

S^o POSH!

#144

the trendletter

World
of
mouth

Culture

Annie: Το διάσημο μιούζικαλ
ανεβαίνει στο Θέατρο Παλλάς

PRIMA MENSA

Ποια είναι τα πράγματα
που δεν γνωρίζετε για το σούσι;

Gourmet

Beastalis: Ραντεβού για κρέας
στη Γλυφάδα

Travel

Θα ταξιδεύατε για να απολαύσετε
τα οφέλη της σάουνας;

#NecNotice

Το κίνημα της φιλοξενίας



Travel

Θα ταξιδεύατε για να απολαύσετε τα οφέλη της σάουνας;

Tο **sauna tourism**, σύμφωνα με το **CNN Travel**, εξελίσσεται σε ένα από τα πιο ενδιαφέροντα **παγκόσμια travel trends**, περνώντας από την απλή έννοια της **spa εμπειρίας** σε έναν ολοκληρωμένο τρόπο **ευεξίας και πολιτιστικής ανακάλυψης**. Πλέον, οι ταξιδιώτες δεν αναζητούν μόνο πολυτελείς παροχές, αλλά **αυθεντικές εμπειρίες, επαφή με τη φύση και επιστημονικά τεκμηριωμένα οφέλη** για το σώμα και το πνεύμα. Η δημοφιλία του φαινομένου οφείλεται σε μια βαθύτερη ανάγκη: τη **στροφή προς την αυτοφροντίδα** και την επανασύνδεση με το φυσικό περιβάλλον. Οι **saunas** προσφέρουν **μείωση του άγχους, βελτίωση της κυκλοφορίας του αίματος** και μια αίσθηση **ψυχοσωματικής ισορροπίας** που λίγες εμπειρίες μπορούν να προσφέρουν. Δεν είναι τυχαίο πως χώρες, όπως η **Φινλανδία**, όπου η **παραδοσιακή σάουνα** αποτελεί πολιτιστική κληρονομιά αναγνωρισμένη



από την **UNESCO**, αποτελούν προορισμούς-αναφορά για ταξιδιώτες, οι οποίοι αναζητούν κάτι βαθύτερο από ένα απλό **wellness retreat**. Οι νέες

μορφές **sauna experiences** αγγίζουν τη δημιουργικότητα του σύγχρονου ταξιδιώτη. Οι **floating saunas**, που επιπλέουν πάνω σε λίμνες ή θάλασσες, προσφέρουν μια μοναδική **αίσθηση ελευθερίας και επαφής με τα στοιχεία της φύσης**. Η **contrast therapy** – ο συνδυασμός σάουνας με **βουτιές σε παγωμένο νερό** ή **ice baths** – γνωρίζει τεράστια απήχηση, αξιοποιώντας τη δύναμη των αντιθέσεων. Παράλληλα, οι **ιδιωτικές σάουνες** σε καταλύματα πολυτελείας αποτελούν πλέον βασικό ζητούμενο για όσους επιθυμούν **προσωπική ευεξία και απομόνωση**, ενώ οι **high-tech saunas** ενσωματώνουν **AI και VR τεχνολογίες**, παρακολουθώντας δείκτες υγείας και προσαρμόζοντας τη θερμική εμπειρία στα μέτρα του επισκέπτη. Πέρα όμως από τις τάσεις, το **sauna tourism** αντανακλά μια πιο ήσυχη φιλοσοφία ταξιδιού, μια ανάγκη να **αποσυνδεθούμε από τον ψηφιακό κόσμο** να **επανασυνδεθούμε με τον εαυτό μας** και να βρούμε εκείνη τη σπάνια στιγμή **ηρεμίας** μέσα στη ζεστή, ακινητή «ανάσα της σιωπής».

World of mouth

Fashion

Η Marc Jacobs αποκαλύπτει τη συλλογή γυαλιών Φθινόπωρο/Χειμώνας 2025

H νέα συλλογή **γυαλιών Marc Jacobs Φθινόπωρο/Χειμώνας 2025** επιβεβαιώνει για ακόμη μία φορά τη δημιουργική τόλμη και το ανεπιτήδευτο **attitude** του οίκου. Κάθε σχέδιο αποπνέει **αυτοπεποίθηση, παιχνιδιάρικη κομψότητα** και μια δόση **ανταρποχής** — στοιχεία που καθορίζουν τη γλώσσα του brand. Από τα **unisex acetate πλάισια** έως τα **μεταλλικά rimless μοντέλα**, η συλλογή αποτυπώνει το πνεύμα του Marc Jacobs: απρόβλεπτο, τολμηρό και πάντα ahead of trend. Στη σειρά **THE ITEMS**, τα **THE SUNGLASSES** και **THE GLASSES** μετατρέπονται σε fashion statements με **έντονες γραμμές, oversized σχήματα** και **τολμηρές αποχρώσεις**. Τα **πούα acetate**, οι **διπλές γέφυρες** και οι **διαβαθμισμένοι φακοί** δημι-



ουργούν ένα παιχνίδι φωτός και σκιάς, που θυμίζει κινηματογραφικό close-up. Η σειρά **Fashion Metal** εισάγει μια νέα αισθητική λεπτότητας με **μικρά, χωρίς περίγραμμα γυαλιά**

με **μεταλλικά τελειώματα, αλυσίδες-κόσμημα** και **laser engraved logos** για μια διακριτική, αλλά αναμφισβήτητα statement πολυτέλεια. Στα **Contemporary** και **Premium σχέδια**, το εμβληματικό **J MARC** λειτουργεί ως διακριτική υπογραφή, ενώ οι **cat-eye, butterfly** και **τετράγωνες φόρμες** επαναπροσδιορίζουν τη γυναικεία δυναμική με fashion ευφυΐα. Παράλληλα, τα **ανδρικά Premium μοντέλα** αναδεικνύουν την urban αισθητική του brand με **καθαρές γραμμές, μεταλλικές λεπτομέρειες** και μια σύγχρονη αίσθηση **αισθησιακής αυστηρότητας**. Η **Marc Jacobs Eyewear FW25** είναι μια συλλογή που δεν απλώς ακολουθεί τη μόδα, αλλά τη δημιουργεί. Δείτε το σαν ένα παιχνίδι ανάμεσα στο **design** και το **συναίσθημα**, με την **κομψότητα** να γίνεται **στάση ζωής**.

Culture

Η «Όμορφη Πόλη» ταξιδεύει σε όλη την Ελλάδα

Η μουσικοθεατρική παράσταση «Όμορφη Πόλη – 100 χρόνια Μίκης Θεοδωράκης», σε σκηνοθεσία και σύνθεση έργου του Γιώργου Βάλαρη, συνεχίζει το μεγάλο ταξίδι της σε όλη την Ελλάδα, στο πλαίσιο της χειμερινής περιοδείας 2025-26. Ήδη, από τις πρώτες στάσεις της, η παράσταση απέδειξε γιατί είναι μια από τις πιο σημαντικές παραγωγές των τελευταίων ετών, τιμώντας τη μουσική και την παρακαταθήκη του Μίκη Θεοδωράκη με σεβασμό, συναίσθημα και θεατρική δύναμη. Η «Όμορφη Πόλη» μοιάζει με μια σύγχρονη λαϊκή τραγωδία, μια θεατρική σύνθεση όπου η ποίηση, η μουσική και ο λόγος συναντούν την ψυχή της Ελλάδας. Στη σκηνή, οι Γρηγόρης Μπιθικώτσης και Λένα Αλκαίου ερμηνεύουν με πάθος τα εμβληματικά τραγούδια του Θεοδωράκη — «Φεγγάρι μάγια μου 'κανες», «Της Δικαιοσύνης», «Ένα το χελιδόνι», «Της αγάπης αίματα», ζωντανεύοντας τον παλμό μιας ολόκληρης εποχής. Στο πιάνο ο Κωνσταντίνος Παγιάτης, ο οποίος έχει αναλάβει και τη μουσική διεύθυνση, στο μπουζούκι ο Νίκος Γεωργακόπουλος, ενώ τα video art φέρουν την υπογραφή των Χρήστου Μαγγανά και Χριστόφορου Κώνστα.



Τα πεζά κείμενα των Γιώργου Βάλαρη και Στέλιου Παπαδόπουλου λειτουργούν ως δραματουργικός συνδετικός ιστός, φέρνοντας στο προσκήνιο τις έννοιες της ρωμιοσύνης, της αντοχής και της ελπίδας. Η παράσταση στη Λάρισα πραγματοποιήθηκε με εξαιρετική επιτυχία στις 13 και 14 Νοεμβρίου, ανοίγοντας τον δρόμο για τις επόμενες στάσεις της περιοδείας: Κέρκυρα (21 & 22/11), Πάτρα (28 & 29/11), Αίγιο (7/12), Κομοτηνή (13 & 14/12), Ηράκλειο (9 & 10/1), Χανιά (11/1), Αγρίνιο (16-18/1), Γιαννιτσά (24 & 25/1), Χίος (31/1 & 1/2), Λαμία (7 & 8/2), Βόλος (18 & 19/2), Τρίκαλα (28/2 & 1/3), Αργοστόλι (6-8/3), Σύρος (13-15/3) και Καλαμάτα (3 & 4/4). Η «Όμορφη Πόλη» δεν μπορεί να θεωρηθεί απλώς μια παράσταση, αλλά ένα σκηνικό πορτρέτο της συλλογικής μνήμης, μια τελευταία υπόκλιση στο έργο του Μίκη Θεοδωράκη και ταυτόχρονα μια ζωντανή υπενθύμιση πως το ελληνικό τραγούδι μπορεί ακόμη να ενώσει, να συγκινήσει και να εμπνεύσει.

World of mouth

Gourmet

Η Trinity Wines υποδέχτηκε περισσότερους από 2.000 επισκέπτες στο INFINITY 2025

Το INFINITY 2025 της Trinity Wines δεν ήταν απλώς μια ακόμη γευσίγνωσία. Για όσους συμμετείχαν, ήταν μια σπουδαία οινική εμπειρία. Στους industrial επιβλητικούς χώρους του Φεστιβάλ Αθηνών – Πειραιώς 260, η 8η ετήσια δοκιμή της εταιρείας απέδειξε για ακόμη μία φορά πως η τέχνη του κρασιού μπορεί να γίνει πολιτιστικό γεγονός. Πάνω από 2.000 επισκέπτες —οινολάτρες, επαγγελματίες και δημιουργοί— βρέθηκαν εκεί, για να ζήσουν ένα ταξίδι στις μεγάλες οινικές στιγμές του κόσμου. Η Trinity Wines, γνωστή για τις αποκλειστικές της εισαγωγές και τη φιλοσοφία ποιότητας που τη χαρακτηρίζει, παρουσίασε ένα πολυδιάστατο portfolio από κρασιά και αποστάγματα, που εκφράζουν αυθεντικότητα, terroir



και οινική παράδοση. Στα masterclasses, οι συμμετέχοντες είχαν την ευκαιρία να γνωρίσουν εμβληματικές ετικέτες, όπως τα Bonneau du Martray, Marqués de Murrieta, The Mascot, καθώς και τα ιστορικά Château Cheval Blanc, Château d'Yquem και Clos des Lambray — ονόματα που σπάνια συγκεντρώνονται κάτω από την ίδια στέγη. Για τους λάτρεις των spirits,

το σκηνικό ολοκληρώθηκε με το πολυβραβευμένο Glenallachie, αποδεικνύοντας πως η γευστική εμπειρία μπορεί να είναι ταυτόχρονα εκπαιδευτική και απολαυστική. Στον ειδικά διαμορφωμένο χώρο των ultra-premium επιλογών, οι επαγγελματίες είχαν την ευκαιρία να ανακαλύψουν νέες εσοδείες, ετικέτες και τάσεις του παγκόσμιου αμπελώνα. Με την υπογραφή της Trinity Wines, το INFINITY 2025 ανέδειξε για ακόμη μια φορά τον λόγο που η εταιρεία θεωρείται ηγέτιδα δύναμη στον χώρο του ελληνικού και premium εισαγόμενου κρασιού.

Culture

Annie: Το διάσημο μιούζικαλ ανεβαίνει στο Θέατρο Παλλάς

Το θρυλικό μιούζικαλ «**Annie**» έρχεται στο Θέατρο Παλλάς, σε σκηνοθεσία της **Θέμης Μαρσέλλου**, φέρνοντας στον ελληνικό θεατρικό χάρτη μια παραγωγή που συνδυάζει **αισιοδοξία, ενέργεια και θεαματικότητα**. Στον ρόλο του **Oliver Warbucks** εμφανίζεται ο **Γιάννης Στάνκογλου**, ενώ η **Δανάη Παππά** κρατά τον ρόλο της **Grace Farrell** και η **Μαρία Κατσανδρή** της **Miss Hannigan**. Στον ρόλο του Rooster Hannigan ο **Αργύρης Αγγέλου** και στο πλευρό του η **Κατερίνα Σούσουλα** ως Lily St. Regis. Η μικρή **Annie** ερμηνεύεται στη διπλή διανομή από τις εξαιρετικά ταλαντούχες **Μυρτώ Φαραζή** και **Μαριάνθη Χρόνη**, ενώ επίσης συμμετέχουν – σε διπλή διανομή – τα παιδιά: Γιαννούλα Αποστολοπούλου, Αριάδνη Βασιλλαροπούλου, Σεσίλ Βελισσάρη, Εβελίνα Ηλιοπούλου, Μάντυ Κακαρούντα, Αλίκη Κίγκαν, Ηλιάνα Λάρισα, Βάνα Μπερτάκη, Έλενα Πελεκάνου, Μέλια Ροδίτη, Αιμιλία Ρούση και Κωνσταντίνα Τσουγιάννη. Η



παραγωγή διαθέτει **ζωντανή ορχήστρα**, εντυπωσιακά **σκηνικά και κοστούμια**, καθώς και χορογραφίες που αποδίδουν τη δυναμική της ιστορίας μιας ορφανής κοπέλας, η οποία δεν χάνει το χαμόγελο, παλεύει με τις συνθήκες της δεκαετίας του '30 και τελικά ανακαλύπτει πως η **ελπίδα**, η **καλοσύνη** και η **ανθρωπιά**, μπορούν να αλλάξουν ζωές. Με υπόβαθρο την ιστορική Νέα Υόρκη, την κρίση της εποχής και την ανάγκη για μια δεύτερη ευκαιρία, η «**Annie**» στο Παλλάς δεν είναι απλώς μια παράσταση, αλλά η αφορμή να πιστέψουμε ότι το **αύριο μπορεί να γίνει πιο φωτεινό**.

World of mouth

Gourmet

Η ultra-premium Don Julio tequila τίμησε το Dia de Muertos

Στον μυσταγωγικό χώρο του **Mona Athens**, η **Don Julio tequila** τίμησε το **Dia de Muertos** με μια γιορτή αφιερωμένη στη **ζωή**, την **αγάπη** και τη **μνήμη**. Η μεξικανική παράδοση, που υμνεί τη συνέχεια ανάμεσα στο φως και τη σκιά, μεταφέρθηκε στο κέντρο της Αθήνας μέσα από μια εμπειρία γεμάτη **χρώμα, άρωμα και συναίσθημα**. Η βραδιά άντλησε έμπνευση από τα πορτοκαλί άνθη της **καλέντουλας**, τα **Catrina skulls**, τα **λουλουδάτα headpieces** και τις **τελετουργικές γεύσεις** του Μεξικού, σε ένα σκηνικό που ισορροπούσε ανάμεσα στην παράδοση και τη σύγχρονη αισθητική. Το **Pan de Muerto**, το χαρακτηριστικό γλυκό ψωμί των ημερών, επιμελήθηκαν οι **Δημοσθένης Μπαλόπουλος** και **Γιώργος Κηρύκος** του **Batard Microbakery**, προσφέροντας το ιδανικό pairing με μια **Don Julio Paloma**. Η **νικήτρια του World Class Greece 2025 Νόρα Κουφού** παρουσίασε τρία **signature cocktails**: το **Luz de la Vida**, μια φρουτώδη εκδοχή της Paloma με ροδάκινο, γκρέιπφρουτ και μέλι, το **Corazón**



Oscuro, με **Don Julio Reposado**, φασκόμηλο και κόκκινα μούρα και το **Ofrenda**, ένα πολυεπίπεδο serve με **Don Julio 1942**, μανταρίνι και λευκή σοκολάτα, σε miniature φιάλη ειδικά για την περίπτωση. Τη **μουσική** ανέλαβε ο **Μύρωνας Στρατής**, δημιουργώντας μια ατμόσφαιρα γεμάτη ρυθμό και feel-good ενέργεια, ενώ το εντυπωσιακό **skull makeup** της βραδιάς επιμελήθηκε η **Ολίβια Σαхинίδου** με την ομάδα της. Η **Don Julio tequila**, φτιαγμένη από **100% μπλε αγαύη**, απέδειξε πως η τέχνη της απόλαυσης μπορεί να είναι βαθιά πολιτιστική εμπειρία που ενώνει τους ανθρώπους, από το **Μεξικό** έως την **Αθήνα**.

Gourmet

Beastalis: Ραντεβού για κρέας στη Γλυφάδα

Στη Γλυφάδα, το **Beastalis** του Γιάννη Μπασταλή έχει ήδη καθιερωθεί ως σημείο αναφοράς για όσους αγαπούν το **σωστό ψημένο κρέας** και τις **premium κοπές**. Με concept **“Food for Proud Meat Eaters”**, το εστιατόριο εξειδικεύεται στις **τεχνικές ανοιχτής φωτιάς**, αποδίδοντας στο κρέας τη θέση που του αξίζει: πρωταγωνιστής, χωρίς υπερβολές. Το όνομα, εμπνευσμένο από την **Πεντάμορφη και το Τέρας** και το επώνυμο του ιδιοκτήτη, συνοψίζει την αντίθεση ανάμεσα στη **δύναμη** και τη **λεπτομέρεια**. Το **σέρβις** είναι **γρήγορο και ευγενικό**, η **ατμόσφαιρα** συνδυάζει τη ζεστασιά ενός προσεγγμένου χώρου, ενώ η **λίστα κρασιών** στέκεται καλά με το εύρος των επιλογών της από τον **ελληνικό** και τον **διεθνή αμπελώνα**. Από τα πιάτα, η **ελληνική tomahawk από τον Όλυμπο**, 30 ημερών ωρίμασης, ξεχώρισε για το **τέλειο ψήσιμο** και την **πυκνή γεύση** της. Το κρέας παρέμεινε ζουμερό, με τον καπνό να τονίζει —χωρίς να καλύπτει— τη φυσική γλυκύτητα του λίπους και τη νοστιμιά της συγκεκριμένης κοπής. Το **ταρτάρ** είναι μια από τις πιο δυνατές στιγμές του μενού: εδώ μιλάμε για άσφoga κομμένο κρέας εξαιρετικής ποιότητας που **ενισχύεται με με-**



δούλι, το οποίο ο σερβιτόρος καθαρίζει **on the spot** από το κόκαλο και το προσθέτει στο πιάτο. Συνοδεύεται από **chips πατάτας**, που με την **τραγανή υφή προσφέρουν** μια αίσθηση πληρότητας. Δοκιμάσαμε όμως και την ολόκληρη **τηγανητή πατάτα**, μέσα σε **μαντέμι**

με **λαρδί από wagyu**, **φρέσκο τηγανητό αυγό** και **έξτρα φρέσκια τρούφα** ήταν πληθωρική, ενώ το **ψητό κουλουπίδι** με ελληνικά, καβουρδισμένα φουντούκια και καπνιστό βούτυρο έδωσε μια ευχάριστη, φυτική αντίστιξη στο δείπνο. Κλείσαμε με την **signature μηλόπιτα** στον **ξυλόφουρνο**, ένα επιδόρπιο σκέτη θαλπωρή που δεν πρέπει να χάσετε. Το **Beastalis** δεν προσπαθεί να εντυπωσιάσει. Κερδίζει το παιχνίδι ποντάροντας στην **τεχνική**, στον **σεβασμό στην πρώτη ύλη** και στη **σιγουριά**. Κάποιες φορές άλλωστε, το μόνο που απαιτεί η κατάσταση είναι μια καλή φωτιά και τον **χρόνο** που αξίζει στο **καλό κρέας**.

World
of
mouth

Fashion

Oysho: Έρχεται η νέα συλλογή για σκι Oysho Lodge

Η **Oysho** ανεβαίνει στις πίστες του χειμώνα με το **Oysho Lodge**, μια νέα συλλογή **σκι**, που φέρνει ισορροπία ανάμεσα στην **τεχνικότητα** και το **στυλ**. Είναι η στιγμή που η **μόδα** συναντά την **ευελιξία** του βουνού, προτείνοντας ένα ολοκληρωμένο σύστημα ένδυσης που προσαρμόζεται σε κάθε αθλήτρια, από εκείνη που αναζητά την αδρεναλίνη της ταχύτητας έως εκείνη που θέλει απλώς να απολαύσει τη σιωπή του χιονιού. Η συλλογή έχει σχεδιαστεί με στόχο τη **μέγιστη κινητικότητα**, την **προσαρμοστικότητα στις καιρικές συνθήκες** και την **άνεση**. Το **Superfit 10K** προσφέρει αδιάβροχα, αντιανεμικά υφάσματα και ελαστικότητα που αγκαλιάζει το σώμα. Το **Down 10K**, με ιταλικό φτερό **Minardi Piume**, χαρίζει θερμότητα χωρίς βάρος, ενώ το **Performance 20K** με γέμιση **Primaloft® Gold** ανεβάζει τον πήχη με κορυφαία **θερμομόνωση** και **αντοχή στο νερό**. Η καινοτομία συνεχίζεται στα **τεχνικά**



παντελόνια, με γραμμές **flare**, **high-rise** και **relaxed fit**, αλλά και στα **monos**, τις ολόσωμες φόρμες που συνδυάζουν λειτουργικότητα και αισθητική. Κάθε λεπτομέρεια —από τις **τσέπες για το forfait** έως τις **αφαιρούμενες κουκούλες** και τα **φερμουάρ ανθεκτικά στο νερό**— είναι σχεδιασμένη για πραγματική δράση, χωρίς συμβιβασμούς στο στυλ. Η καμπάνια, γυρισμένη στο **Nevados de Chillán** της Χιλής, αποτυπώνει αυτήν τη νέα φιλοσοφία του brand: να μετατρέπει το **τεχνικό activewear** σε σύμβολο **μοντέρνας κομψότητας**. Το **Oysho Lodge** δεν ντύνει απλώς τη γυναίκα που κάνει σκι, αλλά την εμπνέει να κινηθεί με **ελευθερία**, **δύναμη** και **συνείδηση αισθητικής**, ακόμα και στις πιο παγωμένες κορυφές.

Gourmet

80 χρόνια ιστορίας συμπλήρωσε η Cava Anthidis

Η Cava Anthidis, ένας από τους πιο ιστορικούς και αγαπημένους προορισμούς για τους λάτρεις του **κρασιού** και των **premium αποσταγμάτων**, συμπλήρωσε **80 χρόνια ιστορίας** και το γιόρτασε με τρεις ξεχωριστές βραδιές στο **Κολωνάκι**. Από τις 21 έως 23 Οκτωβρίου, ο **Ηλίας** και η **Άρτεμις Ανθίδη** υποδέχθηκαν φίλους και συνεργάτες σε ένα τριήμερο αφιερωμένο στη **γεύση**, τη **μνήμη** και τη **συνέχεια** μιας οικογενειακής πορείας που καθόρισε τη σχέση της Ελλάδας με τα εκλεκτά ποτά. Η πρώτη βραδιά ήταν αφιερωμένη στο **Negroni**, το εμβληματικό ιταλικό cocktail που συμβολίζει τη διαχρονικότητα του καλού ποτού. Οι καλεσμένοι δοκίμασαν **κλασικές** και **σύγχρονες εκδοχές**, ενώ είχαν την ευκαιρία να δημιουργήσουν και το δικό τους Negroni, ανακαλύπτοντας την τέχνη πίσω από την απλότητα του τριπλού συνδυασμού. Τη δεύτερη ημέρα, η προσοχή στράφηκε στο **Johnnie Walker**, με ένα **whisky tasting** υψηλού επιπέδου από την ομάδα της **Diageo Hellas**. Δεν ήταν τυχαία η επιλογή: η **Cava Anthidis** υπήρξε



η πρώτη που εισήγαγε το θρυλικό σκωτσέζικο ουίσκι στην ελληνική αγορά, ανοίγοντας τον δρόμο για μια νέα εποχή **premium spirits**. Η τρίτη βραδιά ήταν αφιερωμένη στο **Grand Marnier**, το γαλλικό λικέρ που παντρεύει τη φινέτσα με την πορτοκαλένια απόλαυση. Οι **crêpes Suzette** έγιναν φλαμπέ επί τόπου και έκλεισαν το τριήμερο με αρώματα Παρισιού και μια γεύση νοσταλγίας, αποτίνοντας έναν φόρο τιμής στην οικογένεια Ανθίδη, που πρώτη έφερε το Grand Marnier στην Ελλάδα. Με επιμέλεια του **Γιάννη Κοροβέση**, οι βραδιές εξελίχθηκαν σε ένα ταξίδι στον χρόνο, επιβεβαιώνοντας πως η **Cava Anthidis** παραμένει σημείο αναφοράς του **fine drinking**. Στο κατάστημά της στην Πατριάρχου Ιωακείμ 45, η ιστορία που μετρά ογδόντα χρόνια συνεχίζει με την ίδια ψυχή.

World
of
mouth

Gourmet

Τα Παστά της Πάρου στη Δημοτική Αγορά Κυψέλης

Η Πάρος «κατεβαίνει» στην **Αθήνα**, φέρνοντας μαζί της άρωμα θάλασσας, ήχους Κυκλάδων και μια παράδοση που ζυμώνεται με **αλάτι**, **ήλιο** και **μνήμη**. Η γιορτή «**Τα Παστά της Πάρου**», που θα φιλοξενηθεί στις **15 και 16 Νοεμβρίου 2025** στη **Δημοτική Αγορά Κυψέλης**, είναι κάτι πολύ περισσότερο από μια τοπική εκδήλωση: είναι μια **γαστρονομική γιορτή ταυτότητας**. Στο επίκεντρο, η τέχνη των **παστών ψαριών**, αυτή η βαθιά ριζωμένη τεχνική συντήρησης, που μετατρέπει το απλό σε πολύτιμο και το ταπεινό σε γευστικό πολιτισμό. Μέσα από **εργαστήρια**, **παραποιήσεις**, **εκθέσεις** και ένα μεγάλο **παριανό γλέντι**, οι επισκέπτες θα έχουν την ευκαιρία να ανακαλύψουν τη **γαστρονομική ψυχή του νησιού**, εκεί όπου η παράδοση συνομιλεί με τη **σύγχρονη δημιουργία**. Η δημοσιογράφος **Νίκη Μηταρέα** θα συντονίσει τις παρουσιάσεις, ενώ γνωστές προσωπικότητες, όπως ο **Μαρίνος Σουράνης**, η **Δήμητρα Μυλωνά**, η **Λουίζα Καραπιδάκη** και η **Αργυρώ Μπαρμπαρίγου**, θα μιλήσουν για τη **διαχείριση και ωρί-**



μαση ψαριών, τα **παστά των αρχαίων**, αλλά και για την **παριανή κουζίνα**, που αντλεί τη σοφία της από τη γη και τη θάλασσα. Το Σάββατο θα κορυφωθεί με ένα **παριανό γλέντι** γεμάτο τοπικά προϊόντα, μουσική και κρασί, ενώ την Κυριακή η δράση συνεχίζεται με **πολιτιστικά δρώμενα**, **έκθεση ζωγραφικής** και **παραδοσιακά κεράσματα**, που αποτυπώνουν τη ζεστασιά και τη φιλοξενία του νησιού. Η πρωτοβουλία των **Παριανών Συλλόγων** και του **ΝΑΪΑΣ** φιλοδοξεί να αναδείξει την **παριανή γαστρονομία** και να δημιουργήσει έναν νέο **θεσμό εξωστρέφειας**. Γιατί, τελικά, τα **παστά της Πάρου** δεν είναι απλώς τρόφιμα, αλλά **φορείς μνήμης**, γεύσης και **πολιτιστικής συνέχειας** και π'άνω από όλα ένα «κομμάτι» Αιγαίου που ταξιδεύει στην καρδιά της πόλης.



Ποια είναι τα πράγματα που δεν γνωρίζετε για το σούσι;

Η αλήθεια είναι ότι το **σούσι** δεν είναι απλώς μια μόδα ή ένα ακόμη «ασιατικό πιάτο», αλλά μια **κουλτούρα**, μια **φιλοσοφία γεύσης**, μια **τελετουργία**, που ενώνει τον σεβασμό στην πρώτη ύλη με τη λεπτότητα της τέχνης. Από τις ταπεινές του ρίζες μέχρι τα σύγχρονα **fine dining sushi bars**, το σούσι θεωρείται, δικαίως, μια εμπειρία που έχει «ταξιδέψει» πολύ και δεν παύει να μας μαθαίνει τι σημαίνει **ισορροπία**. Αντίθετα απ' ό,τι πολλοί πιστεύουν, το σούσι **δεν γεννήθηκε στην Ιαπωνία**, αλλά στη Νοτιοανατολική Ασία ως τρόπος **συντήρησης ψαριού** μέσα σε ρύζι που ζυμωνόταν και πετιόταν. Η μέθοδος έφτασε στην χώρα του Ανατέλλοντος Ηλίου, όπου αναπτύχθηκε περαιτέρω. Ο **Hanaya Yohei**, μάλιστα, θεωρείται ο πρωτοπόρος στην ανάπτυξη του **nigiri-zushi** τον **18ο αιώνα**, προσθέτοντας ξύδι στο ρύζι και φρέσκα υλικά. Με τον χρόνο, η πρακτική αυτή εξελίχθηκε στη σημερινή μορφή του **nigiri** και του **maki-zushi**, φέρνοντας στο επίκεντρο όχι μόνο τη γεύση, αλλά και τη **γεωμετρία της αισθητικής**. Το κάθε κομμάτι είναι μια μικρή πράξη πειθαρχίας: το μέτρο, η συμμετρία, η ακρίβεια – όλα συνδυάζονται για να γεννηθεί κάτι απλό και τέλειο. Κάθε τύπος σούσι έχει τον δικό του χαρακτήρα. Αν είστε λάτρης του είδους, σίγουρα έχετε παρατηρήσει τις διαφορές μεταξύ **maki-zushi** (το κλασικό ρολό με φύκι **nori**), **futomaki** (εξαιρετικά παχύ), του **hosomaki** (πολύ λεπτό), του **temaki** (σε σχήμα κώνου), ή του **sashimi**, όπου η **πρώτη ύλη** «στέκεται» μόνη της, χωρίς ρύζι. Ο καθένας τους είναι μια εκδοχή της ίδιας φιλοσοφίας: **καθαρότητα, ισορροπία, ουσία**. Φυσικά, όπως σε ισχύει σε κάθε περίπτωση, έτσι και εδώ, το πιο δύσκολο είναι να κρατήσεις τα πράγματα απλά. Η **λεπτομέρεια** είναι εκείνη που κάνει

τη διαφορά. Το **wasabi**, για παράδειγμα, σπάνια είναι το αυθεντικό, αφού η πραγματική ρίζα **Wasabia japonica** είναι εξαιρετικά σπάνια και ακριβή. Το **ρύζι**, από την άλλη, είναι μια μικρή επιστήμη από μόνο του, καθώς πρέπει να έχει σωστή υφή, οξύτητα και υγρασία, όταν το πλάθεις με τα χέρια. Εννοείται πως η **φρεσκάδα του ψαριού** αποτελεί την ψυχή του πιάτου: κάθε δάγκωμα πρέπει να αποκαλύπτει τη θάλασσα, όχι τη συντήρηση. Όμως, όπως συμβαίνει με κάθε μεγάλη απόλαυση, υπάρχει και η άλλη πλευρά. Η **συχνή κατανάλωση ωμών ψαριών** μπορεί να κρύβει **κινδύνους για την υγεία**, από **παράσιτα και βακτήρια** έως υψηλά επίπεδα **υδραργύρου** σε ορισμένα είδη. Η **σωστή ψύξη** και η **υπεύθυνη διαχείριση** είναι απαραίτητες προϋποθέσεις, όπως και η επιλογη χώρων που σέβονται τον πελάτη και το προϊόν. Το καλό σούσι δεν είναι ποτέ θέμα τύχης, αλλά αποτέλεσμα γνώσης, πειθαρχίας και απόλυτης **καθαρότητας**. Κάτι άλλο που πρέπει να έχετε στο μυαλό σας είναι πως παρά τα όσα λέγονται, το σούσι δεν ανήκει στην κατηγορία **street food**. Αποτελεί μια μορφή **σύγχρονης ιεροτελεστίας** που δοκιμάζει την υπομονή, την αισθητική και τον ουρανίσκο και ίσως γι' αυτό γοητεύει τόσο πολύ. Μέσα στην απλότητά του κρύβει μια **σύνθετη αρμονία**, μια μικρή υπενθύμιση ότι η **τελειότητα** δεν φωνάζει, μα ψιθυρίζει. Για αυτό, την επόμενη φορά που θα καθίσεις σε ένα sushi bar, άσε για λίγο τα chopsticks, παρατήρησε τον ρυθμό του σεφ, τη σιωπή πριν την **κίνηση**, το **σεβασμό** με τον οποίο ακουμπά το ψάρι πάνω στο ρύζι. Εκεί, σε αυτή τη λεπτομέρεια βρίσκεται όλη η ουσία: η **σχέση του ανθρώπου με την τελειότητα** κι ένα μικρό, ταπεινό κομμάτι σούσι, ίσως τελικά είναι η πιο όμορφη υπενθύμιση.





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

Το κίνημα της φιλοξενίας

Ε΄χω γράψει πολλές φορές για την **πολύ μεγάλη δύναμη**, που πιστεύω ότι έχει η **φιλοξενία**.

Είτε πρόκειται για υπηρεσίες **επί πληρωμή**, είτε για παρεχόμενες **δωρεάν** στο πλαίσιο μιας ενέργειας marketing.

Όποιος έχει διαβάσει το **Unreasonable Hospitality** του **Will Guidara** και γνωρίζει την ιστορία του **Eleven Madison Park**, καταλαβαίνει τι εννοώ.

Τις προάλλες έπεσα ξανά μπροστά στην εξιστόρηση μιας εκ των **κορυφαίων** ενεργειών φιλοξενίας, για προφανείς – αλλά πάντα ευπρόσδεκτους – σκοπούς marketing.

Το 2014, η **KLM** δημιούργησε ένα pop up σημείο, για μία εβδομάδα, στο **αεροδρόμιο του Άμστερνταμ**, με μια αποστολή:

Να αναζητήσει στα **social media** ταξιδιώτες, που χρειάζονται **βοήθεια** και να τους εξυπηρετήσει.

Μάλιστα, οι άνθρωποι της ολλανδικής αεροπορικής δεν βοήθησαν μόνο τους δικούς τους πελάτες. Βοήθησαν τους **πάντες**.

Παρέδωσαν **ξεχασμένα διαβατήρια** με μηχανάκι. Εντόπισαν έναν τύπο κολλημένο στην κίνηση του Manhattan και τον βοήθησαν να περάσει τον ποταμό Hudson με ταχύπλοο, για να **μη χάσει την πτήση του**. Τραγούδησαν **νανουρισματα** σε όσους δεν μπορούσαν να κοιμηθούν.

Έκαναν **κλήσεις αφύπνισης** σε όσους φοβούνταν ότι δεν θα ακούσουν το ξυπνητήρι τους.

Έστησαν ακόμα και ένα **πραγματικό κρεβάτι** μέσα στο Terminal για έναν ταξιδιώτη, που είχε κολλήσει εκεί όλη νύχτα.

Ένα ζευγάρι, που ταξίδευε για τον μήνα του μέλιτος, μεταφέρθηκε μέχρι το Gate της πτήσης του με ένα

καρότσι, στολισμένο με κονσέρβες, **"Just Married"**.

Κέρδος για τον **επισκέπτη** σου, κέρδος για την **ομάδα** σου, κέρδος για την **επιχείρησή** σου.

Στην προκειμένη περίπτωση, το όφελος για τον πελάτη είναι προφανές:

Φαντάζεστε άραγε μια αεροπορική να σας κανονίζει **FaceTime** με μέλος του αγαπημένου σας μουσικού συγκροτήματος;

Το επιχειρηματικό κέρδος είναι επίσης ξεκάθαρο: **3,6 εκατομμύρια άνθρωποι** έχουν παρακολουθήσει το video, που δημιούργησε η KLM για εκείνη την εβδομάδα.

Όταν το δείτε, θα διακρίνετε τη **χαρά** στα πρόσωπα των μελών της ομάδας της KLM, πολλοί από τους οποίους δέχτηκαν τις σχετικές ευχαριστίες από τον

κόσμο, με **δάκρυα και αγκαλιές**. Εκείνη την εβδομάδα, δεν ήταν απλώς υπάλληλοι, που έκαναν μια δουλειά, αλλά... **άγγελοι**. Αυτό πρέπει να μας θυμίζει ότι, σε όλο αυτό, υπάρχει πάντα κι ένα **τέταρτο κέρδος**: Το κέρδος

#NecNotice

για τον **κόσμο**.

Η γενναιοδωρία είναι **μεταδοτική**.

Πόσοι από τα 3,6 εκατομμύρια ανθρώπων, που είδαν εκείνο το βίντεο, εμπνεύστηκαν να δεσμευτούν σε δικές τους πράξεις **ριζοσπαστικής μεγαλοψυχίας**;

Πόσοι από εκείνους, που βοηθήθηκαν, το

ανταπέδωσαν με τη σειρά τους;

Και, άραγε, **πόσοι από εσάς** θα το κάνετε **τώρα**, που το διαβάσατε;

Έτσι, η φιλοξενία γίνεται ένα **κίνημα**.

Έτσι, κάνουμε τον κόσμο **καλύτερο**.

Μαζί με τη βοήθεια των **social media**, που, στη συγκεκριμένη ιστορία, απέδειξαν τη θετική τους πλευρά... αυτή, για την οποία και δημιουργήθηκαν. Απολαύστε !

SÖ POSH!

ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ
ΨΗΦΙΑΚΟ NEWSLETTER

NOTICE
CONTENT & SERVICES

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

Chief Editor: **Γιώτα Παναγιώτου** • Αρχισυντάκτης: **Γιάννης Παλιούρης** • Γενική Διεύθυνση: **Δέσποινα Βασιλοπούλου**

Sales Manager: **Βίλλυ Τριπολίτου** • Sales Developer: **Μύριαμ Πρίφτη** • Sales Executive: **Ιφιγένεια Καραντώνη** • Executive Assistant: **Μαρία Μούστα**

Συνδρομές - Διεύθυνση Λειτουργίας: **Σύλια Τσιρτσίκου** • Digital Art Director: **ArDiDesign** • Τεχνική Υποστήριξη: **Θανάσης Βιρβίλης**

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

