ΑΠΟΛΑΥΣΗ ΑΝΕΥ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΟΥ



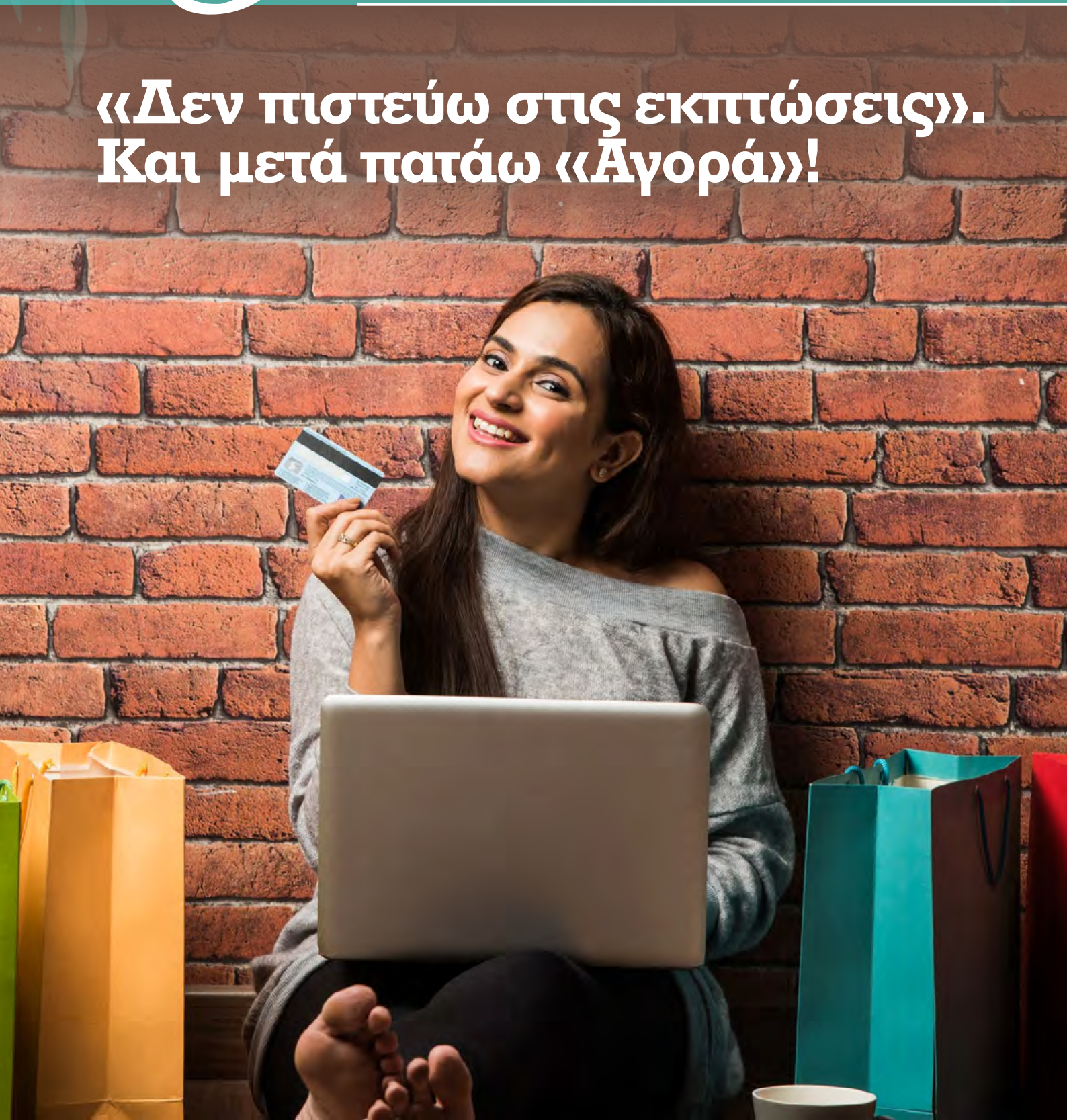
*0,5% περιεκτικότητα σε αλκοόλ

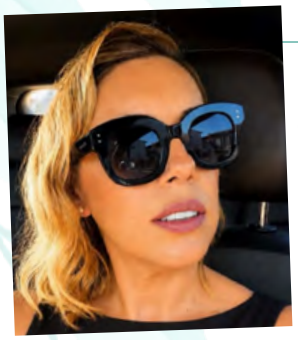
23 ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ 2026 #1230

SAY yes to the press

YOUR DAILY ONLINE MAGAZINO

«Δεν πιστεύω στις εκπτώσεις». Και μετά πατάω «Αγορά»!







Αν βρείτε 70% έκπτωση στις υποχρεώσεις, πάρτε μου δύο!

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

Φτιάξε καφέ να στα πω, γιατί αυτές τις μέρες βλέπω παντού εκπτώσεις. 30%, 50%, 70%! Και αναρωτιέμαι γιατί κανείς δεν σκέφτηκε να κάνει μια Black Friday για όλα εκείνα που πραγματικά έχουμε ανάγκη. Για παράδειγμα, θα ήθελα μια προσφορά «δύο ώρες απόλυτης ησυχίας στην τιμή της μίας». Χωρίς τηλέφωνα, χωρίς ειδοποιήσεις, χωρίς κάποιον να φωνάζει «Μαμάαα!» από τον επάνω όροφο.

Θα αγόραζα επίσης ένα οικογενειακό πακέτο «Βρίσκω μόνος μου τα πράγματά μου». Να μη χρειάζεται να ξέρω πού βρίσκεται κάθε φορτιστής, κάλτσα, μπλούζα και αντικείμενο που έχει εξαφανιστεί μυστηριωδώς. Και αν κυκλοφορούσε το «Σήμερα δεν ξέρω τι θα φάμε και δεν με νοιάζει», θα το έπαιρνα σε ετήσια συνδρομή.

Αλλά η μεγάλη μου αδυναμία θα ήταν μια προσφορά στο «Σε πέντε λεπτά είμαι έτοιμος». Να είναι όντως πέντε λεπτά! Όχι πέντε λεπτά για να σηκωθείς, άλλα δέκα για να βρεις παπούτσια και ένα τέταρτο για να θυμηθείς ότι δεν έχεις πάρει μαζί σου τίποτα από όσα χρειάζεσαι.

Χθες μάλιστα σκέφτηκα να ανακοινώσω κι εγώ εκπτώσεις στο σπίτι. «Από αύριο, 50% λιγότερες υπενθυμίσεις! Αν σου πω μία φορά να μαζέψεις το δωμάτιό σου, δεν θα υπάρχει δεύτερη!»

Με κοίταξαν καχύποπτα. «Δηλαδή δεν θα μας το ξαναπείς;» «Όχι!» «Τέλεια!»

Κάπου εκεί κατάλαβα ότι η προσφορά μου είχε ένα μικρό πρόβλημα στον σχεδιασμό.

Τέλος πάντων, αν δείτε πουθενά να πουλάνε ένα ολόκληρο απόγευμα χωρίς κανείς να χρειάζεται τίποτα από μένα, στείλτε μου το λινκ. Και μην κοιτάξετε την τιμή. Αυτό το παίρνω και χωρίς έκπτωση!

Tip of the Day: Καθιέρωσε στο σπίτι έναν κανόνα: όποιος ρωτάει «πού είναι;», πρέπει πρώτα να έχει ψάξει σε τουλάχιστον τρία σημεία. Η υπηρεσία «Μαμά, βρες το» λειτουργεί πλέον μόνο κατόπιν αποδεικτικών στοιχείων!



love it

Το «άσ' το, το έκανα εγώ» όταν δεν ακολουθείται από το «αλλά την επόμενη φορά...».

leave it

Το «πού είναι;» πριν καν αρχίσει κάποιος να ψάχνει. Έχουμε καταργήσει την έρευνα ως διαδικασία.

we suggest

Μοίρασε από μία μικρή καθημερινή δουλειά σε κάθε μέλος της οικογένειας. Χωρίς υπενθυμίσεις, ιδανικά!

Το ταπεράκι που γύρισε γεμάτο



Απόγευμα Κυριακής. Χτυπάει το κουδούνι η γειτόνισσα από δίπλα. Κρατάει το ταπεράκι μου. Αυτό που της έστειλα με παστίτσιο την περασμένη εβδομάδα. Δεν είναι άδειο. Είναι γεμάτο κουλουράκια. Ζεστά. Με σουσάμι.

«Δεν γυρίζουμε άδειο ταπεράκι», μου λέει, λες και είναι άρθρο του Συντάγματος.

Και κάπως έτσι ξεκινάει ένα αόρατο πινγκ-πονγκ. Εγώ με παστίτσιο, εκείνη με κουλουράκια. Εγώ με κέικ, εκείνη με πίτα.

Μεταξύ μας, έχω χάσει τον λογαριασμό ποιος χρωστάει σε ποιον!

Το τηλεφώνημα που δεν ήθελε τίποτα. Μόνο ένα «τι κάνεις;»!



Τρίτη βράδυ, λίγο μετά τις εννέα. Χτυπάει το κινητό και βλέπω το όνομα μιας φίλης από το λύκειο. Αμέσως αρχίζω τα σενάρια. Παντρεύεται; Χώρισε; Χρειάζεται βοήθεια; Θέλει να της κρατήσω τη γάτα;

«Έλα, τίποτα δεν θέλω. Σε θυμήθηκα και είπα να δω τι κάνεις».

Τίποτα; Αλήθεια τίποτα; Μιλήσαμε μία ολόκληρη ώρα. Γελάσαμε με τον καθηγητή των μαθηματικών, θυμηθήκαμε ένα τραγικό περμανάντ του 1996 που καμία μας δεν παραδέχεται ότι είχε κάνει και κανονίσαμε να βρεθούμε. Μια ολόκληρη ώρα χωρίς αιτήματα, υποχρεώσεις και «να σου ζητήσω μια χάρη».

Δεν ήθελε τίποτα. Κι όμως, ήταν το τηλεφώνημα που μου έδωσε τα περισσότερα!

Κτήμα Άλφα:

Μια ελληνική Μαλαγουζιά στα 100 καλύτερα κρασιά του κόσμου

Μια σπουδαία διεθνής διάκριση με άρωμα Ελλάδας! Η Μαλαγουζιά «Χελώνες» 2025 του Κτήματος Άλφα κατέκτησε την 59η θέση στο Wine Spectator Top 100 του 2026, συγκεντρώνοντας 91/100 βαθμούς και αποτελώντας τη μοναδική ελληνική συμμετοχή στη φετινή λίστα.

Ανάμεσα σε περισσότερα από 10.900 κρασιά που αξιολογήθηκαν, το ελληνικό λευκό ξεχώρισε και βρέθηκε δίπλα σε ετικέτες από το Μπορντό, τη Βουργουνδία και την Τοσκάνη.

Η βραβευμένη Μαλαγουζιά προέρχεται από το αμπελοτόπι «Χελώνες» στο Αμύνταιο, σε υψόμετρο 670 μέτρων, με θέα στο όρος Βόρας.

Και δεν είναι η πρώτη φορά! Η εσοδεία 2014 είχε κατακτήσει την 73η θέση στην κατάταξη του 2015.

Έντεκα χρόνια αργότερα, οι «Χελώνες» επιστρέφουν στην παγκόσμια εκατοντάδα και μας δίνουν ακόμη έναν λόγο να υψώσουμε το ποτήρι μας στο ελληνικό κρασί!



Το «Σαν σήμερα» που με έκανε να γελάσω μόνη μου στο λεωφορείο

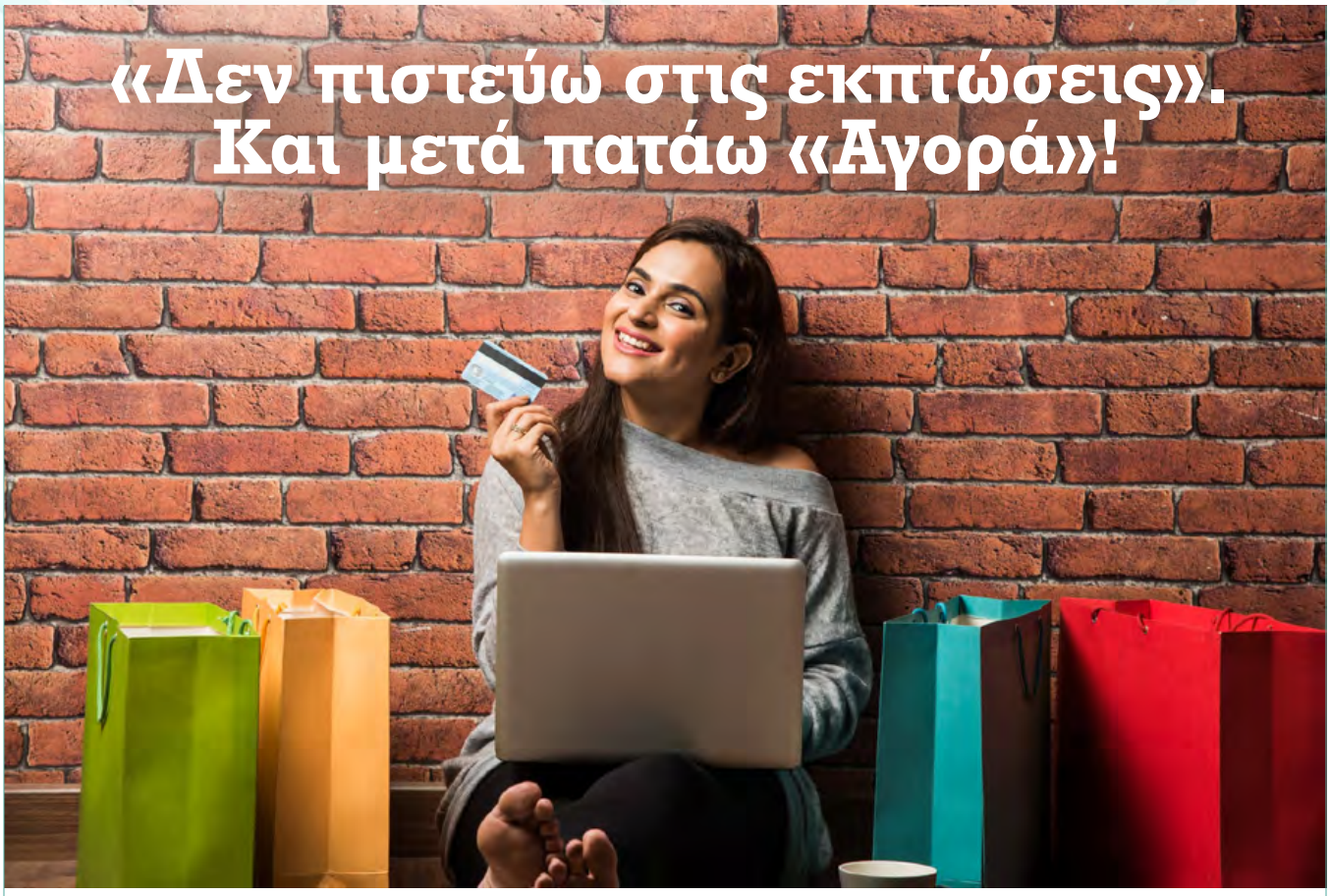


Μπλοκαρισμένη στην κίνηση, ανοίγω το κινητό για να σκοτώσω την ώρα. Ειδοποίηση: «Σαν σήμερα, πριν από οκτώ χρόνια». Εγώ. Με μαλλιά που πίστευα ότι «μου πήγαιναν πολύ». Και με εκείνο το φόρεμα που δεν θα σχολιάσω δημοσίως.

Γελάω δυνατά. Ο κύριος δίπλα μου με κοιτάζει σαν να διάβασα ανέκδοτο και δεν του το είπα. Μεταξύ μας, δεν γελάω μόνο με τη μόδα. Γελάω με τη γυναίκα που αγχωνόταν τότε για πράγματα που σήμερα δεν θυμάμαι καν. Είχε δίκιο η μαμά μου. Τίποτα δεν είναι τόσο σοβαρό όσο φαίνεται την ίδια μέρα.

Εκτός από τα μαλλιά μου το 2018. Αυτά ήταν σοβαρό θέμα!

«Δεν πιστεύω στις εκπτώσεις». Και μετά πατάω «Αγορά»!



Το έχουμε πει όλοι, με ύφος ανθρώπου που δεν πέφτει σε παγίδες: «Σιγά τις εκπτώσεις! Πρώτα ανεβάζουν τις τιμές και μετά μας παρουσιάζουν την ευκαιρία του αιώνα».

Κι ύστερα, στις έντεκα το βράδυ, ανοίγω το κινητό «μόνο για να δω». Σε δέκα λεπτά έχω κάνει σύγκριση τιμών, έχω διαβάσει δεκατέσσερις κριτικές και έχω βάλει κάτι στο καλάθι. Ερευνητική δημοσιογραφία, με καλάθι αγορών.

Η Black Friday είναι στις 27 Νοεμβρίου και η Cyber Monday στις 30. Κι εγώ έχω ήδη μια μικρή λίστα με προϊόντα που «απλώς παρακολουθώ». Ούτε το Χρηματιστήριο τέτοια παρακολούθηση.

Επτά στους δέκα και όλοι «απλώς χαζεύουμε»

Η έρευνα EY Future Consumer Index Ελλάδα 2026, σε συνεργασία με τις MRB και Choose AE, λέει ότι το 67% σχεδιάζει να ψωνίσει στις δύο εκπτωτικές ημέρες. Πέρσι ήταν 63% και το 2024 μόλις 50%. Στις ηλικίες 30–39 φτάνει το 76%. Δηλαδή, αν βρεθούμε δέκα φίλοι για καφέ, οι επτά περίπου έχουμε ήδη βάλει κάτι στο μάτι. Οι υπόλοιποι τρεις απλώς δεν το παραδέχονται ακόμη.

Και μπαίνουμε με προϋπολογισμό. Το 39% υπολογίζει 100–250 ευρώ και το 31% 250–500. Προϋπολογισμός που μοιάζει πολύ σοβαρός μέχρι να εμφανιστεί το μήνυμα «Απομένουν δύο τεμάχια». Τότε ο προϋπολογισμός γίνεται μια πολύ ευέλικτη έννοια.

Δεν τους εμπιστεύομαι. Παρ' όλα αυτά, βάζω τον κωδικό της κάρτας μου

Το πιο απολαυστικό εύρημα είναι το 43% που δεν είναι σίγουρο ότι οι προσφορές είναι πραγματικές. Κρατάμε το ένα φρύδι σηκωμένο και τον αντίχειρα πάνω στο «Προσθήκη στο καλάθι». Καχυποψία με δωρεάν μεταφορικά.

Και ξέρεις τι μας πιάνει; Το «μόνο σήμερα». Ξαφνικά νιώθω ότι αν δεν αγοράσω αυτή τη συσκευή τώρα, θα πρέπει να περιμένω άλλα 365 χρόνια. Λες και την επόμενη μέρα θα απαγορευτεί διά νόμου η πώληση μίξερ.

Αγοράζουμε ανάγκες ή την αίσθηση της ευκαιρίας;

Ρούχα και αξεσουάρ προηγούνται με 61% και η τεχνολογία ακολουθεί με 59%. Υπάρχουν και οι πειθαρχημένοι: το 25% έχει αναβάλει σκόπιμα αγορές για τις εκπτώσεις. Πολύ λογικό. Άλλο να περιμένεις ένα πλυντήριο που χρειάζεσαι κι άλλο να ανακαλύπτεις ξαφνικά ότι η ευτυχία σου εξαρτάται από έναν φωτιζόμενο τάρανδο.

Γιατί το 19% δηλώνει ότι οι προσφορές θα το οδηγήσουν και σε απρογραμμάτιστες αγορές. Αυτό ακριβώς είναι το ύπουλο σημείο: δεν αγοράζεις επειδή θέλεις κάτι. Το θέλεις επειδή εμφανίστηκε δίπλα του ένα τεράστιο «−50%».

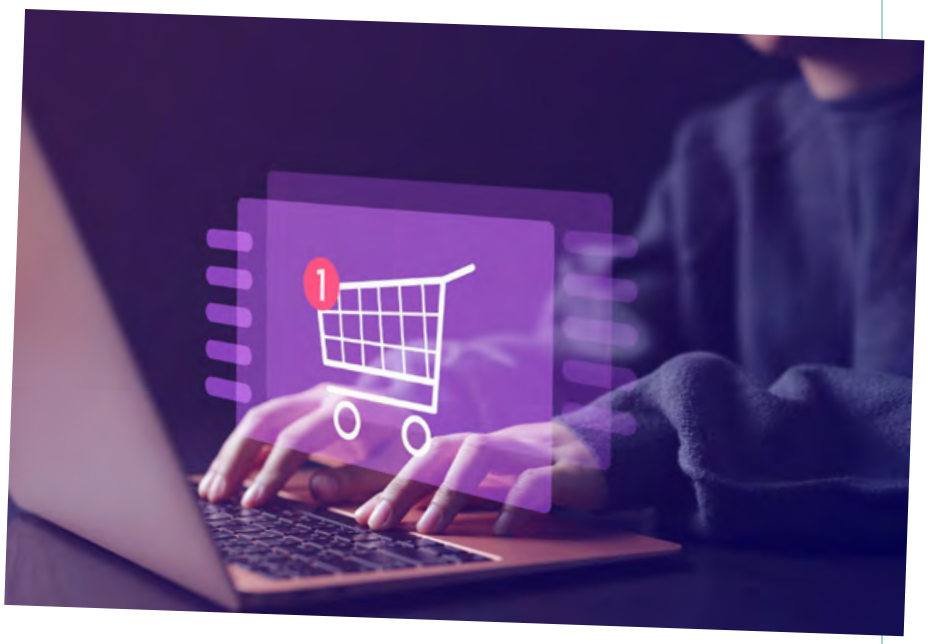
Το πιο ωραίο; Το 22% απολαμβάνει τις εκπτωτικές διοργανώσεις. Και το καταλαβαίνω. Το «Εξοικονομήσατε 38 ευρώ» ακούγεται σαν προσωπικό



επίτευγμα. Απλώς ξεχνάμε ότι για να «κερδίσουμε» τα 38, μόλις ξοδέψαμε 92.

Και μετά αρχίζει η πιο δημιουργική λογιστική του κόσμου. «Αφού είχε έκπτωση, συμφέρει», λέω για κάτι που δεν χρειαζόμουν. «Θα το χρησιμοποιήσω σίγουρα», λέω για κάτι που έχω ήδη δύο φορές στο σπίτι. Και το αγαπημένο μου: «Πήρα τρία πράγματα στην τιμή των δύο!». Το γεγονός ότι χρειαζόμουν μόνο το ένα είναι μια ασήμαντη λεπτομέρεια.

Κάθε αγορά αποκτά επιχείρημα. Μόνο το υπόλοιπο της κάρτας δεν πείθεται.



Ένα μικρό κόλπο πριν από το μεγάλο κλικ

Υπάρχει κάτι πρακτικό που αξίζει να ξέρουμε. Στις ανακοινώσεις μείωσης τιμής, η τιμή αναφοράς πρέπει κατά κανόνα να είναι η χαμηλότερη που είχε εφαρμόσει το κατάστημα τις προηγούμενες 30 ημέρες. Άρα η εντυπωσιακή κόκκινη ταμπέλα δεν είναι όλη η ιστορία.

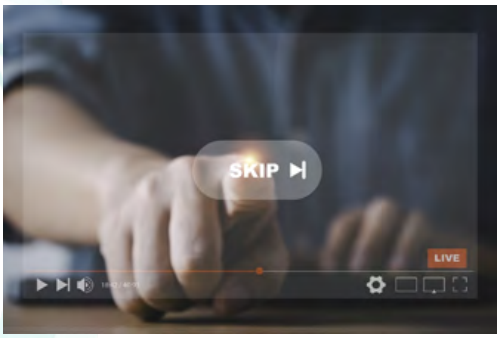
Κάνω λοιπόν μια λίστα, σημειώνω από σήμερα τις τιμές και συγκρίνω πριν αγοράσω. Κυρίως, ρωτάω:

«Αν δεν έγραφε ΕΚΠΤΩΣΗ, θα το έβαζα στο καλάθι;». Η ερώτηση χαλάει λίγο τη διασκέδαση, αλλά σώζει τον λογαριασμό.

Γιατί τελικά δεν είναι ότι πιστεύουμε ή δεν πιστεύουμε στις εκπτώσεις. Πιστεύουμε πολύ στην ικανότητά μας να αναγνωρίζουμε μια ευκαιρία. Ακόμη κι όταν η ευκαιρία φοράει γκλίτερ, έχει δωρεάν μεταφορικά και δεν μας χρειάζεται καθόλου.

Το μεγαλύτερο μυστικό της Black Friday; Δεν είναι δύσκολο να βρεις κάτι με 50% έκπτωση. Δύσκολο είναι να μη βρεις κάτι που, μέχρι χθες, δεν ήξερες καν ότι χρειάζεσαι!

Το κουμπί «Παράλειψη διαφήμισης» που παίζει κρυφτό



Περιμένω υπομονετικά να τελειώσει η αντίστροφη μέτρηση. Πέντε, τέσσερα, τρία, δύο, ένα... Επιτέλους! Πάω να πατήσω «Παράλειψη» και ξαφνικά το κουμπί μετακινείται. Πατάω κατά λάθος πάνω στη διαφήμιση και μεταφέρομαι σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα που δεν είχα καμία πρόθεση να επισκεφθώ.

Επιστρέφω στο βίντεο και, φυσικά, με περιμένει άλλη μία διαφήμιση. Ήθελα να δω ένα βίντεο δύο λεπτών. Έχω ήδη παρακολουθήσει ολόκληρο διαφημιστικό διάλειμμα!

Η ζάχαρη που αποφάσισε να κάνει Χριστούγεννα πολυτελείας



Δεν προλάβαμε να βγάλουμε τα ταψιά για τα μελομακάρονα και η ζάχαρη άρχισε τα δικά της. Σύμφωνα με τον FAO, οι διεθνείς τιμές της ανέβηκαν 28,8% μέσα σε έναν χρόνο.

Εγώ, που είχα υπολογίσει να φτιάξω μελομακάρονα για το σπίτι, το γραφείο, τους γείτονες και τρεις ανθρώπους που απλώς συμπαθώ, αρχίζω να αναθεωρώ. Φέτος θα τα μετράω. Ένα για τον καθένα. Δεύτερο μόνο με συστατική επιστολή. Για τρίτο ούτε συζήτηση, εκτός αν είμαστε συγγενείς πρώτου βαθμού.

Ήδη σκέφτομαι να βάλω τα καλά μου όταν θα φτιάχνω το σιρόπι.

Αν συνεχίσουμε έτσι, φέτος τα μελομακάρονα θα τα προσφέρουμε σε κουτάκια κοσμηματοπωλείου. Με πιστοποιητικό γνησιότητας!

Το παντελόνι που είναι τέλειο... αρκεί να μην καθίσω

Στο δοκιμαστήριο είναι υπέροχο. Μου κάθεται τέλεια, κάνω δύο βήματα, γυρίζω μπροστά στον καθρέφτη και σκέφτομαι ότι επιτέλους βρήκα το ιδανικό παντελόνι.

Το αγοράζω, το φοράω στην πρώτη μου έξοδο και κάθομαι. Λάθος. Μεγάλο λάθος. Ξαφνικά η μέση με πιέζει, τα γόνατα διαμαρτύρονται και αναρωτιέμαι αν πρέπει να παραγγείλω καφέ ή να ζητήσω βοήθεια για να σηκωθώ.

Τελικά το παντελόνι είναι τέλειο. Αρκεί να ζήσω την υπόλοιπη ζωή μου όρθια!



Ο Νοέμβριος που έχει τέσσερις εποχές μέχρι το μεσημέρι!



Βγαίνω το πρωί με μπουφάν γιατί κάνει κρύο. Στις έντεκα το κρατάω στο χέρι. Στη μία ψάχνω γυαλιά ηλίου και στις τέσσερις αναρωτιέμαι αν πρέπει να ανάψω το καλοριφέρ. Σύμφωνα με το Copernicus, ο φετινός Οκτώβριος ήταν ο θερμότερος που έχει καταγραφεί παγκοσμίως. Και ο Νοέμβριος, απ' ό,τι φαίνεται, αποφάσισε να συνεχίσει το πρόγραμμα με δικές του εκπλήξεις.

Πλέον, για να βγω από το σπίτι, χρειάζομαι ολόκληρη βαλίτσα. Μπλούζα, ζακέτα, μπουφάν, κασκόλ και ένα κοντομάνικο καλού κακού. Το πρωί είμαι ντυμένη για Αράχωβα, το μεσημέρι για Μύκονο και το βράδυ ξανά για Αράχωβα. Τελικά, δεν έχω πρόβλημα με το τι θα φορέσω. Έχω πρόβλημα με το ότι πρέπει να τα φορέσω όλα την ίδια μέρα!

«Τα καλά παιδιά δε μιλάνε, Λόλα»: Ο Αλέξανδρος Ρήγας επιστρέφει με μια κωμωδία χωρίς φίλτρο

Τι συμβαίνει όταν έξι συγγραφείς προσπαθούν να γράψουν μια κωμωδία, αλλά κάθε τους ατάκα περνά από την επιτροπή της πολιτικής ορθότητας; Ο Αλέξανδρος Ρήγας επιστρέφει με την παράσταση «Τα καλά παιδιά δε μιλάνε, Λόλα», μια αιχμηρή, μαύρη σάτιρα που βάζει στο στόχαστρο τα όρια της ελευθερίας του λόγου.

Πολιτική ορθότητα, cancel culture, κοινωνικά στερεότυπα και διαδικτυακές αντιδράσεις μπαίνουν στο θεατρικό μπλέντερ, με τους ήρωες να προσπαθούν να καταλάβουν τι επιτρέπεται τελικά να πουν. Στη σκηνή πρωταγωνιστούν, μεταξύ άλλων, ο Παύλος Ευαγγελόπουλος και η Φωτεινή Τσακίρη, ενώ γνωστά πρόσωπα εμφανίζονται μέσα από οθόνες.

Πρεμιέρα την Παρασκευή 27 Νοεμβρίου, στο Από Μηχανής Θέατρο (Ακαδήμου 13). Παραστάσεις Παρασκευή έως Κυριακή, για θεατές άνω των 16 ετών.

Μια κωμωδία που υπόσχεται να μας κάνει να γελάσουμε, να προβληματιστούμε και, πιθανότατα, να διαφωνήσουμε!

Εισιτήρια: more.com



O Sting έρχεται στο Sani Festival 2027 και το καλοκαίρι αποκτά ήδη σχέδια!

Μπορεί να έχουμε ακόμη Νοέμβριο, αλλά μόλις βρήκαμε έναν πολύ καλό λόγο να αρχίσουμε να σκεφτόμαστε το επόμενο καλοκαίρι! Ο Sting έρχεται το Σάββατο 24 Ιουλίου 2027 στον Λόφο της Σάνης, στη Χαλκιδική, ανοίγοντας τις μεγάλες ανακοινώσεις για τα 35 χρόνια του Sani Festival.

Ο Βρετανός καλλιτέχνης, με 17 βραβεία Grammy, φέρνει την περιοδεία STING 3.0, έχοντας στο πλευρό του τον κιθαρίστα Dominic Miller και τον ντράμερ Chris Maas. Στο πρόγραμμα, αγαπημένα τραγούδια όπως τα Every Breath You Take, Roxanne, Englishman in New York και Fields of Gold, σε μια συναυλία με φόντο το Αιγαίο.

Η προπώληση ξεκίνησε ήδη στις 19 Νοεμβρίου, ενώ το υπόλοιπο πρόγραμμα του φεστιβάλ θα ανακοινωθεί τους επόμενους μήνες.

Μια βραδιά που αξίζει να μπει από τώρα στο καλοκαιρινό μας ημερολόγιο!

Εισιτήρια: more.com



Αντιγριπικό: Μην το αφήσεις για όταν αρχίσουν όλοι να φτερνίζονται!



Ο Νοέμβριος είναι η κατάλληλη στιγμή για μια μικρή υπενθύμιση που μπορεί να κάνει μεγάλη διαφορά τον χειμώνα. Σύμφωνα με το Υπουργείο Υγείας, ο αντιγριπικός εμβολιασμός συστήνεται κατά προτίμηση από τα μέσα Οκτωβρίου έως το τέλος Νοεμβρίου, καθώς χρειάζονται περίπου δύο εβδομάδες για την ανάπτυξη ανοσίας.

Προτεραιότητα έχουν, μεταξύ άλλων, οι άνω των 60 ετών, τα παιδιά από 6 μηνών έως 5 ετών, οι έγκυες, οι λεχώνες, οι θηλάζουσες, τα άτομα με χρόνια νοσήματα και οι επαγγελματίες υγείας. Αν ανήκεις σε κάποια από αυτές τις ομάδες, επικοινώνησε με τον γιατρό ή τον φαρμακοποιό σου για τις κατάλληλες οδηγίες. Και αν περάσει ο Νοέμβριος, δεν σημαίνει ότι έχασες την ευκαιρία.

Μια μικρή κίνηση πρόληψης σήμερα αξίζει περισσότερο από πολλές αναβολές αύριο!

Παπαδοπούλου: Ένα Πτι Μπερ, ένα ποτήρι γάλα και τα Χριστούγεννα αρχίζουν!



Τι χρειάζεται για να ξεκινήσει η μαγεία των Χριστουγέννων; Για την Παπαδοπούλου, ένα μπισκότο, ένα ποτήρι γάλα και λίγη παιδική φαντασία!

Η νέα χριστουγεννιάτικη καμπάνια «Μύρισε Χριστούγεννα» αφηγείται την ιστορία ενός μικρού αγοριού που αφήνει δίπλα στο τζάκι ένα Πτι Μπερ και γάλα για τον Άγιο Βασίλη, ελπίζοντας να τον συναντήσει. Όταν αποκοιμιέται, μεταφέρεται σε ένα μαγικό μπισκοτοχωριό, όπου τα παιδικά όνειρα ζωντανεύουν.

Μέσα από μια τρυφερή χριστουγεννιάτικη ταινία, η εταιρεία μάς θυμίζει τις μικρές παραδόσεις που κάνουν τις γιορτές ξεχωριστές, από τα κεράσματα για τον Άγιο Βασίλη μέχρι τις αναμνήσεις που δημιουργούμε μαζί.

Γιατί μερικές φορές η πιο γλυκιά χριστουγεννιάτικη ανάμνηση ξεκινά από ένα απλό μπισκότο!

Δες τη νέα χριστουγεννιάτικη ταινία της Παπαδοπούλου.

Los Angeles Chargers: Το NFL Flag Football έρχεται για πρώτη φορά στην Κρήτη



Οι Los Angeles Chargers συνεχίζουν να συστήνουν το αμερικανικό ποδόσφαιρο στα παιδιά της Ελλάδας, με επόμενο σταθμό την Κρήτη! Στις αρχές Δεκεμβρίου, η ομάδα του NFL διοργανώνει για πρώτη φορά Flag Football camps σε Ηράκλειο και Χανιά, δίνοντας στους μικρούς συμμετέχοντες την ευκαιρία να γνωρίσουν το άθλημα.

Από το 2025, περισσότεροι από 2.000 μαθητές έχουν συμμετάσχει στις δράσεις των Chargers στην Ελλάδα, ενώ το flag football ετοιμάζεται να κάνει το Ολυμπιακό του ντεμπούτο στο Λος Άντζελες το 2028.

Η πρωτοβουλία έχει και ελληνικές ρίζες, καθώς η οικογένεια Spanos, ιδιοκτήτρια της ομάδας, κατάγεται από τη Μεσσηνία. Τα camps θα φιλοξενηθούν στο Βαρδινογιάννειο Αθλητικό Κέντρο του ΟΦΗ στο Ηράκλειο και στο Δημοτικό Στάδιο Χανίων.

Μια ωραία ευκαιρία για τα παιδιά να ανακαλύψουν ένα διαφορετικό άθλημα, που σύντομα θα δούμε και στους Ολυμπιακούς Αγώνες!

Uber και ΕΠΑΨΥ: 31 ηθοποιοί ενώνουν τις φωνές τους για την ψυχική υγεία



Το πρώτο βήμα είναι να μιλήσουμε. Με αυτό το μήνυμα, η ΕΠΑΨΥ και η Uber ένωσαν τις δυνάμεις τους στον δεύτερο κύκλο της καμπάνιας «ΜΙΛΑ... It's OK!», με στόχο να σπάσουν τη σιωπή και τα στερεότυπα γύρω από την ψυχική υγεία.

Στην πρωτοβουλία συμμετείχαν εθελοντικά 31 ηθοποιοί, οι οποίοι μέσα από φωτογραφικά πορτρέτα και προσωπικά μηνύματα ανέδειξαν τη σημασία της ανθρώπινης ευαλωτότητας και της ανοιχτής επικοινωνίας. Η καμπάνια, που υλοποιήθηκε τον Οκτώβριο με τη χορηγική υποστήριξη της Uber, ξεπέρασε τις 2 εκατομμύρια προβολές και τις 75.000 αλληλεπιδράσεις στα social media. Η συνεργασία των δύο φορέων είχε ξεκινήσει τον Μάρτιο, με διαδραστική έρευνα για το αστικό στρες σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, στην οποία συμμετείχαν περισσότεροι από 1.000 άνθρωποι.

Γιατί το να μιλάμε για όσα μας δυσκολεύουν δεν είναι αδυναμία. Είναι ένα σημαντικό πρώτο βήμα.

Black Friday στα καταστήματα ΔΕΗ: Προσφορές σε περισσότερα από 3.000 προϊόντα



Η Black Friday έφτασε και στα καταστήματα ΔΕΗ, με ειδικές προσφορές σε περισσότερα από 3.000 προϊόντα τεχνολογίας και οικιακού εξοπλισμού, που θα διαρκέσουν έως και τις 30 Νοεμβρίου.

Σε 88 καταστήματα ΔΕΗ σε όλη την Ελλάδα, που διαθέτουν TechLiving Zone, οι καταναλωτές μπορούν να ανακαλύψουν smartphones, tablets, laptops, τηλεοράσεις, κλιματιστικά, μεγάλες οικιακές συσκευές και μικροσυσκευές, με μειωμένες τιμές σε επιλεγμένα προϊόντα γνωστών brands.

Οι προσφορές καλύπτουν επίσης έξυπνες λύσεις για το σπίτι, προϊόντα συνδεσιμότητας και ενεργειακές λύσεις, δίνοντας περισσότερες επιλογές σε όσους σχεδιάζουν να ανανεώσουν τον εξοπλισμό τους.

Μια ακόμη στάση για όσους έχουν ήδη ετοιμάσει τη λίστα αγορών της Black Friday!

ERGO Ασφαλιστική: Στο πλευρό περισσότερων από 110.000 δρομέων το 2026



Περισσότεροι από 110.000 δρομείς είχαν την ασφαλιστική προστασία της ERGO Ασφαλιστικής μέσα στο 2026, σε μια χρονιά γεμάτη αγώνες, προσωπικές υπερβάσεις και δυνατούς τερματισμούς.

Ως Μεγάλος Χορηγός του ΣΕΓΑΣ, η ERGO στήριξε τον Ημιμαραθώνιο της Αθήνας, τους αγώνες Run Greece σε επτά πόλεις και τον Αυθεντικό Μαραθώνιο της Αθήνας, ενώ συνέχισε τη συνεργασία της με το Ladies Run, που συνδυάζει τον αθλητισμό με την κοινωνική προσφορά.

Στη δράση συμμετείχαν και εργαζόμενοι και συνεργάτες της εταιρείας μέσω της ERGO Running Team, αποδεικνύοντας ότι η στήριξη του αθλητισμού δεν περιορίζεται στις χορηγίες.

Το επόμενο ραντεβού έχει ήδη κλειστεί: Μάρτιος 2027, στον Ημιμαραθώνιο της Αθήνας, με την ERGO ξανά στη θέση του Μεγάλου Χορηγού.

Όμιλος Σαρακάκη: Μια αλυσίδα προσφοράς για τους ανθρώπους που ζουν στον δρόμο



Μια πρωτοβουλία με ουσιαστικό κοινωνικό αποτύπωμα υλοποίησε ο Όμιλος Επιχειρήσεων Σαρακάκη, σε συνεργασία με την Emfasis Non-Profit, στηρίζοντας ανθρώπους που βιώνουν την αστεγία.

Μέσα από τη δράση «In Motion for Social Streetwork», οι εργαζόμενοι του Ομίλου ενημερώθηκαν για τις πραγματικές συνθήκες ζωής των αστέγων και συμμετείχαν στη δημιουργία «Πακέτων Αγάπης», με είδη προσωπικής υγιεινής και καθημερινής φροντίδας.

Η πρωτοβουλία δεν έμεινε εκεί. Οι εθελοντές συνόδευσαν τις ομάδες Streetwork της Emfasis σε εξορμήσεις στους δρόμους της Αθήνας, μοιράζοντας τα πακέτα και γνωρίζοντας από κοντά το έργο της οργάνωσης. Μια δράση που μας θυμίζει ότι η κοινωνική προσφορά αποκτά πραγματική αξία όταν φτάνει στους ανθρώπους που τη χρειάζονται.



sayes press

ΓΙΑ ΝΑ ΜΑΣ ΛΑΜΒΑΝΕΙΣ **ΔΩΡΕΑΝ** ΣΤΟ MAIL ΣΟΥ ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ, ΠΑΤΑ **ΕΔΩ**

ΔΩΡΕΑΝ
ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ
ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER

Chief of SayYessers: Claire Styliara

Creative Direction: C•Design

Operation & Marketing Manager: Χρύσα Γώτα

Τεχνική Υποστήριξη: BlackDot Web Services

Ιδιοκτησία: Κλειώ Στυλιαρά & ΣΙΑ Ε.Ε. - Say Yes Communications
Σκουζέ 14, 18536 Πειραιάς, ΑΦΜ: 801923795, ΔΟΥ: ΚΕ.ΦΟ.ΔΕ ΑΤΤΙΚΗΣ
Νόμιμος Εκπρόσωπος: Κλειώ Στυλιαρά
Τηλ.: 213.0990585, **e-mail:** media@sayes.gr
Αριθμός Πιστοποίησης Μ.Η.Τ. 252127
www.sayyestothepress.gr

sayes communications