



World  
of  
mouth

## Culture

Η Λένα Πλάτωνος και η Μαρία  
Φαραντούρη συναντιούνται στο Ηρώδειο

### Prima Mensa

Όταν η γαστρονομία «παίζει μπάλα» στο TIKTOK

### Gourmet

Μα τί είναι τέλος πάντων οι dirty sodas;

### #NecNotice

A Greekman in Greece: Κάνοντας τον τουρίστα στην ίδια μας τη χώρα



## Gourmet Pool Your Cinema στο ξενοδοχείο Μεγάλη Βρεταννία

**T**ο **Pool Your Cinema**, η καλοκαιρινή κινηματογραφική πρόταση του **ξενοδοχείου Μεγάλη Βρεταννία**, επιστρέφει από τις 4 Ιουνίου, μεταμορφώνοντας για ακόμη μία χρονιά την πισίνα του 7ου ορόφου σε ένα από τα πιο ατμοσφαιρικά σημεία προβολών της Αθήνας. Με φόντο τον Λυκαβηττό και τον αττικό ουρανό, το θερινό σινεμά συνδυάζει τη μαγεία της μεγάλης οθόνης με τη γαστρονομία και τη φιλοξενία ενός από τα πιο εμβληματικά ξενοδοχεία της πόλης. Κάθε **Πέμπτη, Παρασκευή και Σάββατο**, οι προβολές ξεκινούν στις 21:30, προσφέροντας ένα πρόγραμμα που ισορροπεί ανάμεσα σε κλασικά αριστουργήματα του Hollywood και σε σύγχρονες κινηματογραφικές παραγωγές που έχουν ξεχωρίσει τόσο στο κοινό όσο και



στους κριτικούς. Η αυλαία της φετινής σεζόν ανοίγει με τη θρυλική **Gilda**, το διαχρονικό φιλμ noir με τη **Rita Hayworth**, ενώ στη συνέχεια ακολουθούν τίτλοι όπως το **One Battle After Another**, το **Sinners**,

το **F1: The Movie** και το **Bugonia** του **Γιώργου Λάνθιμου**, μαζί με ακόμη περισσότερες προβολές που θα κρατήσουν συντροφιά στα αθηναϊκά βράδια του καλοκαιριού. Σημαντικό ρόλο στη συνολική πρόταση έχει και το γαστρονομικό σκέλος. Η ομάδα των σεφ του ξενοδοχείου έχει επιμεληθεί ένα ειδικά σχεδιασμένο μενού **finger food**, το οποίο συνοδεύει τα **signature cocktails** και τις προβολές δίπλα στην πισίνα. Στο μενού περιλαμβάνονται χειροποίητα nachos, φρεσκοψημένα popcorn, lettuce taco με μοτσαρέλα, crispy mac n cheese, hot dog, τραγανές μπουκιές γαρίδας, tortilla wrap smashed beef και παγωτό, δημιουργώντας μια ολοκληρωμένη καλοκαιρινή έξοδο που συνδυάζει κινηματογράφο και γεύση. Το **Pool Your Cinema** έχει ώρα προσέλευσης στις 21:15 και έναρξη προβολών στις 21:30. Οι κρατήσεις πραγματοποιούνται μέσω του online store του ξενοδοχείου.

## World of mouth

## Fashion New York Times Style Magazine: Η δικαίωση της πλαστικής καρέκλας

**Η** πλαστική καρέκλα είναι ίσως το πιο παρεξηγημένο έπιπλο των τελευταίων δεκαετιών. Για τους περισσότερους Έλληνες συνδέεται με καλοκαιρινά μεσημέρια σε εξοχικά, αυλές, καφενεία και παραθαλάσσια αναψυκτήρια. Συνδέεται επίσης με μια εποχή όπου η επιλογή των επίπλων γινόταν με κριτήρια το χαμηλό κόστος, την πρακτικότητα και την αντοχή, όχι το design. Κι όμως, αυτό το καθημερινό αντικείμενο βρέθηκε πρόσφατα ανάμεσα στα **25 πιο καθοριστικά έπιπλα των τελευταίων 100 χρόνων**, σύμφωνα με το **New York Times Style Magazine**. Η καρέκλα που γνωρίζουμε ως **monobloc** κατέκτησε μια θέση σε μια λίστα που διαμορφώθηκε ύστερα από πολύωρες συζητήσεις μιας επιτροπής αποτελούμενης από σημαντικές προσωπικότητες του design και της αρχιτεκτονικής. Ανάμεσά τους βρίσκονταν οι αρχιτέκτονες και interior designers **Rafael de Cárdenas** και **Daniel Romualdez**, η επιμελήτρια design του **Μουσείου Μοντέρ-**



**νας Τέχνης της Νέας Υόρκης (MoMA)** **Paola Antonelli**, η ηθοποιός **Julianne Moore**, η γλύπτρια **Katie Stout** και ο δημοσιογράφος design **Tom Delavan**. Η τελική επιλογή δεν βασίστηκε μόνο στην αισθητική ή τη λειτουργικότητα, αλλά και στην πολιτισμική και κοινωνική επιρροή κάθε αντικειμένου. Αυτό που κάνει τη **monobloc** ξεχωριστή είναι ακριβώς η απλότητά της.

Κατασκευάζεται από ένα και μόνο κομμάτι πλαστικού, κάτι που κατέστη εφικτό χάρη στις τεχνολογικές εξελίξεις μετά τα μέσα του 20ού αιώνα. Ως πιο κοντινός συγγενής της αναφέρεται η **Fauteuil 300** του Γάλλου σχεδιαστή **Henry Massonnet** από το 1972, ενώ άλλες πηγές εντοπίζουν τις απαρχές της σε σχέδιο του Καναδού **D.C. Simpson** ήδη από το 1946. Η συζήτηση γύρω από την πλαστική καρέκλα παραμένει ανοικτή. Για κάποιους αποτελεί θρίαμβο του **δημοκρατικού design**, καθώς προσφέρει άνεση και προσβασιμότητα σε όλους. Για άλλους είναι το σύμβολο της ανάλωσης μαζικής παραγωγής. Όποια κι αν είναι η άποψη, ένα πράγμα δύσκολα αμφισβητείται: η **monobloc** θεωρείται σήμερα το πιο διαδεδομένο έπιπλο στον κόσμο. Ίσως να μην είναι το πιο όμορφο αντικείμενο που σχεδιάστηκε ποτέ, όμως η οικειότητα που αποπνέει είναι αρκετή για να της εξασφαλίσει μια θέση όχι μόνο στις αυλές και τις βεράντες μας, αλλά και στην ιστορία του σύγχρονου design.



## Gourmet

# Μα τι είναι τέλος πάντων οι dirty sodas;

**Π**αρά τη διαρκή συζήτηση γύρω από τη μείωση της ζάχαρης, την ευεξία και την ενυδάτωση, ένα απρόσμενα γλυκό trend συνεχίζει να κερδίζει έδαφος στις Ηνωμένες Πολιτείες. Τα **dirty sodas**, τα ροφήματα που έχουν κατακλύσει το **TikTok**, μοιάζουν με κάτι ανάμεσα σε αναψυκτικό, milkshake και επιδόρπιο, αποδεικνύοντας ότι οι διατροφικές τάσεις δεν ακολουθούν πάντα τη λογική που περιμένουμε. Πρόκειται για έναν συνδυασμό κλασικού αναψυκτικού, κρέμας και αρωματικών σιροπιών. Η ιδέα γεννήθηκε στη **Γιούτα** στα μέσα της δεκαετίας του 2010, όταν μικρά καταστήματα άρχισαν να «πειραάζουν» αναψυκτικά όπως η **Diet Coke** και η **Sprite** προσθέτοντας γάλα, κρέμα, καρύδα, λάιμ και διάφορα αρωματικά στοιχεία. Αν και συχνά συγκρίνονται με τα ιταλικά sodas, η βασική διαφορά είναι ότι εδώ η βάση δεν είναι το ανθρακούχο νερό αλλά τα έτοιμα αναψυκτικά. Η δημοτικότητα τους συνδέεται στενά με την κοινότητα των **Μορμώνων**. Καθώς πολλοί πιστοί αποφεύγουν το αλκοόλ, τον καφέ και ορισμένα ζεστά ροφήματα, δημιουργήθηκε χώρος για εναλλακτικές μορφές κοινωνικής κατανάλωσης. Έτσι, τα dirty sodas έγιναν μέρος της καθημερινότητας: το ρόφημα μετά την προπόνηση, η στάση για ένα πρώτο ραντεβού ή μια μικρή



α ν τ α μ ο ι - βή μετά τη δουλειά. Η τάση σύντομα ξεπέρασε τα όρια της Γιούτα. Αλυσίδες όπως οι **Swig** και

**Sodalicious** επεκτάθηκαν σε ολόκληρη τη χώρα, ενώ η **Swig** άνοιξε το 50ό της κατάστημα το 2023. Ακόμη και η **Sonic Drive-In** δοκίμασε τη δική της σειρά **Dirty Drinks**, ενώ η σειρά **Secret Lives of Mormon Wives** βοήθησε να φτάσει το trend σε ακόμη μεγαλύτερο κοινό. Το 2024, η **Coffee Mate** λάνσαρε την πρώτη κρέμα ειδικά σχεδιασμένη για dirty sodas, με γεύση καρύδας και λάιμ, ενώ λίγο αργότερα παρουσίασε και την εκδοχή **Orange Creme Pop**, σχεδιασμένη να συνδυάζεται με πορτοκαλάδες. Παράλληλα, το hashtag **#dirtysoda** γέμισε το TikTok με εκατοντάδες χιλιάδες αναρτήσεις, ιδιαίτερα μετά τη φωτογράφιση της **Olivia Rodrigo** με ποτήρι από τη **Swig**, η οποία λειτούργησε σαν άτυπη διαφήμιση για το φαινόμενο. Η πιο κλασική συνταγή περιλαμβάνει **Diet Coke**, πάγο, σιρόπι καρύδας, χυμό λάιμ και μείγμα από γάλα και κρέμα γάλακτος. Σήμερα, βέβαια, υπάρχουν αμέτρητες παραλλαγές με διαφορετικά φρούτα, σιρόπια και κρέμες. Το αν είναι πραγματικά νόστιμα παραμένει θέμα συζήτησης. Για κάποιους θυμίζουν το απόλυτο καλοκαιρινό κέρασμα, για άλλους ένα υπερβολικά γλυκό πείραμα. Σε κάθε περίπτωση, τα **dirty sodas** έχουν ήδη περάσει από την κατηγορία του ροφήματος σε εκείνη του πολιτισμικού φαινομένου.

## World of mouth

## Gourmet

# Το Lalane ανοίγει τον κήπο του

**Τ**ο **Lalane Athens** αποκτά φέτος το καλοκαίρι έναν νέο εξωτερικό χώρο, το **Lalane Garden**, μια πρόταση που φιλοδοξεί να γίνει σημείο συνάντησης για all-day εξόδους, after-office ραντεβού και βραδινές συναντήσεις στην πόλη. Σε μικρή απόσταση από τη λεωφόρο Κηφισίας και το **Golden Hall**, η σύγχρονη **all-day brasserie** του boutique ξενοδοχείου **The Fiction Athens**, υπό τη διαχείριση της **SWOT Hospitality**, μεταφέρει τη δραστηριότητά της σε έναν καταπράσινο κήπο με χαλαρή ατμόσφαιρα, επιλεγμένες μουσικές, **signature cocktails** και comfort γεύσεις. Με τη δύση του ήλιου, ο κήπος μετατρέπεται σε ένα ατμοσφαιρικό σημείο για τα καλοκαιρινά βράδια. Οι **Swing & Spritz** αναλαμβάνουν τη μουσική επιμέλεια με live εμφανίσεις, ενώ στο επίκεντρο της πρότασης βρίσκονται τα νέα **Bar Nibs του Lalane**, μια σειρά από πιάτα σχεδιασμένα για μοίρασμα. Ανάμεσά τους ξε-



χωρίζει το **L.F.C. – Lalane Fried Chicken**, με τραγανό τηγανητό κοτόπουλο, garlic mayonnaise και αρωματικά βότανα. Στον κατάλογο συναντά κανείς ακόμη τα **"Pastitsio" arancini** με τρουπάτη μπεσαμέλ και μοσαρισίο ραγού, καθώς και το **Mini Club Sandwich** με pastrami, Comté και truffle mayo, επιλογές που συνοδεύουν ιδανικά τα cocktails του bar. Από τον Ιούνιο, το

**brunch** αποκτά ξεχωριστό ενδιαφέρον μέσα από τη συνεργασία με το **No Crumbs**. Κάθε Σάββατο, το brunch menu του Lalane εμπλουτίζεται με δημιουργίες του γνωστού artisan bakery, όπως το **Chocolate Roll** με γέμιση brownie, το **Salted Caramel Rice Pudding Croissant**, το **Japanese Sausage Roll** με teriyaki béchamel και Japanese BBQ glaze, αλλά και το **Spinach Suisse** με σπανάκι, πράσο, φέτα και άνηθο. Ξεκινώντας από το πρωινό και το brunch έως τα βραδινά cocktails και τα bar bites, το **Lalane Garden** διαμορφώνει φέτος μια νέα καλοκαιρινή πρόταση στα βόρεια προάστια.





## Culture

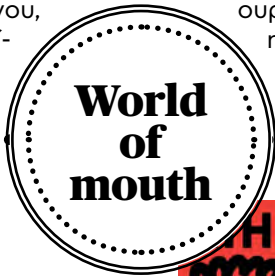
# Η Λένα Πλάτωνος και η Μαρία Φαραντούρη συναντιούνται στο Ηρώδειο

**Σ**τις **19 Ιουνίου 2026**, το **Ωδείο Ηρώδου Αττικού** φιλοξενεί μία από τις πιο ενδιαφέρουσες μουσικές συναντήσεις του φετινού καλοκαιριού. Η πρωτοπόρος συνθέτρια **Λένα Πλάτωνος** και η εμβληματική ερμηνεύτρια **Μαρία Φαραντούρη** συναντιούνται στη σκηνή του Ηρώδειου για τη συναυλία **«Μοίρες»**, που παρουσιάζεται στο πλαίσιο του **Φεστιβάλ Αθηνών Επιδαύρου 2026**. Μαζί τους θα βρεθεί ο διεθνούς φήμης σολίστ φλάουτου **Στάθης Καραπάνος**, σε μια παράσταση που φέρνει σε διάλογο την αρχαία ποίηση, τον σύγχρονο ήχο και τη διαχρονική ελληνική μουσική δημιουργία. Το νέο έργο **«Μοίρες»** γράφτηκε ειδικά για το Φεστιβάλ και αντλεί έμπνευση από τον πλατωνικό **Μύθο του Ηρός** και την ιδέα της αθανασίας της ψυχής. Η χαρακτηριστική φωνή της Μαρίας Φαραντούρη "συνομιλεί" με το φλάουτο του Στάθη Καραπάνου, δημιουργώντας μια μουσική αφήγηση που κινείται ανάμεσα στη μνήμη, τον στοχασμό και την



τελετουργία. Παράλληλα, η μουσική γλώσσα της Λένας Πλάτωνος λειτουργεί ως γέφυρα ανάμεσα στον αρχαίο λόγο και τις ηλεκτρονικές

φόρμες που καθόρισαν το προσωπικό της έργο. Η βραδιά δεν περιορίζεται στην παρουσίαση του νέου έργου. Το πρόγραμμα περιλαμβάνει επίσης μια αναδρομή στο θρυλικό **«Σαμποτάζ»**, τον δίσκο που θεωρείται σημείο αναφοράς για την εξέλιξη του ελληνικού ηλεκτρονικού ήχου. Τραγουδία όπως οι **«Χίλιες και μία νύχτες»** και το **«Στον αστερισμό του Πηγκουίνου»** παρουσιάζονται μέσα από νέες μεταγραφές για φλάουτο, φωτίζοντας με διαφορετικό τρόπο γνωστές συνθέσεις της Λένας Πλάτωνος. Με φόντο την Ακρόπολη και τη μοναδική ατμόσφαιρα του Ηρώδειου, η συναυλία φιλοδοξεί να λειτουργήσει ως μια συνάντηση διαφορετικών εποχών και μουσικών κόσμων. Από τα σωζόμενα αποσπάσματα των γυναικών ποιητριών της αρχαιότητας μέχρι τις ηλεκτρονικές αναζητήσεις της σύγχρονης ελληνικής δημιουργίας, οι **«Μοίρες»** προτείνουν μια βραδιά όπου η ποίηση, ο ήχος και η ερμηνεία συνδέονται σε ένα ενιαίο καλλιτεχνικό γεγονός.



## Gourmet

# 5 χρόνια παρουσίας για το Athens Cocktail Festival

**Τ**ο **Athens Cocktail Festival** συμπληρώνει φέτος πέντε χρόνια παρουσίας, φέρνοντας την cocktail κουλτούρα της πόλης ακόμη πιο κοντά στο κέντρο της Αθήνας. Επέστρεψε χτες και το προλαβαίνετε σήμερα **6 Ιουνίου** με νέα έδρα το **Ζάππειο**. Σε απόσταση μόλις λίγων λεπτών από το μετρό Συντάγματος, ο καταπράσινος πεζόδρομος με τις ανθισμένες γιακαράντες μετατρέπεται σε ένα μεγάλο υπαίθριο σημείο συνάντησης για όσους αγαπούν τα cocktails, τη μουσική και τη ζωντανή αστική ατμόσφαιρα. Η φετινή διοργάνωση φιλοξενεί περισσότερα από **18 bars** και πάνω από **40 cocktails**, δημιουργώντας ένα μεγάλο open-air cocktail gathering στην καρδιά της πόλης. Το πρόγραμμα περιλαμβάνει **live DJ sets**, happenings, photobooth activations και πολλές ακόμη εκπλήξεις, σε ένα περιβάλλον που θυμίζει περισσότερο γιορτή δρόμου παρά ένα συμβατικό φεστιβάλ. Οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να δοκιμάσουν δημιουργίες με **gin, tequila, rum, whiskey**, aperitivos αλλά και **alcohol-free serves**, ανακαλύπτοντας νέες γεύσεις ή επιστρέφοντας σε αγαπημένα κλασικά cocktails μέσα από σύγχρονες εκδοχές



τους. Τη μουσική επιμέλεια έχουν αναλάβει οι παραγωγοί του **Best 92.6**, Εύη Σιδηροπούλου και Βασίλης Μπρουσιανός. Σημαντικό

ρόλο στη διοργάνωση έχει για ακόμη μία χρονιά το **Schweppes**, που στηρίζει τον θεσμό από τα πρώτα του βήματα. Στο χαρακτηριστικό κίτρινο bar του brand, ο **Βασίλης Κυρίσης**, Global Brand Ambassador του Schweppes, παρουσιάζει cocktails σε highball και aperitivo εκδοχές, ενώ στην είσοδο οι επισκέπτες θα συναντήσουν το εμβληματικό Schweppes van με επιλογές όπως το Pink Grapefruit, τις Zero Sugar Orangeade και Lemonade, αλλά και τη νέα γεύση **Schweppes Βύσσινο** με νότες μαύρου πιπεριού. Το φεστιβάλ συνεχίζεται και μετά το διήμερο του Ζαππείου μέσα από το **Athens Cocktail Week** (7-11 Ιουνίου). Όσοι προμηθευτούν εισιτήριο θα λάβουν ειδικό κουπόνι που προσφέρει **1+1 cocktails** σε περισσότερα από 15 bars της Αθήνας, ανάμεσά τους τα **Line Athens, Baba Au Rum, The Clumsies, Barro Negro, 360 Cocktail Bar, Bless Me Father** και **The Bar in Front of the Bar**. Η είσοδος κοστίζει **18 ευρώ** και περιλαμβάνει δύο cocktails, με προώληση μέσω του more.com, αλλά και δυνατότητα αγοράς εισιτηρίου στην είσοδο του φεστιβάλ.

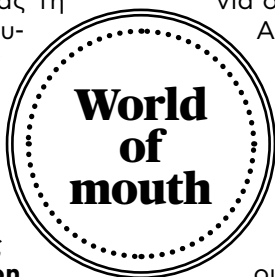




## Travel

# Το Mandarin Oriental, Costa Navarino αποκαλύπτει μια νέα σεζόν βιωματικών εμπειριών

**T**ο **Mandarin Oriental, Costa Navarino** παρουσιάζει για τη φετινή σεζόν ένα εκτεταμένο πρόγραμμα **γαστρονομικών, οινικών, wellness** και πολιτιστικών δράσεων, μετατρέποντας τη Μεσσηνία σε σημείο συνάντησης κορυφαίων chefs, ιστορικών οινικών οίκων, ειδικών ευεξίας και διεθνών performers. Στον πυρήνα του προγράμματος βρίσκεται η θεματική της «**Γένεσης**», μια σειρά γαστρονομικών συναντήσεων που αντλούν έμπνευση από την τοπική πρώτη ύλη και τη δημιουργική προσέγγιση διεθνώς αναγνωρισμένων chefs. Από τις 29 Ιουνίου έως τις 5 Ιουλίου, ο **Daniele Cason**, δημιουργός του The Pizza Bar on 38th στο Mandarin Oriental, Tokyo, επιστρέφει στο Pizza Sapienza με ένα νέο μενού αφιερωμένο στην ιταλική γαστρονομική παράδοση. Στις 29 και 30 Ιουλίου, ο **Σωτήρης Ευαγγέλου** παρουσιάζει στο Oliviera ένα μενού εμπνευσμένο από τη σύγχρονη ελληνική κουζίνα. Τη σκυτάλη παίρνει ο τριάστερος Michelin **Arnaud Lallement** στις 1 και 2 Αυγούστου στο The Private Kitchen, ενώ στις 15 και 16 Αυγούστου ο επίσης τριάστερος Michelin **Frédéric Anton** ολοκληρώνει το γαστρονομικό πρόγραμμα με μια πρόταση που συνδυάζει τεχνική ακρίβεια και σεβασμό στην παράδοση. Η δεύτερη θεματική, η «**Αμβροσία**», είναι αφιερωμένη στον κόσμο του **κρασιού** και των premium αποσταγμάτων. Το πρόγραμμα ξεκινά στις 15 Ιουνίου με το **T-Oinos** από την Τήνο και συνεχίζεται



με τη **Champagne Henri Giraud** στις 26 και 27 Ιουνίου. Στις 18 Ιουλίου ακολουθεί το **Château Haut-Brion**, ενώ στις 25 Ιουλίου το **Château Angelus** φέρνει στη Μεσσηνία σπάνιες ετικέτες από το Saint-Émilion. Στις 23 Αυγούστου το **Château d'Esclans**, δημιουργός του Whispering Angel, υπογράφει ένα Sunday BBQ δίπλα στη θάλασσα με γεύσεις από το Tahir. Παράλληλα, η mixology σκηνή ενισχύεται με τον **Τίτο Καρινίδη** του Ormos στις 18 και 19 Σεπτεμβρίου, ενώ καθ' όλη τη διάρκεια της σεζόν το **Line Athens**, No. 8 στη λίστα The World's 50 Best Bars, παρουσιάζει δημιουργικά cocktails στο Three Admirals. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται και στην **ευεξία** μέσα από το ταξίδι της «**Μεταμόρφωσης**». Από τις 17 έως τις 29 Ιουλίου, ο biohacker και ειδικός στην κίνηση **Jimmy Jarnet** πραγματοποιεί εξατομικευμένες συνεδρίες με επίκεντρο τη μακροζωία και τη βελτίωση της φυσικής απόδοσης. Από τις 22 έως τις 29 Αυγούστου, ο **Ismael Mrani** παρουσιάζει ένα πρόγραμμα που συνδυάζει οστεοπαθητικές τεχνικές, functional movement και restorative therapies, προσαρμοσμένες στις ανάγκες κάθε επισκέπτη. Το πρόγραμμα ολοκληρώνεται με το «**Pothos – The Journey of Desire**», που φιλοξενεί από τις 23 Ιουλίου έως τις 16 Αυγούστου τον διεθνώς αναγνωρισμένο mentalist και storyteller **Drummond Money-Coutts** που θα μεταφέρει τους επισκέπτες σε έναν κόσμο όπου η ψευδαίσθηση, η αφήγηση και η ψυχολογία συνυπάρχουν.



## Fashion

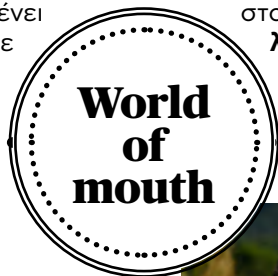
# Λευκό φόρεμα: ο μεγάλος πρωταγωνιστής της σεζόν

**Τ**ο λευκό φόρεμα παραμένει κάθε χρόνο ένα από τα πιο σταθερά σημεία αναφοράς της καλοκαιρινής γκαρνταρόμπας. Διαχρονικό, ευέλικτο και πάντα κομψό, λειτουργεί σαν ένας λευκός καμβάς πάνω στον οποίο οι σχεδιαστές δοκιμάζουν νέες σιλουέτες, υφές και αναλογίες. Οι πασαρέλες της σεζόν επιβεβαιώνουν ότι το λευκό δεν είναι μία μόνο τάση, αλλά πολλές διαφορετικές εκδοχές της ίδιας ιδέας: από τον μινιμαλισμό μέχρι τον ρομαντισμό και από τη διαφάνεια μέχρι τον γλυπτικό όγκο. Στη **Chloé**, η δημιουργική διευθύντρια **Chemena Kamali** συνεχίζει τη bohemian αναγέννηση του οίκου με ένα λευκό φόρεμα γεμάτο ντραπέ λεπτομέρειες, φιόγκους και cut-outs που θυμίζουν ανεπιτήδευτη καλοκαιρινή θηλυκότητα. Στον αντίποδα, ο **Daniel Lee** για τη **Burberry** προτείνει ένα κοντό φόρεμα από δαντελένια μοτίβα, συνδυασμένο με αρβυλάκια, δίνοντας μια πιο βρετανική και πρακτική διάσταση στο λευκό. Η **Moschino** κινείται σε πιο τολμηρό έδαφος με ένα διάφανο πλεκτό φόρεμα που παίζει με την έννοια της αποκάλυψης, ενώ η **Tod's** παραμένει πιστή στη φιλοσοφία της ήσυχης πολυτέλειας με μια αυστηρή, μινιμαλιστική γραμμή που απο-



δεικνύει ότι η απλότητα παραμένει ισχυρό εργαλείο κομψότητας. Στη **Bottega Veneta**, οι καθαρές γραμμές συναντούν έναν γλυπτικό όγκο στη φούστα, δημιουργώντας ένα φόρεμα που ισορροπεί ανάμεσα στη δομή και την κίνηση. Η **Stella McCartney** επενδύει στη διαφάνεια και το draping μέσα από ένα asymmetrical mini

φόρεμα, ενώ η **Cecilie Bahnsen** παρουσιάζει τη δική της ονειρική εκδοχή με φουσκωτές φόρμες, λουλουδάτες λεπτομέρειες και αθλητικά παπούτσια. Στην **Carven**, το λευκό αποκτά αρχιτεκτονική καθαρότητα μέσα από ένα λιτό mini φόρεμα με διακριτικές σχεδιαστικές παρεμβάσεις. Η νέα εποχή της **Givenchy** φέρνει αέριες διαφάνειες και lingerie αναφορές, ενώ ο **Giambattista Valli** παραμένει πιστός στον ρομαντισμό του με ένα δαντελένιο φόρεμα σε ασύμμετρη γραμμή. Η **Lacoste** συνδυάζει αθλητικά στοιχεία με διαφάνειες και δαντέλα, ενώ η **Celine** προτείνει μια σχεδόν αρχαιοελληνική προσέγγιση, με ρευστά υφάσματα, κάπες και δραματικές πτυχώσεις. Στις υπόλοιπες εμφανίσεις, η **Miu Miu** δίνει στο λευκό μια νεανική και ελαφρώς αντισυμβατική διάσταση, η **Chanel** παραμένει πιστή στην κλασική γαλλική κομψότητα, η **Medea** πειραματίζεται με σύγχρονες φόρμες και καθαρές γραμμές, ενώ ο **Ralph Lauren** επιβεβαιώνει για ακόμη μία φορά την αγάπη του για τη διαχρονική πολυτέλεια και τα αβίαστα καλοκαιρινά looks. Το κοινό στοιχείο σε όλες αυτές τις προτάσεις είναι ότι το λευκό φόρεμα δεν αντιμετωπίζεται ως ένα απλό βασικό κομμάτι. Φέτος γίνεται πρωταγωνιστής.



## Gourmet

# Το βραβευμένο εστιατόριο Pietra μεταφέρεται στο ξενοδοχείο Unda

**Τ**ο **Pietra**, ένα από τα πιο αναγνωρίσιμα γαστρονομικά εγχειρήματα της Κέρκυρας, ανοίγει ένα νέο κεφάλαιο στην πορεία του, μεταφέροντας τη δραστηριότητά του από το **Restia** στο **Unda**, το νέο ξενοδοχείο του **Ομίλου Mayor** στη Ρόδα Κέρκυρας. Η μετακίνηση αυτή σηματοδοτεί μια νέα φάση για το εστιατόριο, το οποίο έχει συνδέσει το όνομά του με τη σύγχρονη ελληνική δημιουργική κουζίνα, την τοπική πρώτη ύλη και μια φιλοσοφία φιλοξενίας που δίνει έμφαση στην αυθεντικότητα και την ουσία. Καθοριστική παραμένει η παρουσία του **Executive Chef Μίλτου Αρμένη**, ο οποίος συνεχίζει να διαμορφώνει τη γαστρονομική ταυτότητα του **Pietra** μέσα από ένα μενού εμπνευσμένο από τις γεύσεις του **Ιονίου**, την ελληνική γευστική μνήμη και την εποχικότητα. Η μαγειρική του προσέγγιση συνδυάζει σύγχρονες τεχνικές με βαθύ σεβασμό στην παράδοση, αναδεικνύοντας ποιοτικές



πρώτες ύλες από μικρούς παραγωγούς και τη γη της Κέρκυρας. Η εγκατάσταση στο **Unda** δεν αποτελεί απλώς μια αλλαγή διεύθυνσης, αλλά τη φυσική εξέλιξη της φιλοσοφίας του εστιατορίου. Το νέο περιβάλλον, που εκφράζει τη σύγχρονη αισθητική και το experiential όραμα του Ομίλου Mayor, προσφέρει μεγαλύτερη δημιουργική ελευθερία και ενισχύει τη σύνδεση της γαστρονομίας με το φυσικό

τοπίο και την ατμόσφαιρα του Ιονίου. Το **Pietra** διατηρεί στον πυρήνα του τη λογική που το ανέδειξε, εξελίσσοντας παράλληλα την πρότασή του μέσα από σύγχρονες τεχνικές και προσεγγίσεις γευστικές συνθέσεις. Η πορεία αυτή συνοδεύεται και από σημαντικές διακρίσεις. Το εστιατόριο βραβεύθηκε στα **FNL Best Restaurant Awards 2025 και 2026**, ενώ απέσπασε διάκριση και στα **Βραβεία Ελληνικής Κουζίνας 2026**, επιβεβαιώνοντας τη σταθερή παρουσία του στον σύγχρονο γαστρονομικό χάρτη της χώρας. Μέσα από τη νέα του παρουσία στο **Unda**, το **Pietra** φιλοδοξεί να αποτελέσει έναν προορισμό γεύσης και φιλοξενίας για επισκέπτες από την Ελλάδα και το εξωτερικό, με επίκεντρο τη μοναδική πολιτιστική και γαστρονομική ταυτότητα της **Κέρκυρας**.



## Culture

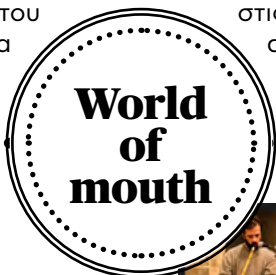
### Ποιες είναι οι ταινίες που πρέπει να δεις τον Ιούνιο;

**Ο** Ιούνιος μπαίνει δυναμικά στις κινηματογραφικές αίθουσες με νέες ταινίες που καλύπτουν σχεδόν κάθε κινηματογραφικό είδος, από δημιουργικό ευρωπαϊκό σινεμά και animation μέχρι θρίλερ, κωμωδίες και μεγάλες χολιγουντιανές παραγωγές. Η αρχή γίνεται στις 4 Ιουνίου με τις «**Πικρές Γιορτές**», τη νέα ταινία του **Πέδρο Αλμοδόβαρ**, που έκανε πρόσφατα πρεμιέρα στο Φεστιβάλ Καννών. Στο επίκεντρο βρίσκεται η Έλσα, μια διαφημιστριά που παλεύει με κρίσεις πανικού και προσωπικά διλήμματα, ενώ παράλληλα ένας διάσημος σκηνοθέτης αναμετρείται με τις δικές του υπαρξιακές αναζητήσεις. Την ίδια ημέρα κάνει πρεμιέρα και το «**Ελλάδα 3.0**», ένα ιδιαίτερο κινηματογραφικό εγχείρημα που ενώνει τρεις ελληνικές ταινίες μικρού μήκους — το «**100 Χρόνια Μπροστά**», το «**Planet Balcony**» και το «**Χο ρε καί ε ρο ν πελεύσει**» — σε μια ενιαία προβολή με χιούμορ, παραλογισμό και σύγχρονες ελληνικές αναφορές. Στις 11 Ιουνίου ακολουθεί η «**Ημέρα Αποκάλυψης**», η νέα ταινία του **Στίβεν Σπίλμπεργκ**, βασισμένη σε δική του ιδέα και με σενάριο του Ντέιβιντ Κεπ. Με πρωτα-



γωνιστές τους **Έμιλι Μπλαντ, Τζος Ο'Κόννορ, Κόλιν Φερθ, Ίβ Χιούσον** και **Κόλμαν Ντομίνγκο**, η ταινία εξερευνά το ενδεχόμενο μιας κοσμοϊστορικής αποκάλυψης. Την ίδια εβδομάδα προβάλλεται και το «**The**

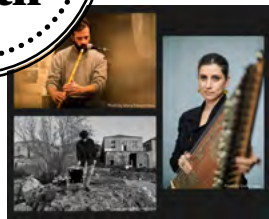
**Stranger**», η κινηματογραφική μεταφορά του κλασικού μυθιστορήματος του **Αλμπέρ Καμύ** από τον **Φρανσουά Οζόν**, με τον βραβευμένο **Μπενζαμέν Βουζάν** στον πρωταγωνιστικό ρόλο. Στις 18 Ιουνίου επιστρέφει το αγαπημένο σύμπαν του «**Toy Story 5**», όπου ο **Woody**, ο **Buzz Lightyear** και η παρέα τους έρχονται αντιμέτωποι με την τεχνολογία και ένα νέο tablet που διεκδικεί την προσοχή της **Bonnie**. Την ίδια περίοδο κάνει πρεμιέρα και η «**Εμμονή**», ένα horror φιλμ του **Κάρι Μπάρκερ** που εξερευνά τη σκοτεινή πλευρά των επιθυμιών. Το τέλος του μήνα φέρνει τη μαύρη κωμωδία «**Η Μεγάλη Σφαγή στα Β' ΚΑΠΗ Αλίμου**» του **Αθανάσιου Τόμμου Σκλάβου**, το αγωνιώδες crime thriller «**Fuze**» του **Ντέιβιντ Μακένζι** με τους **Άρον Τέιλορ-Τζόνσον** και **Τέο Τζέιμς**, καθώς και το ιστορικό δράμα «**72 Ώρες Προθεσμία**», βασισμένο στα γεγονότα που προηγήθηκαν της Απόβασης στη Νορμανδία, με τους **Μπρένταν Φρέιζερ, Αντριου Σκοτ** και **Κέρι Κόντον**. Ο μήνας ολοκληρώνεται με τη «**Ρομερία**» της **Κάρλα Σιμόν**, μια ταινία με αυτοβιογραφικές αναφορές που διαγωνίστηκε για τον Χρυσό Φοίνικα στις Κάννες και ακολουθεί μια νεαρή γυναίκα στην αναζήτηση της οικογενειακής της ιστορίας στις ακτές του Ατλαντικού.



## Culture

### Ίχνη στο Νερό: Ένας μουσικός διάλογος με την τέχνη του Ebru

**Τ**ο **Ίδρυμα Β & Μ Θεοχαράκη** συνεχίζει τον κύκλο συναυλιών **Ηχοχρωμίες** με μια ξεχωριστή μουσική παράσταση που αντλεί έμπνευση από την τέχνη του **Ebru**, τη ζωγραφική πάνω στο νερό. Την **Παρασκευή 12 Ιουνίου 2026**, στις 20:30, τρεις μουσικοί με ισχυρή προσωπική διαδρομή συναντιούνται για πρώτη φορά επί σκηνής, δημιουργώντας έναν διάλογο ανάμεσα στην εικόνα, τον αυτοσχεδιασμό και τον ήχο. Η σολίστ στο **κανονάκι**, συνθέτρια και αυτοσχεδιάστρια **Σοφία Λαμπροπούλου**, ο δεξιότιχνης του **νέου Χάρης Λαμπράκης** και ο πειραματιστής των κρουστών και των ηλεκτρονικών μέσων **Γιώργος Σταυριδής** παρουσιάζουν μια παράσταση ειδικά σχεδιασμένη για τη σειρά του Ίδρυματος Θεοχαράκη. Στο πρόγραμμα περιλαμβάνονται πρωτότυπες συνθέσεις των τριών μουσικών, έργα σύγχρονων δημιουργών αλλά και αναφορές στην κλασική οθωμανική μουσική και στις λαϊκές παραδόσεις της Ανατολικής Μεσογείου, οι οποίες επανερμηνεύο-



νται μέσα από μια σύγχρονη ματιά. Στο επίκεντρο βρίσκεται ο **αυτοσχεδιασμός** και η ιδέα ότι μια εικόνα μπορεί να λειτουργήσει ως οπτική παρτιτούρα. Η τέχνη του **Ebru**, με τη ρευστότητα, τα χρώματα και το εφήμερο στοιχείο της,

μεταφράζεται σε μουσική πράξη και γίνεται αφορμή για δημιουργική συνομιλία. Το αποτέλεσμα είναι ένας ηχητικός διαλογισμός πάνω στην έννοια της ροής, της μεταμόρφωσης και της σχέσης ανάμεσα στο παρελθόν και το παρόν. Και οι τρεις μουσικοί διαθέτουν σημαντική διεθνή πορεία. Ο **Χάρης Λαμπράκης**, με περισσότερα από τριάντα χρόνια παρουσίας σε συναυλίες και ηχογραφήσεις, είναι υπεύθυνος της Διαπολιτισμικής Ορχήστρας της ΕΛΣ. Η **Σοφία Λαμπροπούλου**, που ζει και εργάζεται στη Βιέννη, έχει αναπτύξει μια προσωπική γλώσσα που γεφυρώνει διαφορετικές μουσικές παραδόσεις, ενώ ο **Γιώργος Σταυριδής** κινείται ανάμεσα στον αυτοσχεδιασμό, τα ηλεκτρονικά μέσα και τη σύγχρονη πειραματική δημιουργία. Η συναυλία εντάσσεται στη φιλοσοφία των **Ηχοχρωμιών**, της νέας σειράς που επιμελούνται οι **Λορέντα Ράμου, Σταύρος Γασπαράτος** και **Μιχάλης Παρασκάκης**, με στόχο να αναδείξει τη σχέση της μουσικής με τις εικαστικές τέχνες, τον χώρο και τη ζωντανή καλλιτεχνική πράξη. Η είσοδος είναι ελεύθερη, με απαραίτητη προκράτηση θέσης.



## Gourmet

### Byzantino Grande Brasserie: η μεγάλη επιστροφή

**T**ο **Byzantino** επιστρέφει στην αθηναϊκή σκηνή μέσα από μια νέα ταυτότητα, αυτή της πρώτης **grande brasserie** της πόλης. Στον χώρο όπου για δεκαετίες χτυπούσε η καρδιά της κοσμικής Αθήνας, κάτω από τον χαρακτηριστικό θόλο του ιστορικού εστιατορίου του Hilton, το **Conrad Athens The Ilisian** επαναφέρει ένα γνώριμο όνομα με σύγχρονη ματιά, συνδυάζοντας γαλλική φινέτσα, ελληνική φιλοξενία και μια all-day λογική που ανταποκρίνεται στον σημερινό τρόπο ζωής. Το νέο **Byzantino Grande Brasserie** κινείται ανάμεσα στην άνεση ενός καθημερινού αστικού εστιατορίου και τη φροντίδα ενός προσεγμένου γαστρονομικού προορισμού. Τη γαστρονομική επιμέλεια υπογράφει ο **Άγγελος Λάντος**, Executive Chef του Conrad Athens The Ilisian, ο οποίος μετά από 17 χρόνια στη βραβευμένη με δύο αστέρια Michelin **Σπονδή**, μεταφέρει εδώ στοιχεία της γαλλικής υψηλής γαστρονομίας μέσα από δύο διακριτά μενού ελληνικής και γαλλικής κουζίνας. Στο πλευρό του βρίσκεται ο **Head Chef Σπύρος Μελανίτης**, με εμπειρία σε ξενοδοχεία και εστιατόρια σε όλη την Ελλάδα. Η



εμπειρία δεν περιορίζεται στο φαγητό. Ένα εντυπωσιακό **walk-in cheese room** υπό την επιμέλεια Cheese Master, trolley με επιλεγμένα ελληνικά και γαλλικά τυριά, αλλά και trolley γλυκών κινούνται ανάμεσα

στα τραπέζια. Παράλληλα, πιάτα όπως το **φιλέτο ταρτάρ** και οι **crêpes Suzette** ολοκληρώνονται μπροστά στους επισκέπτες, δίνοντας ζωντάνια και θεατρικότητα στη σάλα. Στο κυκλικό bar, ο **Φαίδων Παπακωνσταντίνου**, με θητεία στο **Baba Au Rum** και στο βραβευμένο με δύο αστέρια Michelin **Delta Restaurant**, υπογράφει τη λίστα των cocktails, ενώ η κάβα περιλαμβάνει περισσότερες από **200 ελληνικές και διεθνείς ετικέτες κρασιού**. Τον σχεδιασμό του χώρου υπογράφει ο **Tristan Auer**, αντλώντας έμπνευση από τη mid-century modern αισθητική του αυθεντικού Byzantino. Οι εμβληματικές καμάρες επανέρχονται στο προσκήνιο, πλαισιωμένες από μωσαϊκά δάπεδα, θερμές αποχρώσεις και σύγχρονα φωτιστικά. Στις συνολικά **306 θέσεις** της brasserie και του café, η κεντρική σάλα, οι private dining χώροι και η αυλή δημιουργούν διαφορετικά σκηνικά για κάθε στιγμή της ημέρας. Το **Byzantino Grande Brasserie** λειτουργεί καθημερινά για πρωινό, μεσημεριανό και δείπνο, ενώ το café παραμένει ανοιχτό από τις 07:00 έως τη 01:00, φιλοδοξώντας να ξαναγίνει ένα από τα σταθερά σημεία συνάντησης της Αθήνας.



## Gourmet

### Το εστιατόριο Humain υποδέχεται το καλοκαίρι

**T**ο **Humain** υποδέχεται το καλοκαίρι με ένα νέο γαστρονομικό κεφάλαιο, παρουσιάζοντας ένα ανανεωμένο **menu dégustation** που εκφράζει τη δημιουργική φιλοσοφία του σεφ **Γιάννη Καλδή**. Λίγα βήματα από το Καλλιμάρμαρο, στην καρδιά του Μετς, το εστιατόριο συνεχίζει να εξελίσσει την ταυτότητά του, παραμένοντας πιστό στη σύγχρονη **fusion γαστρονομία** που το έκανε να ξεχωρίσει από την πρώτη στιγμή. Με εμπειρία δίπλα σε βραβευμένους chefs στην Ελλάδα και το εξωτερικό, ο Γιάννης Καλδής έχει διαμορφώσει μια πρόταση που ισορροπεί ανάμεσα στην τεχνική ακρίβεια, τη γευστική μνήμη και τη δημιουργική ελευθερία. Το νέο concept κινείται πλέον αποκλειστικά γύρω από ένα **degustation menu 12 σταδίων**, σχεδιασμένο ως μια ενιαία γαστρονομική αφήγηση. Παράλληλα, οι επισκέπτες μπορούν να προσθέσουν δύο επιπλέον στάδια, τα οποία προέρχονται από τα πιο αγαπημένα πιάτα της προηγούμενης περιόδου. Η φιλοσοφία της κουζίνας παραμένει προσηλωμένη στην **εποχικότητα**, στις προσεκτικά επιλεγμένες πρώτες ύλες και



στη λεπτομέρεια. Στο Humain, τεχνικές, αρώματα και γεύσεις από διαφορετικές γαστρονομικές κουλτούρες συνυπάρχουν με φυσικό τρόπο, δημιουργώντας μια πρόταση που παραμένει εκλεπτυσμένη αλλά και ανθρώπινη, όπως άλλωστε υποδηλώνει και το όνομά του. Το

εστιατόριο στεγάζεται σε ένα νεοκλασικό κτίριο στη γωνία των οδών Άγρας και Αρχιμήδους. Τον σχεδιασμό του εσωτερικού χώρου υπογράφουν οι **Γιώργος Γαβαλάς** και **Γιάννης Μουρίκης**, δημιουργώντας ένα περιβάλλον που συνδυάζει φυσικά υλικά, γήινες υφές και σκοτεινούς, ατμοσφαιρικούς τόνους. Σημαντικό ρόλο παίζει και το **bar**, με την cocktail list των **Δημήτρη Καραπάνου** και **Βασίλη Σγουρομάλλη** να εξερευνά ζυμώσεις, αποστάξεις και ιδιαίτερους γευστικούς συνδυασμούς, είτε ως pairing του μενού είτε ως αυτόνομη επιλογή. Τους καλοκαιρινούς μήνες το ενδιαφέρον μεταφέρεται στην εντυπωσιακή **ταράτσα του Humain**, έναν καταπράσινο χώρο με θέα στον αττικό ουρανό. Εκεί, το νέο μενού συνοδεύεται από επιλεγμένο **wine pairing** με έμφαση σε Έλληνες παραγωγούς και γηγενείς ποικιλίες, αναδεικνύοντας τον σύγχρονο ελληνικό αμπελώνα. Το Humain αποτελεί μέλος του **Jul's Group**, που ξεκίνησε από την Ίμπιζα το 2018 και πρόσφατα επεκτάθηκε και στο Λονδίνο, συνεχίζοντας να αναπτύσσει γαστρονομικές προτάσεις που συνδυάζουν διαφορετικές κουλτούρες και επιρροές με φυσικό και σύγχρονο τρόπο.



# Όταν η γαστρονομία «παίζει μπάλα» στο ΤΙΚΤΟΚ

Για δεκαετίες οι **γαστρονομικές τάσεις** γεννιούνταν στις κουζίνες των εστιατορίων, στα βιβλία μαγειρικής, στα περιοδικά και στις τηλεοπτικές εκπομπές. Σήμερα, όμως, ένα σημαντικό μέρος της συζήτησης για το φαγητό περνά μέσα από την οθόνη του **κινητού**. Κάπως έτσι το **TikTok** δεν επηρεάζει απλώς τη γαστρονομία, αλλά τον τρόπο με τον οποίο ανακαλύπτουμε, αξιολογούμε, φωτογραφίζουμε και τελικά καταναλώνουμε το **φαγητό**. Και μάλιστα με ταχύτητα. Ένα άγνωστο εστιατόριο μπορεί να γίνει **διάσημο** μέσα σε λίγες ημέρες. Ένα συγκεκριμένο **πιάτο** μπορεί να προκαλέσει ουρές έξω από την πόρτα ενός εστιατορίου χωρίς να έχει προηγηθεί **καμία παραδοσιακή δημοσιογραφική κάλυψη**. Το ίδιο συμβαίνει και με τα προϊόντα. Η πρόσφατη εμμονή με την **Dubai Chocolate** και με τα **smashed burgers** απέδειξαν ότι ένα βίντεο διάρκειας λίγων δευτερολέπτων μπορεί να έχει μεγαλύτερη επιρροή από μια ολοσέλιδη καταχώριση σε ένα περιοδικό ή μια τηλεοπτική εμφάνιση. Αυτό **δεν είναι απαραίτητα αρνητικό**. Το TikTok λειτουργεί ως ένα είδος **εκδημοκρατισμού** της γαστρονομικής πληροφορίας. Έδωσε βήμα σε **μικρούς παραγωγούς, νέους σεφ, οικογενειακά εστιατόρια** και **τοπικές κουζίνες** που δύσκολα θα έβρισκαν χώρο στα παραδοσιακά μέσα. Πολλοί καταναλωτές γνώρισαν μέσα από την πλατφόρμα κουζίνες χωρών που μέχρι πρότινος αγνοούσαν, από τη γεωργιανή και τη φιλιππινέζικη μέχρι την περουβιανή και την κορεατική. Σε αυτή την περίπτωση, το TikTok λειτουργεί ως **εργαλείο διάδοσης γαστρονομικής γνώσης**. Το πρόβλημα αρχίζει όταν η **εικόνα** γίνεται σημαντικότερη από τη **γεύση**. Η λογική του αλγορίθμου ευνοεί το **εντυπωσιακό**, όχι απαραίτητα το **νόστιμο**. Ένα burger με δέκα στρώσεις τυριού, ένα κρουασάν γεμισμένο με υπερβολικές ποσότητες κρέμας ή ένα cocktail που βγάζει καπνούς έχουν περισσότερες πιθανότητες να γίνουν viral από ένα άψογα μαγειρεμένο ψάρι ή ένα πιάτο που στηρίζεται στη λεπτότητα και την τεχνική. Το αποτέλεσμα είναι ότι πολλές επιχειρήσεις αρχίζουν να σχεδιάζουν **πιάτα** όχι για να **τρώγονται** αλλά για να **βιντεοσκοποούνται**. Η επιρροή αυτή είναι πλέον ορατή και στα **εστιατόρια υψηλής γαστρονομίας**. Ακόμη και χώροι που παραδοσιακά απευθύ-

νονταν σε κοινό με **βαθύτερο ενδιαφέρον** για το φαγητό αναγκάζονται να σκεφτούν πώς θα αποτυπωθούν στο κινητό του πελάτη. Η **παρουσίαση**, το **χρώμα**, η **διάταξη** και η θεατρικότητα στο σέρβις αποκτούν ολοένα μεγαλύτερη σημασία. Δεν είναι τυχαίο ότι ο όρος **immersive dining** έχει γίνει μία από τις πιο πολυσυζητημένες τάσεις των τελευταίων ετών. Παράλληλα, το TikTok έχει αλλάξει και τον τρόπο με τον οποίο διαμορφώνεται η **γαστρονομική κριτική**. Ο επαγγελματίας κριτικός που επισκεπτόταν ανώνυμα ένα εστιατόριο και δημοσίευε ένα αναλυτικό κείμενο δεν είναι πλέον ο μοναδικός διαμορφωτής γνώμης. Τη θέση του μοιράζονται πλέον χιλιάδες creators, οι οποίοι συχνά **αξιολογούν** ένα εστιατόριο μέσα σε **ελάχιστο χρόνο**. Η προσέγγιση αυτή έχει το πλεονέκτημα της **αμεσότητας**, αλλά συχνά στερείται **πλαίσιου, γνώσης** και **σύγκρισης**. Η γεύση, άλλωστε, δύσκολα χωρά σε ένα βίντεο 30 δευτερολέπτων. Υπάρχει και μια ακόμη διάσταση. Το TikTok τείνει να μετατρέπει το φαγητό σε διαρκή τάση. Σήμερα, π.χ. είναι το matcha, αύριο κάποιο νέο street food από την Ασία. Οι κύκλοι γίνονται όλο και πιο **σύντομοι** και η **διάρκεια ζωής** μιας γαστρονομικής μόδας όλο και μικρότερη. Αυτό δημιουργεί **πίεση** σε εστιατόρια και παραγωγούς να κυνηγούν συνεχώς **την επόμενη viral στιγμή**, συχνά εις βάρος της συνέπειας και της ταυτότητάς τους. Παρ' όλα αυτά, θα ήταν λάθος να αντιμετωπίζουμε το TikTok ως εχθρό της γαστρονομίας. Πρόκειται απλώς για ένα **νέο μέσο**, με τις δικές του **ευκαιρίες** και τις δικές του **παγίδες**. Όπως κάποτε η τηλεόραση άλλαξε τη σχέση μας με τη μαγειρική και τα περιοδικά διαμόρφωσαν τις γαστρονομικές τάσεις του τέλους του 20ού αιώνα, έτσι και το TikTok επηρεάζει σήμερα τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβανόμαστε το φαγητό. Το πραγματικό ερώτημα δεν είναι αν το TikTok επηρεάζει τη γαστρονομία. Αυτό έχει ήδη συμβεί. Το ερώτημα είναι αν η γαστρονομία θα συνεχίσει να χρησιμοποιεί το TikTok ως **εργαλείο επικοινωνίας** όπως πρέπει ή αν θα αρχίσει να προσαρμόζεται πλήρως στις απαιτήσεις του αλγορίθμου και να εξαρτάται. Γιατί από τη στιγμή που ένα πιάτο σχεδιάζεται πρωτίστως για την οθόνη και όχι για τον ουρανίσκο, η συζήτηση παύει να αφορά τη **γαστρονομία** και αρχίζει να αφορά το **θέαμα**.





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

## A Greekman in Greece: Κάνοντας τον τουρίστα στην ίδια μας τη χώρα

**Ο** Έλληνας τουρίστας που επιλέγει να κάνει διακοπές στη χώρα του έχει κάθε λόγο να νιώθει περήφανος — αλλά και **κάθε δικαίωμα να απαιτεί αξία για τα χρήματά του.**

Κάθε καλοκαίρι, εκατομμύρια Έλληνες συνωθούνται στα ίδια λιμάνια και αεροδρόμια, ανεβαίνουν στα ίδια πλοία και αεροπλάνα, και αράζουν στα ίδια νησιά με τους Ευρωπαίους τουρίστες.

Συχνά, όμως, **πληρώνουν ακριβότερα από αυτούς.**

Ο εγχώριος τουρισμός έχει γίνει πια μια ολόκληρη βιομηχανία, όπου ο Έλληνας καταναλωτής αντιμετωπίζεται όχι ως οικοδεσπότης, αλλά ως **πελάτης με ανοιχτό πορτοφόλι.**

Τί πρέπει να γνωρίζει κανείς πριν ξεκινήσει — και τί να απαιτεί μόλις φτάσει.

**Φαγητό και ποτό: Η μεγάλη παγίδα**

Η εστίαση στα ελληνικά θέρετρα έχει αναπτύξει έναν εξαιρετικά επιδέξιο τρόπο να **χρεώνει πολύ για λίγο.** Η

πρώτη ύλη — ψάρι, θαλασσινά, κρέας, λαχανικά — σπανίως είναι τοπική ή φρέσκια όσο διαφημίζεται. Πολλά ψάρια, που σερβίρονται ως... φρέσκα, **προέρχονται από ιχθυοτροφεία ή είναι κατεψυγμένα.**

Κανένα πρόβλημα. Απλά, να το ξέρούμε.

Ο νόμος υποχρεώνει τη σήμανση, αλλά **σπάνια ελέγχεται στην πράξη.**

**Εποχική αλαζονεία**

Το service αποτελεί χωριστό κεφάλαιο.

Σε πολλά παραθαλάσσια εστιατόρια της εποχής, το προσωπικό είναι **εποχιακό, απαίδευτο και υπερφορτωμένο.**

Η αδιαφορία για τον πελάτη συχνά εξηγείται από την απόλυτη βεβαιότητα ότι το τραπέζι θα γεμίσει ξανά αμέσως — **εποχική αλαζονεία.**

Ωστόσο, το γεγονός αυτό δεν αποτελεί δικαιολογία, ούτε πρέπει να το αποδεχόμαστε ως δεδομένο.

**Ξενοδοχεία: Η τιμή δεν λέει πάντα την αλήθεια**

Η ελληνική ξενοδοχεία έχει μάθει να βαθμολογεί τον εαυτό της με... γενναιοδωρία.

Ένα πεντάστερο ξενοδοχείο σε ελληνικό νησί **δεν αντιστοιχεί πάντα σε πεντάστερο επίπεδο υπηρεσιών,** με βάση διεθνή πρότυπα.

Τα ξενοδοχεία τιμολογούν με βάση τη ζήτηση, την εποχή και την τοποθεσία — **όχι πάντα με βάση αυτό, που πραγματικά προσφέρουν.**

Ιδιαίτερη προσοχή χρειάζεται στα extras: Η χρέωση ομπρελών και ξαπλωστρών σε παραλία ξενοδοχείου, η είσοδος στο SPA,

η χρήση της πισίνας κατά περίπτωση, η τελική χρέωση για πρωινό, που δεν συμπεριλαμβάνεται. **Όλα αυτά μπορούν να ανεβάσουν σημαντικά το τελικό κόστος διαμονής,** αν δεν τα έχετε ελέγξει εκ των προτέρων.

**Σχέση ποιότητας-τιμής: Μην το... τσιγκουνευτείτε!**

Ο Έλληνας τουρίστας έχει ένα φυσικό πλεονέκτημα έναντι του ξένου: **Γνωρίζει τί αξίζει και τί όχι.**

Ξέρει ότι ένα μέτριο μεζεδοπωλείο δεν δικαιολογεί **18 και 20 ευρώ για ένα πιάτο γαρίδες σαγανάκι με κατεψυγμένα υλικά.**

Ξέρει ότι μια φέτα τυρόπιτα στον φούρνο του χωριού κοστίζει 1,50 ευρώ — και ότι στον πεζόδρομο πωλείται για 5 (και λογικό, λόγω ενοικίων και άλλων εξόδων, αλλά μέχρι ένα σημείο).

Η γνώση αυτή, όμως, σπάνια μεταφράζεται σε πράξη.

Η ψυχολογία των διακοπών — “θα περάσουμε καλά, δεν θα μετράμε” — είναι **ένα ανοιχτό δώρο προς κάθε επιτήδειο πάγκο και κουζίνα.**

**Η αξιοπρεπής στάση δεν είναι τσιγκουνιά· είναι αυτοσεβασμός.**

**Στρατηγικές αντίστασης: Τί μπορεί να κάνει ο τουρίστας**

Ο καλύτερος τρόπος να αλλάξουν τα πράγματα δεν είναι οι αγανακτισμένες δηλώσεις στα social media μετά τις διακοπές — **είναι η στάση κατά τη διάρκεια τους.**

**Ελέγξτε τους λογαριασμούς πριν πληρώσετε.**

Τα λάθη κατά... λάθος είναι συχνότερα από ό,τι νομίζετε.

Αν κάτι δεν ανταποκρίνεται στην περιγραφή ή στην αναμενόμενη ποιότητα, **έχετε δικαίωμα να μιλήσετε** — ευγενικά, αλλά ξεκάθαρα.

Ευνοήστε τις **μικρές, οικογενειακές επιχειρήσεις** έναντι των μεγάλων κεντρικών καταστημάτων, που εξυπηρετούν αδιακρίτως μαζικό τουρισμό.

Και χρησιμοποιήστε πλατφόρμες αξιολόγησης με υπευθυνότητα: **Μια τεκμηριωμένη αρνητική κριτική βοηθά τον επόμενο ταξιδιώτη περισσότερο από μια αόριστη θετική.**

**Ο τουρισμός έχει ανάγκη από απαιτητικούς τουρίστες**

Η ελληνική τουριστική βιομηχανία είναι μια από τις δυνατότερες της Ευρώπης — και έχει κάθε δυνατότητα να είναι και μια από τις πιο αξιοπρεπείς. Αυτό, όμως, δεν θα γίνει από μόνο του. Θα γίνει, όταν ο Έλληνας τουρίστας σταματήσει να δέχεται κατανόηση και αρχίσει να κάνει τον απαιτητικό.

**Όχι άγριο, όχι αγενή — απαιτητικό.**

Γιατί αυτό ακριβώς είναι ένας καταναλωτής που σέβεται τον εαυτό του.

**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: **Σύλvia Τσιρατσίκου** • Executive Assistant: **Λίνα Κοντοβάου**

Digital Art Director: **ArDiDesign** • Τεχνική Υποστήριξη: **Θανάσης Βιρβίλης**

**NOTICE**  
CONTENT & SERVICES

Βαλαωρίτου 9, 106 71 Κολωνάκι, Τ. 210 3634061

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