσιας beta. Το iOS 27 θα υποστηρίζεται από όλα τα iPhone 11 και νεότερα μοντέλα.

Θα ισχύει και στην Ελλάδα; Ναι. Η συγκεκριμένη δυνατότητα αποτελεί βασική λειτουργία του λειτουργικού συστήματος και θα είναι διαθέσιμη και στους χρήστες iPhone στην Ελλάδα με την επίσημη διάθεση του iOS 27. Αντίθετα, ορισμένες λειτουργίες Apple Intelligence και του νέου Siri AI ενδέχεται να μην είναι άμεσα διαθέσιμες στην Ευρωπαϊκή Ένωση, όμως ο ανεξάρτητος έλεγχος έντασης δεν επηρεάζεται από αυτούς τους περιορισμούς.

Jordan Whitening: Η καθημερινή ρουτίνα για ένα πιο φωτεινό καλοκαιρινό χαμόγελο



Το καλοκαίρι είναι συνώνυμο της λάμψης και της περιποίησης, και η Jordan υπενθυμίζει ότι το πραγματικό glow ξεκινά από το χαμόγελο. Με τη νέα σειρά Whitening, η εταιρεία προτείνει ολοκληρωμένες λύσεις στοματικής φροντίδας που συνδυάζουν αποτελεσματικό καθαρισμό, προστασία και πιο λευκά δόντια μέσα από την καθημερινή ρουτίνα.

Στο επίκεντρο της σειράς βρίσκεται η Jordan Ultralite Whitening, μια εξαιρετικά ελαφριά οδοντόβουρτσα βάρους μόλις 9,2 γραμμαρίων, με εργονομική λαβή που χρησιμοποιεί έως και 50% λιγότερο πλαστικό. Οι ειδικά σχεδιασμένες τρίχες με ενεργό άνθρακα, ανθρακικό ασβέστιο και ελικοειδείς ίνες συμβάλλουν στην αποτελεσματική απομάκρυνση της οδοντικής πλάκας και των επιφανειακών λεκέδων, χαρίζοντας πιο λείο και φωτεινό χαμόγελο.

Τη φροντίδα συμπληρώνει η Jordan Stay Fresh White Smile, μια οδοντόκρεμα που απομακρύνει αποτελεσματικά τους

επιφανειακούς λεκέδες, ενώ παραμένει απαλή με το σμάλτο και κατάλληλη για καθημερινή χρήση. Η σύνθεσή της με Ξυλιτόλη και φθόριο συμβάλλει στην προστασία από την τερηδόνα, ενώ προσφέρει ορατά πιο λευκά δόντια μέσα σε μόλις μία εβδομάδα.

Με τη σειρά Whitening, η Jordan αποδεικνύει ότι η σωστή στοματική υγιεινή αποτελεί βασικό στοιχείο της καθημερινής περιποίησης, προσφέροντας ένα υγιές, λαμπερό χαμόγελο που συμπληρώνει ιδανικά την καλοκαιρινή εικόνα και ενισχύει την αυτοπεποίθηση κάθε μέρα.

Η Superbet γίνεται ονομαστικός χορηγός της Super League 2 για τα επόμενα τρία χρόνια

Η Superbet ανακοινώνει τη νέα στρατηγική της συνεργασία με τη Super League 2, αναλαμβάνοντας τον ρόλο του ονομαστικού χορηγού της διοργάνωσης για τα επόμενα τρία χρόνια. Από τη νέα αγωνιστική περίοδο, το πρωτάθλημα θα φέρει την ονομασία Superbet League 2, σηματοδοτώντας μια νέα εποχή για τη δεύτερη τη τάξει επαγγελματική κατηγορία του ελληνικού ποδοσφαίρου.

Η συνεργασία εντάσσεται στη στρατηγική της εταιρείας για τη στήριξη του ελληνικού αθλητισμού και προβλέπει μια σειρά πρωτοβουλιών με στόχο τον εκσυγχρονισμό της διοργάνωσης. Μεταξύ αυτών περιλαμβάνονται η αναβάθμιση της ψηφιακής παρουσίας της λίγκας, η αξιοποίηση σύγχρονων στατιστικών εργαλείων, καθώς και η δημιουργία μιας νέας, ισχυρότερης ταυτότητας που θα ενισχύσει την εικόνα της προς ομάδες, φιλάθλους και συνεργάτες.

Η Super League 2 αποτελεί διαχρονικά έναν σημαντικό πυλώνα του ελληνικού ποδοσφαίρου, φιλοξενώντας ιστορικούς συλλόγους και αναδεικνύοντας νέους ποδοσφαιριστές που αποτελούν το μέλλον του αθλήματος. Μέσα από τη νέα συνεργασία, η Superbet επιδιώκει να συμβάλει ουσιαστικά στη βιωσιμότητα και την ανάπτυξη της κατηγορίας, ενισχύοντας τόσο την προβολή της όσο και την εμπειρία των φιλάθλων.

Η συμφωνία επιβεβαιώνει τη δέσμευση της Superbet να επενδύει σε θεσμούς που στηρίζουν την εξέλιξη του ελληνικού ποδοσφαίρου και δημιουργούν προοπτικές για τις ομάδες και τις τοπικές κοινωνίες σε ολόκληρη τη χώρα.



quote of the day

ΟΤΑΝ ΛΕΣ "ΝΑΙ" ΣΤΙΣ ΝΕΕΣ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ,
Ο ΚΟΣΜΟΣ ΑΝΟΙΓΕΤΑΙ ΜΠΡΟΣΤΑ ΣΟΥ -
ΑΚΟΜΑ ΚΙ ΑΝ ΧΡΕΙΑΣΤΕΙ ΝΑ ΠΕΡΙΜΕΝΕΙΣ
ΛΙΓΟ ΠΑΡΑΠΑΝΩ ΣΤΗΝ ΟΥΡΑ.

Σήμερα
γιορτάζουν!

Μαγδαληνή, Μάγδα,
Μαριλένα, Μαριαλένα,
ΜαρίαΕλένη,
Μαρκέλλα, Μαρκέλα,
Μενέλαος

22 Ιουλίου

- › Ευρωπαϊκή Ημέρα για τα Θύματα Εγκλημάτων Μίσους
- › National Fragile X Awareness Day
- › World Brain Day
- › Mango Day
- › National Hammock Day
- › National Penuche Fudge Day
- › Spoonerism Day