

TO ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

SO POSH!

#156

the trendletter

Culture

Γιατί πρέπει να δεις τον Hamnet;

World of mouth

Prima Mensa

Αξίζουν το hype τα high protein προϊόντα;

Gourmet

To Certified Sake Sommelier για ακόμη μια χρονιά στην Αθήνα

#NecNotice

Και ο Ag(ρ)ιος φοβέρα θέλει...



Travel

To Mandarin Oriental, Costa Navarino ανοίγει για τη σεζόν 2026

Το **Mandarin Oriental, Costa Navarino** επιστρέφει για τη σεζόν **2026** στις **31 Μαρτίου**, ανοίγοντας ένα νέο πρόγραμμα εμπειριών που συνδυάζει τη φιλοξενία με τη γαστρονομία και την ευεξία, σε ένα πλαίσιο όπου η Μεσσηνία δεν λειτουργεί απλώς ως φόντο, αλλά ως σημείο αναφοράς. Στην καρδιά της νέας σεζόν βρίσκεται ένα concept, που αντλεί έμπνευση από την **Ομηρική Οδύσσεια**, όχι ως λογοτεχνική αναφορά, αλλά ως ιδέα προσωπικής μετακίνησης και επιστροφής. Η διάκριση **5-Star** για το **The Spa at Mandarin Oriental, Costa Navarino** συνοδεύει τη φετινή σεζόν με ένα πρόγραμμα συνεργασιών, που εστιάζει στη **μακροζωία** και στην ενσυνειδητότητα. Ξεχωρίζει το τετραήμερο retreat **"Step into Self"** (7-11 Μαΐου), με την **Taryn Toomey** (ιδρύτρια του The Class) και την **Ally Bogard**, ως μια βιωματική εμπειρία επανασύνδεσης και ανανέωσης. Το 2026 δίνεται ιδιαίτερο βάρος και στη γαστρονομική ατζέντα. Στον χώρο



του **The Private Kitchen**, το resort θα φιλοξενήσει τρεις chefs με **τρία αστέρια Michelin**: τον **Frédéric Anton** (Le Pré Catalan), τον **Julien Royer** (Odette) και τον **Arnaud Lallement** (L'Assiette Champenoise). Παράλληλα, στο **Oliviera** θα βρεθούν οι Έλληνες chefs **Λευτέρης Λαζάρου** και **Σωτήρης Ευαγγέλου**, ενώ το **Tahir** συνεχίζει να συνδυάζει γεύσεις Μέσης Ανατολής και Ιταλίας. Στο κομμάτι του κρασιού και του fine drinking, παρουσιάζεται για πρώτη φορά βραδιά αφιερωμένη στον ιστορικό οίκο **Château Margaux**, ενώ έχουν προγραμματιστεί συναντήσεις με παραγωγούς όπως οι **Champagne Henri Giraud**, **Château Angélu**, **Maison Joseph Drouhin** και **T-OINOS**. Στο **Three Admirals**, το **Line Athens** (No. 8 στα **The World's 50 Best Bars**) μεταφέρει τη δική του φιλοσοφία μέσα από ειδικές βραδιές.

World of mouth

Gourmet

Ανανεωμένο μενού στο Okupa Kitchen & Listening Bar

Το **Okupa Kitchen & Listening Bar** παρουσιάζει το ανανεωμένο του μενού, συνεχίζοντας να εξελίσσει την κουζίνα του με σταθερότητα. Με τον **Νίκο Δραντάκη** να παραμένει επί κεφαλής, η αλλαγή έρχεται χωρίς περιττές φλυαρίες: περισσότερη **εποχικότητα**, μεγαλύτερη έμφαση στην **πρώτη ύλη** και πιάτα που έχουν χαρακτήρα χωρίς να στηρίζονται στην υπερβολή. Η βάση παραμένει **Mediterranean**, με **Levantine** αναφορές, ενώ προστίθεται μια πιο ζεστή, πιο spicy γραμμή. Το Okupa «τρέχει» τρία διαφορετικά μενού μέσα στη μέρα — **brunch**, **lunch** και **dinner** — με το βραδινό να είναι σχεδιασμένο για **sharing**, ώστε το τραπέζι να λειτουργεί πιο ελεύθερα και να αφήνει



χώρο για περισσότερες δοκιμές. Ανάμεσα στις προτάσεις που ξεχωρίζουν συμπεριλαμβάνεται το **Beef Tartare** που φτιάχνεται από **grass-fed, dry-aged** μοσχάρι, με μπαχαρικά Μέσης Ανατολής, **egg yolk gel** και παλαιωμένο **Μετσοβόβε**. Είναι ένα πιάτο που πατά στην τεχνική, αλλά κρατά την ισορροπία του. Στην ίδια λογική, τα **Beef**

Cheeks σιγομαγειρεύονται για **18 ώρες** και σερβίρονται με αφρό **γραβιέρας**, τραγανές πατάτες **shoestring** και **demi-glace** από τον συμπυκνωμένο ζωμό τους. Στο πρόγραμμα είναι το μενού να εμπλουτίζεται συχνά με **daily specials**, ενώ από αυτόν τον μήνα οι **σούπες** μπαίνουν ως επιλογή ημέρας, χαράσσοντας μια πιο comfort κατεύθυνση, χωρίς να αλλοιώνεται το ύφος της κουζίνας. Όπως πάντα στο Okupa, το φαγητό δεν «στέκεται» μόνο του. Η εμπειρία δένει με τη μουσική και τον ρυθμό του χώρου: ο **Hrag**, ένας από τους ιδιοκτήτες και **F&B Director**, επιμελείται τη μουσική ταυτότητα του **listening bar**, με global επιλογές που λειτουργούν υποστηρικτικά στο ποτό και στο φαγητό.



Gourmet

To Certified Sake Sommelier για ακόμη μια χρονιά στην Αθήνα

Tο **Certified Sake Sommelier®** επιστρέφει για ακόμη μία χρονιά στην Αθήνα και στην **Genius in Gastronomy**, φέρνοντας ένα ολοκληρωμένο εκπαιδευτικό πρόγραμμα για όσους θέλουν ουσιαστική γνώση γύρω από το **sake** και τον τρόπο που μπορεί να σταθεί επαγγελματικά σε μια σύγχρονη **wine list**. Το σεμινάριο είναι πιστοποιημένο από τη **Sake Sommelier Academy (SSA) London** και οδηγεί σε **διεθνή πιστοποίηση**, με εκπαίδευση βασισμένη στα standards της Ακαδημίας. Η φετινή διοργάνωση θα πραγματοποιηθεί τη **Δευτέρα 2**, την **Τρίτη 3** και την **Τετάρτη 4 Μαρτίου 2026**, με ώρες διεξαγωγής **09:00–17:00**. Πρόκειται για επαγγελματικό πρόγραμμα που εστιάζει όχι μόνο στην ιστορία και την παραγωγή, αλλά και στο πώς δουλεύεται το sake στην πράξη: από τη σωστή παρουσίαση και τη θερμοκρασία σερβιρίσματος έως την αποθήκευση, τη δομή μιας λίστας και τη σχέση του με το φαγητό. Την εκπαίδευση αναλαμβάνουν οι **Suwi Zlatic** και **Charly Iten**, ένα δίδυμο με πολυετή εμπειρία στη διδασκαλία και ενεργή σχέση με την ιαπωνική κουλτούρα του sake. Και οι δύο έχουν ταξιδέψει στην **Ιαπωνία** και μεταφέρουν τη γνώση τους με πρακτικό τρόπο, με στόχο οι συμμετέχοντες να μπορούν να εφαρ-



μόσουν άμεσα όσα μαθαίνουν σε πραγματικό περιβάλλον εστίασης. Το πρόγραμμα ξεκινά την πρώτη ημέρα με **ιστορία του sake, παραγωγή, ορολογία** και ταξινομήσεις, καθώς και **γευσιγνωσία ανά κατηγορία**. Η δεύτερη ημέρα εστιάζει σε ζητήματα που αφορούν την καθημερινή χρήση: **ωρίμανση, θερμοκρασίες**, προφίλ αρωμάτων, ανάγνωση ετικετών, αποθήκευση, πώληση και δημιουργία λίστας, ενώ δίνεται έμφαση στο **umami** και στους συνδυασμούς **φαγητού και sake**. Η τρίτη ημέρα ολοκληρώνεται με την **εξέταση** για τον τίτλο **Certified Sake Sommelier®**. Η εκπαίδευση πραγματοποιείται από τη **Suwine**, η οποία διαθέτει επίσημη άδεια από τη SSA και από το 2017 έχει εκπαιδεύσει περισσότερους από **200 συμμετέχοντες** διεθνώς. Το κόστος συμμετοχής είναι **900 ευρώ**. Η διοργάνωση εντάσσεται στη δραστηριότητα της **Genius in Gastronomy**, εταιρείας που ιδρύθηκε το **2010** από τον sommelier **Γιώργο Λούκα**, με κύριο αντικείμενο το κρασί, την μπίρα και τα αποστάγματα, και με πολυετή εμπειρία στον χώρο της οινοχοΐας και της εστίασης.

World
of
mouth

Culture

«Το ξενοδοχείο η νύχτα που πέφτει» για πρώτη φορά στην Ελλάδα

Στη **Σκηνή Ωμέγα** του **Δημοτικού Θεάτρου Πειραιά**, ένα έργο-αίνιγμα του **Νάνου Βαλαωρίτη** βρίσκει για πρώτη φορά τον δρόμο του προς την ελληνική σκηνή. **«Το ξενοδοχείο η νύχτα που πέφτει»**, σε **σκηνοθεσία Λίνας Φούντογλου**, ολοκληρώνει τον κύκλο του με τελευταίες παραστάσεις έως την **1η Μαρτίου 2026**, προτείνοντας μια εμπειρία θεάτρου που λειτουργεί περισσότερο ως συνθήκη παρά ως αφήγηση. Ένας παράξενος ξενοδόχος υποδέχεται ένα νεαρό ζευγάρι σε ένα δωμάτιο χωρίς φως, παράθυρο ή θέρμανση. Η πόρτα κλειδώνει πίσω τους. Το κτίριο καταρρέει σταδιακά και η κατεδάφιση μοιάζει αναπόφευκτη. Μέσα σε αυτό το ασφυκτικό πλαίσιο, η πραγματικότητα, το ασυνείδητο και η μνήμη μπλέκονται αζεδιάλυτα,



καθώς οι δύο νέοι προσπαθούν να κατανοήσουν τον κόσμο στον οποίο ρίχτηκαν, να νοηματοδοτήσουν τη σχέση τους και να κρατηθούν από το παρόν. Η παράσταση αξιοποιεί τον **σουρεαλιστικό** κόσμο και τα **γλωσσικά παιχνίδια** του κειμένου για να δημιουργήσει μια σκοτεινή, υπαινικτική ατμόσφαιρα, όπου ο **Νόμος** έξω караδοκεί — αμείλικτος, αόρατος, διαρκώς παρών. Το ερώτημα της **ανυπακοής** δεν

διατυπώνεται ως σύνθημα, αλλά ως αδιέξοδος: υπάρχει περιθώριο διαφυγής όταν οι τοίχοι είναι διάφανοι και η πόλη μοιάζει να απειλείται από «τρύπες» σε ένα δωμάτιο ξενοδοχείου; Στους συντελεστές περιλαμβάνονται η **δραματουργία** της Εύης Προύσαλη, η **μουσική σύνθεση** του Ιωάννη Βουδούρη, η σκηνογραφική επιμέλεια του Τάσου Κονταξή και ο σχεδιασμός φωτισμών του Λάμπρου Παπούλια. Ερμηνεύουν οι **Άγγελος Πανπάς, Πέννυ Σακελλαριάδη, Λίνα Φούντογλου** και **Αλέξανδρος Χούντας**.

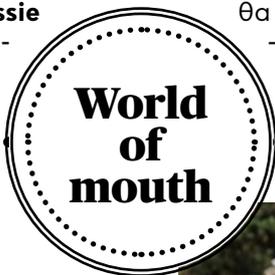
Culture

Γιατί πρέπει να δεις τον Hamnet;

O Hamnet δεν είναι από εκείνες τις ταινίες που σε κερδίζουν με υπόσχεση ότι θα παρακολουθήσεις ένα υπερθέαμα. Σου επιβάλλεται με τον τρόπο που στήνει την ατμόσφαιρα, με το βλέμμα το οποίο ρίχνει πάνω στους ανθρώπους, με την αίσθηση ότι παρακολουθείς κάτι πολύ προσωπικό, χωρίς να γίνεται αυτό ποτέ μελό. Ξεκινά από ένα γεγονός που έχει μείνει στη σκιά της ιστορίας, δηλαδή τον θάνατο του 11χρονου γιου του **William Shakespeare**, το 1596. Αντί να χτίσει έναν ακόμη μύθο γύρω από τον δημιουργό, επιλέγει να σταθεί στην απώλεια, όπως τη ζει μια οικογένεια πριν η καθημερινότητά της γίνει κομμάτι της λογοτεχνίας. Στο επίκεντρο βρίσκεται η **Agnes**, η μητέρα, όχι ως συμπληρωματική φιγούρα, αλλά ως πρωταγωνίστρια. Πρόκειται για μια γυναίκα που διαισθάνεται, αντέχει, παρατηρεί τον κόσμο γύρω της με μια σιωπηλή ένταση. Η ταινία κρατιέται σταθερά γύρω από τη σχέση, το σπίτι, την καθημερινότητα και την αργή μετατόπιση των συναισθημάτων που φέρνει η απουσία. Στη σκηνοθεσία, ο **Chloé Zhao** (Nomadland) επιλέγει χαμηλούς τόνους και καθαρή αφήγηση, αφήνοντας την εικόνα να δουλέψει για λογαριασμό του. Το σενάριο, βασισμένο στο ομότιτλο μυθιστόρημα της **Maggie O'Farrell**, κρατά τη λογοτεχνική του ρίζα, χωρίς όμως να εγκλωβίζεται σε αυτή. Στους πρωταγωνιστικούς ρόλους, η **Jessie Buckley** ως Agnes δίνει μια ερμηνεία εσωτερική, χωρίς υπερβολές, ενώ ο **Paul Mescal** στον



ρόλο του Shakespeare κινείται σε παρόμοια μονοπάτια, όντας παρών, αλλά όχι κυρίαρχος. Η φωτογραφία, με έμφαση στο φυσικό φως και η μουσική, η οποία λειτουργεί περισσότερο ως υπόγειος ρυθμός παρά ως «συναίσθημα», συμπληρώνουν μια ταινία που δεν ζητά να συγκινήσει τον θεατή μέσω του εύκολου δρόμου. Το πετυχαίνει όμως με ακρίβεια. Ο λόγος να δεις τον **Hamnet** δεν είναι ότι «αφορά στον Shakespeare». Θα δεις την ταινία γιατί σου εξηγεί το πώς η ζωή προηγείται πάντα της τέχνης και τον τρόπο που η παρουσία ενός παιδιού γίνεται ξαφνικά οδυνηρή απουσία. Αυτό που θα καταλάβεις είναι ότι καμιά φορά η δημιουργία — ακόμη και η πιο μεγάλη — δεν έρχεται ως λύτρωση, αλλά ως γάντζωμα στη μνήμη.



Gourmet

Η γκουρμέ διάσταση του Οινοποιείου Ντουράκη

Στα Χανιά, το **Οινοποιείο Ντουράκη** δεν λειτουργεί απλώς ως ένας χώρος παραγωγής κρασιού. Από την ίδρυσή του το **1988** μέχρι σήμερα, έχει εξελιχθεί σε ένα από τα πιο σταθερά σημεία αναφοράς της κρητικής οινικής εμπειρίας και, επιπλέον, στο πιο επισκέψιμο οινοποιείο του νησιού, με περίπου **200 επισκέπτες την ημέρα**. Η παραγωγή του οινοποιείου περιστρέφεται κυρίως από τις **γηγενείς ποικιλίες βιδιανό, βιλάνα, μαλβαζία, κοιτσιφάλι, μαντηλάρι, λιάτικο**, ενώ πρόσφατα προστέθηκε και το **ασύρτικο**. Στην καρδιά της ταυτότητάς του, βέβαια, βρίσκεται το **Ρωμέικο**, η αυθεντική ποικιλία του τόπου, που κουβαλά ιστορία και μνήμη. Στον χώρο, πέρα από τις **οινογευσίες**, λειτουργούν διάφορες δράσεις, όπως **μαθήματα μα-**



γειρικής, βραδιές αστροπαρατήρησης (εξού και οι ετικέτες που παίρνουν ονόματα από **αστερισμούς**), τα **Vino Sanctum Private Experiences** στο υπόσκαφο κελάρι, αλλά και τα **Star Sleep Nights**, κάτω από τον έναστρο ουρανό. Πρόσφατα, το οινοποιείο υποδέχτηκε στην γκαλερί του και **τρεις chefs με αστέρια Michelin** στις χώρες τους (ο

Γρηγόρης Κίκης, ο Nick Honeyman και ο John Argaud), για τρεις ξεχωριστές βραδιές **chefs' tables**, στο πλαίσιο της έκθεσης **Les Secrets Du Vin** του **Ιωσήφ Πετρόφ**.

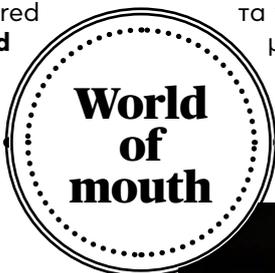
Fashion

Μια νέα εποχή για τη Dsquared2

Η Dsquared2 στη συλλογή **Φθινόπωρο/Χειμώνας 2026** επανέρχεται δυναμικά στο πεδίο που γνωρίζει καλά, δηλαδή στον χειμώνα ως σκηνικό έντασης, ταχύτητας και εικόνας. Είναι μια στιγμή επανατοποθέτησης του brand, με σαφή αναφορά στις ρίζες του και ταυτόχρονα με μια καθαρή πρόθεση να προχωρήσει μπροστά, μέσα από τον πειραματισμό και τη χρήση νέων τεχνολογιών. Το show συνοδεύεται από ένα **custom soundtrack**, δημιουργημένο με **AI τεχνολογία**, που λειτουργεί ως μέρος της σκηνοθεσίας και όχι ως απλή μουσική επένδυση. Το αποτέλεσμα υπογραμμίζει τη διάθεση της συλλογής: τεχνική, σύγχρονη, με forward-thinking κατεύθυνση. Οι **Dean και Dan Caten** επιστρέφουν στις καναδικές αναφορές τους και «χτίζουν» μια αφήγηση που περνά μέσα από τον αθλητισμό, την performance και τους subcultural κώδικες. Τα ανδρικά looks κινούνται ανάμεσα σε **hockey jerseys**, ski underpinnings, oversized **puffers** και πλεκτά **après-ski** με αναφορές στα '70s, ενώ η προστασία αντιμετωπίζεται ως βασικό στοιχείο styling: layers από puffer jackets πάνω σε oversized κοστούμια, parkas που αγκαλιάζουν racing suits εμπνευσμένα από bibs, cropped ζιβάγκο, padded γιλέκα και biker jackets με flared δερμάτινα παντελόνια. Στο ίδιο κλίμα, το **frosted denim** με τις παγιέτες και οι shearling επενδύ-



σεις στα trucker jackets και στα παλτό δίνουν υφή, ενώ οι riding μπότες και τα alpine στοιχεία κρατούν τη συλλογή σε σταθερή επαφή με το «βουνό» ως αισθητική αφετηρία. Στη γυναικεία συλλογή, η ένταση μεταφράζεται σε glossy, τολμηρό styling: corseted μίνι φορέματα από stacked puffers, cropped jackets εμπνευσμένα από hockey με ασορτί denim, bustiers με leggings και φουτουριστικές wedge ski boots. Το **high-shine latex** και τα nylon bomber με furry γιακάδες χτίζουν μια εικόνα που κινείται ανάμεσα στο icy glamour και μια πιο τεχνική, σχεδόν cyber αισθητική. Στη συλλογή παρουσιάζεται και το **#D2speed hybrid eyewear**, μια συνεργασία **Dsquared2 x Carrera**, το οποίο αντλεί έμπνευση από τα vintage ski goggles των '70s και διαθέτει ένα μαγνητικό σύστημα που αντικαθιστά τους βραχίονες με ελαστικό λουράκι.



Gourmet

Δοκιμάσαμε burger στο Starlight

Στη συμβολή **Πραξιτέλους με Κολοκοτρώνη**, βρίσκεται το **Starlight Burgers**. Πίσω από το Starlight βρίσκονται οι **Δημήτρης Τσάλας**, **Άγγελος Βάκρινος** και **Δημήτρης Μπίτσος**, με σεφ τον **Νίκο Νικολάου**. Πρόκειται για μια ομάδα με γαστρονομική εμπειρία που δεν ήρθε τυχαία εδώ. Η αρχική επιτυχία, μάλιστα, τους οδήγησε σε ένα δεύτερο σημείο, το **Starlight στη Γλυφάδα**, πάνω στην υπό διαμόρφωση street food πιάτσα της οδού Αρτέμιδος. Στην κουζίνα, η προσέγγιση είναι απλή αλλά μελετημένη. Το ψωμάκι, **Martin's potato roll**, επιλέχθηκε μετά από δοκιμές πολλών ειδών και περνά μόνο από ατμό, ώστε να μένει αφράτο και να σχεδόν λιώνει στο στόμα όταν το πλησιάζει η μπουκιά. Το **μπιφτέκι** είναι μείγμα από κιμά **Black Angus**, κομμένο στο χώρο και είναι ψημένο, έτσι ώστε να παραμένει ζουμερό με τραγανές ακρούλες. Οι



χειροποίητες πίκλες δεν αποτελούν απλό συνοδευτικό και μην τις προσπεράσετε: Η ελαφριά τους οξύτητα ισορροπεί τη λιπαρότητα του κρέατος και η **σάλτσα** δένει τα στοιχεία χωρίς να επισκιάζει τη βάση. Το μενού παραμένει συμπαγές και λειτουργικό: οι βασικές επιλογές είναι το **double cheeseburger** και το **house burger**, ενώ υπάρχει και το **burger του μήνα** που βασίζεται σε ενδιαφέροντες γευστικούς πειραματισμούς. Θα βρείτε, επίσης, τηγανητό **βιολογικό κοτόπουλο** μαριναρισμένο σε buttermilk, τίμιο στη γεύση και μια **vegan εκδοχή** με patty από Beyond Meat. Το Starlight ανοίγει από το μεσημέρι, ενώ Παρασκευή και Σάββατο μένει ανοικτό μέχρι τις **4 το πρωί**.

Culture

Το MOMus-Μουσείο Μοντέρνας Τέχνης Θεσσαλονίκης και ο Alexis Gritchenko

Για πρώτη φορά στην Ελλάδα, το έργο του **Alexis Gritchenko (1883–1977)** — μιας από τις πιο ενδιαφέρουσες μορφές της ευρωπαϊκής πρωτοπορίας του 20ού αιώνα — παρουσιάζεται με έμφαση στη δημιουργική του συνάντηση με τον ελληνικό χώρο. Η έκθεση «**Alexis Gritchenko (1883–1977). Η Ελληνική Περιπέτεια. Ένας Ουκρανός Πρωτοπόρος στην Ελλάδα**» φιλοξενείται στο **MOMus-Μουσείο Μοντέρνας Τέχνης-Συλλογή Κωστάκη**, στη **Μονή Λαζαριστών** στη Θεσσαλονίκη, από τις **22 Νοεμβρίου 2025** έως τις **30 Απριλίου 2026**. Γεννημένος στην Ουκρανία και εκπαιδευμένος στο **Κίεβο** και την **Αγία Πετρούπολη**, ο Gritchenko υπήρξε ζωγράφος και θεωρητικός της τέχνης που συνδέσε τις εκφραστικές εντάσεις του **φοβισμού**, του **κυβισμού** και του **φουτουρισμού** με τη βυζαντινή παράδοση. Κεντρική θέση στη σκέψη του έχει η θεωρία του «**χρωμοδυναμισμού**», όπου το χρώμα δεν λειτουργεί ως επιφάνεια, αλλά



ως φορέας ενέργειας και πνευματικότητας και ως η βάση μιας προσωπικής γλώσσας που κινείται ανάμεσα σε Ανατολή και Δύση. Η παραμονή του στην Ελλάδα, μεταξύ **1921 και 1923**, αποδεικνύεται καθοριστική. Περι-

ηγείται στην **Αθήνα**, στον **Μυστρά**, στους **Δελφούς**, στην **Ολυμπία**, στην **Κρήτη**, στη **Θεσσαλονίκη** και στα νησιά, αποτυπώνοντας μνημεία και τοπία μέσα στο μεσογειακό φως. Στα έργα αυτής της περιόδου, το ελληνικό τοπίο μετασχηματίζεται σε ρυθμικές, κυβιστικές φόρμες, όπου η αρχαιότητα και το Βυζάντιο συνομιλούν με τον μοντερνισμό. Οι δύο εκθέσεις που πραγματοποίησε τότε στην Αθήνα — στον «**Παρνασσό**» (1921) και στο **Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο** (1922) — άφησαν ισχυρό αποτύπωμα, με τους κριτικούς να σημειώνουν την εκρηκτική χρήση του χρώματος και τη ρυθμικότητα της σύνθεσης. Η έκθεση στη Θεσσαλονίκη συγκεντρώνει έργα της ελληνικής περιόδου από μουσεία και ιδιωτικές συλλογές της **Ουκρανίας**, της **Γαλλίας**, της **Αγγλίας**, των **Ηνωμένων Πολιτειών**, της **Τουρκίας** και της **Ελλάδας**, δίπλα σε προγενέστερα και μεταγενέστερα έργα. Στο κέντρο της αφήγησης βρίσκεται η Ελλάδα ως σταθμός και όχι ως απλή έμπνευση. Πρόκειται για το σημείο που το φως και το χρώμα γίνονται η υπογραφή του **Alexis Gritchenko**.

World of mouth

Fashion

CARRERA: Νέα συλλογή γυαλιών για την Άνοιξη-Καλοκαίρι 2026

Η συλλογή γυαλιών **Άνοιξη/Καλοκαίρι 2026** της **CARRERA** κινείται ανάμεσα στο statement design και στη λειτουργικότητα, ανανεώνοντας διακριτικά το εμβληματικό της ύφος. Από το 1956 μέχρι σήμερα, το ιταλικό brand (μέλος του Ομίλου **Safilo**) παραμένει συνώνυμο του πρωτοποριακού σχεδιασμού. Η **SS26** συλλογή ξεδιπλώνεται σε διαφορετικές σειρές που καλύπτουν τόσο την καθημερινή χρήση όσο και το πιο statement κομμάτι του σύγχρονου eyewear. Στη **SIGNATURE COLLECTION**, η Carrera επενδύει ξανά στο **acetate**, με νέα μοντέλα που συνδυάζουν κλασική γραμμή και άνεση. Ξεχωρίζει η ανανεωμένη προσέγγιση στον εμβληματικό βραχίονα **Grand Prix**, μέσα από πολυστρωματικό acetate και επιλεγμένους χρωματισμούς, ενώ η μεταλλική λεπτομέρεια με τη σημαία της Carrera λειτουργεί ως σταθερό σημείο ταυτότητας. Η σειρά **SIGNATURE METAL** μεταφέρει την ίδια



λογική σε πιο ανάλαφρες κατασκευές από **ανοξειδωτο ατσάλι**, με λεπτούς βραχίονες και διακριτικές χρωματικές πινελιές. Παράλληλα, η Carrera δίνει χώρο και στο πιο τεχνικό, δυναμικό πρόσωπό της: η limited edition μάσκα **CARRERA EYEDRA** με wraparound σχεδιασμό και κυρτό φακό **VOODOO** έρχεται ως καθαρό sport statement, με ρυθμιζόμενα επιρρίνια και δυνατότητα clip-in. Στη **SPORT COLLECTION**

(**C-SPORT**), τα νέα μοντέλα συνδυάζουν sporty εφαρμογή με fashion αισθητική, με τεχνικές λεπτομέρειες που ενισχύουν τη σταθερότητα και την άνεση. Τέλος, η σειρά **FLAG** λειτουργεί ως η πιο τολμηρή πρόταση της σεζόν, με faceted όγκους και τη χαρακτηριστική αναφορά στο λογότυπο **Victory C**. Η συλλογή γυαλιών **CARRERA Άνοιξη/Καλοκαίρι 2026** είναι ήδη διαθέσιμη σε επιλεγμένα καταστήματα οπτικών.



Gourmet

Προστασία της ΠΓΕ «Μακεδονία» στη διεθνή έκθεση Wine Paris 2026

Στη **Wine Paris 2026** (9-11 Φεβρουαρίου), ένα ζήτημα ονομασίας που επανέρχεται τα τελευταία χρόνια αντιμετώπιστηκε αυτή τη φορά με σαφή τρόπο: η διοργάνωση ζήτησε από το δίκτυο οινοποιών της Βόρειας Μακεδονίας που εμφανιζόταν ως **“Wines of Macedonia”** να αλλάξει κάθε αναγραφή στον ιστότοπο της έκθεσης που θα μπορούσε να παραπέμπει σε «μακεδονικούς» οίνους, όταν τα κρασιά δεν φέρουν την ευρωπαϊκή **ΠΓΕ Μακεδονία**. Η εξέλιξη χαιρετίστηκε από τον **Σύνδεσμο Ελληνικού Οίνου (ΣΕΟ)** και την **Ένωση Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα της Βορείου Ελλάδος (ΕΝΟΑΒΕ)**, που τα τελευταία χρόνια κινούνται συστηματικά για την προάσπιση κρίσιμων γεωγραφικών ενδείξεων. Ο πρόεδρος του ΣΕΟ, **Στέλιος Ι. Μπουτάρης**, ευχαρίστησε τον Γενικό Διευθυντή της **Comexposium**, **Nicolas Cuissaed**, για τις ενέργειες της Wine Paris, τονίζοντας ότι οι παραγωγοί από τη Βόρεια Μακεδονία είναι ελεύθεροι να αναφέρουν τη χώρα προέλευσης των προϊόντων τους, με σεβασμό όμως στο κοινοτικό κεκτημένο. Σημαντικός κρίκος στην εξέλιξη υπήρξε, σύμφωνα με την



ανακοίνωση, η συνεργασία με το **Ελληνικό Υπουργείο Εξωτερικών** και την **Ελληνική Πρεσβεία στο Παρίσι**, αλλά και ο συντονισμός του Διευθυντή του ΣΕΟ, καθ. **Θεόδω-**

ρου Γεωργόπουλου, ο οποίος εδώ και επτά χρόνια έχει αναλάβει από την πλευρά των Ελλήνων οινοποιών την εκστρατεία προστασίας γεωγραφικών ενδείξεων όπως **Μακεδονία**, **Θράκη** και **Αιγαίο Πέλαγος**. Η πρόεδρος της ΕΝΟΑΒΕ, **Ελένη Σίντου**, σημείωσε ότι πρόκειται για ζήτημα που προέκυψε για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά στη Wine Paris και αντιμετώπιστηκε ήδη από το 2025 με νομικές ενέργειες από εξειδικευμένο δικηγορικό γραφείο στο Παρίσι. Παράλληλα, υπενθύμισε ότι αντίστοιχα ζητήματα έχουν εμφανιστεί και σε άλλες μεγάλες διεθνείς εκθέσεις, όπως η **ProWein** στο Ντύσελτορφ, χωρίς όμως την ίδια θετική έκβαση. Από το 2020, η ΕΝΟΑΒΕ, σε σύμπραξη με την **ΕΔΟΑΟ** και τον ΣΕΟ, έχει αναλάβει την πρωτοβουλία λειτουργίας Παρατηρητηρίου Προστασίας της **ΠΓΕ «Μακεδονία»**, για οίνους που παράγονται αποκλειστικά στις περιφέρειες της **Ανατολικής, Κεντρικής και Δυτικής Μακεδονίας**, σύμφωνα με τις προϋποθέσεις του αντίστοιχου τεχνικού φακέλου.

World
of
mouth

Fashion

Η ARKET ανοίγει το νέο της flagship κατάστημα στην Αθήνα

Στην καρδιά της Αθήνας, το σκανδιναβικό lifestyle brand **ARKET** κάνει την πρώτη του φυσική εμφάνιση στην Ελλάδα. Στις **13 Φεβρουαρίου 2026**, ανοίγει το νέο του **flagship κατάστημα** στην **Πλατεία Καπνικαρέας 8**, φέρνοντας στο κέντρο της πόλης ένα concept που ισορροπεί ανάμεσα στη μόδα, το design και τη γαστρονομία. Το νέο κατάστημα εκτείνεται σε **492 τ.μ.**, σε δύο επίπεδα, και στεγάζεται σε **διατηρητέο κτίριο**. Η αισθητική του χώρου ακολουθεί τη χαρακτηριστική υπογραφή της ARKET: **μονόχρωμη παλέτα** σε αποχρώσεις του γκρι, **ζεστοί ξύλινοι τόνοι**, στοιχεία από **μασίφ δρυ**, πολλά φυτά και εμφανείς κολόνες από ακατέργαστο σκυρόδεμα. Στα αρχιτεκτονικά highlights περιλαμβάνονται ένα ανοιχτό κατακόρυφο κενό δύο επιπέδων και ένας εξώστης με ξύλινη επένδυση, που φιλοξενεί εγκατάσταση της **Artek**. «Είμαστε



ιδιαίτερα ενθουσιασμένοι που ανοίγουμε το πρώτο μας κατάστημα ARKET στην Ελλάδα, στην όμορφη πόλη της Αθήνας», σημειώνει η **Pernilla Wohlfahrt, Managing Director** της ARKET, περιγράφοντας το άνοιγμα ως πρόσκληση προς το ελληνικό κοινό να γνωρίσει το όραμα του brand για μια πιο όμορφη καθημερινή ζωή. Στο εσω-

τερικό, η εμπειρία ξεδιπλώνεται ως **curated συλλογή**: ρούχα και αξεσουάρ για γυναίκες και άνδρες, προϊόντα περιποίησης σώματος και είδη εσωτερικής διακόσμησης. Σημείο αναφοράς, το **ARKET CAFÉ**, σχεδιασμένο και λειτουργικά επιμελημένο υπό την καθοδήγηση του Σουηδού σεφ **Martin Berg**, με αρτοσκευάσματα, εποχικά ροφήματα και **specialty καφέ**. Πίσω από το concept βρίσκεται η κληρονομιά του **σκανδιναβικού μοντερνισμού** και η ιδέα του design ως καθημερινής πράξης με καθαρές γραμμές, ανθεκτικά υλικά, λειτουργικότητα και διαχρονικότητα.



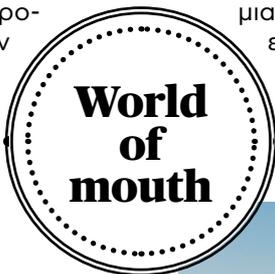
Culture

Έρχεται ο «Σωσμένος» του Έντουαρντ Μποντ

Από 6 Μαρτίου στη σκηνή του **Τεχνοχώρου Cartel** ανοίγει ένας νέος κύκλος θεατρικής αναμέτρησης με τις κοινωνικές μας αλήθειες. Ο **Βασίλης Μπισμπίκης** – γνωστός για τις επιλογές του σε έργα με δυναμική κοινωνική φόρτιση – αναλαμβάνει τη **σκηνοθεσία** και πρωταγωνιστεί **μαζί με τη Λένα Κιτσοπούλου** στην ελληνική διασκευή του «**Σωσμένος**», του εμβληματικού έργου του **Έντουαρντ Μποντ**. Το πρωτότυπο έργο, γραμμένο το 1965, συγκλόνισε το βρετανικό κοινό με την **ωμή γλώσσα** του και την **άμεση απεικόνιση της βίας**, καθώς η **πρώτη παρουσίασή του στο Royal Court Theatre** του Λονδίνου προκάλεσε διώξεις και απαγορεύτηκε για χρόνια, πυροδοτώντας τον διάλογο για τη **θεατρική λογοκρισία**. Στην τωρινή του εκδοχή, το έργο μεταφέρεται στη σύγχρονη Αθήνα, με την **Ομάδα Cartel** να επιλέγει μια προσέγγιση **ωμού ρεαλισμού** χωρίς αισθητικά «φτιασιδία» και με εστίαση στην **κοινωνική αποξένωση** και την **αδυναμία επικοινωνίας**. Στον πυρήνα της σκηνικής σύγκρουσης βρίσκονται νέοι άνθρωποι χωρίς ξεκάθαρη προοπτική και μια γυναίκα που αντιμετωπίζει την **κοινωνική απόρριψη** και την **οικογενειακή**



αδιαφορία. Η βία, όπως την περιγράφει ο Μποντ και όπως σκιαγραφείται εδώ, δεν είναι απλώς μεμονωμένα επεισόδια, αλλά αποτελεί **δομικό στοιχείο μιας πραγματικότητας** που παράγει αποκλεισμό και ανισότητα. Η **σκηνοθετική γραμμή** του Μπισμπίκη διατηρεί την ένταση και την πολιτική αιχμή του πρωτοτύπου, φωτίζοντας τη νεανική επιθετικότητα ως **κοινωνικό σύμπτωμα** και τη σιωπηρή συνοχή του περιβάλλοντος που τη θρέφει. Ταυτόχρονα, η παρουσία της Κιτσοπούλου στο ίδιο έργο προσδίδει μια **νέα δυναμική στην καλλιτεχνική σύμπραξη**, με έμφαση στις σχέσεις εξουσίας και στην **διαγενεακή μετάδοση της βίας και της ματαίωσης**. Η παράσταση, με **μουσική από τον Μπάμπη Παπαδόπουλο**, σχεδιασμό φωτισμών από τον Σάκη Μπιρμπίλη και σκηνικά-κοστούμια από τον Κένι ΜακΛέλαν, υποσχεται μια εμπειρία που δεν περιορίζεται στη θέαση, αλλά επιδιώκει να **εμπλέξει το κοινό σε έναν ηθικό διάλογο**.



Fashion

Η Stradivarius παρουσιάζει τη νέα της denim καμπάνια, «La Chiamata»

Μια πόζα σε ένα λιμάνι, ένα τηλεφώνημα στη γιαγιά και μια πρωταγωνίστρια που δεν «παίζει» κάποιο ρόλο, αλλά εμφανίζεται όπως είναι: φυσική, διασκεδαστική, αυθεντική. Η νέα denim καμπάνια της **Stradivarius**, με τίτλο **«La Chiamata»**, χτίζει το αφήγημά της πάνω σε αυτό το concept, προβάλλοντας κάτι απλό και αναγνωρίσιμο, όπως μια καθημερινή στιγμή, η οποία συνδέει τη μόδα με τη στάση ζωής και την αίσθηση ελευθερίας. Το **denim** παραμένει σταθερά στο επίκεντρο του brand, όχι ως τάση, αλλά ως βασικό κομμάτι που εξελίσσεται κάθε σεζόν. Η Stradivarius το αντιμετωπίζει σαν μια γλώσσα που αλλάζει σιλουέτες, προσαρμόζεται σε διαφορετικά στυλ και επιστρέφει διαρκώς σε νέες ισορροπίες. Στη νέα συλλογή, το χαρακτηριστικό στοιχείο ταυτότητας είναι η εμβληματική ετικέτα **«D»** στο πίσω μέρος, συνοδευόμενη από έναν αριθμό που παραπέμπει στη δεκαε-



τία που εμπνέει το κάθε fit και τη διάθεσή του. Η φετινή πρόταση συνεχίζει να επενδύει στα πιο αναγνωρίσιμα fits της Stradivarius, όπως τα **D92, D98** και **D91** από τα πιο αγαπημένα της σεζόν και από τα πιο viral. Παράλληλα, προσθέτει σιλουέτες με πιο έντονο DNA από τα **70s** και τα **2000s**, όπως τα **D74** και **D04**, δίνοντας χώρο και σε πιο χαλαρές γραμμές όπως το **D80**, καθώς και σε πιο κλασικές, ίσιες φόρμες όπως το **D68**. Το αποτέλεσμα είναι μια denim γκάμα που δεν επιμένει σε ένα μόνο ύφος. Κινείται ανάμεσα στο άνετο και στο πιο "stylish", με fits όπως τα **D67** και **D07**, κρατώντας τον τόνο της καμπάνιας στη φυσικότητα.



Gourmet

Messinia Terroirs: Οι Οινοπαραγωγοί της Μεσσηνίας για πρώτη φορά στην Αττική

Ο οινοπαραγωγοί της Μεσσηνίας έρχονται για πρώτη φορά συγκεντρωμένοι στην **Αττική**, σε μια επαγγελματική οινική συνάντηση που εστιάζει στην πραγματική εικόνα του μεσσηνιακού αμπελώνα σήμερα. Την **Παρασκευή 27 Φεβρουαρίου 2026**, το **WSPC** διοργανώνει το **WSPC Open Day – Messinia Terroirs Wines**, δίνοντας τη δυνατότητα σε επαγγελματίες της εστίασης, του κρασιού και της διανομής να γνωρίσουν από κοντά παραγωγούς, ετικέτες και στυλ που τα τελευταία χρόνια εξελίσσονται με σταθερότητα. Η Μεσσηνία εμφανίζεται πλέον ως ένας από τους πιο ενδιαφέροντες ελληνικούς οινικούς προορισμούς, όχι ως «νέα ανακάλυψη», αλλά ως περιοχή που αρχίζει να διαμορφώνει πιο καθαρά τη θέση της. Με **ποικιλομορφία terroir**, διαφορετικά **μικροκλίματα**, ελληνικές ποικιλίες με ιδιαίτερη έκφραση και διεθνείς που αποκτούν τοπικό χαρακτήρα, οι σύγχρονες μεσσηνιακές ετικέτες κινούνται όλο και περισσότερο προς μια **γαστρονομικά στοχευμένη** κατεύθυνση, με σαφή εμπορική δυναμική. Η εκδήλωση εντάσσεται στο στρατηγικό πρόγραμμα **Messinia Terroirs**,



πρωτοβουλία του **Ιδρύματος Καπετάν Βασίλη & Κάρμεν Κωνσταντακόπουλου**, που τα τελευταία χρόνια έχει λειτουργήσει ως πλαίσιο συλλογικής ταυτότητας και δικτύωσης για τα οινοποιεία της περιοχής, ενισχύοντας την ποιότητα, την εξωστρέφεια και την αναγνωρισιμότητα του μεσσηνιακού αμπελώνα. Το **WSPC Open Day – Messinia Terroirs Wines** θα πραγματοποιηθεί σε δύο ζώνες, **10:00–14:00** και **15:00–19:00**, ενώ μέσα στη μέρα θα γίνουν και δύο εξειδικευμένα **masterclasses** για επαγγελματίες: **11:30–13:00 | Από τη γη της Μεσσηνίας στο ποτήρι των πελατών σας!** και **17:30–19:00 | Τα Φιλέρια της Μεσσηνίας**. Σε μια περίοδο όπου διαμορφώνονται οι συνεργασίες της νέας σεζόν, η διοργάνωση λειτουργεί ως ουσιαστική ευκαιρία για όσους αναζητούν νέες επιλογές για **wine lists**, καρτοφυλάκια διανομής και σύγχρονες προτάσεις γευστικής εμπειρίας. Οι θέσεις στα **masterclasses** είναι περιορισμένες και απαιτείται έγκαιρη κράτηση.

World
of
mouth

Gourmet

Η Lisa Athens περνάει τον Ατλαντικό και... τον Κηφισό

Η **DAM Pizza (Detroit And More)** είναι το νέο εγχείρημα της ομάδας πίσω από τη **Lisa Athens**. Αυτή τη φορά, η ιδέα αλλάζει σχολή και γειτονιά: από την **Κυψέλη** περνά στο **Περιστέρι**, με μια πίτσα που έρχεται από το **Ντιτρόιτ** και τη δική του χαρακτηριστική παράδοση. Η **Detroit-style pizza** είναι ορθογώνια, ψήνεται σε βαθύ μεταλλικό ταψί και έχει ζυμάρι παχύ και αφράτο στο εσωτερικό, με τραγανή βάση. Το τυρί απλώνεται μέχρι τις άκρες, καραμελώνει στο ψήσιμο και δημιουργεί την τραγανή κόρα που είναι σήμα κατατεθέν της συγκεκριμένης σχολής. Η σάλτσα ντομάτας μπαίνει τελευταία, πάνω από το τυρί και τα υπόλοιπα υλικά, ολοκληρώνοντας την εικόνα μιας πίτσας που είναι πιο «ψητή», πιο γεμάτη και πιο comfort. Στο μενού, οι επιλογές έχουν χαρακτήρα και κινούνται πέρα από τα αναμενόμενα. Η **Umami** συνδυάζει λευ-



κό cheddar, σάλτσα **miso** και μανιτάρια, ενώ η **East Side Pork** φέρνει **pulled pork**, **gochujang sauce** και μαϊντανό. Υπάρχει και η **Tandoori Chicken**,

αλλά και η signature **Lisa's Marmite**, με marmite και σκόρδο. Για όσους θέλουν κάτι πιο κλασικό, δεν λείπει φυσικά η **Margherita**, ενώ το μενού δεν θα μπορούσε να μην έχει τη **Slim Shady**, με κιμά, **DAM burger sauce** και πίκλα αγγουριού. Το "And More" του ονόματος δεν είναι τυπικό: δίπλα στην πίτσα υπάρχουν **Mozzarella Sticks**, **Crispy Meatballs**, ένα ιδιαίτερο **Mac n' Cheese**, μακαρονάδες φούρνου και για το τέλος **Boosted Cookies**. Υπάρχουν επίσης **vegetarian** επιλογές. Η DAM άνοιξε λίγο πριν τις γιορτές και σερβίρει **Τετάρτη με Κυριακή**, από **18:00 έως 00:00**, στο **Περιστέρι**.

Αξίζουν το hype τα high protein προϊόντα;

Πλέον, τα ράφια των σουπερ μάρκετ δεν γεμίζουν μόνο με κλασικά τρόφιμα, αλλά και με μια ευρεία γκάμα προϊόντων **εμπλουτισμένων με πρωτεΐνη**, από ψωμιά και δημητριακά, μέχρι παγωτά και έτοιμα ροφήματα. Αυτή η εξέλιξη δεν είναι τυχαία. Αντικατοπτρίζει μια ευρύτερη μετατόπιση στην κουλτούρα της διατροφής, όπου η **πρωτεΐνη** θεωρείται βασικός παράγοντας για κορεσμό, ενέργεια και ικανοποίηση της καθημερινής διατροφικής ανάγκης. Ο όρος **high protein** στις ετικέτες σημαίνει ότι ένα προϊόν περιέχει σημαντικά μεγαλύτερη ποσότητα πρωτεΐνης σε σχέση με την αντίστοιχη παραδοσιακή εκδοχή της ίδιας κατηγορίας. Για παράδειγμα, μια φέτα **ψωμί high protein** μπορεί να έχει διπλάσια ποσότητα πρωτεΐνης από την κλασική. Η τάση αυτή πηγάζει, εν μέρει, από την αυξημένη ευαισθητοποίηση των καταναλωτών γύρω από την **υγεία και τη διατροφή**. Οι άνθρωποι πλέον ενδιαφέρονται περισσότερο για τρόφιμα, που προσφέρουν κάτι παραπάνω από απλή ενέργεια, θέλοντας να ενισχύσουν τον **κορεσμό**, τη μυϊκή διατήρηση και τη γενικότερη αίσθηση ευεξίας στη διάρκεια της ημέρας.

Τα τελευταία χρόνια, υπάρχει επίσης έντονη επιρροή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των διατροφικών τάσεων, με τον όρο πρωτεΐνη να συνδέεται με **ενέργεια, αδύνατο σώμα ή ευεξία**, ακόμα και όταν πρόκειται για προϊόντα, που δεν έχουν παραδοσιακά αυτή τη σύνδεση. Γεγονός παραμένει πάντως πως οι καταναλωτές σήμερα έχουν μεγαλύτερη επίγνωση όχι μόνο των αριθμών στη διατροφική ετικέτα, αλλά και του πώς ένα τρόφιμο μπορεί να ταιριάζει σε έναν **ενεργό, καθημερινό τρόπο ζωής**. Αυτό έχει οδηγήσει σε προϊόντα high-protein, που καλύπτουν όλες τις στιγμές της ημέρας: Από πρωινά δημητριακά και γιαούρτι μέχρι σνακ, μπάρες και ακόμα επιδόρπια και ροφήματα.

Αξίζει να πούμε ότι η αλλαγή στις προτιμήσεις του κοινού δεν περιορίζεται στα ζωικά προϊόντα. Οι καταναλωτές δείχνουν αυξημένο ενδιαφέρον και για **φυτικές πηγές πρωτεΐνης**, όπως όσπρια, ξηρούς καρπούς,

εναλλακτικές μορφές, όπως πρωτεΐνη σόγιας ή ακόμη και νεότερα συστατικά, όπως **mycoprotein**, τα οποία ανταποκρίνονται στην ανάγκη για πιο ολιστική διατροφή, χωρίς να υποστηρίζουν υπερβολικά επεξεργασμένα τρόφιμα. Το αποτέλεσμα είναι να υπάρχει στα ράφια μια τεράστια ποικιλία προϊόντων, που απευθύνονται σε διαφορετικούς τύπους: Από αυτούς, που θέλουν να καλύψουν καθημερινά πρωτεϊνικές ανάγκες με ευκολία, μέχρι όσους ψάχνουν τρόπους να ενσωματώσουν την πρωτεΐνη σε κάθε στιγμή της ημέρας.

Αυτή ακριβώς η αλλαγή δείχνει πως η **πρωτεΐνη** έχει μετατραπεί από ένα θρεπτικό συστατικό σε σημαντικό στοιχείο επιλογής και προτίμησης στην καθημερινή διατροφή. Στην πραγματικότητα όμως το ερώτημα δεν είναι αν η **πρωτεΐνη** είναι καλή, γιατί έτσι κι αλλιώς είναι απαραίτητη. Αυτό που πρέπει να μας απασχολεί είναι το κατά πόσο χρειαζόμαστε να την αγοράζουμε σε μορφή **εμπλουτισμένων προϊόντων**, σχεδόν σε κάθε

κατηγορία τροφίμου. Για αρκετούς ανθρώπους, ειδικά όσους έχουν απαιτητικό πρόγραμμα, γυμνάζονται ή δυσκολεύονται να οργανώσουν σωστά τη διατροφή τους, αυτά τα προϊόντα μπορούν να λειτουργήσουν πρακτικά: Ως μια εύκολη λύση, μια γρήγορη ενίσχυση, ένα σνακ που κρατά περισσότερο.

Από την άλλη, όμως, δεν παύουν να είναι, στις περισσότερες περιπτώσεις, **υπερ-επεξεργασμένα**. Η υψηλή πρωτεΐνη δεν σημαίνει αυτόματα καλύτερη ποιότητα, ούτε ισορροπία. Ένα μπισκότο ή ένα παγωτό με έξτρα πρωτεΐνη παραμένει μπισκότο ή παγωτό, απλώς με διαφορετικό αφήγημα. Η πρωτεΐνη έγινε λέξη marketing, ένας τρόπος να νιώσεις ότι τρως σωστά, ακόμη κι όταν το προϊόν δεν έχει πραγματική διατροφική αξία πέρα από τον αριθμό στην ετικέτα.

Αν κάτι αξίζει να κρατήσουμε, είναι αυτό: Η πρωτεΐνη έχει νόημα όταν εντάσσεται σε μια διατροφή με συνοχή. Τα **high protein** προϊόντα μπορούν να έχουν θέση, αλλά όχι ως υποκατάστατο της κανονικής τροφής και κυρίως όχι ως άλλοθι. **Η καλύτερη πρωτεΐνη παραμένει αυτή, που δεν χρειάζεται να την ανακαλύψεις σε συσκευασία.**





Από τον **Νεκτάριο Β. Νώτη**
nectarios@notice.gr

Και ο Ag(r)ios φοβέρα θέλει...

Στην εστιατορική αγορά, υπάρχουν μαγαζιά και μαγαζιά. Κάποια έχουν **ξεκάθαρη προσέγγιση** και λογική. Ξέρεις τί πουλάνε, πώς το πουλάνε, γιατί το πουλάνε.

Είτε είναι high end, premium εστιατόρια, είτε είναι απλές ταβέρνες και ταχυφαγεία.

Υπάρχουν, όμως, και κάποια, τα οποία **δυσκολεύονται να βρουν ταυτότητα**.

Για τους εξής λόγους:

Από τη μία πλευρά, διότι οι συγκεκριμένοι επιχειρηματίες θέλουν να πουν ότι το μαγαζί τους είναι **χάι**, αλλά έχουν **ενοχές** για αυτό. Φοβούνται ότι θα χάσουν κοινό εξ αυτού.

Από την άλλη, διότι οι ίδιοι είναι αυτοί, που θέλουν να στήσουν κάτι **πιο απλό**, ή να πουν ότι έχουν κάτι απλό, αλλά **ντρέπονται** να το δηλώσουν. Όχι από σεμνότητα, αλλά από **ανασφάλεια**. Αποτέλεσμα;

Ένα **μαγαζί-αχταρμάς**, όπου ουδείς καταλαβαίνει τί ακριβώς είναι.

Ποιο είναι το αποτύπωμά του.

Μια τέτοια περίπτωση είναι το **Agrios The Dirty Butcher**.

Ένα **κρεατοφαγικό εστιατόριο**, που άνοιξε στην Βεντήρη, πίσω από το Ilisia, με προφανή στόχο να πάρει μερίδιο (και) από τους ενοίκους του Conrad (που αναμένεται να ανοίξει τον Απρίλιο, στη θέση του Hilton).

Ο **χώρος** είναι **πολύ μεγάλος**. Οι 45+ σε ηλικία - όπως και ο υπογράφων - θα νιώσετε ότι βρίσκεστε σε ένα χώρο, όπου έχουν πέσει οι τοίχοι του Sui Generis και των άλλων δύο bar, που μεσουρανούσαν έως τα τέλη του προηγούμενου αιώνα.

Το Agrios αυτοσυστήνεται σαν **μοντέρνα χασαποταβέρνα**, αλλά **δεν καταφέρνει να σε πείσει** στο 100% για αυτό.

Ας πάρουμε τα πράγματα από την αρχή:

Η **υποδοχή** είναι φιλική, ευγενική και χαμογελαστή. Όπως πρέπει.

Η **ανοιχτή κουζίνα** έχει look and feel χασαποταβέρνας,

με τον Γιάννη Κουστένη να κόβει t-bone και μπριζόλες και να τις ψήνει, ακούγοντας τις αγαπημένες του μουσικές, φορώντας τα ακουστικά του.

Η **μουσική** του χώρου είναι κοντά στο concept, με ελληνικές επιτυχίες, θα την ήθελα, όμως, λίγο χαμηλότερα, όταν δεν έχει σκοπό να καταλήξει σε party.

Η **διακόσμηση** είναι αυτή, που σε μπερδεύει πλήρως. Τα ζωγραφιστά ταβάνια με τα φυτά, το σκούρο ξύλο και όλο το look and feel παραπέμπει σε κλασικό αστικό εστιατόριο και, σίγουρα, όχι σε - έστω μοντέρνα - χασαποταβέρνα. Το ίδιο και τα υφασμάτινα τραπεζομάντηλα. Το **service** δεν είναι πλήρως συντονισμένο, αναγκάζοντας τον chef και ιδιοκτήτη ακόμα και να φωνάζει για να το βάλει σε τάξη.

Σε ό,τι αφορά το **φαγητό**, κινηθήκαμε στο μοντέλο πρωτεΐνης-σαλάτας.

Η **πολιτική σαλάτα** ήταν αυτή που έπρεπε, με το σκόρδο να είναι λίγιο πιο έντονο από ό,τι θα ήθελα. Η **ντομάτα σε ροδέλες** παραπέμπει στον κατάλογο στην αντίστοιχη σαλάτα του Παπαϊωάννου.

Για να την σερβίρεις, όμως, πρέπει οι ντομάτες να είναι ξεφλουδισμένες και 3Α διαλογής. Εδώ, δεν ήταν.

Το **μοσαρίσιο μπιφτέκι** ήταν η απόλυτη απογοήτευση: Ένας χοντροκομμένος - ακόμα και για τα δικά μου γούστα - κιμάς, ο οποίος ήταν εξαιρετικά δύσκολος στη μάσηση και ήρθε very very well done και στεγνός (σημείωση: δεν μας ρώτησαν καν πώς θέλουμε το ψήσιμο). Το **t-bone** ήταν το κορυφαίο πιάτο, που ξεχώριζε μακράν από τα υπόλοιπα: Ήρθε ψημένο όπως το ζητήσαμε, λίγο κάτω από μέτριο, απόλυτα ζουμερό, εξαιρετικά γευστικό για την κατηγορία του (ελληνικής προέλευσης) και σωστά τιμολογημένο.

Η **λίστα των κρασιών** έχει σωστές επιλογές και σε λογικές τιμές.

Θα ξαναπάω;

Ναι, για μια απλή κοπή και μια σαλάτα, αλλά, σίγουρα, όχι για το concept της μοντέρνας χασαποταβέρνας.

Απολαύστε !

#NecNotice

SÖ POSH!

ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ
ΨΗΦΙΑΚΟ NEWSLETTER

Εκδότης - Διευθυντής: **Νεκτάριος Β. Νώτης**

Chief Editor: **Γιώτα Παναγιώτου** • Αρχισυντάκτης: **Γιάννης Παλιούρης** • Sales Manager: **Βίλλυ Τριπολίτου** • Senior Business Development: **Μύριαμ Πρίφτη**

Sales Executive: **Ιφιγένεια Καραντώνη** • Συνδρομές - Διεύθυνση Λειτουργίας: **Σύλια Τσιρατσίκου** • Digital Art Director: **ArDiDesign**

Τεχνική Υποστήριξη: **Θανάσης Βιρβίλης**

NOTICE
CONTENT & SERVICES

Βαλαωρίτου 9, 106 71 Κολωνάκι, Τ. 210 3634061

Πληροφορίες - Συνδρομές: **syli@notice.gr**, Δελτία τύπου: **media@notice.gr**