

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

to
the

press

YOUR DAILY ONLINE MAGAZINE

A photograph of a person wearing a green and black plaid jacket, blue jeans, and yellow work boots. They are standing at a gas station, holding a red fuel nozzle and refueling a dark-colored car. The background shows a blurred gas station environment with other pumps and buildings.

**Βενζίνη βάλαμε
ή σαμπάνια;**



Τα 5 ευρώ δεν είναι πια 5 ευρώ

Καλημέρα **SayYesser!!!**

Έχω μια απορία. Πότε ακριβώς τα 5 ευρώ έγιναν «έλα μωρέ, 5 ευρώ είναι»;

Και μην μπερδεύεσαι. Τα 5 ευρώ κάποτε ήταν 1.700 δραχμές.

Με 1.700 δραχμές δεν έλεγες «σιγά το ποσό». Τρώγαμε, πίναμε και περιμέναμε και τα ρέστα.

Τώρα τα 5 ευρώ έχουν αποκτήσει μια περίεργη ιδιότητα: θεωρούνται σχεδόν... αμελητέα.

5 ευρώ εδώ, 5 ευρώ εκεί, άλλα 4,90 επειδή «δεν είναι ούτε πέντε» — και στο τέλος αναρωτιέσαι ποιος χρηματοδότησε μια μικρή οικονομία χωρίς να σε ενημερώσει.

Και ο χρηματοδότης είσαι εσύ.

Και πού πάνε;

Ένας καφές εδώ. Ένα delivery fee εκεί.

Ένα «πάρε και αυτό αφού παραγγέλνουμε».

Μια συνδρομή που κοστίζει μόνο 6,99 και την έχουμε ξεχάσει από το 2024.

Και κάπως έτσι δεν έχεις αγοράσει τίποτα συγκλονιστικό, δεν έχεις κάνει καμία μεγάλη σπατάλη, δεν έχεις καν κάτι ωραίο να δείξεις — αλλά έχουν φύγει 70 ευρώ και κανείς δεν ξέρει πού πήγαν.

Τα μεγάλα έξοδα τουλάχιστον τα βλέπεις να έρχονται.

Τα μικρά είναι ύπουλα.

Έρχονται ένα ένα, χαμογελαστά, με το «σιγά το ποσό».

Και στο τέλος του μήνα κάνουν reunion.

Tip of the Day: Το «μόνο 5 ευρώ» παραμένει 5 ευρώ. Απλώς έχει πολύ καλό PR.



♥ love it

Να ακυρώνεις συνδρομή που είχες ξεχάσει και να νιώθεις ότι πήρες αύξηση.

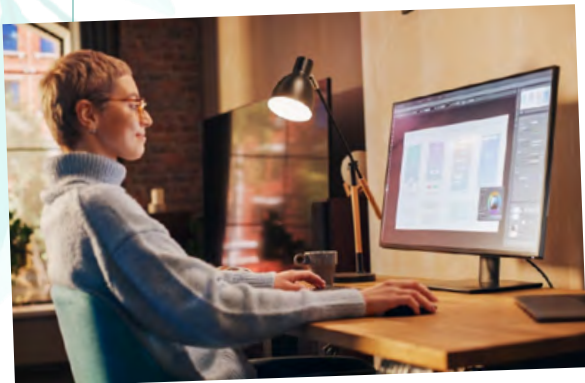
☹ leave it

Τα 2,50€ «έξοδα υπηρεσίας». Ποιας υπηρεσίας ακριβώς;

✓ we suggest

Μια φορά τον μήνα κοίτα τις αυτόματες χρεώσεις σου. Εκεί ζουν μικρά οικονομικά φαντάσματα.

Οι μεγάλες οθόνες που χωράνε τη μισή σου ζωή



Μεγάλη, flat οθόνη υπολογιστή. Από εκείνα τα πράγματα που δεν καταλαβαίνεις πόσο τα χρειάζεσαι μέχρι να τα αποκτήσεις.

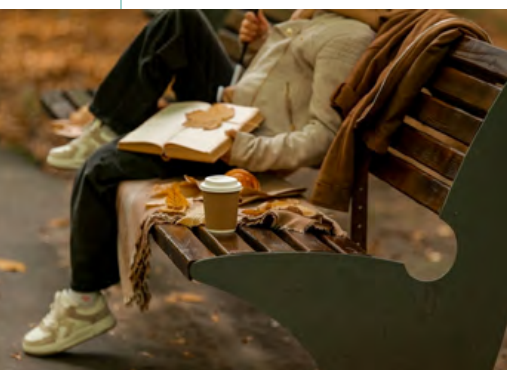
Mail αριστερά, Word δεξιά, browser ανοιχτός, Excel κάπου στη μέση και, για

πρώτη φορά, δεν παίζεις όλη μέρα το παιχνίδι «που πήγε τώρα αυτό το παράθυρο;».

Και μετά δοκιμάζεις να δουλέψεις από laptop και ξαφνικά όλα σου φαίνονται στριμωγμένα. Παράθυρα, αρχεία και νεύρα.

Δεν είναι υπερβολή. Είναι χώρος εργασίας. Και εγώ θέλω τα τετραγωνικά μου.

Η πρώτη ψύχρα είναι η καλύτερη είδηση του Σεπτέμβρη



Ερχεται εκείνο το πρώτο βράδυ που βγαίνεις έξω με κοντομάνικο από συνήθεια και κάπου μετά τις εννιά λες: «Κάτσε... έχει ψυχρούλα;»

Και ναι, έχει. Όχι τόσο ώστε να κρυώνεις πραγματικά, αλλά όσο χρειάζεται για να ψάξεις τη ζακέτα που έχεις πεταμένη στην καρέκλα από τον Μάιο.

Δεν με νοιάζει τι γράφει το ημερολόγιο, ούτε πόσους

βαθμούς είχε το μεσημέρι. Το φθινόπωρο ξεκινάει επίσημα την πρώτη φορά που λες «καλά που πήρα κάτι να ρίξω πάνω μου».

Οι υδροφοβικές ομπρέλες

Το νερό πέφτει πάνω τους και απλώς γλιστράει. Χάρη στην υδροφοβική επίστρωση, δεν ποτίζουν και με δυο καλά τινάγματα είναι σχεδόν στεγνές.

Που σημαίνει τέλος η λιμνούλα στην είσοδο, τέλος η μούσκεμα ομπρέλα δίπλα στο γραφείο και, κυρίως, τέλος εκείνο το υπέροχο πράγμα που την κλείνεις, την ακουμπάς πάνω σου για μισό δευτερόλεπτο και βρέχεσαι τελικά αφού έχεις μπει μέσα.

Γιατί αν είναι να φτάσουμε στεγνοί στον προορισμό μας και να μας αποτελειώσει η ίδια μας η ομπρέλα στο ασανσέρ, κάπου χάθηκε το νόημα.

Tip: Τη δική μου την πήρα από το Αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος — αν περάσεις από εκεί, ξέρεις τι να ψάξεις.



Δεν θέλω το ξενοδοχείο. Θέλω το κρεβάτι του.

Λευκά, καθαρά, "τραγανά" σεντόνια. Από αυτά που τα στρώνεις και ξαφνικά το υπνοδωμάτιο ανεβαίνει δύο κατηγορίες χωρίς να έχεις αλλάξει τίποτα άλλο. Και μετά έρχεται η καλύτερη στιγμή: μπάνιο, καθαρές πιτζάμες και βουτιά σε φρεσκοστρωμένο κρεβάτι.

Δεν χρειάζομαι room service. Δεν χρειάζομαι minibar. Ούτε θέα στη θάλασσα. Δώστε μου τα σεντόνια και το «μην ενοχλείτε» και θα τα βρούμε.



Βενζίνη βάλαμε ή σαμπάνια;



Πότε ακριβώς μια απλή διαδρομή άρχισε να χρειάζεται οικονομικό προγραμματισμό;

Πήγα τις προάλλες να βάλω βενζίνη.

«Πενήντα ευρώ», είπα.

Γιατί το «πενήντα ευρώ» ήταν πάντα μια αξιοπρεπής απάντηση. Δεν γέμιζες απαραίτητα, αλλά έφευγες από το βενζινάδικο με μια σχετική αυτοπεποίθηση. Είχες βάλει βενζίνη. Είχες κάνει τη δουλειά σου.

Τώρα λες «πενήντα ευρώ», τελειώνει η αντλία, βάζεις μπροστά, κοιτάς τον δείκτη και περιμένεις κάπως... μεγαλύτερη ευγνωμοσύνη από το αυτοκίνητο.

Τίποτα.

Σαν να του έβαλες ένα εικοσάρικο για χαρτζιλίκι. Δεν είμαι καν σίγουρη αν το αυτοκίνητο κατάλαβε ότι πέρασα από το βενζινάδικο.

Και όχι, δεν είναι η ιδέα μου. Η μέση πανελλαδική τιμή της απλής αμόλυβδης έχει φτάσει τα 2,188 ευρώ το λίτρο, ενώ στις Κυκλάδες ο μέσος όρος άγγιξε τα 2,398 ευρώ. Στον Πειραιά, τα σημερινά στοιχεία του Παρατηρητηρίου Τιμών δείχνουν μέση τιμή 2,189 ευρώ, με τιμές που φτάνουν έως και τα 2,45 ευρώ.

Με απλά μαθηματικά, λοιπόν, τα 50 ευρώ αντιστοιχούν πλέον σε περίπου 23 λίτρα.

Εντάξει. Απλά την στρουμφίσαμε!

Το «πάμε μια βόλτα;» απέκτησε δεύτερη σκέψη

Κι εδώ είναι που η ιστορία παύει να αφορά μόνο την τιμή στην ταμπέλα του βενζινάδικου.

Γιατί η βενζίνη είναι από εκείνα τα έξοδα που δεν μένουν σε μια απόδειξη. Μπαίνουν σιγά σιγά στον τρόπο που οργανώνεις την καθημερινότητά σου.

«Θα πάρουμε ένα αυτοκίνητο ή δύο;»

«Αφού θα κατέβεις εσύ προς τα εκεί, πάρε και αυτό.»

«Μήπως να τα κάνουμε όλα μαζί;»

«Πού έχει φθηνότερη βενζίνη;»

Έχουμε γίνει μικρά logistics departments μέσα στο ίδιο μας το



σπίτι. Και ξαφνικά μια Κυριακάτικη βόλτα λίγο πιο μακριά δεν είναι απλώς «πάμε;». Είναι βενζίνη, διόδια, καφέδες, φαγητό και μια πρόχειρη νοερή πρόσθεση πριν καν βάλεις μπρος.

Δεν σημαίνει ότι σταματάς να ζεις. Σημαίνει όμως ότι σκέφτεσαι πράγματα που παλιότερα δεν χρειαζόταν να σκεφτείς τόσο.

Το 50άρικο δεν είναι πια αυτό που ήταν

Νομίζω ότι εκεί καταλαβαίνουμε περισσότερο την ακρίβεια.

Όχι πάντα στα μεγάλα οικονομικά στοιχεία. Στα ποσά που έχουμε αποθηκευμένα στο κεφάλι μας. Ξέρεις, αυτά τα «με 20 ευρώ παίρνω αυτό», «με 50 κάνω εκείνο», «τόσο περίπου κοστίζει».

Και ξαφνικά ανακαλύπτεις ότι οι παλιοί σου υπολογισμοί έχουν

λήξει. Το πεννητάρικο στο βενζινάδικο είναι ένα πολύ καλό παράδειγμα. Με μέση τιμή 2,188 ευρώ, ένα ρεζερβουάρ 50 λίτρων χρειάζεται σχεδόν 110 ευρώ για να γεμίσει από άδειο.

Εκατόν δέκα. Για να γεμίσεις το αυτοκίνητο. Δεν παίρνεις και το αυτοκίνητο μαζί.

Και τώρα πού πάμε;

Το πιο ύπουλο με όλα αυτά είναι πόσο γρήγορα συνηθίζουμε τις νέες τιμές.

Στην αρχή λες «ΑΠΟΚΛΕΙΕΤΑΙ». Μετά λες «2,12; Καλά είναι εδώ».

Και κάπου εκεί καταλαβαίνεις ότι κάτι έχει πάει πολύ στραβά, γιατί πανηγυρίζεις που βρήκες βενζίνη μόνο λίγο πάνω από τα δύο ευρώ.

Φυσικά θα συνεχίσουμε να πηγαίνουμε στη δουλειά, να πηγαиноφέρνουμε παιδιά, να κάνουμε τις δουλειές μας και να παίρνουμε το αυτοκίνητο για μια βόλτα.

Αλλά εκείνο το ανέμελο «μπες μέσα και πάμε» έχει αποκτήσει έναν μικρό αστερίσκο. Γιατί σε λίγο δεν θα ρωτάμε: «Πάμε μια βόλτα;»

Θα ρωτάμε: «Μας παίρνει να πάμε μια βόλτα;»

Και κάπου εκεί, συγγνώμη κιόλας, αλλά θα το ξαναπώ:

Βενζίνη βάλαμε. Όχι σαμπάνια.



Αν γράφεται σε δύο γραμμές, δεν χρειάζεται meeting



«Μπορούμε να κάνουμε ένα quick call;»

Μπορούμε. Αλλά γιατί; Γιατί το quick call θα θέλει να βρούμε κοινή ώρα, να σταματήσουμε ό,τι κάνουμε, να συνδεθούμε, να περιμένουμε τον έναν που «μπαίνει σε ένα λεπτό» και τελικά να μιλάμε μισή ώρα για κάτι που

μπορούσε να γραφτεί: «Το είδα. Προχωράμε με το δεύτερο.»

Quick είναι το μήνυμα. Το call είναι ολόκληρη δέσμευση.

Δεν συμμετέχεις στη συζήτηση. Γιατί κάθεται στο τραπέζι;



Το κινητό ακουμπισμένο στο τραπέζι, οθόνη προς τα πάνω. Δεν το χρησιμοποιεί κανείς. Απλώς είναι εκεί.

Ανάβει. Κοιτάς. Ξανανάβει. Ξανακοιτάς. Έρχεται μήνυμα στο διπλανό κινητό. Κοιτάμε

όλοι. Μήνυμα, ειδοποίηση, mail, 12% μπαταρία — δεν έχει σημασία. Ανάβει μια οθόνη και ξαφνικά αποκτά την προσοχή ολόκληρου του τραπεζιού. Και συνήθως για να δούμε ότι κάποιος έκανε like σε μια φωτογραφία.

Γύρισε το ανάποδα. Δεν θα πάθει τίποτα.

Μπροστά σου μέλι, πίσω σου φαρμάκι



Μπροστά σου χαμόγελο, αγκαλιά, «αγάπη μου», «εννοείται», «είμαι μαζί σου». Γυρνάς την πλάτη και ξαφνικά ξεκινάει το director's cut: τι είπες, τι φόρεσες, τι έκανες, τι δεν έκανες και μια μικρή ανάλυση χαρακτήρα χωρίς καν να την έχεις ζητήσει.

Και συνήθως το μαθαίνεις. Γιατί υπάρχει ένας βασικός κανόνας: όποιος θάβει εσένα σε μένα, θα θάψει κι εμένα σε σένα.

Δεν χρειάζεται να μας συμπαθούν όλοι. Μια χαρά. Αλλά τουλάχιστον να έχουμε το ίδιο πρόσωπο κι όταν ο άλλος βγει από το δωμάτιο.

Αν χρειάζομαι οδηγίες, δεν είναι easy-open

«Pull here». Τραβάς. Τίποτα. «Tear here». Σκίζεις. Λάθος σημείο. «Lift corner». Ποια γωνία; Αυτή που είναι κολλημένη με υλικό που χρησιμοποιούν και στα διαστημόπλοια; Και κάπου εκεί ξεκινάς με νύχι, συνεχίζεις με δόντι, εκνευρίζεσαι, ψάχνεις ψαλίδι και τελικά ανοίγεις τη συσκευασία από εντελώς άλλο σημείο.

Το καλύτερο; Πάνω γράφει EASY OPEN.

Easy για ποιον ακριβώς; Γιατί εγώ μόλις έδωσα εξετάσεις για να φάω ένα τυρί.



Η θέση πάρκινγκ δεν κληρονομείται

Καρέκλα. Γλάστρα. Τάβλα. Καφάσι. Σκαμπό. Κώνος αγνώστου προελεύσεως. Ό,τι βρέθηκε πρόχειρο κατεβαίνει στον δρόμο και μετατρέπεται σε τίτλο ιδιοκτησίας θέσης πάρκινγκ.

«Μην παρκάρεις, είναι πιασμένη.»

Από ποιον; Από τη γλάστρα; Δημόσιος δρόμος είναι, όχι αυλή που κρατήσαμε τραπέζι για το βράδυ. Έφυγες με το αυτοκίνητο; Ελευθερώθηκε η θέση. Τόσο απλό.

Και όχι, η πλαστική καρέκλα της κουζίνας δεν έχει πινακίδες κυκλοφορίας.

Μετακίνησέ την.



Πες το όταν κάτι σου αρέσει



Αν κάθε φορά σκέφτεσαι «τι ωραία παπούτσια», «τι ωραίο σπίτι», «τι ωραίο φαγητό», πες το.

Το «έχεις υπέροχο γούστο» είναι από τα πιο όμορφα κομπλιμέντα, γιατί δεν αφορά μόνο κάτι που φοράς ή αγοράζεις. Αφορά τον τρόπο που βλέπεις τα πράγματα.

Και είναι ωραίο να ξέρεις ότι κάποιος πρόσεξε αυτή τη μικρή πλευρά σου. Οπότε, την επόμενη φορά που θα το σκεφτείς, μη το κρατήσεις μέσα σου.

Pax Burgers: Philly Cheesesteak μόνο για το Burger Fest

Αν πας στο Burger Fest Vol.12, κάνε μια στάση στο περίπτερο των Pax Burgers. Εκεί θα βρεις το Philly Cheesesteak Burger, μια limited edition δημιουργία αποκλειστικά για το festival, με

smashed beef burger, μοσχαρίσιο tri-tip, κρεμμύδι, πιπεριά, λιωμένη mozzarella και mayo σε brioche bun.

Θα είναι διαθέσιμο μόνο **25-27 Σεπτεμβρίου στο Παλιό Αμαξοστάσιο**.

Κοινώς: αν είσαι burger person, σημείωσε το.

«Λογική και Ευαισθησία»: Στις ελληνικές αίθουσες από σήμερα

Η νέα κινηματογραφική μεταφορά του διαχρονικού μυθιστορήματος της Jane Austen, «Λογική και Ευαισθησία» (Sense and Sensibility), σε σκηνοθεσία της Georgia Oakley, καταφθάνει στις ελληνικές αίθουσες στις 24 Σεπτεμβρίου 2026. Με πρωταγωνίστριες τις Daisy Edgar-Jones και Esmé Creed-Miles στους ρόλους των αδελφών Elinor και Marianne Dashwood, η ταινία επανεξετάζει με σύγχρονη ματιά, αιχμηρό χιούμορ και συναισθηματική ειλικρίνεια τη σύγκρουση ανάμεσα στη συγκράτηση της λογικής και το πάθος της ευαισθησίας. Το εντυπωσιακό καστ συμπληρώνουν οι Caitríona Balfe, George MacKay, Frank Dillane, Herbert Nordrum και Fiona Shaw.

Διαβάστε περισσότερα από τον Χρήστο Αρφάνη [εδώ](#).



Η Ελλάδα των Γεύσεων στο Σύνταγμα

Από τις 25 έως τις 29 Σεπτεμβρίου, η Πλατεία Συντάγματος γεμίζει ελληνικές γεύσεις, με 60 παραγωγούς από όλη τη χώρα.

Ελαιόλαδο, μέλι, τυριά, παξιμάδια, βότανα, όσπρια, προϊόντα τρούφας, παραδοσιακά γλυκά και πολλές ακόμη επιλογές θα βρίσκονται συγκεντρωμένα σε ένα σημείο, ενώ καθημερινά θα γίνονται και live cooking παρουσιάσεις με δωρεάν δοκιμές.

Ωραία αφορμή για βόλτα στο κέντρο, ειδικά αν είσαι από αυτούς που λένε «θα ρίξω απλώς μια ματιά» και φεύγουν με μέλι, τυρί, παξιμάδια και δύο σακούλες που δεν ήταν στο πρόγραμμα.

Πλατεία Συντάγματος | 25-29 Σεπτεμβρίου | Είσοδος ελεύθερη



CAMHI: Τι δείχνουν τα δεδομένα για την ψηφιακή ζωή των εφήβων



Η νέα αναφορά «Μεγαλώνοντας στην Ψηφιακή Εποχή» της Πρωτοβουλίας για την Ψυχική Υγεία Παιδιών και Εφήβων (CAMHI) εξετάζει την επίδραση των ψηφιακών μέσων στην ψυχική υγεία των νέων. Η μελέτη

συνδυάζει διεθνή επιστημονικά δεδομένα, στοιχεία από την Ελλάδα και τις εμπειρίες 85 εφήβων από πέντε ελληνικές πόλεις. Στην Ελλάδα, η καθημερινή χρήση του διαδικτύου από μαθητές δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης αυξήθηκε από 77% το 2019 σε 86% το 2025, ενώ το 61% ανέφερε έκθεση σε επιβλαβές ή ακατάλληλο περιεχόμενο.

Η αναφορά συνδέει την προβληματική χρήση με άγχος, κατάθλιψη, μοναξιά και διαταραχές ύπνου, επισημαίνοντας παράλληλα ότι το ψηφιακό περιβάλλον μπορεί να προσφέρει σύνδεση, ενημέρωση και υποστήριξη. Ως αποτελεσματικότερες παρεμβάσεις προκρίνονται η ψηφιακή παιδεία, η οικογενειακή καθοδήγηση, η ενίσχυση των υπηρεσιών ψυχικής υγείας και η μεγαλύτερη λογοδοσία των ψηφιακών πλατφορμών.

SKAG: Σχολικά είδη για δημιουργία, μάθηση και ίσες ευκαιρίες



Η SKAG στηρίζει δύο πρωτοβουλίες με επίκεντρο την εκπαίδευση, τη δημιουργικότητα και την κοινωνική προσφορά, διαθέτοντας χαρτοσχολικά και σχολικά είδη σε παιδιά που τα χρειάζονται.

Η πρώτη χορηγία αφορά τον Εκπαιδευτικό Όμιλο «Από παιδιά... σε παιδιά» του Δημοτικού Σχολείου Αρναίας Χαλκιδικής. Στο πλαίσιο της δράσης, μαθητές σχεδιάζουν εκπαιδευτικά πακέτα και ψηφιακά παραμύθια, τα οποία προσφέρονται δωρεάν σε γενικά και ειδικά σχολεία, ενισχύοντας τη συνεργασία και τη συμπερίληψη. Τα είδη της SKAG θα αξιοποιηθούν για τη δημιουργία νέου εκπαιδευτικού υλικού.

Παράλληλα, η εταιρεία προσφέρει σχολικά είδη στο Κέντρο Υποδοχής και Αλληλεγγύης Δήμου Αθηναίων, καλύπτοντας ανάγκες παιδιών οικογενειών που υποστηρίζονται από τον φορέα.

Μέσα από τις δύο δράσεις, η SKAG επιδιώκει να μετατρέψει τα προϊόντα της σε εργαλεία μάθησης, συμμετοχής και δημιουργικής έκφρασης, συμβάλλοντας σε ένα σχολικό ξεκίνημα με περισσότερες και πιο ισοτίμες ευκαιρίες.

PLAYMOBIL: Ο Μικρός Πρίγκιπας αποκτά τη δική του συλλεκτική φιγούρα

Οκτώ δεκαετίες μετά την πρώτη έκδοσή του στη Γαλλία, ο «Μικρός Πρίγκιπας» του Αντουάν ντε Σαιντ Εξυπερί αποκτά για πρώτη φορά μορφή PLAYMOBIL. Η νέα επετειακή φιγούρα απευθύνεται σε παιδιά και συλλέκτες, ενώνοντας δύο κόσμους που έχουν συνδεθεί με τη φαντασία και το παιχνίδι.

Το σετ αποτυπώνει τον Μικρό Πρίγκιπα με τη χαρακτηριστική του εμφάνιση, πάνω στο εμβληματικό αστέρι του και με ένα χάρτινο αεροπλανάκι στο χέρι. Περιλαμβάνει επίσης αυτοκόλλητα και αποσπάσματα από το έργο, με τα οποία μπορεί να διακοσμηθεί η συνοδευτική κάρτα παιχνιδιού.

«Ο Μικρός Πρίγκιπας δημιουργεί διαρκώς γέφυρες επικοινωνίας ανάμεσα στις γενιές και αυτή η συνεργασία το αποτυπώνει με τον καλύτερο τρόπο», δήλωσε ο Thomas Rivière, Brand Manager του The Little Prince.

Το έργο έχει ξεπεράσει τα 300 εκατ. αντίτυπα και έχει μεταφραστεί σε περισσότερες από 650 γλώσσες και διαλέκτους.



Amita: «Πάντα Εδώ» με τον Γιάννη Αντετοκούνμπο

Η Amita της Coca-Cola Τρία Έψιλον παρουσιάζει τη νέα της επικοινωνιακή καμπάνια «Amita. Πάντα Εδώ.», με πρωταγωνιστή τον Γιάννη Αντετοκούνμπο και επίκεντρο τις αξίες της φροντίδας και της διαχρονικότητας.

Η καμπάνια γυρίστηκε στα Σεπόλια, στη γειτονιά όπου μεγάλωσε ο Γιάννης, αλλά και στο γήπεδο όπου έκανε τα πρώτα του μπάσκετ βήματα. Κεντρικό ρόλο στην ιστορία έχει ένα mini market της περιοχής και η σχέση του Γιάννη με την ιδιοκτήτριά του, η οποία τον βλέπει να μεγαλώνει, να προπονείται και τελικά να επιστρέφει ως ενήλικας στον τόπο από όπου ξεκίνησε.

Με παρουσία 43 χρόνων στην ελληνική αγορά, η Amita συνδέει τη δική της διαδρομή με μια ιστορία επιστροφής στις σταθερές αξίες και στους ανθρώπους που παραμένουν δίπλα μας.



McDonald's: «κλέβει» τα πιο περιζήτητα menu του κόσμου



Η McDonald's ξαναφοράει τη μάσκα του ληστή και φέρνει σε Βρετανία και Ιρλανδία το World Menu Heist 2.0, συγκεντρώνοντας αγαπημένα προϊόντα από επτά διαφορετικές χώρες. Στη φετινή «λεία» βρίσκονται το Big Rösti από τη Γερμανία, το Maple & Cheddar Chicken και το S'mores McFlurry από τον Καναδά, τα Paprika McShaker Fries από την Ολλανδία, η Szechuan Sauce από την Κίνα, αλλά και επιλογές από Αυστραλία, Ινδία και Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα. Η ιδέα βασίστηκε σε προϊόντα που ζητούσε το ίδιο το κοινό, με τη McDonald's να χτίζει γύρω τους μια ολόκληρη καμπάνια... διεθνούς ληστείας.

Στην Ελλάδα, πάντως, το World Menu Heist δεν έχει ανακοινωθεί. Οπότε προς το παρόν κοιτάμε τη «λεία» των άλλων και περιμένουμε τη σειρά μας.

Στην Ελλάδα, πάντως, το World Menu Heist δεν έχει ανακοινωθεί. Οπότε προς το παρόν κοιτάμε τη «λεία» των άλλων και περιμένουμε τη σειρά μας.

Wonka: το Golden Ticket επέστρεψε — αλλά τώρα είναι ψηφιακό

Η Ferrero ανοίγει ξανά τις πόρτες του εργοστασίου του Wonka, λανσάροντας νέα limited-edition γλυκά και επαναφέροντας το θρυλικό Golden Ticket σε νέα, ψηφιακή εκδοχή.

Σκανάροντας το QR code στις συσκευασίες, οι καταναλωτές μπαίνουν σε μια ψηφιακή εμπειρία «ξετυλίγματος» και διεκδικούν ένα Golden Ticket, με έπαθλο ταξίδι τεσσάρων ατόμων στο νέο Netflix House στο Las Vegas.

Η κίνηση συμπίπτει με τη σημερινή πρεμιέρα του Wonka's The Golden Ticket στο Netflix, ενώ η νέα σειρά γλυκών αρχίζει να εξαπλώνεται και σε ευρωπαϊκές αγορές.

Ελλάδα ακόμα δεν έχει ανακοινωθεί. Αλλά για ένα Golden Ticket, μπορούμε να ξαναρχίσουμε άνετα να ανοίγουμε σοκολάτες με την αγωνία που ανοίγαμε τα παγωτά για να δούμε αν κερδίσαμε άλλο ένα.





In numbers

2,5

δισεκατομμύρια

Τόσα Τ. rex εκτιμάται ότι
έζησαν συνολικά στη Γη
κατά τη διάρκεια περίπου
2,4 εκατομμυρίων ετών
που υπήρχε το είδος.

Ήξερες ότι...

Η μυρωδιά της βροχής
έχει όνομα;
Λέγεται petrichor και
είναι το χαρακτηριστικό
άρωμα που αναδύεται
από το έδαφος όταν
πέφτει βροχή μετά από
περίοδο ξηρασίας.

ΜΗΝ ΞΕΧΑΣΕΙΣ!

Να κατεβάσεις λίγο
την οθόνη σου.
Το κέντρο της οθόνης
καλό είναι να βρίσκεται
ελαφρώς χαμηλότερα από
το ύψος των ματιών. Μια
μικρή αλλαγή που κάνει
τις πολλές ώρες στον
υπολογιστή πιο άνετες.

NAME DAY

Θέκλα, Κόπρος, Κόπρις,
Μυρσίνη, Μυρτώ,
Μυρτιά, Μυρτιδιώτισσα,
Μύρτα, Μυρσώ,
Περσεφόνη,
Πέρσα, Πέρση

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.sayyestothepress.gr


sayes
communications