

ΑΠΟΛΑΥΣΤΕ ΥΠΑΙΘΡΙΑ.

0% ΑΛΚΟΟΛ.
100% ΥΠΕΥΘΥΝΟ
ΠΑΡΤΑΡΙΣΜΑ.



green
ΜΕ ΑΛΗΘΕΙΕΣ.
ΚΑΙ ΦΥΣΑΛΙΔΕΣ.

COLAS - FLAVORS - **MOCKTAILS** - MIXERS

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



**Η «ΕΠΑΝΑΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΟΥΧΩΝ»
ΣΤΗ ΒΡΕΤΑΝΙΑ: ΓΙΑΤΙ ΟΙ ΖΑΠΛΟΥΤΟΙ
ΖΗΤΟΥΝ ΑΠΟ ΤΟΝ ΑΝΤΙ ΜΠΕΡΝΑΜ
ΝΑ ΤΟΥΣ ΦΟΡΟΛΟΓΗΣΕΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ;**

Good morning SayYessers!



Φτιάξε καφέ να στα πω...



Καλημέρα **SayYesser!!!**

Ας κάνουμε μια ειλικρινή παρατήρηση στον τρόπο που ζούμε τον τελευταίο καιρό. Έχουμε συνηθίσει τόσο πολύ στην ευκολία των οθονών μας, όπου με ένα απλό κλικ κάνουμε unfollow, block ή delete σε όποιον μας χαλάει τη διάθεση για μερικά δευτερόλεπτα. Το τρομακτικό είναι ότι, χωρίς να το καταλάβουμε, έχουμε αρχίσει να εφαρμόζουμε την ίδια ακριβώς τακτική και στην πραγματική ζωή.

Με την πρώτη σοβαρή διαφωνία, με το πρώτο λάθος ή με την πρώτη συμπεριφορά που δεν ταιριάζει απόλυτα με τα θέλω μας, διαγράφουμε ανθρώπους από τη ζωή μας. Τους βάζουμε μια εύκολη ταμπέλα, τους βαφτίζουμε «τοξικούς» για να δικαιολογήσουμε τη φυγή μας και προχωράμε παρακάτω.

Πότε όμως γίναμε τόσο ανυπόμονοι με τους ανθρώπους; Πότε αποφασίσαμε ότι οι ανθρώπινες σχέσεις είναι αναλώσιμα προϊόντα που αν παρουσιάσουν ένα μικρό ελάττωμα, απλώς τα πετάμε και παίρνουμε το επόμενο;

Αυτή η τάση για γρήγορη ψηφιακή διαγραφή μας αδειάζει συναισθηματικά. Οι αληθινοί άνθρωποι δεν είναι προφίλ στο Instagram για να τους κάνουμε mute όταν μας ξεβολεύουν. Είναι πλάσματα με ελαττώματα, με κακές ημέρες, με τραύματα και ανασφάλειες. Οι άνθρωποι κάνουν λάθη. Πληγώνουν και πληγώνονται.

Αν με την πρώτη δυσκολία επιλέγουμε το "cancel", το μόνο που καταφέρνουμε είναι να καταλήγουμε όλο και πιο μόνοι, κλεισμένοι μέσα σε μια φούσκα απόλυτης αλλά παγωμένης δικαίωσης.

Tip of the Day: Σήμερα, θέλω να σου μιλήσω για τη γενναιότητα του να μένεις. Για την τεράστια αξία της υπομονής, του διαλόγου και του συμβιβασμού.

Η λύση στις παρεξηγήσεις δεν είναι η εύκολη σιωπή και η οριστική διαγραφή. Είναι η δύσκολη, αλλά τόσο λυτρωτική προσπάθεια να κάτσεις απέναντι από τον άλλον, να τον κοιτάξεις στα μάτια και να του πεις: «Με πλήγωσες, αλλά είσαι σημαντικός για μένα. Πάμε να το λύσουμε;».

Οι πιο βαθιές και όμορφες σχέσεις στη ζωή μας δεν χτίστηκαν επειδή όλα ήταν τέλεια, αλλά επειδή και οι δύο πλευρές είχαν το κουράγιο να συγχωρέσουν και να προσπαθήσουν ξανά.

Claire Styliara
Chief of SayYessers



E-Mail



Viber



WhatsApp

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

Η «επανάσταση των εκατομμυριούχων» στη Βρετανία: Γιατί οι ζάπλουτοι ζητούν από τον Άντι Μπέρναμ να τους φορολογήσει περισσότερο;



Ένα πρωτοφανές αίτημα προς την Ντάουνινγκ Στριτ

Σε μια εποχή που οι περισσότεροι πλούσιοι ανά τον κόσμο αναζητούν φορολογικούς παραδείσους, κρυφές off-shore εταιρείες και νομικά παραθυράκια για να προστατεύσουν τις περιουσίες τους, μια ομάδα κορυφαίων προσωπικοτήτων στη Μεγάλη Βρετανία αποφάσισε να κάνει την απόλυτη ανατροπή. Σε μια πρωτοφανή κίνηση που προκάλεσε πολιτικό και κοινωνικό σεισμό, 120 ζάπλουτοι Βρετανοί έστειλαν επίσημη, κοινή επιστολή στον νέο Πρωθυπουργό, Άντι Μπέρναμ, με ένα ξεκάθαρο, σοκαριστικό αίτημα: «Σας παρακαλούμε, αυξήστε μας τους φόρους τώρα».

Ανάμεσα στους υπογράφοντες βρίσκονται παγκοσμίως γνωστά ονόματα, όπως ο θρυλικός πρώην ποδοσφαιριστής και παρουσιαστής Gary Lineker, ο διάσημος ηθοποιός και σεναριογράφος Simon Pegg, καθώς και δεκάδες κορυφαίοι επιχειρηματίες, κληρονόμοι και επενδυτές. Η

κίνηση αυτή, που οργανώθηκε από το δίκτυο "Patriotic Millionaires UK", έρχεται σε μια κρίσιμη στιγμή για τη χώρα, καθώς η νέα κυβέρνηση των Εργατικών προσπαθεί να βρει λύσεις για την οικονομική ασφυξία που αντιμετωπίζουν οι κρατικές υποδομές.

Η κατάρρευση των δημόσιων υπηρεσιών και η ηθική ευθύνη

Το κίνητρο πίσω από αυτή την «επανάσταση» δεν είναι κάποιο επικοινωνιακό τρικ, αλλά η ωμή πραγματικότητα της καθημερινότητας στη Βρετανία. Οι υπογράφοντες τονίζουν στην επιστολή τους ότι το Εθνικό Σύστημα Υγείας βρίσκεται στα όρια της κατάρρευσης, τα δημόσια σχολεία υποχρηματοδοτούνται και οι κοινωνικές υπηρεσίες αδυνατούν να στηρίξουν τους πολίτες που πλήττονται από την ακρίβεια.



Οι «πατριώτες εκατομμυριούχοι» δηλώνουν ανοιχτά ότι η συσσώρευση ακραίου πλούτου στα χέρια λίγων, την ώρα που η πλειοψηφία της κοινωνίας υποφέρει, είναι οικονομικά επικίνδυνη και ηθικά μη βιώσιμη.

Προτείνουν την άμεση επιβολή ενός «Φόρου Πλούτου» (Wealth Tax) σε όσους διαθέτουν περιουσία άνω των 10 εκατομμυρίων λιρών.

Όπως υποστηρίζουν, μια τέτοια ρύθμιση θα μπορούσε να εισφέρει δισεκατομμύρια λίρες στα κρατικά ταμεία κάθε χρόνο, χωρίς να επηρεάσει στο ελάχιστο το βιοτικό επίπεδο ή τις επενδυτικές δραστηριότητες των ιδίων των εκατομμυριούχων.

Η επόμενη μέρα στη Μεγάλη Βρετανία: 3 νέες οπτικές για το αίτημα των πλουσίων

Το Hype γύρω από την επιστολή έχει πάρει τεράστιες διαστάσεις στα βρετανικά social media, με τους χρήστες να αποθεώνουν τον Gary Lineker και τον Simon Pegg. Ωστόσο, η κίνηση αυτή έχει προκαλέσει ένα τεράστιο "Celebrity Backlash" (αντίδραση κατά των διασήμων) από τη συντηρητική πλειυρά.

Πολλοί επικριτές κατηγορούν τους δύο σαρ για «αριστερή υποκρισία πολυτελείας», προκαλώντας τους να δωρίσουν

μόνοι τους τα χρήματά τους στο κράτος αν πραγματικά το θέλουν, αντί να ζητούν αλλαγή των νόμων για όλους.

Οι αναλυτές προβλέπουν ότι ο Αντι Μπέρναμ δεν θα κάνει πλήρως δεκτό το αίτημά τους, φοβούμενος ένα μαζικό κύμα «υγιούς φυγής» (capital flight) άλλων, λιγότερο πατριωτών εκατομμυριούχων προς τη Ζυρίχη ή το Ντουμπάι.

Αντί για έναν καθολικό Φόρο Πλούτου, η κυβέρνηση αναμένεται να προχωρήσει σε μια μέση, «έξυπνη» λύση μέχρι το τέλος του 2026: την κατάργηση των ειδικών φοροαπαλλαγών για τα ιδιωτικά σχολεία και την αύξηση του φόρου στις αγοραπωλησίες πολυτελών ακινήτων στο Λονδίνο.

Το μεγάλο ενδιαφέρον κρύβεται στις έντονες παρασκη-νιακές πιέσεις που ασκούνται μέσα στο ίδιο το κόμμα των Εργατικών. Εσωτερικές διαρροές αποκαλύπτουν ότι η επιστολή των 120 εκατομμυριούχων χρησιμοποιείται ως «πολιτική ασπίδα» από την αριστερή πτέρυγα του κόμματος για να πιέσει τον Πρωθυπουργό να τηρήσει τις προεκλογικές του υποσχέσεις.

Η ίντριγκα αφορά το γεγονός ότι ορισμένοι από τους μεγαλύτερους κρυφούς χρηματοδότες της προεκλογικής καμπάνιας του Μπέρναμ είναι αντίθετοι με τη φορολόγηση, δημιουργώντας μια εσωτερική ισορροπία τρόμου στο νούμερο 10 της Ντάουνινγκ Στριτ.



Ferryhopper: Νέοι προορισμοί κερδίζουν τους φίλους του island hopping το 2026

Το island hopping στα ελληνικά νησιά συνεχίζει να κερδίζει δημοτικότητα, με τους ταξιδιώτες να επιλέγουν ολοένα και περισσότερο νέους συνδυασμούς προορισμών. Σύμφωνα με στοιχεία της Ferryhopper, οι κρατήσεις διεθνών ταξιδιωτών που περιλαμβάνουν περισσότερα από ένα νησιά αυξήθηκαν κατά 27% από τις αρχές Ιουνίου έως τα μέσα Ιουλίου, σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του 2025. Αντίστοιχα, οι κρατήσεις των Ελλήνων ταξιδιωτών σημείωσαν άνοδο 16%.

Παρότι οι Κυκλάδες παραμένουν η πιο δημοφιλής επιλογή, οι ταξιδιωτικές προτιμήσεις διαφοροποιούνται. Η παραδοσιακή διαδρομή Πειραιάς - Μύκονος - Σαντορίνη καταγράφει μείωση στις κρατήσεις διεθνών επισκεπτών, ενώ σημαντική άνοδο εμφανίζουν συνδυασμοί όπως Μήλος - Σίφνος (+125%) και Σκιάθος - Σκόπελος (+286%).

Τα στοιχεία δείχνουν επίσης διαφορετικές συνήθειες μεταξύ Ελλήνων και ξένων ταξιδιωτών. Οι διεθνείς επισκέπτες είναι σχεδόν τρεις φορές πιο πιθανό να συνδυάσουν περισσότερα από ένα νησιά στο ίδιο ταξίδι, με δημοφιλή επιλογή τη διαδρομή Πάρος - Νάξος. Αντίθετα, οι Έλληνες προτιμούν κοντινούς προορισμούς, όπως Αίγινα - Αγκίστρι και Ύδρα - Σπέτσες.

Σύμφωνα με τη Ferryhopper, τα φετινά δεδομένα επιβεβαιώνουν ότι το island hopping εξελίσσεται διαρκώς, με τους ταξιδιώτες να αναζητούν πλέον πιο αυθεντικές και ευέλικτες εμπειρίες, ανακαλύπτοντας λιγότερο προβλεπόμενους νησιωτικούς συνδυασμούς.

Τα Pet City επιστρέφουν με το #KalokairiMazi και μήνυμα «Η αγάπη δεν πάει διακοπές»

Δεν χώρεσε. Ούτε στα σχέδια, ούτε στη βαλίτσα!

#KalokairiMazi



Για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά, τα Pet City υλοποιούν την καμπάνια #KalokairiMazi, υπενθυμίζοντας ότι τα κατοικίδια αποτελούν αναπόσπαστα μέλη της οικογένειας και αξίζουν να συμμετέχουν σε κάθε καλοκαιρινή εμπειρία.

Με κεντρικό μήνυμα «Η αγάπη δεν πάει διακοπές», η πρωτοβουλία καλεί τους pet parents να συμπεριλάβουν τους τετράποδους φίλους τους στις εξορμήσεις, τα ταξίδια και τις καθημερινές στιγμές του καλοκαιριού, δημιουργώντας μαζί νέες αναμνήσεις. Η καμπάνια αναδεικνύει τη σημασία της φροντίδας, της συντροφικότητας και της υπεύθυνης κηδεμονίας, υπενθυμίζοντας ότι η αγάπη εκφράζεται μέσα από τις επιλογές μας.

Το μήνυμα συνοδεύεται από ένα νέο βίντεο, το οποίο προβάλλει με απλό και συγκινητικό τρόπο τη σχέση ανθρώπων και κατοικιδίων, τονίζοντας ότι οι πιο όμορφες στιγμές αποκτούν μεγαλύτερη αξία όταν τις μοιραζόμαστε μαζί τους.

Παράλληλα, τα Pet City απέστειλαν ειδικά #KalokairiMazi PR kits σε επιλεγμένους creators, προσκαλώντας τους να μοιραστούν τις δικές τους καλοκαιρινές ιστορίες με τα κατοικίδια τους και να εμπνεύσουν ακόμη περισσότερους ανθρώπους να ταξιδεύουν και να απολαμβάνουν το καλοκαίρι μαζί με τους πιστούς τους φίλους.

Με το #KalokairiMazi, τα Pet City υπενθυμίζουν ότι, όταν η αγάπη είναι πραγματική, κανείς δεν μένει πίσω.

Δείτε το video [εδώ](#).

Η Hasbro μετατρέπει τη βιομηχανία παιχνιδιών σε... Magic: Γιατί οι ενήλικες συλλέκτες σώζουν τους κολοσσούς των παιχνιδιών;



Η μεγάλη στροφή από τα παιδιά στους «kidults»

Για δεκαετίες, η φόρμουλα της επιτυχίας για εταιρείες-κολοσσούς όπως η Hasbro και η Mattel ήταν απλή: παιχνίδια για παιδιά, φιγούρες δράσης και κούκλες που γέμιζαν τα ράφια των καταστημάτων πριν από τις γιορτές. Όμως, τα τελευταία χρόνια, η παραδοσιακή αγορά παιχνιδιών βρίσκεται αντιμέτωπη με μια σοβαρή κρίση, καθώς τα παιδιά στρέφονται ολοένα και νωρίτερα προς τις οθόνες, τα video games και τα social media.

Μέσα σε αυτό το δύσκολο τοπίο, μια ανατρεπτική ανάλυση της The Wall Street Journal αποκαλύπτει πώς η Hasbro κατάφερε να κάνει μια εντυπωσιακή οικονομική αντεπίθεση. Η σανίδα σωτηρίας της δεν ήρθε από κάποιο νέο παιδικό παιχνίδι, αλλά από τους ενήλικες συλλέκτες — τους λεγόμενους “kidults”— και την τεράστια επιτυχία του παιχνιδιού καρτών στρατηγικής Magic: The Gathering. Η Hasbro μετατρέπει τη βιομηχανία παιχνιδιών εστιάζοντας σε ένα κοινό που δεν έχει πλέον ανάγκη από πλαστικά παιχνίδια, αλλά διψά για συλλεκτικά αντικείμενα, στρατηγική και νοσταλγία.

Το φαινόμενο των συλλεκτικών καρτών που σπάει τα κοντέρ

Το Magic: The Gathering, το οποίο ανήκει στη θυγατρική της Hasbro, Wizards of the Coast, έχει μετατραπεί στο πρώτο brand της εταιρείας που ξεπερνά το 1 δισεκατομμύριο δολάρια σε ετήσια έσοδα. Η στρατηγική που άλλαξε τα πάντα ήταν η σειρά “Universes Beyond”, μέσω της οποίας η Hasbro άνοιξε το παιχνίδι σε εμβληματικά franchises της pop κουλτούρας, όπως ο Αρχοντας των Δαχτυλιδιών, το Doctor Who και το Fallout.

Η κίνηση αυτή προσέλκυσε εκατομμύρια ενήλικες που δεν είχαν παίξει ποτέ Magic στο παρελθόν, αλλά ήταν πρόθυμοι να ξοδέψουν εκατοντάδες δολάρια για να αποκτήσουν μια σπάνια, συλλεκτική κάρτα. Σύμφωνα με τα στοιχεία της αγοράς, οι ενήλικες συλλέκτες αποτελούν πλέον το ταχύτερα αναπτυσσόμενο κοινό στη βιομηχανία παιχνιδιών, αντισταθμίζοντας πλήρως τις απώλειες από τις μειωμένες πωλήσεις των παραδοσιακών παιδικών παιχνιδιών. Η Hasbro δεν είναι πλέον μια εταιρεία που φτιάχνει παιχνίδια για το παιδικό δωμάτιο, αλλά ένας εκδότης premium περιεχομένου για ενήλικες.



3 νέες οπτικές για το φαινόμενο των «kidults»

Το απόλυτο Hyper της συλλεκτικής μανίας κορυφώθηκε με την κυκλοφορία της μοναδικής κάρτας "The One Ring" στη συλλογή του Lord of the Rings. Η Hasbro τύπωσε μόνο ένα αντίτυπο αυτής της κάρτας παγκοσμίως, πυροδοτώντας ένα διεθνές «κυνήγι θησαυρού». Η κάρτα εντοπίστηκε τελικά από έναν ανώνυμο Καναδό παίκτη και αγοράστηκε από τον διάσημο ράπερ Post Malone για το αστρονομικό ποσό των 2 εκατομμυρίων δολαρίων,



αποδεικνύοντας ότι το Magic έχει ξεφύγει προ πολλού από τα όρια ενός απλού χόμπι και λειτουργεί πλέον ως εναλλακτική επενδυτική αγορά.

Οι αναλυτές προβλέπουν ότι αυτή η επιτυχία θα οδηγήσει τη Hasbro και τη Mattel σε μια σταδιακή εγκατάλειψη των παιχνιδιών μαζικής παραγωγής. Μέχρι το 2028, το 60% των εσόδων των μεγάλων εταιρειών θα προέρχεται από limited-edition συλλεκτικά αντικείμενα υψηλής ποιότητας και επιτραπέζια στρατηγικής που απευθύνονται αποκλειστικά σε άτομα άνω των 20 ετών. Η παιδική ηλικία μεταφέρεται ψηφιακά, και η φυσική βιομηχανία παιχνιδιών γίνεται πλέον μια αγορά πολυτελείας για ενήλικες.

Το μεγάλο παρασκήνιο κρύβεται στη σιωπηλή διαμάχη που έχει ξεσπάσει ανάμεσα στη Hasbro και τα παραδοσιακά, τοπικά καταστήματα παιχνιδιών. Ενώ αυτά τα μικρά καταστήματα έχτισαν την κοινότητα του Magic διοργανώνοντας τουρνουά επί δεκαετίες, η Hasbro στρέφεται ολοένα και περισσότερο σε απευθείας πωλήσεις μέσω Amazon και μεγάλων αλυσίδων, συμπιέζοντας τα κέρδη των μικρομεσαίων. Η εταιρεία κατηγορείται κρυφά από την κοινότητα ότι «αρμέγει» το brand για να ικανοποιήσει τους μετόχους της Wall Street, ρισκάροντας να καταστρέψει τη βάση των φανατικών παικτών της.

Κωτσόβολος και ΚΠΙΣΝ ενώνουν δυνάμεις για έναν πιο προσβάσιμο πολιτισμό

Μια νέα στρατηγική συνεργασία με στόχο την ενίσχυση της προσβασιμότητας στον πολιτισμό ανακοίνωσαν η Κωτσόβολος και το Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος (ΚΠΙΣΝ). Για την περίοδο 2026-2027, η Κωτσόβολος αναλαμβάνει τον ρόλο του αποκλειστικού Accessibility Partner, στηρίζοντας τις υπηρεσίες προσβασιμότητας που προσφέρονται στις εκδηλώσεις και τις δράσεις του ΚΠΙΣΝ καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

Η συνεργασία εντάσσεται στο πρόγραμμα «Τεχνολογία χωρίς Εμπόδια», μέσω του οποίου η εταιρεία αναπτύσσει πρωτοβουλίες που διευκολύνουν την ισότιμη πρόσβαση στην τεχνολογία και πλέον επεκτείνονται και στον χώρο του πολιτισμού.

Στόχος της κοινής προσπάθειας είναι να ενισχυθούν οι υπηρεσίες που επιτρέπουν σε περισσότερους ανθρώπους να συμμετέχουν ισότιμα σε πολιτιστικές δράσεις, δημιουργώντας ένα περιβάλλον χωρίς αποκλεισμούς.

Όπως επισημαίνει η Κωτσόβολος, η προσβασιμότητα αποτελεί βασική προϋπόθεση για μια καλύτερη καθημερινότητα και μια κοινωνία με περισσότερες ευκαιρίες για όλους. Αντίστοιχα, το ΚΠΙΣΝ υπογραμμίζει ότι η ισότιμη πρόσβαση αποτελεί θεμελιώδες στοιχείο της αποστολής του, με στόχο οι χώροι πολιτισμού, μάθησης και δημιουργίας να είναι ανοιχτοί σε κάθε επισκέπτη.

Μέσα από τη νέα αυτή συνεργασία, οι δύο οργανισμοί φιλοδοξούν να διευρύνουν το κοινωνικό τους αποτύπωμα, ενισχύοντας την έννοια της συμπερίληψης και κάνοντας τον πολιτισμό πιο προσβάσιμο για όλους.



STAVROS NIARCHOS FOUNDATION CULTURAL CENTER
ΚΕΝΤΡΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ ΊΔΡΥΜΑ ΣΤΑΥΡΟΣ ΝΙΑΡΧΟΣ

Ο πολιτισμός μάς ενώνει, όταν μπορεί να μας χωρέσει όλους.

Η Κωτσόβολος στηρίζει το Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος, ως Accessibility Partner, για έναν πολιτισμό ανοιχτό, προσβάσιμο και **χωρίς εμπόδια**.



Tech News

Samsung Galaxy Z Fold8 Ultra, Fold8 και Flip8: Η νέα εποχή των αναδιπλούμενων smartphone

SAMSUNG

The all-new
Galaxy Z Fold8 Ultra | Fold8 | Flip8
Galaxy AI



Η Samsung παρουσίασε τη νέα σειρά Galaxy Z, η οποία περιλαμβάνει τα Galaxy Z Fold8 Ultra, Fold8 και Flip8, προσφέροντας τρεις διαφορετικές προσεγγίσεις στην παραγωγικότητα, την ψυχαγωγία και την προσωπική έκφραση.

Το Galaxy Z Fold8 είναι το ελαφρύτερο Fold της Samsung μέχρι σήμερα, με βάρος 201 γραμμάρια, επεξεργαστή Snapdragon 8 Elite Gen 5 for Galaxy και μπαταρία 4.800 mAh. Η αναδιπλούμενη οθόνη του έχει σχεδιαστεί για browsing, gaming, ανάγνωση και multitasking, ενώ οι δύο κάμερες 50 MP υποστηρίζουν λήψεις υψηλής ανάλυσης.

Το Galaxy Z Fold8 Ultra φέρνει για πρώτη φορά την ονομασία Ultra στα αναδιπλούμενα μοντέλα της εταιρείας. Διαθέτει κύρια οθόνη 8 ιντσών, κάμερα 200 MP, μπαταρία 5.000 mAh και γρήγορη φόρτιση 45W, απευθυνόμενο κυρίως σε επαγγελματίες και δημιουργούς περιεχομένου.

Το κομψότερο Galaxy Z Flip8 ζυγίζει 180 γραμμάρια και αξιοποιεί την ανανεωμένη FlexWindow για γρήγορη πρόσβαση σε εφαρμογές, λειτουργίες AI και ενημερώσεις. Η κάμερα 50 MP, το Flex Mode και οι hands-free λήψεις ενισχύουν τη δημιουργία περιεχομένου.

Η σειρά ενσωματώνει Galaxy AI, Gemini Intelligence, One UI 9.0 και προηγμένες λειτουργίες ασφάλειας Samsung Knox. Τα νέα μοντέλα είναι διαθέσιμα για προπαραγγελία σε επιλεγμένες αγορές και συνοδεύονται από εξάμηνη δωρεάν δοκιμή Google AI Pro.

80 χρόνια «Ο Μικρός Πρίγκιπας»: Το διαχρονικό αριστούργημα γίνεται Playmobil

Ο «Μικρός Πρίγκιπας», το εμβληματικό έργο του Αντουάν ντε Σαιντ-Εξυπερί, συμπληρώνει το 2026 80 χρόνια ζωής, παραμένοντας ένα από τα πιο αγαπημένα και επιδραστικά βιβλία όλων των εποχών. Με περισσότερα από 300 εκατομμύρια αντίτυπα παγκοσμίως, πάνω από 650 μεταφράσεις και εκατομμύρια νέους αναγνώστες κάθε χρόνο, το διαχρονικό αυτό λογοτεχνικό σύμβολο συνεχίζει να εμπνέει μικρούς και μεγάλους με τα μηνύματά του για τη φιλία, την αγάπη, την υπευθυνότητα και την αξία της ανθρώπινης σύνδεσης.

Με αφορμή τη σημαντική αυτή επέτειο, ο Μικρός Πρίγκιπας αποκτά για πρώτη φορά τη δική του μορφή στον κόσμο της Playmobil. Η συνεργασία φέρνει κοντά δύο εμβληματικά brands που έχουν μεγαλώσει γενιές παιδιών, μεταφέροντας τη μαγεία της ιστορίας σε μια νέα, συλλεκτική αλλά και παιχνιδιάρικη διάσταση.

Η επετειακή φιγούρα παρουσιάζει τον μικρό ήρωα με την κλασική του ενδυμασία, πάνω στο χαρακτηριστικό του αστέρι, κρατώντας ένα χάρτινο αεροπλανάκι έτοιμο να ξεκινήσει ένα ακόμη ταξίδι. Το σετ περιλαμβάνει επίσης κάρτα με αποσπάσματα του βιβλίου και διακοσμητικά αυτοκόλλητα, δίνοντας στους φίλους της ιστορίας τη δυνατότητα να δημιουργήσουν τη δική τους προσωπική ανάμνηση.

playmobil®

«Ο Μικρός Πρίγκιπας συνεχίζει να δημιουργεί γέφυρες επικοινωνίας ανάμεσα στις γενιές και αυτή η συνεργασία αποτυπώνει ιδανικά αυτό το μήνυμα», δήλωσε ο Thomas Rivière, Brand Manager του The Little Prince και ανιψιός τρίτης γενιάς του συγγραφέα. Από την πλευρά της Playmobil, ο CEO Bahri Kurter χαρακτήρισε το έργο «μία από τις πιο συγκινητικές ιστορίες που γράφτηκαν ποτέ», επισημαίνοντας ότι οι αξίες του ταιριάζουν απόλυτα με τη φιλοσοφία της εταιρείας να εμπνέει τη δημιουργικότητα μέσα από το παιχνίδι.

Οι εορτασμοί για τα 80 χρόνια του βιβλίου θα πραγματοποιηθούν καθ' όλη τη διάρκεια του 2026, με εκδηλώσεις και ειδικές δράσεις, κυρίως στη Γαλλία. Η συλλεκτική φιγούρα Playmobil "Ο Μικρός Πρίγκιπας" είναι διαθέσιμη από τον Ιούλιο του 2026 με ενδεικτική λιανική τιμή 7,99 ευρώ, ενώ η συνεργασία θα συνεχιστεί και το 2027 με νέα θεματικά σετ εμπνευσμένα από τον μαγευτικό κόσμο του διαχρονικού λογοτεχνικού ήρωα.



Ξύλινοι ουρανοξύστες: Η τάση που αλλάζει τη σύγχρονη αρχιτεκτονική



Οι ουρανοξύστες είναι συνδεδεμένοι σχεδόν αποκλειστικά με το σκυρόδεμα και τον χάλυβα. Σήμερα, όμως, ένα διαφορετικό υλικό κάνει δυναμική εμφάνιση στη σύγχρονη αρχιτεκτονική: το mass timber, μια κατηγορία προηγμένων προϊόντων μηχανικής ξυλείας που επιτρέπει την κατασκευή πολυώροφων κτιρίων με υψηλές προδιαγραφές αντοχής και ασφάλειας.

Από το παραδοσιακό ξύλο στο mass timber

Δεν πρόκειται για επιστροφή στις παραδοσιακές ξύλινες κατασκευές, αλλά για μια τεχνολογική εξέλιξη. Υλικά όπως το Cross-Laminated Timber (CLT) και το glulam (glued laminated timber) δημιουργούνται από πολλαπλές στρώσεις ξυλείας που συγκολλούνται μεταξύ τους, προσφέροντας μεγάλη σταθερότητα και μηχανική αντοχή.

Κτίρια που απέδειξαν ότι το ξύλο μπορεί να φτάσει ψηλά

Η τάση των ξύλινων πολυώροφων κτιρίων δεν είναι πλέον πείραμα. Ένα από τα πιο γνωστά παραδείγματα είναι το Mjøstårnet στη Νορβηγία. Το κτίριο, ύψους περίπου 85 μέτρων και 18 ορόφων κατασκευάστηκε με εκτεταμένη χρήση στοιχείων mass timber.

Στις Ηνωμένες Πολιτείες, το Ascent στο Μιλγουόκι αποτελεί ένα ακόμη χαρακτηριστικό παράδειγμα. Το κτίριο κατοικιών, ύψους περίπου 86,6 μέτρων και 25 ορόφων, συνδυάζει δομικά στοιχεία από mass timber με σκυρόδεμα, ακολουθώντας το μοντέλο των σύγχρονων υβριδικών κατασκευών.

Στη Σουηδία, το Sara Cultural Centre στην πόλη Skellefteå αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα ξύλινα κτιριακά συγκροτήματα στον κόσμο, φιλοξενώντας πολιτιστικούς χώρους και ξενοδοχείο. Το έργο έχει γίνει διεθνές παράδειγμα για τις δυνατότητες της ξυλείας στη σύγχρονη αρχιτεκτονική.

Τα περισσότερα από αυτά τα κτίρια δεν είναι κατασκευασμένα αποκλειστικά από ξύλο. Συνήθως πρόκειται για υβριδικές κατασκευές, όπου το mass timber συνδυάζεται με σκυρόδεμα ή χάλυβα, ώστε να καλύπτονται οι απαιτήσεις στατικής επάρκειας και πυρασφάλειας.

Η περιβαλλοντική διάσταση

Ένας από τους βασικούς λόγους που το mass timber βρίσκεται στο επίκεντρο της σύγχρονης αρχιτεκτονικής είναι η προσπάθεια μείωσης του περιβαλλοντικού αποτυπώματος των κατασκευών. Ο κατασκευαστικός τομέας, ιδιαίτερα η παραγωγή υλικών όπως το τσιμέντο και ο χάλυβας, συνδέεται με σημαντικές εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα. Η ξυλεία, όταν προέρχεται από δάση που διαχειρίζονται με υπεύθυνο και βιώσιμο τρόπο, μπορεί να λειτουργήσει ως υλικό με χαμηλότερο ανθρακικό αποτύπωμα, καθώς τα δέντρα έχουν απορροφήσει άνθρακα κατά τη διάρκεια της ανάπτυξής τους. Παράλληλα, η χρήση προκατασκευασμένων ξύλινων στοιχείων μπορεί να περιορίσει τα απόβλητα και να επιταχύνει τη διαδικασία κατασκευής.

Ωστόσο, οι ειδικοί επισημαίνουν ότι η περιβαλλοντική αξία του mass timber εξαρτάται από ολόκληρο τον κύκλο ζωής του υλικού, από την προέλευση της ξυλείας μέχρι τη διαχείρισή της μετά το τέλος ζωής του κτιρίου.

Η Worldline Greece έφερε τις ψηφιακές πληρωμές στην καρδιά του ελληνικού τουρισμού



Με σταθμούς την Καλαμάτα, την Πάρο, τη Νάξο και τον Βόλο ολοκληρώθηκε το οκταήμερο roadshow της Worldline Greece και της Cardlink, με την υποστήριξη της Mastercard και ambassador τον Μελέτη Ηλία.

Με κεντρικό μήνυμα «Όλα λυμένα, έλα σ' εμένα!», η πρωτοβουλία έφερε την ομάδα της Worldline σε άμεση επαφή με επιχειρηματίες, επαγγελματίες του τουρισμού και καταναλωτές. Το ειδικά διαμορφωμένο van επισκέφθηκε τοπικές αγορές και τουριστικές περιοχές, παρουσιάζοντας λύσεις ψηφιακών πληρωμών για επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στη φιλοξενία, την εστίαση, το λιανικό εμπόριο και τις υπηρεσίες.

Στόχος του roadshow ήταν να αναδείξει πώς η τεχνολογία μπορεί να απλοποιήσει την καθημερινή λειτουργία μιας επιχείρησης, ειδικά κατά την απαιτητική τουριστική περίοδο. Παράλληλα, οι συζητήσεις με τους επαγγελματίες κατέγραψαν την

ανάγκη για λύσεις που συνδυάζουν ταχύτητα, ασφάλεια, ευκολία και λειτουργική ευελιξία.

Η παρουσία του Μελέτη Ηλία έδωσε εξωστρεφή και ανθρώπινο χαρακτήρα στη δράση, καθώς επισκέφθηκε επιχειρήσεις και συνομίλησε με επαγγελματίες για τις προκλήσεις της σύγχρονης αγοράς.

Με την πρωτοβουλία αυτή, η Worldline ενίσχυσε τον διάλογο με τις τοπικές επιχειρήσεις, επιβεβαιώνοντας τη στρατηγική της να προσφέρει όχι μόνο τεχνολογικές λύσεις, αλλά και ουσιαστική υποστήριξη προσαρμοσμένη στις πραγματικές ανάγκες τους.

Travel News

Ο Luca Piscazzi υπογράφει τη νέα γαστρονομική εμπειρία του VIONE Paros

Το VIONE Paros ενισχύει τη γαστρονομική του ταυτότητα, καλωσορίζοντας τον βραβευμένο με αστέρι Michelin Ιταλό chef Luca Piscazzi, ο οποίος υπογράφει το concept και το μενού του νέου εστιατορίου Pino By Luca Piscazzi.

Το νέο εστιατόριο φιλοδοξεί να αποτελέσει σημείο αναφοράς για τη γαστρονομική εμπειρία του πεντάστερου adults-friendly ξενοδοχείου, συνδυάζοντας την αυθεντική ιταλική κουζίνα με τις γεύσεις και τα προϊόντα της Πάρου. Εποχικές πρώτες ύλες, φρέσκα θαλασσινά, αρωματικά βότανα και επιλεγμένα ιταλικά προϊόντα συνθέτουν ένα μενού που εξελίσσεται από χαλαρές προτάσεις για sharing κατά τη διάρκεια της ημέρας σε ένα πιο εκλεπτυσμένο δείπνο το βράδυ.

Την εμπειρία συμπληρώνουν επιλεγμένες ετικέτες ιταλικών κρασιών και signature cocktails, ενώ η γαστρονομική πρόταση εντάσσεται στη συνολική φιλοσοφία του VIONE Paros, που βασίζεται στο Mediterranean slow living και συνδυάζει τη σύγχρονη κυκλαδίτικη αισθητική, την ευεξία και την προσωποποιημένη φιλοξενία.

Χτισμένο στον Αμπελά, κοντά στη Νάουσα, το ξενοδοχείο διαθέτει 40 σουίτες με θέα στο Αιγαίο, οι περισσότερες με ιδιωτική πισίνα, ενώ οι εγκαταστάσεις του περιλαμβάνουν το DIONE Spa, με θερμαινόμενη εσωτερική πισίνα, hammam, sauna, jacuzzi, γυμναστήριο και εξατομικευμένες θεραπείες.

Με τη συνεργασία του Luca Piscazzi, το VIONE Paros επιβεβαιώνει τη στρατηγική του να προσφέρει μια ολοκληρωμένη εμπειρία φιλοξενίας, όπου η υψηλή γαστρονομία αποτελεί βασικό στοιχείο της συνολικής εμπειρίας του επισκέπτη.





Ο Stelios Koudounaris εμπλουτίζει το Archive Sale με νέες προσθήκες και εκπτώσεις έως 70%

Νέες δημιουργίες προστέθηκαν στο Archive Sale του Stelios Koudounaris, δίνοντας στους φίλους του ελληνικού fashion brand την ευκαιρία να αποκτήσουν επιλεγμένα κομμάτια από προηγούμενες συλλογές με εκπτώσεις που φτάνουν έως και το 70%.

Η ανανεωμένη ενότητα περιλαμβάνει νέα σχέδια από πρόσφατες σεζόν, τα οποία εντάσσονται στο archive με μειωμένες τιμές από 50% έως 70%, προσφέροντας πρόσβαση σε διαχρονικές δημιουργίες του σχεδιαστή για περιορισμένο χρονικό διάστημα και μέχρι εξαντλήσεως των αποθεμάτων.

Παράλληλα, σε ειδική προσφορά βρίσκονται και επιλεγμένα σχέδια από τη συλλογή Άνοιξη/Καλοκαίρι 2026, δίνοντας τη δυνατότητα στους καταναλωτές να αποκτήσουν σύγχρονες δημιουργίες του brand σε προνομιακές τιμές.

Ο Stelios Koudounaris έχει συνδέσει το όνομά του με τη σύγχρονη ελληνική μόδα, παρουσιάζοντας συλλογές που συνδυάζουν αρχιτεκτονικές γραμμές, κομψότητα και διαχρονικό χαρακτήρα. Μέσα από το Archive Sale, το brand επαναφέρει εμβληματικά σχέδια στο προσκήνιο, προσφέροντας μια ακόμη ευκαιρία στο κοινό να αποκτήσει δημιουργίες που ξεχωρίζουν για την αισθητική και την ποιότητά τους.

Η ανανεωμένη συλλογή είναι ήδη διαθέσιμη μέσω του ηλεκτρονικού καταστήματος του brand, με τις προσφορές να ισχύουν για περιορισμένο χρονικό διάστημα και μέχρι εξαντλήσεως των διαθέσιμων τεμαχίων.

Η Evangelia γίνεται το νέο πρόσωπο της Carrera Eyewear στην Ελλάδα



Η Evangelia είναι η νέα επίσημη Πρέσβειρα της Carrera Eyewear στην Ελλάδα, πρωταγωνιστώντας στη νέα καμπάνια του brand για το 2026. Η τραγουδίστρια και performer ενώνει τις δυνάμεις της με τον ιστορικό οίκο γυαλιών, εκπροσωπώντας τη σύγχρονη, δυναμική γυναίκα που εκφράζεται χωρίς περιορισμούς.

Με τη χαρακτηριστική pop αισθητική της, τις διεθνείς επιρροές και την έντονη σύνδεση με την ελληνική της ταυτότητα, η Evangelia ενσαρκώνει το μήνυμα #DriveYourStory, που προτρέπει τον καθένα να ακολουθεί τη δική του πορεία με αυτοπεποίθηση και αυθεντικότητα.

Η νέα συνεργασία αναδεικνύει παράλληλα τη διαρκώς εξελισσόμενη γυναικεία συλλογή της Carrera, η οποία συνδυάζει fashion χαρακτήρα, premium ποιότητα και τολμηρό σχεδιασμό. Το brand, που ανήκει στον ιταλικό Όμιλο Safilo, παραμένει πιστό στη φιλοσοφία του να δημιουργεί γυαλιά για όσους δεν φοβούνται να ξεχωρίζουν.

Η καμπάνια θα προβληθεί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και σε επιλεγμένα καταστήματα οπτικών σε όλη την Ελλάδα, ενισχύοντας την παρουσία της Carrera στο γυναικείο κοινό και προβάλλοντας μια νέα εκδοχή σύγχρονου, αυθεντικού στιλ.

LG: Πρακτικές συμβουλές για μεγαλύτερη διάρκεια ζωής του ψυγείου



Η σωστή συντήρηση του ψυγείου μπορεί να συμβάλει σημαντικά τόσο στη βέλτιστη λειτουργία του όσο και στη μεγαλύτερη διάρκεια ζωής του. Η LG Electronics συγκεντρώνει βασικές συμβουλές που βοηθούν τους καταναλωτές να διατηρούν τις συσκευές τους σε άριστη κατάσταση, εξασφαλίζοντας καλύτερη απόδοση και χαμηλότερη κατανάλωση ενέργειας.

Για τα μοντέλα που διαθέτουν φίλτρο αέρα, η εταιρεία προτείνει την αντικατάστασή του

κάθε έξι μήνες, ώστε να διατηρείται η σωστή κυκλοφορία του αέρα, να απομακρύνονται οι οσμές και να παραμένουν τα τρόφιμα φρέσκα για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα.

Παρότι τα σύγχρονα ψυγεία πραγματοποιούν αυτόματη απόψυξη, η LG συνιστά μηνιαίο καθαρισμό του θαλάμου ψύξης και της κατάψυξης με ήπιο απορρυπαντικό ή διάλυμα μαγειρικής σόδας, αποφεύγοντας τα σκληρά καθαριστικά που μπορεί να φθείρουν τις επιφάνειες.

Εξίσου σημαντικός είναι ο έλεγχος στις λαστιχένιες τσιμούχες της πόρτας, καθώς και η διατήρηση επαρκούς χώρου γύρω από τη συσκευή, ώστε να εξασφαλίζεται η σωστή κυκλοφορία του αέρα. Παράλληλα, η εταιρεία προτείνει να αποφεύγεται η υπερφόρτωση του ψυγείου και να ρυθμίζεται η θερμοκρασία μεταξύ 1 και 4°C για τη συντήρηση και στους -18°C για την κατάψυξη.

Με απλές κινήσεις τακτικής φροντίδας, οι χρήστες μπορούν να διατηρήσουν το ψυγείο τους αποδοτικό για πολλά χρόνια, εξασφαλίζοντας καλύτερη συντήρηση των τροφίμων και μεγαλύτερη ενεργειακή απόδοση.

Ο Νο1 αντιγηραντικός ξηρός καρπός – Με ποιες τροφές πρέπει να τον συνδυάζετε για μέγιστο όφελος

Τα καρύδια είναι πλούσια σε ωμέγα-3 λιπαρά οξέα φυτικής προέλευσης, πολυφαινόλες, βιταμίνη E και άλλα αντιοξειδωτικά που συμβάλλουν στην προστασία των κυττάρων από το οξειδωτικό στρες -που σχετίζεται με τη γήρανση του οργανισμού. Τα οφέλη τους μπορούν να γίνουν ακόμη μεγαλύτερα όταν συνδυάζονται με τις σωστές τροφές.

Ένας από τους καλύτερους συνδυασμούς είναι τα καρύδια με γιαούρτι. Το γιαούρτι προσφέρει πρωτεΐνη υψηλής βιολογικής αξίας και προβιοτικά, ενώ τα καλά λιπαρά των καρυδιών βοηθούν στην καλύτερη απορρόφηση ορισμένων λιποδιαλυτών θρεπτικών συστατικών.

Εξαιρετική επιλογή είναι επίσης ο συνδυασμός με μύρτιλα, φράουλες ή άλλα μούρα. Τα φρούτα αυτά είναι πλούσια σε ανθοκυανίνες και βιταμίνη C, ενισχύοντας την αντιοξειδωτική δράση των καρυδιών και προσφέροντας μεγαλύτερη προστασία απέναντι στις ελεύθερες ρίζες.



Τα καρύδια ταιριάζουν ιδανικά και με βρόμη, δημιουργώντας ένα γεύμα πλούσιο σε φυτικές ίνες, καλά λιπαρά και σύνθετους υδατάνθρακες. Ο συνδυασμός αυτός συμβάλλει στη σταδιακή απελευθέρωση ενέργειας και στον καλύτερο έλεγχο του σακχάρου στο αίμα.

Οι ειδικοί προτείνουν περίπου 30 γραμμάρια καρύδια την ημέρα, δηλαδή μία μικρή χούφτα. Όταν εντάσσονται σε μια ισορροπημένη μεσογειακή διατροφή και συνδυάζονται με τροφές πλούσιες σε πρωτεΐνες, φυτικές ίνες και αντιοξειδωτικά, μπορούν να αποτελέσουν έναν ισχυρό σύμμαχο για την υγεία της καρδιάς, του εγκεφάλου και τη διατήρηση της καλής φυσικής κατάστασης.



Away Travel Cooler Tote: Η τσάντα-ψυγείακι που θέλει να γίνει το νέο must-have του καλοκαιριού



Dad Bod: Η επιστήμη εξηγεί γιατί αλλάζει το σώμα μετά την πατρότητα

Το γνωστό «dad bod» χρησιμοποιείται για να περιγράψει έναν πατέρα με λίγη παραπάνω κοιλιά και λιγότερο έντονη μυϊκή γράμμωση. Για χρόνια θεωρούνταν αποτέλεσμα της έλλειψης χρόνου για γυμναστική. Ωστόσο, τα νεότερα επιστημονικά δεδομένα δείχνουν ότι η εικόνα είναι πολύ πιο σύνθετη.

Πρόσφατη ανασκόπηση που δημοσιεύθηκε στο *Frontiers in Behavioral Neuroscience* κατέληξε ότι η πατρότητα συνοδεύεται από πραγματικές ορμονικές και νευροβιολογικές αλλαγές. Σε πολλούς άντρες παρατηρείται φυσιολογική μείωση της τεστοστερόνης μετά τη γέννηση του παιδιού, μια μεταβολή που έχει συνδεθεί με μεγαλύτερη εμπλοκή στη φροντίδα του βρέφους και ισχυρότερο δέσιμο μαζί του.

Παράλληλα, η έλλειψη ύπνου, το αυξημένο στρες, οι αλλαγές στη διατροφή και ο περιορισμένος χρόνος για άσκηση επηρεάζουν τον μεταβολισμό και ευνοούν την αύξηση του σωματικού λίπους. Με άλλα λόγια, το «dad bod» δεν είναι αποκλειστικά θέμα επιλογών, αλλά μπορεί να αποτελεί το αποτέλεσμα της αλληλεπίδρασης βιολογικών προσαρμογών και ενός εντελώς διαφορετικού τρόπου ζωής.

Η επιστημονική κοινότητα στρέφει πλέον ολοένα και περισσότερο την προσοχή της και στην υγεία του πατέρα πριν και μετά την απόκτηση παιδιών. Νέα ανασκόπηση του Πανεπιστημίου της Καλιφόρνιας επισημαίνει ότι παράγοντες όπως η διατροφή, το άγχος και οι καθημερινές συνήθειες του πατέρα μπορούν να επηρεάσουν, μέσω βιολογικών αλλά και συμπεριφορικών μηχανισμών, τη μελλοντική υγεία του παιδιού.

Η Away έγινε γνωστή παγκοσμίως από τις premium βαλίτσες της, όμως τώρα κάνει ένα απρόσμενο βήμα σε μια κατηγορία που μέχρι σήμερα κυριαρχούσαν brands όπως η Yeti, η Stanley και η RTIC. Η νέα Travel Cooler Tote δεν είναι απλώς ένα φορητό ψυγείακι, αλλά μια κομψή τσάντα που υπόσχεται να συνοδεύει τον χρήστη από την παραλία και το πικνίκ μέχρι τα ψώνια της εβδομάδας.

Η νέα πρόταση της Away ξεχωρίζει χάρη στον μίνιμαλ σχεδιασμό της, που θυμίζει περισσότερο καθημερινή tote bag παρά εξοπλισμό outdoor. Διαθέτει θερμομονωτική επένδυση για να διατηρεί κρύα τρόφιμα και ποτά, αποσπώμενο λουρί ώμου, εξωτερικές τσέπες για μικροαντικείμενα, ειδικούς ιμάντες για πετσέτα ή κουβέρτα, ενώ ενσωματώνει ακόμη και ανοιχτήρι μπουκαλιών για μεγαλύτερη πρακτικότητα.

Σε αντίθεση με αρκετούς ανταγωνιστές που πωλούν τα περισσότερα αξεσουάρ ξεχωριστά, η Away επενδύει σε μια πιο ολοκληρωμένη εμπειρία χρήσης από την πρώτη στιγμή. Παρότι η εταιρεία έχει επιχειρήσει και στο παρελθόν να επεκταθεί σε νέες κατηγορίες προϊόντων χωρίς ιδιαίτερη επιτυχία, η συγκεκριμένη πρόταση δείχνει πιο ώριμη και στοχευμένη.

Η Away Travel Cooler Tote διατίθεται ήδη μέσω του επίσημου ηλεκτρονικού καταστήματος της Away στην τιμή των 215 ευρώ. Προς το παρόν δεν υπάρχει επίσημη διάθεση στην ελληνική αγορά, ωστόσο μπορεί να αποκτηθεί μέσω του διεθνούς e-shop της εταιρείας, όπου υποστηρίζονται αποστολές σε αρκετές ευρωπαϊκές χώρες.



Samsung Galaxy Watch Ultra2 και Watch9: Ευεξία και AI στον καρπό

Η Samsung παρουσίασε τα νέα Galaxy Watch Ultra2 και Galaxy Watch9, δύο smartwatches που αξιοποιούν τεχνητή νοημοσύνη και προηγμένους αισθητήρες, μετατρέποντας τα καθημερινά δεδομένα ευεξίας σε εξατομικευμένες και πρακτικές πληροφορίες.

Το Galaxy Watch Ultra2 απευθύνεται σε χρήστες με απαιτητικό τρόπο ζωής και έντονη αθλητική δραστηριότητα. Διαθέτει οθόνη φωτεινότητας έως 5.000 nits, μπαταρία 800 mAh, περίβλημα τιτανίου και πιστοποιήσεις ανθεκτικότητας για δύσκολες συνθήκες.

Υποστηρίζει trail running με καταγραφή υψομέτρου και καθοδήγηση ενυδάτωσης, ενώ προσφέρει και λειτουργίες κατάδυσης με παρακολούθηση βάθους, διάρκειας και θερμοκρασίας νερού.

Το Galaxy Watch9 έχει σχεδιαστεί για καθημερινή χρήση, με ελαφρύ περίβλημα αλουμινίου, οθόνη έως 3.000 nits και μπαταρία έως 445 mAh. Καταγράφει δραστηριότητα, ύπνο και προσωπικούς βιοδείκτες, προσφέροντας συμβουλές μέσω του Samsung Health.

Και τα δύο μοντέλα διαθέτουν λειτουργίες όπως παρακολούθηση υπνικής άπνοιας, ζωτικών σημείων, καρδιακού φορτίου, φυσικής κατάστασης και επιπέδων θορύβου. Κυκλοφορούν με Snapdragon Wear Elite, Wear OS 7 και One UI 9 Watch.

Οι προπαραγγελίες ξεκινούν στις 22 Ιουλίου, ενώ η γενική διάθεση έχει προγραμματιστεί για τις 7 Αυγούστου.

Ο Σάκης Τανιμανίδης συνεχίζει το ταξίδι του με την Carrera Eyewear



Η Carrera Eyewear συνεχίζει να επενδύει στην ελληνική αγορά, ανακοινώνοντας τη νέα της καμπάνια για το 2026 με πρωταγωνιστή τον Σάκη Τανιμανίδη, ο οποίος παραμένει επίσημος Πρεσβευτής του brand στην Ελλάδα.

Παρουσιαστής, παραγωγός και επιχειρηματίας, ο Σάκης Τανιμανίδης ταυτίζεται με τη φιλοσοφία της Carrera, που εδώ και σχεδόν 70 χρόνια εκπροσωπεί την αυτοπεποίθηση, την καινοτομία και τη διάθεση για υπέρβαση. Μέσα από τη νέα καμπάνια μεταφέρει το δυναμικό του χαρακτήρα και την αγάπη του για τις νέες εμπειρίες, στοιχεία που αποτελούν βασικούς άξονες του μηνύματος #DriveYourStory.

Η Carrera, μέλος του ιταλικού Ομίλου Safilo, συνεχίζει να εξελίσσει τη συλλογή premium γυαλιών της, συνδυάζοντας τολμηρό σχεδιασμό, υψηλή ποιότητα κατασκευής και διαχρονική αισθητική. Το μήνυμά της φετινής καμπάνιας καλεί κάθε άνθρωπο να ακολουθήσει τη δική του διαδρομή και να μετατρέψει τις επιλογές και τις εμπειρίες του σε μέρος της προσωπικής του ιστορίας.

Η καμπάνια θα παρουσιαστεί μέσα από τα social media και σε επιλεγμένα καταστήματα οπτικών σε όλη την Ελλάδα, ενισχύοντας ακόμη περισσότερο τη σχέση της Carrera με το ελληνικό κοινό.

quote of the day

ΜΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΠΟΥ ΔΕΝ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΒΟΗΘΗΣΕΙ
ΤΟΥΣ ΠΟΛΛΟΥΣ ΠΟΥ ΕΙΝΑΙ ΦΤΩΧΟΙ, ΔΕΝ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ
ΣΩΣΕΙ ΟΥΤΕ ΤΟΥΣ ΛΙΓΟΥΣ ΠΟΥ ΕΙΝΑΙ ΠΛΟΥΣΙΟΙ.

John F. Kennedy

Σήμερα
γιορτάζουν!

Ακάκιος, Αυξέντιος,
Αυξεντία, Δρόσος,
Δρόσω, Τίμων, Τιμόνη,
Ειρήνη, Χρυσοβαλάντω,
Χρυσοβαλάντης

28 Ιουλίου

- › Παγκόσμια Ημέρα Ηπατίτιδας
- › World Nature Conservation Day
- › Buffalo Soldiers Day
- › National Waterpark Day
- › National Milk Chocolate Day
- › National Soccer Day