

EQUALL

equall.gr



Νέοι κύκλοι δράσεων EQUALL

Στην Πειραιώς με το EQUALL μετατρέπουμε την Εταιρική Υπευθυνότητα σε πράξη. Δημιουργούμε τις προϋποθέσεις ώστε κάθε γυναίκα να διεκδικεί ισότιμα τις επιλογές, τις ευκαιρίες και τη θέση που της αξίζει.

Δηλώστε συμμετοχή στις δράσεις μας έως και τις **14 Οκτωβρίου**:

- **Women Founders and Makers**
- **Women Back to Work**
- **Women in Agriculture**

 Piraeus

Μάθετε περισσότερα στο equall.gr

SAY *yes* to the press

YOUR DAILY ONLINE MAGAZINE

Η σκοτεινή πλευρά της ψυχαγωγίας





Μην με κρίνεις από αυτά που βλέπω στο Netflix μου

Καλημέρα **SayYesser!!!**

Υπάρχουν κάποια πράγματα στο κινητό μου που μπορείς να δεις άφοβα. Φωτογραφίες; Οκ. Playlist;

Άντε, θα εκτεθώ λίγο. Ιστορικό παραγγελιών; Θα το συζητήσουμε.

Αλλά μην ανοίξεις το ChatGPT και το Netflix μου. Γιατί εκεί αρχίζουν οι εξηγήσεις.

«Αυτό γιατί το βλέπεις;»

«Κι αυτό;»

«Καλά, ΠΑΛΙ θρίλερ;»

Ναι, πάλι.

Και το χειρότερο είναι ότι μπορώ να απορρίψω δέκα σειρές μέσα σε τρία λεπτά και μετά να δω μία περιγραφή που γράφει «μια

εξαφάνιση αναστατώνει μια φαινομενικά ήσυχη κοινότητα» και να πω:

«Α, ωραίο φαίνεται.»

Τι να κάνουμε; Άλλοι χαλαρώνουν με ρομαντικές κομεντί.

Εγώ χαλαρώνω προσπαθώντας να καταλάβω ποιος λέει ψέματα από το πρώτο επεισόδιο.

Μην το αναλύσουμε περισσότερο. Πρωί είναι.

Tip of the Day: Μην κρίνεις έναν άνθρωπο από το τι βλέπει. Εκτός αν έχει δει την ίδια σειρά έξι φορές.

(Εξαιρούνται τα «Φιλαράκια» και το «Κωνσταντίνου και Ελένης».)



♥ love it

Να βρίσκεις σειρά που σε κάνει να ξεχνάς ότι αύριο ξυπνάς νωρίς.

☹ leave it

Το «ένα επεισόδιο ακόμα». Ο μεγαλύτερος ψεύτης μετά τις 11 το βράδυ.

✓ we suggest

Ρώτα κάποιον τι βλέπει τελευταία. Μαθαίνεις περισσότερα απ' όσα περίμενες.

Τα άνετα αθλητικά παπούτσια



Κάποτε αγοράζαμε παπούτσια με βασικό κριτήριο αν είναι ωραία. Μετά μεγαλώσαμε. Τώρα τα φοράς, κάνεις τρία βήματα μέσα στο κατάστημα και σκέφτεσαι: «Ναι. Με αυτά μπορώ να βγάλω τη μέρα». Άνετη σόλα, τίποτα να σε χτυπάει, τίποτα να σε πιέζει και, αν γίνεται, να μη χρειάζεσαι φυσικοθεραπεία επειδή

αποφάσεις να είσαι κομπός Τρίτη πρωί.

Και το καλύτερο; Τα αθλητικά πλέον φοριούνται σχεδόν με τα πάντα. Η πραγματική ενηλικίωση δεν είναι οι λογαριασμοί. Είναι να λες “κοίτα τι ανατομικό πάτο έχει” και να ενθουσιάζεσαι πραγματικά.

Στους ανθρώπους με προαίσθημα



Σ' αυτούς που λένε «κάτι δεν μου κολλάει» χωρίς να μπορούν να σου εξηγήσουν ακριβώς τι. Που μπαίνουν σε έναν χώρο και πιάνουν την ατμόσφαιρα πριν

μιλήσει κανείς. Που σε παίρνουν τηλέφωνο τη στιγμή που τους σκέφτεσαι και λένε το εκνευριστικό «εγώ στο είχα πει» λίγο πριν αποδειχθεί ότι, ναι, στο είχα πει.

Δεν ξέρω αν είναι ένστικτο, παρατηρητικότητα ή έκτη αίσθηση. Ξέρω ότι πλέον τους ακούω.

Το άδειο mailbox

Δεν ξέρω ποιος χρειάζεται να το ακούσει αυτό, αλλά υπάρχει μια μικρή, σχεδόν παράλογη ικανοποίηση στο να κοιτάς το mailbox σου και να γράφεις:

0 unread.

Όχι 1.247. Όχι «θα τα δω αργότερα». Όχι εκείνα τα τρία mail που τα αφήνεις αδιάβαστα εδώ και δύο εβδομάδες για να θυμάσαι ότι πρέπει να απαντήσεις.

Μηδέν.

Έχεις απαντήσει, έχεις διαγράψει, έχεις αρχειοθετήσει και, για περίπου τρία υπέροχα λεπτά, νιώθεις ότι έχεις τη ζωή σου υπό έλεγχο.

Μετά έρχεται το επόμενο.

Αλλά αυτά τα τρία λεπτά;

Δικά σου.



Η Dunkin' έβαλε πουλόβερ στον καφέ σου



Δύο πράγματα που ταιριάζουν τέλεια με το φθινόπωρο: ζεστός καφές και πουλόβερ. Η Dunkin' και η L.L.Bean αποφάσισαν λοιπόν να τα ενώσουν — σχεδόν κυριολεκτικά. Οι δύο ιστορικές μάρκες της Νέας Αγγλίας παρουσιάζουν την πρώτη κοινή τους συλλογή, με το χαρακτηριστικό Birdseye μοτίβο της L.L.Bean να αποκτά τα ροζ και πορτοκαλί χρώματα της Dunkin'. Και ναι, υπάρχει ακόμη και μικροσκοπικό πλεκτό “πουλόβερ” για το ποτήρι του καφέ. Στις 29 Σεπτεμβρίου ακολουθούν κανονικό Birdseye sweater, η εμβληματική Boat and Tote σε Dunkin' εκδοχή και ένα ειδικό Coffee Tote σχεδιασμένο για να μεταφέρει τον καφέ. Δεν ξέρω αν ο καφές κρύωνε. Ξέρω όμως ότι πλέον είναι καλύτερα ντυμένος από εμάς. Κι αν ήδη ψάχνεις πού θα τα βρεις στην Ελλάδα, θα σε στενοχωρήσω: η Dunkin' έχει αποχωρήσει από την ελληνική αγορά και τα φυσικά καταστήματά της στη χώρα έχουν κλείσει εδώ και χρόνια.

Η σκοτεινή πλευρά της ψυχαγωγίας



Ανοίγω Netflix γιατί θέλω να χαλαρώσω.

Πρώτη σειρά: μια γυναίκα εξαφανίζεται μυστηριωδώς.

Δεύτερη: ένας φόνος σε μια μικρή πόλη όπου —εννοείται— όλοι κρύβουν κάτι.

Τρίτη: καρτέλ ναρκωτικών.

Τέταρτη: serial killer.

Πέμπτη: μια οικογένεια με «σκοτεινό παρελθόν», που ξέρεις ήδη ότι μέχρι το τρίτο επεισόδιο θα έχει βρεθεί τουλάχιστον ένα πτώμα.

Πάω στα ντοκιμαντέρ. True crime.

Και κάπου εκεί αναρωτιέμαι: πότε ακριβώς αποφασίσαμε ότι αυτό σημαίνει «κάθομαι στον καναπέ να ξεκουραστώ»; Δεν είναι μόνο η εντύπωσή μου. Τα στοιχεία της Ampere Analysis δείχνουν ότι τα Crime & Thriller έχουν γίνει το κυρίαρχο είδος στις scripted παραγγελίες των μεγάλων streaming πλατφορμών. Το 2020 αντιστοιχούσαν στο 20% των παραγγελιών. Το 2024 έφτασαν στο 32%. Σχεδόν μία στις τρεις.

Άρα ναι. Όντως έχει γεμίσει η οθόνη έγκλημα. Και πριν συνεχίσω, οφείλω να κάνω μια μικρή δήλωση συμπερόντων.

Όλα αυτά σας τα λέει ένας άνθρωπος που βλέπει σχεδόν αποκλειστικά θρίλερ.

Δώσε μου εξαφάνιση, ανεξιχνίαστο έγκλημα, ψυχολογικό μυστήριο και το πιθανότερο είναι ότι θα πατήσω play. Αν στην περιγραφή γράφει «μια φαινομενικά ήσυχη πόλη», ακόμη καλύτερα — ξέρουμε όλοι ότι εκεί μέσα κανείς δεν είναι φυσιολογικός.

Οπότε δεν παραπονιέμαι απ' έξω. Είμαι μέρος του στατιστικού.

Και ίσως γι' αυτό μου έκανε ακόμη μεγαλύτερη εντύπωση όταν συνει-



δητοποίησα ότι τελευταία, ακόμη κι εγώ που τα αγαπώ, ανοίγω τις πλατφόρμες και σκέφτομαι: «Ρε παιδιά, κάτι άλλο δεν έχουμε;»

Γιατί όμως μας αρέσει τόσο;

Εδώ αρχίζει το ενδιαφέρον.

Γιατί κανείς δεν μας αναγκάζει να τα βλέπουμε. Αντιθέτως, τα πατάμε μόνοι μας. Βλέπουμε το πρώτο επεισόδιο, μετά το δεύτερο και στις 01:17 λέμε το μεγαλύτερο ψέμα που έχει ειπωθεί ποτέ μπροστά σε τηλεόραση: «Αντε, ένα ακόμα.»

Ειδικά στο true crime, η έλξη μας προς το σκοτεινό δεν είναι απλώς θεωρία. Πρόσφατη έρευνα στο British Journal of Psychology βρήκε διαφορετικά κίνητρα πίσω από την κατανάλωσή του, μεταξύ των οποίων η περιέργεια για το μακάβριο, η ένταση αλλά και η ανάγκη να καταλάβουμε πιθανούς κινδύνους.

Με απλά λόγια, δεν παρακολουθούμε μόνο για να μάθουμε ποιος το έκανε. Θέλουμε να καταλάβουμε γιατί το έκανε. Πώς δεν τον κατάλαβαν. Ποιο ήταν το σημάδι που όλοι αγνόησαν. Αν εμείς θα το είχαμε δει.

Και βέβαια υπάρχει το μυστήριο.

Ένας φόνος είναι σχεδόν η τέλεια αφηγηματική μηχανή: υπάρχει ερώτημα, υπάρχουν ύποπτοι, στοιχεία, ανατροπές και στο τέλος περιμένεις μια απάντηση. Δύσκολο να πατήσεις pause.

Και οι πλατφόρμες το ξέρουν

Το crime έχει κι ένα ακόμη τεράστιο πλεονέκτημα: ταξιδεύει.

Ένας φόνος στη Σουηδία, μια εξαφάνιση στην Ισπανία ή μια αστυνομική έρευνα στην Κορέα μπορούν να κρατήσουν κάποιον ξύπνιο στον Πειραιά με την ίδια ευκολία.

Η Ampere σημειώνει ακριβώς αυτή την ευρεία διεθνή απήχηση ως έναν από τους λόγους που οι streamers επενδύουν τόσο έντονα στο είδος. Και η τάση συνεχίζεται: στα ισπανόφωνα scripted projects που ανακοινώθηκαν για streaming το 2025, το Crime & Thriller παρέμεινε πρώτο, πάλι με μερίδιο 32%.

Και κάπως δημιουργείται ένας υπέροχος κύκλος.

Μας δίνουν crime επειδή το βλέπουμε. Το βλέπουμε επειδή μας δίνουν crime. Και ο αλγόριθμος τρίβει τα χέρια του.

Όταν το σκοτάδι γίνεται η μόνη επιλογή

Και κάπου εδώ βρίσκεται η ειρωνεία. Εγώ δεν θέλω να σταματήσουν τα θρίλερ. Θα είμαι η πρώτη που θα πατήσει play στο επόμενο. Αν έχει εξαφάνιση, μυστήριο, ανατροπή και έναν ύποπτο που από την αρχή «κάτι δεν μου αρέσει πάνω του», πιθανότατα με έχετε ήδη κερδίσει.

Το θέμα δεν είναι ότι βλέπουμε crime. Το θέμα είναι ότι κάποια στιγμή αρχίσαμε να βλέπουμε σχεδόν μόνο crime.

Όταν ακόμη κι ένας άνθρωπος που αγαπά αυτό το είδος ανοίγει μια πλατφόρμα και δυσκολεύεται να βρει κάτι που να μην περιλαμβάνει φόνο, ναρκωτικά, απαγωγή, εξαφάνιση ή κάποιο «σκοτεινό μυστικό από το παρελθόν», μάλλον κάτι έχει γείρει υπερβολικά προς τη μία πλευρά.

Δεν ζητάω ξαφνικά να περάσω τα βράδια μου βλέποντας ρομαντικές κομεντί.

Απλώς θέλω να έχω την επιλογή να μη δω θρίλερ. Για να μπορώ μετά, με απόλυτη ελευθερία, να διαλέξω πάλι θρίλερ. Διχασμένη προσωπικότητα. Κατάλαβες...

Converse: Όταν μια καμπάνια περνά από όλους και δεν τη βλέπει κανείς



Η Converse απέσυρε διαφήμιση με την Karina των aespa μετά τις έντονες αντιδράσεις που προκάλεσε η τελική εικόνα της καμπάνιας. Ο φωτισμός και η προβολή πάνω στη λευκή φούστα της δημιουργούσαν ένα τριγωνικό σχήμα που αρκετοί θεώρησαν ότι παρέπεμπε σε κουκούλα της ΚΚΚ.

Και μετά υπήρχαν τα παπούτσια. Στη μία εικόνα, η Karina κρατούσε ένα ζευγάρι μαύρα Converse χαμηλά στο πλάι, έτσι ώστε ο φωτισμός και η σύνθεση να τα κάνουν να μοιάζουν σαν να κρέμονται κάτω από τη λευκή φιγούρα. Σε άλλη εικόνα της ίδιας καμπάνιας, παπούτσια

εμφανίζονταν κρεμασμένα από κλαδί δέντρου. Αυτός ο συνδυασμός έκανε αρκετούς θεατές να δουν αναφορά σε λιντσάρισμα — όχι επειδή τα παπούτσια από μόνα τους είχαν κάποιο τέτοιο νόημα, αλλά λόγω του συνολικού οπτικού συμβολισμού.

Και κάπου εδώ είναι που αρχίζεις να αναρωτιέσαι: πόσα άτομα είδαν αυτή τη φωτογραφία πριν δημοσιευθεί;

Φωτογράφος, δημιουργική ομάδα, art director, διαφημιστική, στελέχη του brand, εγκρίσεις, διορθώσεις, τελική έγκριση.

Μια μεγάλη καμπάνια δεν ανεβαίνει κατά λάθος από έναν άνθρωπο στις δύο το βράδυ. Περνάει από χέρια. Από οθόνες. Από συσκέψεις. Από ανθρώπους που πληρώνονται ακριβώς για να βλέπουν αυτά που ο υπόλοιπος κόσμος θα δει σε δύο δευτερόλεπτα.

Η Converse την απέσυρε και απολογήθηκε. Αλλά όταν χρειάζεται ολόκληρο το ίντερνετ για να σου δείξει τι υπάρχει μπροστά στα μάτια σου, το πρόβλημα δεν είναι πια η κακή στιγμή. Είναι η κακή επιμέλεια.

Όχι, δεν χρειάζεται να βλέπουμε και γλώσσα

Δεν είναι θέμα ηλικίας. Είναι θέμα χώρου, timing και κοινής λογικής.

Άλλο ένα φιλί στην παρέα κι άλλο να γλωσσοφιλιέστε λες και οι υπόλοιποι είμαστε κομπάρσοι στις «Πενήντα Αποχρώσεις του Γκρι».

Χαιρόμαστε που περνάτε καλά. Αλήθεια.

Αλλά αν για να συνεχίσουμε την κουβέντα πρέπει να κοιτάμε όλοι επίμονα το μενού, μάλλον το παρακάνετε.

Και στην τελική, όπως λέμε και στο χωριό: get a room! Αστειεύομαι, προφανώς και στο χωριό το σωστό είναι "ξετσαγλιαστήκατε πια".



Λίγη τσίχλα και συνεχίζουμε

Να μιλάς με κάποιον και πριν προλάβεις να ακούσεις τι λέει, να έχει ήδη φτάσει σε σένα η ανάσα του.

Καφές, τσιγάρο, σκόρδο, ξηροστομία — όλα μαζί σε ένα μικρό σύννεφο.

Δεν λέμε να κυκλοφορούμε με στοματικό διάλυμα στην τσέπη σαν εξοπλισμό επιβίωσης.

Αλλά μια τσίχλα, μια καραμέλα, λίγο νερό; Κοινωνική προσφορά.



Η Emirates σε περιμένει στην Αθήνα

Αν είσαι πιλότος – ή ξέρεις κάποιον που είναι – στείλε του αυτό τώρα. Η Emirates έρχεται στην Αθήνα στις 15 και 16 Οκτωβρίου και προσλαμβάνει, αναζητώντας έμπειρους First Officers και Captains για τον στόλο της.

Το roadshow θα γίνει στο InterContinental Athenaeum και το καλύτερο είναι ότι δεν χρειάζεται καν εγγραφή. Επιλέγεις μία από τις τρεις διαθέσιμες συνεδρίες και πας.

Εκεί θα μάθεις από πρώτο χέρι για τις θέσεις, τη διαδικασία πρόσληψης, την εκπαίδευση, τις απολαβές και τις παροχές, αλλά και πώς είναι πραγματικά να πετάς για την Emirates με βάση το Ντουμπάι.

15/10: 10:00 & 13:00 | 16/10: 10:00

Μερικές φορές η επόμενη καριέρα σου ξεκινά απλώς μπαίνοντας στη σωστή αίθουσα.



Punch Needle: άσε το κινητό, πιάσε τη βελόνα

Πότε ήταν η τελευταία φορά που έκανες κάτι για δύο ώρες χωρίς να κοιτάς κάθε τρία λεπτά μια οθόνη;

Στις 23 Σεπτεμβρίου, η Δημοτική Αγορά Κυψέλης φιλοξενεί workshop Punch Needle, μιας τεχνικής κεντήματος όπου με καμβά, νήμα και μια ειδική βελόνα δημιουργείς ανάγλυφα, τρισδιάστατα σχέδια.

Και κάπου εδώ βρίσκεται ίσως το καλύτερο κομμάτι: δεν χρειάζεται να είσαι «καλός στις χειροτεχνίες», ούτε να έχεις προηγούμενη εμπειρία. Πας για να μάθεις κάτι καινούργιο, να φτιάξεις κάτι με τα χέρια σου και —πολυτέλεια πλέον— να συγκεντρωθείς σε ένα πράγμα τη φορά.

Για δύο ώρες, λοιπόν, τα χέρια δουλεύουν και το κινητό κάθεται.

Μας ακούγεται εξαιρετική συμφωνία.



Dogville: Η λαγότρυπα της ανθρώπινης φύσης ανοίγει στον Πειραιά



Πόση αδικία μπορείς να ανεχτείς πριν σταματήσεις να συγχωρείς; Το εμβληματικό Dogville του Lars von Trier ανεβαίνει στη σκηνή του Δημοτικού Θεάτρου Πειραιά, σε θεατρική μεταφορά του Christian Lollike και σκηνοθεσία-διασκευή του Άρη Μπινιάρη. Η κλειστή κοινότητα του Dogville, με τον φόβο, την υποκρισία, τη βία και την επίπλαστη ηθική της, μετατρέπεται σε ένα σκηνικό σύμπαν όπου η ένταση ανεβαίνει σταδιακά και τα όρια ανάμεσα στο «σωστό» και το «βολικό» αρχίζουν να εξαφανίζονται.

Με την ιδιαίτερη, ηλεκτρισμένη σκηνική γλώσσα του Μπινιάρη και έναν 15μελή θίασο, η παράσταση βάζει στο κέντρο ένα ερώτημα που παραμένει εξαιρετικά άβολο: πόση συγχώρεση αντέχει τελικά η αδικία;

Η πρεμιέρα είναι προγραμματισμένη για Τετάρτη 25 Νοεμβρίου στο Δημοτικό Θέατρο Πειραιά. Από εκείνες τις παραστάσεις που μάλλον δεν τελειώνουν όταν πέσει η αυλαία. Σε ακολουθούν λίγο ακόμη μέχρι το σπίτι.

ΔΕΗ: Χρυσός Χορηγός στις Νύχτες Πρεμιέρας για το 2026 και το 2027



Η ΔΕΗ γίνεται Χρυσός Χορηγός του Διεθνούς Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας Νύχτες Πρεμιέρας για την περίοδο 2026-2027, εγκαινιάζοντας μια νέα συνεργασία με έναν από τους σημαντικότερους κινηματογραφικούς θεσμούς της χώρας.

Το 32ο Φεστιβάλ θα πραγματοποιηθεί από τις 30 Σεπτεμβρίου έως τις 11 Οκτωβρίου 2026, με προβολές και δράσεις σε σημαντικούς πολιτιστικούς και κινηματογραφικούς χώρους της Αθήνας. Το φετινό πρόγραμμα δίνει ιδιαίτερη έμφαση στο

ελληνικό σινεμά, στους νέους δημιουργούς, στις ταινίες μικρού μήκους, καθώς και σε εργαστήρια και masterclasses με ανθρώπους της εγχώριας και ευρωπαϊκής κινηματογραφικής σκηνής.

Στο πλαίσιο της συνεργασίας, η ΔΕΗ υποστηρίζει επίσης δύο από τις σημαντικότερες διακρίσεις του Φεστιβάλ: τη Χρυσή Αθηνά Καλύτερης Ταινίας και τη Χρυσή Αθηνά Καλύτερου Ντοκιμαντέρ, με χρηματικό έπαθλο 3.000 ευρώ.

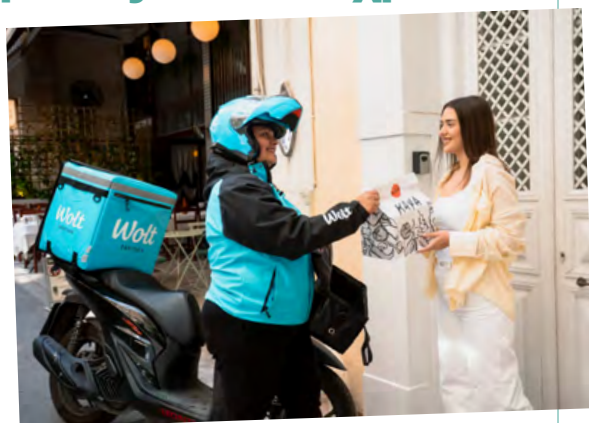
Wolt: Πάνω από 1 εκατ. παραγγελίες σε έναν χρόνο στο Μοναστηράκι

Το Μοναστηράκι βρίσκεται στο επίκεντρο του «Neighborhood Stories», της σειράς της Wolt που καταγράφει τον χαρακτήρα διαφορετικών γειτονιών μέσα από τους ανθρώπους, τις επιχειρήσεις και τις καθημερινές τους συνήθειες.

Στο δωδεκάμηνο έως τον Ιούλιο του 2026, οι συνεργαζόμενες επιχειρήσεις της περιοχής κατέγραψαν πάνω από 1 εκατ. παραγγελίες μέσω Wolt. Περίπου 80.000 αφορούσαν ψητά και τυλιχτά, περισσότερες από 50.000 καφέ και περίπου 28.000 burgers, με τον Freddo Espresso να αναδεικνύεται στο δημοφιλέστερο προϊόν.

Η εικόνα, όμως, ξεπερνά το φαγητό. Μέσα σε έναν χρόνο παραδόθηκαν περισσότερες από 1.500 παραγγελίες λουλουδιών και πάνω από 5.000 προϊόντα τροφής για γάτες, ενώ supermarkets, φαρμακεία, ανθοπωλεία και καταστήματα λιανικής αποτελούν πλέον μέρος της δραστηριότητας.

Μάλιστα, σχεδόν 2 στις 3 παραγγελίες από καταστήματα του Μοναστηρακίου παραδίδονται σε ακτίνα μικρότερη των δύο χιλιομέτρων, αποτυπώνοντας τον έντονα τοπικό χαρακτήρα της χρήσης της πλατφόρμας.



Miele: Το πλυντήριο του μέλλοντος θα αποφασίζει μόνο του



Η Miele παρουσίασε στην IFA 2026 το concept Cary, αποτυπώνοντας το όραμά της για ένα μέλλον όπου το πλυντήριο θα αναλαμβάνει σχεδόν όλες τις αποφάσεις για τη φροντίδα των ρούχων.

Με περισσότερους από ένα εκατομμύριο πιθανούς συνδυασμούς προγραμμάτων, θερμοκρασιών, στροφών και δοσομέτρησης, η νέα προσέγγιση βασίζεται στην έξυπνη αναγνώριση του φορτίου και στην τεχνητή νοημοσύνη.

Η συσκευή θα μπορεί να αναγνωρίζει τι υπάρχει στον κάδο και να προσαρμόζει αυτόματα τον κύκλο πλύσης, τις ρυθμίσεις και

την ποσότητα απορρυπαντικού. Στόχος είναι ο χρήστης να κάνει μόνο τα βασικά: να βάζει τα ρούχα και να πατά Start.

Το concept συνδυάζει την 127χρονη τεχνογνωσία της Miele με μινιμαλιστικό σχεδιασμό και αυξημένο αυτοματισμό.

Κlarna: Τέσσερα χρόνια στην Ελλάδα με 700.000 καταναλωτές



Τέσσερα χρόνια παρουσίας στην ελληνική αγορά συμπληρώνει η Klarna, η οποία ξεκίνησε τον Σεπτέμβριο του 2022 με την υπηρεσία Buy Now Pay Later και σήμερα συνεργάζεται με 13.000 επιχειρήσεις στη χώρα.

Τους τελευταίους 12 μήνες, 700.000 καταναλωτές στην Ελλάδα χρησιμοποίησαν την Klarna, ενώ σύμφωνα με την εταιρεία, 66 από τις 100 κορυφαίες ελληνικές επιχειρήσεις συνεργάζονται πλέον μαζί της. Στο δίκτυό της περιλαμβάνονται εταιρείες από τη μόδα, την ομορφιά, τα ηλεκτρονικά είδη, τον αθλητισμό,

τα ταξίδια και τα marketplaces.

Μέσω της Klarna, οι καταναλωτές μπορούν μεταξύ άλλων να χωρίζουν τις αγορές τους σε τρεις άτοκες δόσεις ή να πληρώνουν έως και 30 ημέρες αργότερα, ενώ από την εφαρμογή διαχειρίζονται αγορές, πληρωμές και παραγγελίες. Σε παγκόσμιο επίπεδο, η Klarna αναφέρει περισσότερους από 120 εκατ. ενεργούς καταναλωτές και πάνω από 1 εκατ. συνεργαζόμενες επιχειρήσεις.

Ευρωπαϊκό Σύμφωνο για το Κλίμα: 100 κιλά απορριμμάτων απομακρύνθηκαν από την Αρετσού

Με τη συμμετοχή 37 πολιτών πραγματοποιήθηκε στη Θεσσαλονίκη η διήμερη δράση "Beyond the Beach" του Ευρωπαϊκού Συμφώνου για το Κλίμα, με αφορμή το World Cleanup Day και την ευρωπαϊκή εκστρατεία #EUBeachCleanup 2026.

Στην Αρετσού της Καλαμαριάς, οι συμμετέχοντες συνέλεξαν περισσότερα από 100 κιλά απορριμμάτων, ενώ τη δεύτερη ημέρα η δράση μεταφέρθηκε στο Κέντρο Επανάχρησης και Κυκλικής Οικονομίας SKG Makers.

Εκεί, το κοινό ενημερώθηκε για τον κύκλο ζωής των πλαστικών, τη σωστή διαλογή και την επαναχρησιμοποίηση, συμμετέχοντας παράλληλα σε εργαστήριο δημιουργίας αναμνηστικών μεταλλίων από ανακυκλωμένο πλαστικό.

Τη δράση διοργάνωσαν το Greek Eco Project και οι Πρεσβευτές του Ευρωπαϊκού Συμφώνου για το Κλίμα Βίκυ Δρούγα και Πανούλης Καλαϊτζής, με την υποστήριξη του INZEB.



ΗΠΕΙΡΟΣ: Εκπαιδευτική επίσκεψη του ΚΔΗΦ «Αγκαλιά Ελπίδας» στη μονάδα της Ελασσόνας



Η ΗΠΕΙΡΟΣ υποδέχθηκε στην παραγωγική της μονάδα στην Ελασσόνα το εφηβικό τμήμα του ΚΔΗΦ «Αγκαλιά Ελπίδας», στο πλαίσιο εκπαιδευτικής επίσκεψης με επίκεντρο τη γνώση, τις δεξιότητες καθημερινής ζωής και την αυτονομία.

Οι 10 συμμετέχοντες ξεναγήθηκαν στους χώρους της μονάδας, γνώρισαν τη διαδρομή του γάλακτος και τα βασικά στάδια της παραγωγής, ενώ ενημερώθηκαν για τις πρακτικές ποιότητας και ασφάλειας των προϊόντων. Παράλληλα, συζητήσαν για την προέλευση των τροφίμων, τη διατροφική τους αξία και τις καθημερινές επιλογές που συνδέονται με την αυτόνομη διαβίωση. Μέσα από την πρωτοβουλία, η ΗΠΕΙΡΟΣ ενισχύει τη σύνδεσή της με την τοπική κοινωνία και αναδεικνύει τη σημασία της προσβασιμότητας, της ισότιμης συμμετοχής και της συμπερίληψης.



In numbers

325+
εκατομμύρια

πληρωμένες συνδρομές
έχει το Netflix
παγκοσμίως, σύμφωνα
με το τελευταίο επίσημο
ρόσημο που ανακοίνωσε
η πλατφόρμα.

Ήξερες ότι...

Στις 23 Σεπτεμβρίου
1889 ιδρύθηκε
στο Κιότο μια μικρή
εταιρεία που κατασκεύαζε
χειροποίητα hanafuda
playing cards.
Το όνομά της; Nintendo.

ΜΗΝ ΞΕΧΑΣΕΙΣ!

Όταν στέκεσαι πολλή ώρα,
κράτα τα γόνατα ελαφρώς
λυγισμένα αντί να
τα «κλειδώνεις». Μικρή
κίνηση, μεγάλη διαφορά
για τις αρθρώσεις.

NAME DAY

Πολυξένη, Ξένη,
Ξένια, Ξανθίππη,
Ξανθή, Ξανθούλα,
Ξάνθιππος

SAY **yes** press

ΔΩΡΕΑΝ
ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ
ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER

ΓΙΑ ΝΑ ΜΑΣ ΛΑΜΒΑΝΕΙΣ ΔΩΡΕΑΝ ΣΤΟ MAIL ΣΟΥ ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ, ΠΑΤΑ [ΕΔΩ](#)



Chief of SayYessers: Claire Styliara
Editor in Chief: Βένια Αντωνίου
Creative Direction: C•Design
Operation & Marketing Manager: Χρύσα Γώτα
Τεχνική Υποστήριξη: ● BlackDot Web Services

Ιδιοκτησία: Κλειώ Στυλιάρη & ΣΙΑ Ε.Ε. - Say Yes Communications
Σκουζέ 14, 18536 Πειραιάς, ΑΦΜ: 801923795, ΔΟΥ: ΚΕ.ΦΟ.ΔΕ ΑΤΤΙΚΗΣ
Νόμιμος Εκπρόσωπος: Κλειώ Στυλιάρη
Τηλ.: 213.0990585, **e-mail:** media@sayes.gr

 Αριθμός Πιστοποίησης Μ.Η.Τ. 252127

www.sayyestotheppress.gr


communications