



Culture

Γιατί να δεις
το «Ο Διάβολος
Φοράει Prada 2»

World
of
mouth

Gourmet

Πώς η ελληνική γαστρονομία
κατέκτησε το Λονδίνο

Prima Mensa

Γιατί θες γλυκάκι
μετά το φαγητό;

#NecNotice

Flexible Rate: Η ψευδαίσθηση του refund στα ξενοδοχεία



Culture

Ποιες είναι οι επόμενες μεγάλες συναυλίες της σεζόν;

Η φετινή συναυλιακή σεζόν στην Αθήνα φαίνεται πως κινείται ήδη σε ιδιαίτερα υψηλούς ρυθμούς, με την επιστροφή των **Metallica** στο ΟΑΚΑ να έχει λειτουργήσει ουσιαστικά ως η αφητηρία για ένα καλοκαίρι γεμάτο μεγάλα διεθνή ονόματα, φεστιβάλ και πολυαναμενόμενα live. Η περιοδεία τους έφερε για πρώτη φορά στην **Ελλάδα** την εντυπωσιακή 360° σκηνή του συγκροτήματος, ανοίγοντας έναν κύκλο συναυλιών που καλύπτει σχεδόν κάθε μουσικό είδος, από **punk** και **metal** μέχρι **electronica**, **indie** και **hip hop**. Μόλις χθες η **Patti Smith** ανέβηκε στο Θέατρο Λυκαβηττού για μια εμφάνιση που συνδύασε μουσική, ποίηση και πολιτικό λόγο, ενώ στις 23 Μαΐου, οι **Iron Maiden** επιστρέφουν στο ΟΑΚΑ με την επετειακή περιοδεία «Run For Your Lives World Tour 2026», γιορτάζοντας πενήντα χρόνια πορείας. Παράλληλα, το **Release Athens Festival**



στην Πλατεία Νερού συγκεντρώνει και φέτος σημαντικά διεθνή acts, με τον **Chris Isaak** να εμφανίζεται στις 13 Ιουνίου και τους **Limp Bizkit** στις 15 Ιουνίου μαζί με τους **Three Days**

Grace. Το καλοκαίρι συνεχίζεται με τον **David Byrne** στο Ξέφωτο του ΚΠΙΣΝ στις 21 Ιουνίου, συνοδευόμενο από τους Nation of Language, ενώ στις 24 Ιουνίου ο **Nick Cave & The Bad Seeds** επιστρέφει με μια ακόμη σκοτεινή και έντονα συναισθηματική συναυλία. Μία ημέρα αργότερα, οι **Gorillaz** φέρνουν στην Αθήνα το πολυσυλλεκτικό μουσικό τους σύμπαν μαζί με τους **The Flaming Lips** και τη **Jehnnny Beth**. Στο πρόγραμμα ξεχωρίζουν επίσης ο **Moby** μαζί με τους **Garbage** την 1η Ιουλίου, οι **The Offspring** και οι **Bad Religion** στις 7 Ιουλίου, αλλά και οι **Thievery Corporation** με τους **The Wailers** στις 11 Ιουλίου στην Πλατεία Νερού. Στις 14 Ιουλίου, η **Florence + The Machine** εμφανίζεται στο Telekom Center Athens, ενώ μία ημέρα μετά οι **The Cure** επιστρέφουν στο ΟΑΚΑ με ένα από τα πιο αναμενόμενα live της χρονιάς. Το καλοκαίρι συμπληρώνουν ακόμη οι **Sabatón**, **Savatage** και **Epica** στις 25 Ιουλίου, αλλά και εμφανίσεις όπως αυτή του **Westside Gunn** στο Floyd στις 29 Μαΐου και της **Michelle Gurevich** στο Δημοτικό Κηποθέατρο Παπάγου στις 12 Ιουνίου, επιβεβαιώνοντας ότι η Αθήνα εξελίσσεται φέτος σε έναν από τους πιο δραστήριους συναυλιακούς προορισμούς της Ευρώπης.

World of mouth

Gourmet

To Fine Drinking Fine & Uncorked επιστρέφει στο Daios

Το **Daios Cove** επιστρέφει φέτος με την πέμπτη διοργάνωση του **Culture at the Cove: Fine Drinking & Uncorked**, ενός θεσμού που τα τελευταία χρόνια έχει εξελιχθεί σε σημείο αναφοράς για την κουλτούρα του **fine drinking** και του σύγχρονου **wine experience** στην ελληνική φιλοξενία. Στους χώρους του Crystal Box, της Taverna και του Culinary School του resort στον Άγιο Νικόλαο Κρήτης, θα φιλοξενηθούν βραβευμένοι mixologists από τη λίστα **World's 50 Best Bars** αλλά και μερικά από τα σημαντικότερα ελληνικά οινοποιεία. Το πρόγραμμα **Fine Drinking** συγκεντρώνει τέσσερις από τις πιο επιδραστικές προσωπικότητες της διεθνούς bar σκηνής. Στις 22 Αυγούστου, ο **Erik Lorincz**, πρώην head bartender του American Bar στο Savoy και δημιουργός του Kwānt στο Mayfair, αναλαμβάνει το Crystal Box, ενώ στις 25 Αυγούστου ακολουθεί ο **Agostino Perrone** του θρυλικού



Connaught Bar, που κατέκτησε τον τίτλο του World's Best Bar το 2020 και το 2021. Στις 28 Αυγούστου, ο **Νίκος Μπακούλης** από το The Clumsies επιστρέφει στο Daios Cove, μεταφέροντας τη σύγχρονη αθηναϊκή cocktail

κουλτούρα, ενώ στις 4 Σεπτεμβρίου τη σειρά παίρνει ο **Alex Kratena** του Tayēr + Elementary στο Λονδίνο, ενός από τα σημαντικότερα bars της τελευταίας δεκαετίας. Παράλληλα, το πρόγραμμα **Uncorked / Art of Wine** φέρνει στην Κρήτη εμβληματικά ελληνικά οινοποιεία όπως το **Κτήμα Κώστα Λαζαρίδη**, το **Κτήμα Άλφα**, το **Κτήμα Βιβλία Χώρα** και το **T-Oinos** από την Τήνο, μέσα από wine tastings και wine pairing dinners που εξερευνούν το ελληνικό terroir και τη σύγχρονη οινική ταυτότητα της χώρας. Ξεχωριστή θέση στο φετινό πρόγραμμα έχει και το **Villa Minuty pop-up**, που επιστρέφει για δεύτερη χρονιά μεταμορφώνοντας έναν χώρο του resort σε μια μικρή εκδοχή της γαλλικής Riviera. Επίσης, το ιστορικό **Château Minuty** από το Saint-Tropez θα παρουσιάσει ένα τριήμερο (30 Ιουνίου έως την 1η Ιουλίου 2026), αφιερωμένο στο **Provençal art de vivre**, με wine tastings, curated menu pairings και ειδικά διαμορφωμένο περιβάλλον εμπνευσμένο από την Côte d'Azur.



Gourmet

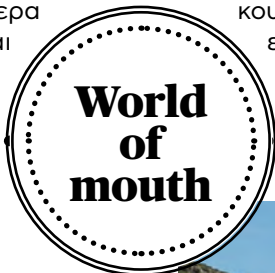
Πως η ελληνική γαστρονομία κατέκτησε το Λονδίνο

Η ελληνική γαστρονομία φαίνεται πως διανύει μία από τις πιο δυναμικές περιόδους της στο **Λονδίνο**, με μια νέα γενιά εστιατορίων να αλλάζει σταδιακά τον τρόπο με τον οποίο το βρετανικό κοινό αντιλαμβάνεται την ελληνική κουζίνα. Σύμφωνα με πρόσφατο αφιέρωμα του **Condé Nast Traveller**, η εικόνα της «κλασικής ταβέρνας» με τα γνώριμα στερεότυπα δίνει πλέον τη θέση της σε χώρους υψηλής αισθητικής, με σύγχρονη αρχιτεκτονική, εξελιγμένες wine lists και πιο σύνθετες γαστρονομικές προσεγγίσεις. Το περιοδικό σημειώνει πως η ελληνική κουζίνα βρίσκεται σήμερα σε μια φάση επαναπροσδιορισμού, ακολουθώντας την πορεία που είχαν προηγουμένως άλλες μεσογειακές κουζίνες όπως η ισπανική ή η ιταλική. Η εστιατοράς **Χριστίνα Μουρατόγλου**, ιδρύτρια του **Mazi** στο Notting Hill ήδη από το 2012, θυμάται ότι όταν ξεκίνησε η ελληνική γαστρονομία ήταν ακόμη «παρεξηγημένη», με αρκετούς πελάτες να θεωρούν ακόμη και το hummus ελληνικό ντιπ. Σήμερα όμως, οι ελληνικές πρώτες ύλες, τα κρασιά και οι regional γεύσεις έχουν αποκτήσει διαφορε-



τική βαρύτητα στη διεθνή σκηνή. Ιδιαίτερη αναφορά γίνεται και στον **Ασημάκη Χανιώτη**, ο οποίος μετά τη μακρά πορεία του στο Λονδίνο άνοιξε το **Myrtos** στο Kensington το 2025.

Όπως σημειώνει ο ίδιος στο Condé Nast Traveller, όταν έφτασε στη βρετανική πρωτεύουσα το 2011 η ελληνική κουζίνα ήταν σχεδόν απύσχα από τον σοβαρό γαστρονομικό χάρτη της πόλης. Σήμερα θεωρεί ότι «ήρθε η ώρα να λάμψει το ελληνικό φαγητό». Στο ίδιο κύμα κινείται και το **Pyro** στο London Bridge, όπου ο σεφ **Γιάννης Μέξης** επιχειρεί να παρουσιάσει μια πιο refined εκδοχή της ελληνικής κουζίνας, αποφεύγοντας τις αναμενόμενες comfort επιλογές όπως ο γύρος ή τα τηγανητά. Αντίστοιχα, χώροι όπως τα **Maza**, **Oma**, **Agora**, **Gaia**, **Lagana** και **Zylia** αξιοποιούν ελληνικές και κυπριακές αναφορές μέσα από σύγχρονη αισθητική, fine dining τεχνικές και πιο διεθνή αντίληψη του hospitality design. Το αφιέρωμα συνδέει, επίσης, αυτή τη νέα άνθηση με την αυξανόμενη δημοτικότητα της Ελλάδας ως ταξιδιωτικού και πολιτιστικού προορισμού. Η εικόνα της Αθήνας, τα social media, αλλά και η στροφή του κοινού προς πιο «καθαρό», εποχικό και λιγότερο επεξεργασμένο φαγητό έχουν ενισχύσει σημαντικά το ενδιαφέρον για τη **μεσογειακή διατροφή** και τις ελληνικές γεύσεις. Οι άνθρωποι της αγοράς εκτιμούν ότι το «λεξιλόγιο» της ελληνικής κουζίνας παραμένει ακόμη ανεξερεύνητο για το διεθνές κοινό, αφήνοντας σημαντικά περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης τα επόμενα χρόνια.



Travel

To Golden Milos Beach House by Domotel άνοιξε ξανά

House by Domotel, μέλος του ομίλου **Domotel Hotels & Resorts**, να έχει ήδη ανοίξει τις πόρτες του επιστρέφοντας σε μία από τις πιο προνομιακές τοποθεσίες του νησιού. Χτισμένο ακριβώς πάνω στην παραλία του Προβατά, το ξενοδοχείο συνδυάζει την αίσθηση της άμεσης επαφής με τη θάλασσα με μια φιλοξενία που κινείται σε χαμηλόφωνους, σύγχρονους ρυθμούς, δίνοντας έμφαση τόσο στην άνεση όσο και στο σύνολο της διαμονής. Το **Golden Milos Beach House by Domotel** επενδύει και φέτος σε μια ολοκληρωμένη καλοκαιρινή πρόταση που συνδέει τη γαστρονομία, την ευεξία και την εξερεύνηση του νησιού. Στο **Milisio Restaurant**, η κουζίνα κινείται γύρω από σύγχρονες ελληνικές επιρροές, ενώ το **Salty Goat Beach Bar** πλαισιώνει την εμπειρία με **signature cocktails** δίπλα στη θάλασσα. Παράλληλα, οι curated



wellness δράσεις του ξενοδοχείου περιλαμβάνουν **yoga** και **meditation sessions**, ενισχύοντας τον χαρακτήρα μιας ήρεμης καλοκαιρινής απόδρασης. Οι επισκέπτες θα έχουν επίσης τη δυνατότητα να γνωρίσουν τη **Μήλο** μέσα από επιλεγμένες δραστηριότητες που ισορροπούν ανάμεσα στη χαλάρωση και την ανακάλυψη του προορισμού. **Boat tours** στις παραλίες του νησιού, **σινεμά** κάτω από τα αστέρια, **οινογνωσίες** και δοκιμές τοπικών γεύσεων συνθέτουν ένα πρόγραμμα εμπειριών που αξιοποιεί τόσο το φυσικό τοπίο όσο και τη γαστρονομική ταυτότητα του τόπου. Είτε κάποιος επιλέξει να κινηθεί στον ρυθμό του νησιού είτε να παραμείνει στο **ήρεμο beachfront περιβάλλον** του ξενοδοχείου, η φιλοσοφία του χώρου παραμένει προσανατολισμένη σε μια πιο ουσιαστική και προσωποποιημένη μορφή φιλοξενίας.



Culture

Γιατί να δεις το «Ο Διάβολος Φοράει Prada 2»

Είκοσι χρόνια μετά την πρώτη ταινία που μετατράπηκε σε pop culture φαινόμενο, το sequel του «**Ο διάβολος φοράει Prada**» επέστρεψε στις κινηματογραφικές αίθουσες επιχειρώντας να επαναφέρει το σύμπαν της **Μιράντα Πρίστλεϊ** σε μια εντελώς διαφορετική εποχή για τη μόδα, τα media και την ίδια τη βιομηχανία του lifestyle με τα social media να γεμίζουν με ανάμεικτες αντιδράσεις. Το πρώτο φιλμ του 2006 είχε εξελιχθεί σε μία από τις πιο επιτυχημένες κωμωδίες της εποχής του, με εισπράξεις που πλησίασαν τα **400 εκατομμύρια δολάρια**, αλλά και με μια ερμηνεία της **Μέριλ Στριπ** που χάρισε στην ηθοποιό Χρυσή Σφαίρα και οσκαρική υποψηφιότητα. Στο sequel επιστρέφουν οι ίδιοι δημιουργοί, ενώ η καθυστέρηση της παραγωγής οφειλόταν κυρίως στους δισταγμούς της **Στριπ** και της **Αν Χάθαγουεϊ** να επαναλάβουν τους ρόλους τους. Η ιστορία συναντά τους ήρωες **δύο δεκαετίες αργότερα**, σε μια περίοδο όπου τόσο η κοινωνία όσο και ο χώρος των media έχουν αλλάξει ριζικά. Η νέα ταινία εγκαταλείπει σε μεγάλο βαθμό την **ανάλαφρη glossy διάθεση** του πρώτου μέρους και στρέφεται περισσότερο στις **δυσκολίες** του έντυπου Τύπου, στην κρίση των περιοδικών και στην αγωνία επιβίωσης ενός brand όπως το fictional **Runway**. Η Άντι Σακς εμφα-

νίζεται πλέον ως καταξιωμένη δημοσιογράφος, ενώ η Μιράντα Πρίστλεϊ έρχεται αντιμέτωπη με μια εποχή όπου η εξουσία δεν λειτουργεί όπως παλιά. Χαρακτηριστική είναι η σκηνή όπου προσπαθεί μόνη της να κρεμάσει το παλτό της, καθώς πλέον η συμπεριφορά της ελέγχεται από τα τμήματα προσωπικού και τις **νέες εργασιακές ισορροπίες**. Η ενδυματολόγος **Μόλι Ρότζερς** υπόσχεται ανανεωμένη, εντυπωσιακή γκαρνταρόμπα που αντικατοπτρίζει τις τάσεις του 2026, ξεφεύγοντας από τα κλισέ του παρελθόντος. Παρά τις εντυπωσιακές τοποθεσίες, τις συνεχείς αλλαγές κοστούμιών και τις guest εμφανίσεις της **Lady Gaga** και της **Donatella Versace**, αρκετοί θεωρούν ότι το sequel δεν διαθέτει το **fun** και την ενέργεια της **original ταινίας**. Εκείνο όμως που εξακολουθεί να λειτουργεί σχεδόν αλάνθαστα είναι η παρουσία της **Μέριλ Στριπ**, η οποία παραμένει το κεντρικό πρόσωπο μιας ιστορίας που προσπαθεί να σατιρίσει τη μόδα, τον καπιταλισμό και τη μεταβαλλόμενη εικόνα της **σύγχρονης εξουσίας**. Η ταινία δεν βασίζεται μόνο στη νοσταλγία, αλλά εξετάζει πώς οι **ηρωίδες** προσαρμόζονται σε μια **βιομηχανία** που έχει μεταβληθεί ριζικά. Φυσικά, σημειώνει τεράστια επιτυχία παγκοσμίως, καθιστώντας την μια «**must-see**» εμπειρία για τους λάτρεις του κινηματογράφου και της μόδας.





Fashion

Η OMEGA θα είναι Επίσημος Χρονομέτρης του 38ου America's Cup

Η OMEGA επιστρέφει ως Επίσημος Χρονομέτρης στο 38ο **America's Cup**, συνεχίζοντας μια σχέση με τον ιστορικό θεσμό της ιστιοπλοΐας που μετρά πλέον περισσότερες από τρεις δεκαετίες. Το 2027 η διοργάνωση θα πραγματοποιηθεί για πρώτη φορά στην Ιταλία και συγκεκριμένα στη **Νάπολη**, με φόντο τον Βεζούβιο και την εμβληματική ακτογραμμή της πόλης, σε μια διοργάνωση που φιλοδοξεί να συνδυάσει αγωνιστική ένταση, τεχνολογία και ναυτική παράδοση. Η σχέση της ελβετικής ωρολογιοποιίας με το **America's Cup** ξεκίνησε το 1995, όταν η OMEGA συνδέθηκε με την **Emirates Team New Zealand** υπό την ηγεσία του Sir Peter Blake. Από τότε, η συνεργασία εξελίχθηκε σε μία από τις πιο αναγνωρίσιμες στον χώρο της ιστιοπλοΐας, ενώ έχει δημιουργηθεί και μια άτυπη «παράδοση»: κάθε φορά που η ομάδα της Νέας Ζηλανδίας κατακτά το τρόπαιο, η OMEGA αναλαμβάνει τον ρόλο του Επίσημου Χρονομέτρη στην επόμενη διοργάνωση. Αυτό συνέβη το 2000, το 2003, το 2021 και το 2024, ενώ επιβεβαιώνεται πλέον και για το 2027. Το 38ο **America's Cup Louis Vuitton** θα ξεκινήσει στις 10 Ιουλίου 2027 και θα διε-



ξαχθεί με το format «best of 13». Στο αποκαλούμενο «The Match», δύο ομάδες θα αναμετρηθούν με στόχο τις επτά νίκες που οδηγούν στην κατάκτηση του παλαιότερου τροπαίου του διεθνούς αθλητι-

σμού. Η **Emirates Team New Zealand**, νικήτρια του 2024, επιστρέφει ως υπερασπιστής του τίτλου, διεκδικώντας τέταρτη συνεχόμενη νίκη, ενώ απέναντί της θα βρεθεί ο νικήτης του **Louis Vuitton Cup**, της σειράς αγώνων που αναδεικνύει τον επίσημο challenger. Σε έναν αγώνα όπου ακόμη και τα κλάσματα του δευτερολέπτου μπορούν να καθορίσουν την έκβαση, η **χρονομέτρηση** παραμένει κρίσιμο στοιχείο της διοργάνωσης. Ο Πρόεδρος και CEO της OMEGA, Raynald Aeschlimann, σημειώνει ότι το America's Cup εκφράζει αξίες όπως η ακρίβεια, η καινοτομία και η ναυτική κληρονομιά, στοιχεία που βρίσκονται στον πυρήνα της ταυτότητας της μάρκας. Από την πλευρά του, ο CEO της Emirates Team New Zealand, Grant Dalton, αναφέρεται στις χαρακτηριστικές κόκκινες πλώρες με το λογότυπο της OMEGA που έχουν συνδεθεί με τις μεγάλες νίκες της ομάδας. Η διοργάνωση του 2027 θα περιλαμβάνει επίσης το **Women's America's Cup** και το **Youth America's Cup**, ενισχύοντας τη συμμετοχή νέων ιστιοπλόων και διαφορετικών φωνών στο άθλημα, σε μια περίοδο όπου η τεχνολογία και η ταχύτητα επαναπροσδιορίζουν τη σύγχρονη ιστιοπλοΐα.



Fashion

The Sea Garden: Η νέα συλλογή της HAÁLS

Η νέα collection της **HAÁLS** για το καλοκαίρι του 2026 αντλεί την έμπνευσή της από τον υποθαλάσσιο κόσμο και μεταφέρει στοιχεία της θαλάσσιας γεωγραφίας σε μια σύγχρονη, φορέσιμη γλώσσα σχεδιασμού. Με τίτλο **"The Sea Garden"** κινείται γύρω από την ιδέα της φυσικής ισορροπίας, της ηρεμίας και της διακριτικής κομψότητας, μεταφράζοντας εικόνες και υφές του βυθού σε κοσμήματα με καθαρές γραμμές και οργανικές αναφορές. Η αφηγηρία της φιλοσοφίας της βρίσκεται κάτω από την επιφάνεια της θάλασσας, σε ένα περιβάλλον όπου το φως, η κίνηση και ο χρόνος συνδιαμορφώνουν ένα συνεχώς μεταβαλλόμενο οικοσύστημα. Μέσα από αυτή τη λογική, η **HAÁLS** προσεγγίζει τη θάλασσα όχι ως διακοσμητικό μοτίβο αλλά ως πηγή μορφών, υφών και επαναλαμβανόμενων γεωμετριών που λειτουργούν οργανικά μέσα στον σχεδιασμό. Στη συλλογή συναντώνται **κοραλλιογε-**



νείς σχηματισμοί που αποδίδονται μέσα από **δυναμικές φόρμες**, λεπτομέρειες που παραπέμπουν σε αλυσίδες, καθώς και στοιχεία εμπνευσμένα από τα μαργαριτάρια και τις αποχρώσεις του βαθύ μπλε. Οι **γεωμετρικές επαναλήψεις** και οι **ανάγλυφες επιφάνειες** δημιουργούν ένα αποτέλεσμα που συνδυάζει τη φυσικότητα με μια πιο σύγχρονη αισθητική προσέγγιση, διατηρώντας παράλληλα τον διαχρονικό χαρακτήρα που διατρέπει τη

σχεδιαστική ταυτότητα του **brand**. Η **The Sea Garden** κινείται σε ήπιους, καθαρούς τόνους, δίνοντας έμφαση στην αίσθηση της ισορροπίας και της εσωτερικής ηρεμίας. Μέσα από τις νέες δημιουργίες της, η **HAÁLS** επιχειρεί να αποδώσει τη σιωπηλή δύναμη και τη φυσική αρμονία του θαλάσσιου τοπίου, προτείνοντας κοσμήματα που λειτουργούν τόσο ως καθημερινά αντικείμενα όσο και ως μικρές αφηγήσεις εμπνευσμένες από τη θάλασσα και τον χρόνο.



Gourmet

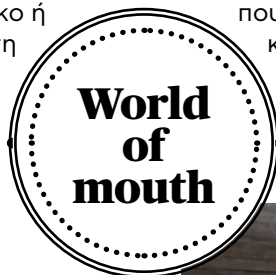
Τι σημαίνει φρουτώδες κρασί;

Στον κόσμο της **οινογνωσίας**, λίγοι όροι χρησιμοποιούνται τόσο συχνά όσο το «φρουτώδες κρασί» και ταυτόχρονα παρερμηνεύονται τόσο εύκολα. Για μεγάλο μέρος του κοινού, η έννοια του φρουτώδους ταυτίζεται αυτόματα με τη γλυκύτητα. Στην πραγματικότητα όμως, πρόκειται για έναν τεχνικό όρο που αφορά κυρίως το αρωματικό και γευστικό προφίλ ενός κρασιού και όχι απαραίτητα τα σάκχαρα του. Οι επαγγελματίες του κρασιού χρησιμοποιούν τον όρο «φρουτώδες» για να περιγράψουν αρώματα και γεύσεις που θυμίζουν **φρέσκα φρούτα**, όπως εσπεριδοειδή, πράσινο μήλο, ροδάκινο, κεράσι, κόκκινα μούρα ή τροπικά φρούτα. Αυτά τα στοιχεία δεν προέρχονται από προσθήκη φρούτων στο κρασί, αλλά δημιουργούνται φυσικά είτε από την ίδια την ποικιλία του σταφυλιού είτε από τις αρωματικές ενώσεις που αναπτύσσονται κατά τη ζύμωση. Ένα **Sauvignon Blanc**, για παράδειγμα, μπορεί να εμφανίζει έντονες νότες passion fruit ή lime, ενώ ένα ξηρό **Riesling** συχνά θυμίζει μήλο, βερίκοκο ή εσπεριδοειδή χωρίς να είναι γλυκό. Η σύγχυση προκύπτει επειδή ο ανθρώπινος εγκέφαλος



συνδέει ενστικτωδώς ορισμένα αρώματα φρούτων με τη γλυκύτητα. Ωστόσο, ένα κρασί μπορεί να είναι απολύτως ξηρό και ταυτόχρονα ιδιαίτερα φρουτώδες. Η **γλυκύτητα** καθορίζεται από

τα υπολειμματικά σάκχαρα που παραμένουν μετά τη ζύμωση, ενώ το φρουτώδες αφορά κυρίως την αρωματική έκφραση του κρασιού. Παράλληλα, η **οξύτητα** παίζει καθοριστικό ρόλο στην αντίληψη της γεύσης: όσο υψηλότερη είναι, τόσο πιο δροσερό και «κοφτερό» φαίνεται το κρασί, ακόμη κι αν διαθέτει ώριμο φρούτο στη μύτη. Το φρουτώδες συνδέεται επίσης στενά με τη νεότητα και τη **φρεσκάδα** ενός κρασιού. Στα πρώτα χρόνια της ζωής τους, πολλά κρασιά εμφανίζουν έντονο πρωτογενές φρούτο, το οποίο με την παλαίωση υποχωρεί σταδιακά, αφήνοντας χώρο σε πιο σύνθετα αρώματα όπως μπαχαρικά, γη, μέλι ή αποξηραμένα φρούτα. Για αυτό και οι sommeliers συχνά μιλούν για «ζωντανό φρούτο» όταν περιγράφουν ένα νέο και ενεργητικό κρασί. Στην πράξη, όταν ένας επαγγελματίας χαρακτηρίζει ένα κρασί ως **φρουτώδες**, δεν αναφέρεται στη ζάχαρη αλλά στη **συνολική αρωματική του ταυτότητα**. Είναι ένας όρος που περιγράφει τη φρεσκάδα, την **εκφραστικότητα** και τον τρόπο με τον οποίο το κρασί μεταφέρει στο ποτήρι τον χαρακτήρα του σταφυλιού και της οινοποίησης.



Travel

Minthis Resort: ένας ξεχωριστός προορισμός στην Πάφο

Στους καταπράσινους λόφους της **Πάφου**, μέσα σε προστατευόμενη περιοχή Natura 2000 πέντε εκατομμυρίων τετραγωνικών μέτρων και στην καρδιά της οινοπαραγωγικής ζώνης της Κύπρου, το **Minthis Resort** αποτελεί έναν από τους πιο ολοκληρωμένους προορισμούς πολυτελούς φιλοξενίας στη Μεσόγειο. Το πεντάστερο resort συνδυάζει σύγχρονη αρχιτεκτονική, φύση, ευεξία και γαστρονομία, δημιουργώντας ένα lifestyle concept που ξεπερνά τα όρια μιας κλασικής ξενοδοχειακής εμπειρίας. Το όνομά του προέρχεται από το ιστορικό **Μοναστήρι του Τιμίου Σταυρού της Μίνθης** του 12ου αιώνα, που βρίσκεται στο κέντρο του κτήματος και λειτουργεί ως σημείο αναφοράς για ολόκληρη την περιοχή. Γύρω του αναπτύσσεται ένα περιβάλλον διακριτικής πολυτέλειας, με κομψές σουίτες, ιδιωτικές επαύλεις, οργανωμένες διαδρομές στη φύση, γήπεδα τένις και padel, ποδηλατικές εμπειρίες και ένα **γήπεδο γκολφ 18 οπών** διεθνών προδιαγραφών, σχεδιασμένο από τον



Donald Steel και τους **Mackenzie & Ebert**, με θέα προς το Τρόοδος και το μεσογειακό τοπίο. Η **γαστρονομία** αποτελεί βασικό κομμάτι της συνολικής εμπειρίας. Στο εστιατόριο **Amaracus**, η κυπριακή

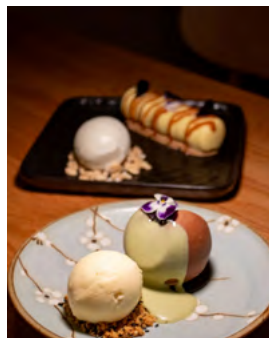
και μεσογειακή κουζίνα προσεγγίζονται μέσα από σύγχρονες τεχνικές και εποχικές πρώτες ύλες, με πιάτα που συνδέουν την τοπική γευστική παράδοση με διεθνείς επιρροές. Στο **Clubhouse**, με θέα στο γήπεδο γκολφ και το μοναστήρι, σερβίρονται ελαφριά γεύματα και το πρωινό του resort, ενώ το **Bar M** λειτουργεί ως σημείο συνάντησης για signature cocktails, premium ποτά και Asian fusion γεύσεις. Παράλληλα, η **Plateia**, εμπνευσμένη από την παραδοσιακή κυπριακή πλατεία, φιλοξενεί μουσικές και πολιτιστικές εκδηλώσεις, ενισχύοντας τον κοινωνικό χαρακτήρα του resort. Στην καρδιά του συγκροτήματος βρίσκεται το βραβευμένο **Minthis Spa**, το οποίο τιμήθηκε με τον τίτλο "Cyprus's Best Wellness Retreat" στα World Spa Awards 2025. Με **9 Thermal Suites**, εσωτερική πισίνα 25 μέτρων, **hydrotherapy facilities, sauna, steam room, plunge pools** και εξατομικευμένες θεραπείες ευεξίας, το spa έχει σχεδιαστεί ως ένας αρχιτεκτονικός χώρος ηρεμίας που ενσωματώνεται οργανικά στο φυσικό τοπίο. Στον χώρο ξεχωρίζουν και τα μνημειακά κεραμικά έργα του καλλιτέχνη **Μανούσου Χαλκιαδάκη**. Το **Minthis Resort** αποτελεί εμβληματικό project της **Pafilia Property Developers**, της μεγαλύτερης ιδιωτικής εταιρείας real estate στην Κύπρο.



Gourmet

Δοκιμάσαμε το μενού στο Huaca Nikkei

Εξι χρόνια μετά το ξεκίνημά του στο Μετς, το **Huaca Nikkei** περνά σε μια νέα φάση ωριμότητας, μεταφέροντας πλέον τη δραστηριότητά του στην Αναπαύσεως 15, λίγα μόλις βήματα από τον αρχικό του χώρο. Το περουβιανό **Nikkei bar-restaurant** του Πάνου Λογοθέτη μεγάλωσε σε μέγεθος, διατηρώντας όμως τη φιλοσοφία που το έκανε να ξεχωρίσει στην αθηναϊκή γαστρονομική σκηνή ήδη από το 2019. Ο νέος χώρος προσφέρει πιο άνετη φιλοξενία, τόσο στο εσωτερικό όσο και στο μεγάλο πεζοδρόμιο, ενισχύοντας τον κοινωνικό και παρεϊστικό χαρακτήρα του εστιατορίου. Στην κουζίνα επιστρέφει ο σεφ **Κώστας Κιουταχιαλόγλου**, ο οποίος είχε συμβάλει καθοριστικά στη διαμόρφωση της γαστρονομικής ταυτότητας του Huaca, συνεχίζοντας πάνω στη λογική της ισορροπίας, της καθαρής γεύσης και της δημιουργικής σύνδεσης ιαπωνικών τεχνικών με την περουβιανή γαστρονομική παράδοση. Το μενού κινείται σε γνώριμους, αλλά πιο ώριμους Nikkei δρόμους. Στις προτάσεις ξεχωρίζουν τα **dumplings γαρίδας** με kosho mayo και tobiko yuzu, το **bao με iberico**,



που ακολουθούν τη χαρακτηριστική umami ισορροπία της κουζίνας του Huaca. Ιδιαίτερη θέση στο μενού έχουν επίσης τα δύο **ceviche** (το πρώτο με λαβράκι, yuzu, κρεμμύδι, μυρωδικά, τσιπούρα, ají Amarillo, αβοκάντο και το δεύτερο με κιτρινόπτερο τόνο), που αποτυπώνουν τη φρεσκάδα και τη ζωντανία της περουβιανής πλευράς του concept, μέσα

από έντονες οξύτητες, ψάρια κορυφαίας ποιότητας και αρωματικές νότες που παραμένουν καθαρές και ακριβείς. Σημαντικό ρόλο εξακολουθεί να παίζει και το bar, με τον **Άρη Χατζηαντωνίου** να υπογράφει μια cocktail λίστα σχεδιασμένη ειδικά για pairing με το φαγητό. Signature επιλογές όπως το **Huaca Pisco Sour**, το **Hibi Paloma**, το **Pepino Verde** και το **House Negroni** κινούνται γύρω από οξύτητες, φρούτα, βότανα και umami στοιχεία, συνομιλώντας άψογα με τις γεύσεις της κουζίνας. Από Πέμπτη έως Κυριακή, το **Huaca** φιλοξενεί διακριτικά DJ sets, ενώ το bar παραμένει ανοιχτό και μετά το τέλος του service της κουζίνας. Εμπνευσμένο από τις ιερές πυραμίδες του Περού, το εστιατόριο συνεχίζει να εξελίσσει το δικό του γαστρονομικό αφήγημα γύρω από τη σύγχρονη **Nikkei κουζίνα**, συνδυάζοντας πολιτισμούς, τεχνικές και αυθεντικές πρώτες ύλες με τρόπο που παραμένει ζωντανός και σύγχρονος.

World
of
mouth

Gourmet

Έρχεται το tavernaki με την υπογραφή του Άνταμ Κοντοβά

Το **tavernaki** είναι το νέο εστιατορικό project του Άνταμ Κοντοβά που ετοιμάζεται να ανοίξει μέσα στο καλοκαίρι στο **Κολωνάκι**, στον χώρο όπου μέχρι πρόσφατα λειτουργούσαν το Nikkei και το WooWoo Garden. Πρόκειται για μια διαφορετική προσέγγιση στην έννοια της σύγχρονης ταβέρνας, μέσα από ένα concept που φέρνει κοντά την ελληνική γευστική μνήμη με στοιχεία από την Ιαπωνία, την Κορέα και τη Νοτιοανατολική Ασία. Ο Άνταμ Κοντοβάς κινείται εδώ πάνω σε μια μαγειρική γλώσσα που έχει ήδη συνδεθεί με το όνομά του: έντονες ασιατικές αναφορές, ντόπιες πρώτες ύλες, φωτιά, ζυμώσεις, umami στοιχεία και πιάτα που ισορροπούν ανάμεσα στο comfort και στη λεπτομέρεια. Στο **tavernaki**, η λογική της ελληνικής ταβέρνας περνά μέσα από τεχνικές και γεύσεις της Άπω Ανατολής, δημιουργώντας ένα μενού βασισμένο στο sharing και στη συνύπαρξη διαφορετικών γαστρονομικών κουλτούρων στο ίδιο τραπέζι. Η αφορμή για να πά-



ρει μορφή το εγχείρημα ήρθε όταν ο εστιάτορας Γιώργος Μελισσάρης παρουσίασε στον chef τον συγκεκριμένο χώρο. Η κοινή τους σχέση με τα ταξίδια και

η αγάπη τους για την ασιατική γαστρονομία οδήγησαν στη δημιουργία του εστιατορίου, μαζί με τους συνεργάτες Γιάννη Μωράκη, Πάνο Πολίτη και Τάκη Διδασκάλου. Το όνομα **tavernaki** προκύπτει από τον συνδυασμό της ελληνικής λέξης «ταβέρνα» με την ιαπωνική κατάληξη «aki», αποτυπώνοντας τη βασική ιδέα πίσω από το concept: μια ταβέρνα όπου οι παραδόσεις της Ελλάδας και της Ασίας συνυπάρχουν φυσικά και χωρίς υπερβολές. Στο μενού, που δίνει έμφαση στην εποχικότητα και στο βάθος της γεύσης, θα συναντά κανείς πιάτα όπως οι μακαρούνες με κιμά από μπουτί πάπιας, με το στήθος της να λειτουργεί ως **ωρίμαση** με θυμαρίσιο μέλι και σόγια. Ανάμεσα στις επιλογές βρίσκονται επίσης το τζατζίκι με kimchi, τα μπουτάκια κοτόπουλου galbi, η μοσαρίσια γλώσσα με σάλτσα satay και τα αρνίσια παιδάκια masala. Στο ίδιο πνεύμα κινείται και το bar του χώρου, όπου ο Κωνσταντίνος Γκιώνης, head bartender του Jazz in Jazz, επιμελείται μια cocktail λίστα που «συνομιλεί» με την κουζίνα, δίνοντας έμφαση στη δημιουργικότητα και στη γευστική ισορροπία.



Γιατί θες γλυκάκι μετά το φαγητό;

Υπάρχει μια στιγμή σχεδόν σε κάθε τραπέζι όπου κάποιος δηλώνει ότι «έσκασε» από το φαγητό, μόνο και μόνο για να αλλάξει γνώμη μόλις εμφανιστούν τα **γλυκά**. Παρά το πλήρες γεύμα που έχει προηγηθεί, το σώμα μοιάζει να βρίσκει ξαφνικά χώρο για «μια κουταλίτσα-έλα -μωρέ δεν- είναι-τίποτα». Κάτι σου θυμίζει; Ε, λοιπόν, αυτό που για χρόνια αντιμετωπιζόταν σαν αστείο ή υπερβολή, φαίνεται να έχει τελικά **επιστημονική εξήγηση**. Σύμφωνα με σύγχρονες **έρευνες** γύρω από τη συμπεριφορά του εγκεφάλου και τη **διατροφική ψυχολογία**, ο άνθρωπος όντως διαθέτει έναν ιδιότυπο «χώρο για επιδόρπιο» και αυτό σχετίζεται με έναν μηχανισμό που ονομάζεται **ειδικός αισθητηριακός κορεσμός**. Ο τελευταίος δεν αφορά μόνο στο στομάχι, αλλά και στον τρόπο με τον οποίο ο **εγκέφαλος** αντιλαμβάνεται τη γεύση, την οσμή, την υφή και τη συνολική εμπειρία ενός **φαγητού**. Η Δρ. **Barbara Rolls** από το **Penn State University**, που μελετά το συγκεκριμένο φαινόμενο ήδη από τη δεκαετία του '80, εξηγεί ότι όταν τρώμε, ο εγκέφαλος ενεργοποιεί το **κέντρο ανταμοιβής** μέσω χημικών ουσιών που δημιουργούν **ευχάριστα συναισθήματα**. Όσο όμως συνεχίζεται η κατανάλωση του ίδιου φαγητού, αυτή η ευχαρίστηση μειώνεται σταδιακά. Με απλά λόγια, ο εγκέφαλος αρχίζει να **«βαριέται»** το ίδιο γευστικό ερέθισμα. Αυτό εξηγεί γιατί κάποιος μπορεί να μην αντέχει άλλη μία μπουκιά από το κυρίως πιάτο, αλλά να ενεργοποιείται ξανά μόλις εμφανιστεί ένα **διαφορετικό γευστικό προφίλ**, όπως ένα παγωτό, μια μους σοκολάτας ή μια τάρτα φράουλα. Η αλλαγή της **γεύσης** και της **υφής** λειτουργεί σαν νέο ερέθισμα για το μυαλό, επαναφέροντας την αίσθηση της απόλαυσης. Η θεωρία αυτή επιβεβαιώθηκε και μέσα από πειράματα της καθηγήτριας Rolls. Σε μία από τις πιο γνωστές μελέτες της, **δύο ομάδες** συμμετεχόντων

έλαβαν **γεύμα τεσσάρων πιάτων**. Η πρώτη ομάδα κατανάλωσε τέσσερις φορές το ίδιο πιάτο, ενώ η δεύτερη τέσσερα διαφορετικά. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι όσοι είχαν μεγαλύτερη ποικιλία κατανάλωσαν περίπου **60%** περισσότερες θερμίδες, ακριβώς επειδή το ενδιαφέρον τους για το φαγητό παρέμενε ενεργό. Παρόμοιο πείραμα πραγματοποίησε και η **Vox Media** (αμερικανική εταιρεία ψηφιακών μέσων ενημέρωσης που ειδικεύεται στο explanatory journalism), βασισμένη στις έρευνες της Rolls. Οι συμμετέχοντες κατανάλωσαν αρχικά **μακαρόνια με τυρί** και στη συνέχεια κλήθηκαν να αξιολογήσουν πόσο επιθυμούσαν να συνεχίσουν να τρώνε το ίδιο φαγητό. Το ενδιαφέρον τους έπεσε θεαματικά. Όταν όμως την επόμενη φορά προσφέρθηκε ως επιδόρπιο **παγωτό** αντί για άλλο ένα πιάτο με μακαρόνια και τυρί, οι εθελοντές κατανάλωσαν τρεις φορές μεγαλύτερη ποσότητα. Η αλλαγή του γευστικού ερεθίσματος αποδείχθηκε αρκετή για να ενεργοποιήσει ξανά την επιθυμία για φαγητό. Οι ειδικοί εκτιμούν ότι πρόκειται για έναν **εξελικτικό μηχανισμό** που οδήγησε τον άνθρωπο να επιδιώκει τη διατροφική ποικιλία και άρα να λαμβάνει διαφορετικά θρεπτικά συστατικά. Ως παμφάγο είδος, ο άνθρωπος είχε ανάγκη από μια πιο **σύνθετη διατροφή** για να επιβιώσει και ο εγκέφαλος φαίνεται πως εξελίχθηκε ώστε να ανταμείβει τη διαφορετικότητα στο φαγητό. Αυτός είναι και ο λόγος που οι μπουφέδες, τα tasting menus ή τα τραπέζια με πολλά μικρά πιάτα συχνά οδηγούν σε **μεγαλύτερη κατανάλωση τροφής**. Οπότε μπορείς να ησυχάσεις: η περίφημη φράση «κρατάω θέση για γλυκό» δεν αποτελεί πλέον για σένα απλώς μια δικαιολογία. Είναι ένας συνδυασμός **βιολογίας, νευροχημείας** και **εξελικτικής συμπεριφοράς**, ο οποίος αποδεικνύει ότι ο εγκέφαλος δεν χορταίνει πάντα με τον ίδιο τρόπο που χορταίνει το στομάχι σου.





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

Flexible Rate: Η ψευδαισθηση του refund στα ξενοδοχεία

Φανταστείτε να αγοράζατε **ασφαλιστήριο** συμβόλαιο, που σας καλύπτει — αλλά μόνο αν το ατύχημα το έχετε **προγραμματίσει** τριάντα μέρες νωρίτερα. Παράλογο;

Ναι.

Ακριβώς αυτό, όμως, κάνουν τα **ελληνικά ξενοδοχεία** με το λεγόμενο, flexible/refundable rate.

Το Θαύμα της Νεολογιστικής Ακροβασίας

Κάπου στο marketing των ξενοδοχείων αποφασίστηκε ότι η λέξη, “ευέλικτο” χρειάζεται **αναθεώρηση**.

Όχι στο λεξικό — εκεί εξακολουθεί να σημαίνει “αυτό, που λυγίζει εύκολα”.

Στον **ξενοδοχειακό κλάδο**, όμως, “ευέλικτο” πλέον σημαίνει:

Πληρώνεις **20-40% παραπάνω** και μπορείς να ακυρώσεις έως... **ένα μήνα** πριν την άφιξή σου.

Τίποτα λιγότερο, τίποτα περισσότερο.

Επαναλαμβάνω: Ένα μήνα πριν.

Για τους αδαείς — δηλαδή, για εκείνους που πιστεύουν ότι η ευελιξία έχει σχέση με την πραγματικότητα — ας το θέσουμε διαφορετικά: Αν κλείσετε δωμάτιο για τα **μέσα Αυγούστου** και σας τύχει κάποια ανάγκη ακύρωσης στα **τέλη Ιουλίου**, χάνετε τα χρήματά σας.

Ακόμα και με το... “ευέλικτο” τιμολόγιο, το **ακριβότερο**.

Ευελιξία à la Grecque

Η **πραγματική ευελιξία** — εκείνη που ξέρουν οι **αεροπορικές** εταιρείες, οι έξυπνες πλατφόρμες κρατήσεων — σημαίνει δυνατότητα **ακύρωσης** έως και **πέντε ημέρες** ή μία εβδομάδα πριν.

Αυτό κατανοεί ο ταξιδιώτης ως ευέλικτο.

Αυτό επιτρέπει στον καθένα να **ταξιδεύει** χωρίς να αντιμετωπίζει κάθε κράτηση σαν **μη αναστρέψιμη** απόφαση, αφού μπορεί να πάρει τα χρήματά του πίσω (**refundable**). Αντίθετα, το ελληνικό flexible rate είναι σαν να λέμε

σε κάποιον: “Είσαι ελεύθερος να φύγεις — αρκεί να το αποφασίσεις τριάντα μέρες νωρίτερα και να μην έχεις άλλη επιλογή εκείνη τη στιγμή”.

Η Επίφαση της Δικαιολογίας

Καταλαβαίνω ότι τα ξενοδοχεία έχουν **κόστη λειτουργίας**.

Έχουν προσωπικό, έχουν δεσμεύσεις, έχουν ανάγκη πρόβλεψης πληρότητας.

Όλα αυτά είναι αληθινά και **σεβαστά**.

Αλλά εδώ δεν μιλάμε για διαχείριση κόστους.

Μιλάμε για κάτι απλούστερο και πολύ λιγότερο ευγενές:

Εισπράττεις **premium τιμή** για ένα

χαρακτηριστικό (**ευελιξία**), το οποίο στην πραγματικότητα **δεν παρέχεις**.

Αυτό δεν είναι επιχειρηματική στρατηγική.

Είναι παραπλάνηση με κοστουμί.

Το πιο ειρωνικό;

Το **non-refundable** τιμολόγιο, το ειλικρινά άκαμπτο, είναι τουλάχιστον **έντιμο**.

Σου λέει κατάμουτρα: “Δεν επιστρέφουμε χρήματα”.

Και, αν το επιλέξεις, παίρνεις το **ρίσκο** σου.

Το **flexible/refundable** rate, αντίθετα, σου υπόσχεται κάτι και σου το αφαιρεί με μαθηματική ακρίβεια — ενώ χρεώνει παραπάνω για την **ψευδαισθηση**.

Μια Μικρή Πρόταση

Αν τα ξενοδοχεία **επιμένουν** στην ορολογία, ας την **αλλάξουν**.

“Λιγότερο Flexible Rate” δεν ακούγεται το ίδιο ωραίο, αλλά είναι τουλάχιστον ακριβές.

Ή, για να μείνουμε στο πνεύμα: **Premium Απογοήτευση**.

Μέχρι τότε, ο ταξιδιώτης καλείται να θυμάται:

Στην Ελλάδα, flexible σημαίνει ό,τι θέλει ο εκάστοτε **ορισμός**, από τον εκάστοτε επιχειρηματία (sic).

Και ο ορισμός, φυσικά, δεν επιστρέφεται.

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: **Σύλβια Τσιρτσίκου** • Executive Assistant: **Λίνα Κοντοβάιου**

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**



9