

SÖ POSH! #056

the trendletter



Culture

«Gold Pavements»:
Η νέα εικαστική
δουλειά της
Αγγελικής
Συμεωνίδη έρχεται
στην Tsantilis
Art Gallery

Culture

«Έργα από
το 1966 έως
το 2022»: Το Μέρος
Β' της μεγάλης
αναδρομικής
έκθεσης για τον
Γιώργο Χατζημιάλη
στο Μουσείο
Μπενάκη

Gourmet

Τα κρασιά ΠΟΠ
Σαντορίνη κέρδισαν
τις εντυπώσεις
στην Γερμανία

Gourmet

ΟΧ, το νέο
κρεατοφαγικό
meeting point
της Αθήνας

Fashion is Passion

AOS:
Η νέα συλλογή μιλά
για τη σύγχρονη
αστική κομψότητα

#NecNotice

Το τσαλακωμένο πουκάμισο του ελληνικού τουρισμού



Gourmet

Τα κρασιά ΠΟΠ Σαντορίνη κέρδισαν τις εντυπώσεις στην Γερμανία

Στις 20 Νοεμβρίου ολοκληρώθηκε με μεγάλη επιτυχία το 2ο ετήσιο roadshow της καμπάνιας «Heroes of Europe: Volcanic Agriculture (HEVA)», στην Γερμανία. Κατά τη διάρκειά του, 200 επαγγελματίες οίνου, σε πέντε γερμανικές πόλεις (Μόναχο, Βερολίνο, Αμβούργο, Ντίσελντορφ και Καρλσρούη), είχαν την ευκαιρία να γνωρίσουν καλύτερα τα κρασιά ΠΟΠ Σαντορίνη και να συνομιλήσουν με τους παραγωγούς τους. Η παρουσίαση των κρασιών και του αμπελώνα της Σαντορίνης έγινε από την Caro Maurer MW, βαθύτατη γνώστρια και θαυμάστρια των σαντορινιων κρασιών. Παράλληλα με την παρουσίαση των οίνων ΠΟΠ Σαντορίνη, οι συμμετέχοντες στις εκδηλώσεις είχαν την ευκαιρία να ενημερωθούν και για τα λοιπά προωθούμενα προϊόντα του ηφαιστειακού «καλαθιού» Heroes of Europe: Volcanic Agriculture, οίνους ΠΟΠ Soave και ΠΟΠ Lessini Durello, καθώς και το τυρί ΠΟΠ Monte Veronese. Τα ηφαιστειακά κρασιά, μια συνεχώς αναπτυσσόμενη αγορά, κερδίζει έδαφος στους καταναλωτές παγκοσμίως και βάζει ακόμα ισχυρότερα στον χάρτη τα ήδη δημοφιλή κρασιά της Σαντορίνης. Οι ιδιαιτερότητες του ηφαιστειακού αμπελώνα δημιουργούν ένα μοναδικό οικοσύστημα, το οποίο συνεισφέρει καταλυτικά



στην παραγωγή μοναδικών κρασιών, καθώς ο συνδυασμός κλίματος, εδάφους, ποικιλιών, καλλιεργητικών φροντίδων και οινοποιητικών τεχνικών, συμβάλλει στα ποιοτικά χαρακτηριστικά των ΠΟΠ Σαντορίνη. Αξίζει να σημειωθεί ότι η Γερμανία είναι η τέταρτη μεγαλύτερη αγορά οίνου στον κόσμο μετά τις ΗΠΑ, την Γαλλία και την

Ιταλία, ενώ αποτελεί μία από τις σημαντικότερες αγορές για το ελληνικό κρασί και την πρώτη χώρα εξαγωγής εντός της ΕΕ.

World of mouth

Fashion is Passion

JYSK: Η χριστουγεννιάτικη διακόσμηση έχει σκανδιναβική διάθεση

Ψάχνετε κι εσείς την ευκαιρία να έρθετε λίγο πιο κοντά στο πνεύμα των γιορτών? Για πολλούς ανθρώπους στον κόσμο και φυσικά για τη JYSK, τα Χριστούγεννα είναι πραγματικά συνώνυμο της θαλπωρής, που στη Δανία αποτελεί μία φιλοσοφία ζωής, γνωστής παγκοσμίως με το όνομα "hygge". Για να καλωσορίσει τη φετινή περίοδο των εορτών, η JYSK λανσάρει τη νέα συλλογή, NordicMood,



παρουσιάζοντας μία σειρά από τα απόλυτα σκανδιναβικά χριστουγεννιάτικα διακοσμητικά, που δεν πρέπει να λείπουν από κανένα γιορτινό σπίτι. Η νέα συλλογή ενσωματώνει διαχρονικά στοιχεία των παραδοσιακών σκανδιναβικών

Χριστουγέννων, όπως καρδούλες, έλατα και αστεράκια και, βέβαια, τα πιο συμπαθητικά σκανδιναβικά ξωτικά με τα χαρακτηριστικά μυτερά καπέλα τους. Εμπλουτισμένες και εκλεπτυσμένες αποχρώσεις του κλασικού πράσινου και του κόκκινου, συμπληρώνουν το ξύλο σε λευκές και γήινες αποχρώσεις, δίνοντας ένα αποτέλεσμα χρωματικών συνδυασμών, που αγκαλιάζει τα παραδοσιακά Χριστούγεννα σε έναν εορτασμό χαρούμενης νοσταλγίας.

Culture

«Gold Pavements»: Η νέα εικαστική δουλειά της Αγγελικής Συμεωνίδη έρχεται στην Tsantilis Art Gallery

Η ζωγράφος, Αγγελική Συμεωνίδη, παρουσιάζει τη νέα της εικαστική δουλειά με τίτλο «Gold Pavements», με έργα εμπνευσμένα από τις σπασμένες-ραγισμένες πλάκες των Αθηναϊκών πεζοδρομίων, στην Tsantilis Art Gallery, μια από τις παλαιότερες, πιο αξιόπιστες και αναγνωρισμένες γκαλερί έργων τέχνης στην Ελλάδα, η οποία ιδρύθηκε το 1925. Η δουλειά της Αγγελικής Συμεωνίδη προέκυψε από μια σειρά ασπρόμαυρων φωτογραφιών, που η ίδια επιμελήθηκε, κοντινά πλάνα των, ραγισμένων απ' την αμείλικτη φθορά του χρόνου, πεζοδρομίων της Αθήνας. Οι αλλοιώσεις της ύλης αποτυπώ-



νονται στις χαραγματιές του συμπαγούς τσιμέντου, στις βαθιές ρυτίδες, που διαπερνούν την επιφάνεια απ' άκρη σ' άκρη, σαν ζωντανή μνήμη των αέναων εναλλαγών των εποχών.

World
of
mouth

Fashion is Passion

AOS: Η νέα συλλογή μιλά για τη σύγχρονη αστική κομψότητα

AOS είναι το ελληνικό brand, που γεννήθηκε την άνοιξη του 2022, για να γιορτάσει τον μινιμαλισμό με τη λειτουργικότητα και την ποιότητα με τη διαχρονικότητα. Έμπνευση του η έκφραση Absence of Sonance, που σημαίνει απουσία ήχου. Αυτή τη σεζόν, η AOS επιστρέφει με μια έντονη συλλογή για fashion lovers με άποψη και προσωπικότητα. Η σύγχρονη αστική κομψότητα μεταφράζεται σχεδιαστικά στην αφαιρετική αισθητική, στην ποιότητα των υφασμάτων και στην ήρεμη δύναμη των μονοχρωμιών, που εξακολουθούν να βρίσκονται στην καρδιά του DNA της AOS, με σταθερό πάντα παράγοντα την προσοχή σε κάθε λεπτομέρεια. Οι σοφιστικές συνδυασμοί χαλαρώνουν τα όρια μεταξύ θηλυκού και αρσενικού, την ίδια στιγμή που οι δυναμικές σιλουέτες ενισχύουν την αυτοπεποίθηση και μας οδηγούν στη νέα εποχή. Οι άνετες φόρμες και οι loose γραμμές αναδεικνύονται με το ανεπιτήδευτο craftsmanship σε λεπτομέρειες, όπως πιέτες, βολάν, εξωτερικές τσέπες και ρεβέρ και δίνουν το στίγμα μιας γκαρνταρόμπας που σέβεται την αισθητική ταυτότητα του brand. Οι ήσυχτοι τόνοι του λευκού και του γκρι, που εξακολουθούν να βρίσκονται πάντα σε προτεραιότητα, έρχονται σε αρμονική αντίθεση με το φθινοπωρινό γκρενά, το utility λαδί, το σοφιστικό μπλε και το εκλεκτικό πράσινο. Ευχάριστη έκπληξη αποτελούν τα deux pieces με τα διακριτικά ανάγλυφα jacquard, αλλά και τα updated



παλτό, που υπογραμμίζουν τη σιλουέτα. Στον αντίποδα, βρίσκονται τα μακριά, σατέν φορέματα, που αποπνέουν vintage θηλυκότητα και τα cozy relaxed πλεκτά, που θα αποτελέσουν τη βάση της χειμερινής γκαρνταρόμπας. Τέλος, τα crispy πουκάμισα σε καθαρό λευκό, σε total black ή στο ανδρόγυνο γαλάζιο, που αποτελούν σταθερές αξίες για το brand, επιβάλλονται μέσα από ελκυστικά details, όπως διαφάνειες, ασυμμετρίες, κουφόπιετες και cropped μήκη. Τη συλλογή συμπληρώνουν τα διακριτικά αξεσουάρ, που, όμως, δεν περνούν απαρατήρητα: Οι μίνι τσάντες, οι all-day totes, τα διαχρονικά rumps, τα κλασικά loafers και τα επίκαιρα mules, είναι τα must haves που θα ολοκληρώσουν τα αβίαστα urban chic σύνολα του φετινού χειμώνα.

Culture

«Έργα από το 1966 έως το 2022»: Το Μέρος Β' της μεγάλης αναδρομικής έκθεσης για τον Γιώργο Χατζημιχάλη στο Μουσείο Μπενάκη

Στις αρχές Νοεμβρίου ολοκληρώθηκε το Μέρος Πρώτο (Μέρος Α') της μεγάλης αναδρομικής έκθεσης του σημαντικού Έλληνα καλλιτέχνη, Γιώργου Χατζημιχάλη, που παρουσιάστηκε στους εκθεσιακούς χώρους του Μουσείου Μπενάκη / Πειραιώς 138.

Σειρά έχει πλέον, το Μέρος Δεύτερο της έκθεσης (Μέρος Β'), το οποίο άνοιξε στο κοινό στις 23 Νοεμβρίου και θα καταλάβει ξανά όλους τους χώρους του κτιρίου στην οδό Πειραιώς έως τις 14 Ιανουαρίου. Τα έργα του Μέρους Β' συμπληρώνουν την καταγραφή της πενήντα-εξάχρονης διαδρομής του καλλιτέχνη στην περιπέτεια της ζωγραφικής από το 1966 έως το 2022.

Η αναδρομική έκθεση του Γιώργου Χατζημιχάλη, η οποία στο Μέρος Πρώτο είχε σημείο εκκίνησης το έτος 1966 και τα πρώτα έργα που φιλοτέχνησε ο καλλιτέχνης σε ηλικία 12 ετών, ολοκληρώνεται χρονολογικά, στο Μέρος Β', με το πρόσφατο έργο του, Μια έκθεση πορτραίτων αφιερωμένη στο έργο «Ο Άγιος Ιερώνυμος στο αναγνωστήριό του» (π. 1475) του Antonello da Messina, που παρουσίασε το 2022 στην Eleftheria Tseliou Gallery.

Ο Γιώργος Χατζημιχάλης είναι ένας από τους σημαντικότερους καλλιτέχνες της γενιάς του. Το έργο του είναι πολύπλευρο και συχνά αποτελείται από μεγάλες ενότητες. Ερευνά τη μνήμη, τη σημα-



σία του αρχείου και τη σχέση μεταξύ του παρελθόντος και της σύγχρονης εικαστικής πραγματικότητας. Για να φτιάξει ένα έργο, συχνά, χρησιμοποιεί πολλά και διαφορετικά μέσα, παράλληλα με τη ζωγραφική, όπως video, φωτογραφίες, κείμενα, εκτυπώσεις κ.ά. Ο διδιάστατος χώρος της ζωγραφικής εξαπλώνεται στην τρίτη διάσταση και οι χώροι που προκύπτουν, επιτρέπουν στον θεατή να βιώσει την εικόνα όπως αυτή διαμορφώνεται από την εμπειρία της ζωής στη μεταμοντέρνα συνθήκη.

World of mouth

Gourmet

Central Wine Fair 2023: Επιστρέφει με ρεκόρ συμμετοχών η έκθεση κρασιών της Στερεάς Ελλάδας

Η καθιερωμένη ετήσια συνάντηση των παραγωγών της Αττικής, της Θεσσαλίας και της Στερεάς Ελλάδας, η αγαπημένη σε οινόφιλους και επαγγελματίες, Central Wine Fair, έρχεται την Δευτέρα 11 Δεκεμβρίου, στο ξενοδοχείο, Athenaeum Intercontinental.

Με στόχο της να συστήσει στους επισκέπτες της τρία εντυπωσιακά terroir, που συνιστούν την «καρδιά» της



ηπειρωτικής Ελλάδας, οι συμμετοχές σε παραγωγούς έχουν ξεπεράσει κάθε προηγούμενο. Σαράντα έξι οινοποιοί δίνουν

ραντεβού στην Αθήνα, για να παρουσιάσουν τα κρασιά τους, τα αμπελοτόπια τους, και να αναδείξουν τους τοπικούς θησαυρούς των τριών αμπελουργικών ζωνών. Ανάμεσα τους τα εμβληματικά οινοποιεία των τριών σπουδαίων αμπελουργικών ζωνών, αλλά και πολλοί νέοι ανερχόμενοι οινοποιοί, που έρχονται να τονίσουν με τη σειρά τους τη συνεχή εξέλιξη που σημειώνεται.

Η έκθεση θα πλαισιωθεί από ένα μοναδικό masterclass, με εισηγητή τον πρώτο Έλληνα Master Sommelier και έναν από τους μόλις 275 στον κόσμο, Ελευθέριο Χανιαλίδη MS. Με τίτλο «5 ποικιλίες – διαφορετικές οπτικές», ο τελευταίος θα αναδείξει όλες τις πτυχές, αλλά και την ποικιλομορφία που χαρακτηρίζει τους αμπελώνες της Αττικής, της Θεσσαλίας και της Στερεάς Ελλάδας.

Gourmet

OX, το νέο κρεατοφαγικό meeting point της Αθήνας

Στην καρδιά της πόλης, επί της οδού Χατζηγιάννη Μέξη, δημιουργήθηκε το OX, το νέο εγχείρημα των Γιάννη Μωράκη, Γιώργου Μελισσάρη, Thomas Grubac και της ομάδας που βρίσκεται πίσω από το Onio και το Curolo, δηλαδή του Πάνου Πολίτη και του Γιάννη Μεντόγιαννη. Το OX δεν ανήκει στην κατηγορία των high end steakhouses, αλλά φιλοδοξεί να αποτελέσει τον «επαναπροσδιορισμό» της ελληνικής ταβέρνας, με το μενού του να επιμελείται και να εκτελεί ο βραβευμένος chef Μιχάλης Νουρλόγλου. Εδώ, κυριαρχούν η σουβλά, ο ξυλόφουρνος, το κάρβουνο και το τηγάνι. Οι επιλογές πολλές: από κοκορέτσι, κοντοσούβλι χοιρινό ή κοτόπουλο και συκώτι φρυγαδεύλι, μέχρι τζιγερσοσαρμάδες, πίτες και μαγειρευτά ημέρας και από χοιρινή μπριζολοπανσέτα και μοσχαρίσιο σιδηρόδρομο asado μέχρι σπιτικά λουκανικάκια, πασά κεφτέ και κοπές. Highlights τα φιλετάκια από πρόβατο και η βουτυρομακαρονάδα με τυρί, ενώ πολύ καλές είναι και οι αλοιφές, δηλαδή η τυροκαυτερή και η καπνιστή μελιτζανοσαλάτα. Τα πιάτα συνοδεύονται από μια value for money λίστα κρασιών, που έχει επιμεληθεί ο wine expert Γιάννης Μακρής και περιλαμβάνει πάνω από εκατό meat friendly εκλεκτές ετικέτες, κυρίως από Έλληνες οινοπαραγωγούς, χωρίς να λείπουν οι προτάσεις κι από τον διεθνή αμπελώνα. Παράλληλα, σερβίρουν μια μεγάλη ποικιλία από μπύρες, καθώς και διαλεχτά απο-



στάγματα. Στα plus του, προσθέστε την όμορφη διακόσμηση, δημιουργία του γραφείου ADD Architects, που κινείται σε γήινους τόνους – τα πιο όμορφα τραπέζια είναι αυτά μπροστά στην ανοιχτή κουζίνα με την ισπανική custom made parilla. Σημαντική λεπτομέρεια: το OX είναι απόλυτα προσβάσιμο και φιλικό σε AMEA.

World
of
mouth

Fashion is Passion

Η Mattel παρουσιάζει την πιο in fashion γιορτινή κούκλα Barbie

Για τους φανατικούς λάτρεις της σε όλο τον κόσμο, η Barbie είναι το απόλυτο σύμβολο της μόδας και της ομορφιάς- αυτό το εμπέδωσαν άλλωστε ακόμη και οι πιο δύσπιστοι μετά την επιτυχία του ομώνυμου blockbuster, που κυκλοφόρησε το καλοκαίρι. Στον απόηχο αυτής της μεγάλης επιτυχίας και με τις γιορτές προ των πυλών, η «μαμά εταιρεία» Mattel μόλις παρουσίασε τη συλλεκτική κούκλα, Barbie Mariah Carey, αποτίνοντας φόρο τιμής στη διάσημη τραγουδίστρια, που έχει ταυτιστεί με τα Χριστούγεννα με το τραγούδι «All I Want for Christmas is You». Η κούκλα Mariah Carey αναδεικνύει το χαρακτηριστικό ύφος και το εκθαμβωτικό στυλ της τραγουδίστριας, φορώντας ένα έντονο κόκκινο φόρεμα, που αγκαλιάζει την υπέροχη σιλουέτα



της. Μοναδικές λεπτομέρειες στην εμφάνιση, η μαζεμένη φόδρα στους γοφούς και το εντυπωσιακό σκίσιμο στο πόδι. Οι λαμπερές μπούκλες, τα αστραφτερά ασημένια αξεσουάρ και οι ασορτί κόκκινες γόβες, ολοκληρώνουν αυτή τη γιορτινή εμφάνιση. Η ίδια η Mariah Carey ανέφερε «Αυτή η κούκλα Barbie αποτελεί όνειρο ζωής για εμένα! Αν μπορούσα να ανατρέξω στον χρόνο και να πω στη μικρή

Mariah ότι μια μέρα θα υπάρξει μια Barbie σαν εκείνη, νομίζω πως θα τρελαινόταν από χαρά! Εύχομαι σε όλους τους συλλέκτες και τους θαυμαστές να απολαύσουν την περίοδο των εορτών και ελπίζω η κούκλα Mariah να είναι μια υπέροχη προσθήκη στη συλλογή τους!».

"It's Good"

Μια πλατφόρμα μόνο για θετικές κριτικές εστιατορίων ανοίγει στις ΗΠΑ και ταραάζει τα νερά

Πόσες φορές διαβάζετε διαδυκτιακές κριτικές εστιατορίων; Ας το παραδεχτούμε. Στις μέρες μας, οι περισσότεροι, πριν κάνουμε μια κράτηση, το ψάχνουμε αρκετά. Δεν περιοριζόμαστε σε απόψεις φίλων και γνωστών, που έχουν πάει, ούτε στη γνώμη έγκριτων food editors, αλλά κάνουμε τη δική μας μικρή έρευνα, μέσω διαδικτύου, και αποφεύγουμε όσα εστιατόρια σκοράρουν αρνητικά. Και ναι, είναι αλήθεια: τα διαδικτυακά reviews μπορούν να χτίσουν ή να πληγώσουν την online φήμη ενός εστιατορίου. Οι άσχημες διαδυκτιακές κριτικές μπορούν να επηρεάσουν σοβαρά την κατάταξη ενός εστιατορίου σε μια μηχανή αναζήτησης και να επηρεάσουν την άνοδο μιας επιχείρησης, που αντιμετωπίζει προβλήματα, ενώ, από την άλλη, μεγάλα ονόματα, όπως η αμερικάνικη Yelp ή το TripAdvisor έχουν καταφέρει, κατά γενική ομολογία, να θολώσουν τα νερά, γύρω από την αξιοπιστία και την ποιότητα της κριτικής.

Σίγουρα, έχουμε ακούσει μαρτυρίες για το πώς το διαδικτυακό σύστημα κριτικών μπορεί να κάνει δύσκολη τη ζωή για ορισμένες επιχειρήσεις εστίασης, ενώ αυτές οι ιστορίες τρόμου έχουν ποικιλία προέλευσης: από ανταγωνιστικές επιχειρήσεις, που στοχεύουν συστηματικά ένα εστιατόριο με κακές κριτικές, για να αποθαρρύνουν τους πελάτες, μέχρι φυσικά πρόσωπα, που κατακλύζουν το διαδικτυακό προφίλ κριτικής ενός εστιατορίου με αρνητικά σχόλια, για να εκβιάσουν τους ιδιοκτήτες ή απλά για να εξυψώσουν το εγώ τους.

Στις ΗΠΑ, πάντως, βρέθηκε μια start up, που θέλει να ταραάζει το διαδικτυακό σύστημα αξιολόγησης, αλλά με θετικό τρόπο. Το «It's Good» είναι μια πλατφόρμα κριτικών εστιατορίων σε εξέλιξη, η οποία θα επιτρέπει να «ανεβαίνουν» μόνο θετικές κριτικές για ένα εστιατόριο.

Το ερώτημα, που προκύπτει, φυσικά, είναι το κατά πόσο μπορούμε να εμπιστευτούμε τις κριτικές εστιατορίων εάν είναι μόνο καλές. Οι ιδιοκτήτες του «It's Good» έχουν την απάντηση: η αξία της πλατφόρμας τους δεν αφορά στην κριτική αυτή καθαυτή, αλλά στην αξιοπιστία του δικτύου χρηστών που βαθμολογούν. Εδώ, δεν θα μπορεί να μπαίνει οποιοσδήποτε: η database αυτών που βαθμολογούν έχει ορισμένη αποκλειστικότητα. Για να γίνει κάποιος μέλος αυτής της elit ομάδας, θα πρέπει να ανήκει σε ένα δίκτυο που αποτελείται από foodies, σεφ, διασημότητες και influencers, ανθρώπων δηλαδή που αποδεδειγμένα νοιάζονται και αγαπούν το καλό φαγητό και τη φιλοξενία των εστιατορίων. Την πλατφόρμα θα μπορεί να τη χρησιμοποιήσει κανείς μόνο μόλις γίνει μέλος του δικτύου και μόνο τότε θα μπορεί να μοιράζεται τις συμβουλές, τις ιδέες και τις εμπειρίες του, σχετικά



με τα μέρη για φαγητό που αγαπά.

Πίσω από το εγχείρημα «It's Good» βρίσκεται ο τραγουδιστής John Legend. Μαζί με τον Mike Rosenthal, ο οποίος ασχολήθηκε με την τεχνολογική ανάπτυξη του πρότζεκτ, ανέπτυξαν την ιδέα τους καθ' όλη τη διάρκεια της πανδημίας. Το έργο προχώρησε σιωπηλά, αλλά σταθερά έκτοτε, καθώς οι δυο τους, από την αρχή, ήθελαν να ακολουθήσουν μια μακροπρόθεσμη προσέγγιση και να δημιουργήσουν πρώτα τη σωστή βάση χρηστών, περιορίζοντας τις αθρόες εισροές, που θα μπορούσαν να «μολύνουν» την πλατφόρμα, πλήττοντας την αξιοπιστία της.

Στο «It's Good» δεν θα υπάρχει χώρος για αρνητικές κριτικές, γιατί, έτσι κι αλλιώς, δεν είναι ένα μέρος για κριτική, αλλά ο τόπος που θα «ανεβαίνουν» συστάσεις ανθρώπων με πραγματικό ενδιαφέρον για το φαγητό, που ενδιαφέρονται πραγματικά. Τα μελλοντικά έσοδα μπορεί να προέρχονται από προμήθεια κράτησης μέσω της πλατφόρμας ή μέσω συνεργασίας με κάποιο επώνυμο brand. Ωστόσο το μόνο

σίγουρο είναι ότι το μοντέλο ψηφιακής διαφήμισης clickbait θα αποφευχθεί, καθώς οι ιδρυτές του θεωρούν ότι έτσι θα περιορίσουν την πιθανότητα τοξικής συμπεριφοράς των χρηστών. Επίσης, πιστεύουν ακράδαντα ότι θα επιτύχουν, καθώς, κατά τη γνώμη τους, αφού όλοι ρωτάμε την άποψη για κάποιο εστιατόριο, είναι καλύτερο να την ακούμε από κάποιον άνθρωπο που εκτιμούμε κι όχι από ένα άγνωστο δίκτυο ή bot.

«Οι φίλοι μου πάντα επικοινωνούν μαζί μου για τη «λίστα μου» με εστιατόρια στις πόλεις που έχω επισκεφτεί. Με το "It's Good", επιδιώξαμε να δημιουργήσουμε μια αξιόπιστη κοινότητα για τους λάτρεις του φαγητού, για να προτείνουν τα αγαπημένα τους μέρη και να ανακαλύψουν τα νέα στέκια, μέσα από μια φιλική προς τον χρήστη πλατφόρμα», γράφει ο Legend στον ιστότοπο της εφαρμογής «It's Good». Στον οποίο υπάρχει λίστα αναμονής!



SO POSH BOOK



Από την **Αλεξία Καλογεροπούλου**
powered by [BookSitting](#)

Μίτσικο Αογιάμα, Η βιβλιοθήκη των κρυφών ονείρων, Εκδόσεις Πατάκη

Ενα feel good μυθιστόρημα, γεμάτο ελπίδα, για τα όνειρα που μπορούν να γίνουν πραγματικότητα. Μέσα από τη ρέουσα αφήγησή της, η γιαπωνέζα συγγραφέας υπενθυμίζει τον σπουδαίο ρόλο των βιβλίων, που έχουν τη δύναμη να μεταμορφώσουν τη ζωή, όσο δύσκολη κι αν φαίνεται.

Το βιβλίο

Πέντε άνθρωποι, πολύ διαφορετικοί μεταξύ τους, περνούν το κατώφλι μιας μικρής βιβλιοθήκης στην καρδιά του Τόκιο. Όλοι βρίσκονται σ' ένα σταυροδρόμι της ζωής τους. Μια νεαρή πωλήτρια σε πολυκατάστημα, που θέλει να αποκτήσει καινούριες δεξιότητες και να τα καταφέρει στη νέα της ζωή στην πρωτεύουσα, ένας τριανταπεντάχρονος λογιστής εταιρείας επίπλων που ονειρεύεται να ανοίξει το δικό του μαγαζί με αντίκες, μια ευσυνείδητη πρώην υπεύθυνη σε περιοδικό, που έχασε τη θέση της εξαιτίας της μητρότητας και πασχίζει να συνδυάσει τις επαγγελματικές της προσδοκίες και την ανατροφή ενός παιδιού, ένας τριαντάχρονος άνεργος, με αναξιοποίητο ταλέντο στη ζωγραφική, που έχει χάσει την αυτοπεποίθησή του και νιώθει ότι είναι βάρος για την οικογένειά του, ένας συνταξιούχος που δεν ξέρει πώς να περάσει τον άπλετο ελεύθερο χρόνο του κι αναζητά καινούρια ενδιαφέροντα. Η Σαγιούρι Κοματσι, η αινιγματική βιβλιοθηκάρια, θα προτείνει στον καθένα



τους από ένα βιβλίο που απέχει πολύ από αυτό που είχαν στο μυαλό τους να διαβάσουν. Αυτό ακριβώς το απρόσμενο ανάγνωσμα θα τους κάνει να αναρωτηθούν ποιο είναι το βαθύτερο νόημα της ζωής και θα τους δώσει το κλειδί για να πραγματοποιήσουν τα όνειρά τους.

Η συγγραφέας

Η Μίτσικο Αογιάμα γεννήθηκε το 1970 στην επαρχία Αϊτσι της Ιαπωνίας και ζει στη Γιοκοχάμα. Μετά τις πανεπιστημιακές της σπουδές, εργάστηκε ως ρεπόρτερ σε ιαπωνική εφημερίδα στο Σύνδνεϋ και ως υπεύθυνη ύλης περιοδικών στο Τόκιο. Το πρώτο της βιβλίο, η συλλογή διηγημάτων "Την Πέμπτη, ζεστή σοκολάτα", απέσπασε το βραβείο Miyazakimoto. "Η βιβλιοθήκη των κρυφών ονείρων" (Εκδόσεις Πατάκη, 2023) πρωτοκυκλοφόρησε στην Ιαπωνία το 2020 και πούλησε περισσότερα από 150.000 αντίτυπα μέσα στις πρώτες εβδομάδες κυκλοφορίας. Έχει μεταφραστεί ως τώρα σε περισσότερες από είκοσι γλώσσες.

Τίτλος: **Η βιβλιοθήκη των κρυφών ονείρων**
Συγγραφέας: **Μίτσικο Αογιάμα**
Μετάφραση: **Αγγελική Τσέλιου**
Εκδόσεις: **Πατάκη**
Σελίδες: **264**



Περισσότερα βιβλία στο
[booksitting.gr](https://www.booksitting.gr)

Ta Cellier προτείνουν



Villa Antinori rosso, Marchesi Antinori. Πρόκειται για ένα εξαιρετικό, αντιπροσωπευτικό παράδειγμα των κρασιών της Τοσκάνης με την υπογραφή Marchesi Antinori. Η ιστορία του οίκου Antinori ξεκίνησε το 1385. Για περισσότερους από 6 αιώνες και 26 γενιές, η φιλοσοφία της οικογένειας Antinori βασίζεται στον συνδυασμό της παράδοσης και της καινοτομίας, στη διατήρηση και στον σεβασμό της οινολογικής παράδοσης της Ιταλίας και στον πειραματισμό στην οινοποίηση, δίνοντας σε κάθε γευσιγνώστη, τη χαρά της ανακάλυψης αυτού του μοναδικού συνδυασμού.

Ο εμβληματικός οίκος, έχει αποσπάσει πολλά βραβεία και δικαίως θεωρείται ηγέτης της ιταλικής οινικής κουλτούρας με διασημότερες ετικέτες τις: Solaia, Tignanello και Matarocchio. Ο οίκος Marchesi Antinori ανακηρύχθηκε φέτος ως "World's Most Admired Wine Brand" από το έγκριτο Drinks International ενώ κατάφερε, εκτός από την κορυφή της λίστα των πιο θαυμαστών οινοποιείων του κόσμου, να κατακτήσει και την εικοστή πρώτη θέση για το κτήμα Tignanello.

Διαθέτει πάνω από 9 κτήματα στην Ιταλία, ενώ δραστηριοποιείται και σε άλλες αξιόλογες οινοπαραγωγικές περιοχές σε όλο τον κόσμο. Κάθε αμπελώνας και οινοποιείο Antinori έχει το δικό του χαρακτήρα, τη δική του ιστορία και τον δικό του μικρόκοσμο.

Το Villa Antinori rosso, Marchesi Antinori είναι εξαιρετικό "Value for money" κρασί και για αυτό έχει κατακτήσει την τρίτη θέση στον διεθνή διαγωνισμό του έγκριτου περιοδικού Wine Spectator "Top 10 Wine Values 2022", όντας το μόνο Ιταλικό κρασί της λίστας.

Για πάνω από 90 χρόνια διατηρεί την υψηλή του ποιότητα που ξεπερνά τις προσδοκίες, χρονιά με τη χρονιά. Η παραγωγή του ξεκίνησε το 1928 όταν ο Marchese Niccolò Antinori αποφάσισε να ονομάσει αυτό το κρασί εμπνευσμένος από τη βίλα της οικογένειας και έχοντας σαν όραμα την ανάδειξη της δικής του οπτικής για την περιοχή Chianti Classico. Το Villa Antinori rosso φέτος επιλέχθηκε από το μεγαλύτερο τουρνουά golf στον κόσμο, Ryder Cup, ως το επίσημο κρασί της διοργάνωσης.

Δοκιμάστε το με μοσχαρίσιο διάφραγμα, με ζυμαρικά με σάλτσα μπολονέζ ή με κριθαρότο μανιταριών και ταξιδέψτε γευστικά στους λόφους της Τοσκάνης!



Χαρακτηριστικά

Το Villa Antinori 2019 έχει ρουμπινί χρώμα. Διακρίνεται από έντονα και πολύπλοκα αρώματα με φρουτώδεις νότες από μαυροκέρασο, δαμάσκινο, και διακριτικά αρώματα ξύλου, μέντας και μαύρου πιπεριού. Στο στόμα έχει μέτριο σώμα και είναι ισορροπημένο με διακριτικές τανίνες που διατηρούν μακρά και απολαυστική επίγευση.

Παραγωγός: Marchesi Antinori

Ποικιλίες: Syrah, Sangiovese, Merlot, Cabernet Sauvignon

Παλαίωση: έως 6 χρόνια από τον τρύγο

Χώρα προέλευσης: Ιταλία

Περιοχή: Toscana IGT

Χρώμα: Κόκκινο

Τύπος: Ήρεμο

Γλυκύτητα: Ξηρό

Χρονιά: 2019

Περιεκτικότητα σε αλκοόλ: 13,5%vol

Συνδυάζεται ιδανικά με: Ζυμαρικά με σάλτσα Μπολονέζ, κριθαρότο μανιταριών, μοσχαρίσιο κρέας

Θερμοκρασία σερβίρισματος: 16°C

Το Villa Antinori Rosso, Marchesi Antinori όπως και τα άλλα κρασιά Marchesi Antinori, εισάγονται στην Ελλάδα από τη GENKA1877 και θα τα βρείτε στις κάβες Cellier.



More
Info

Καταστήματα Cellier

• Cellier Kifissia • Cellier Marousi • Cellier Psychiko • Cellier Syntagma • Cellier Syngrou Fix • Cellier Syngrou • Cellier Navarino Agora

by **GENKA1877**
WINE | FOOD | BEVERAGES

www.cellier.gr



211.444.4444



Chef Νίκος Ντάνος

Σούπα Τοπιναμπούρ βελουτέ



Υλικά για 4 άτομα

- 20 γρ βούτυρο μαζί με 20 γρ ελαιόλαδο
- 1 μεγάλο λευκό κρεμμύδι καθαρισμένο και κομμένο σε κύβους 1,5 εκ.
- 600 γρ Τοπιναμπούρ (αγκινάρες Ιερουσαλήμ) καθαρισμένες και πλυμένες
- 400 μλ γάλα φρέσκο
- 500 μλ ζωμό κοτόπουλο ή λαχανικών

- Αλάτι και λευκό πιπέρι
- 1 μέτρια πατάτα καθαρισμένη (100 γρ. καθαρό)
- 1 σκελίδα σκόρδο καθαρισμένη
- 1 μέτριο πράσο, το λευκό μέρος κομμένο σε κύβους 1,5 εκ.
- 1 φύλλο δάφνης
- 2 κ λάδι λευκής τρούφας
- Φρεσκοτριμμένο πιπέρι

Εκτέλεση

Σε μέτριο βαθύ σκεύος και μέτρια

θερμοκρασία μαγείρεμα το βούτυρο, το κρεμμύδι, το σκόρδο & το πράσο μέχρι να μαραθούν (περίπου 4 λεπτά). Μέσα και τις αγκινάρες Ιερουσαλήμ, τον ζωμό, το γάλα και τα μπαχαρικά. Μαγείρεμα σε μέτρια σκεπασμένα με καπάκι για 20 λεπτά. Πέρασμα προσεκτικά τη σούπα από ένα μπλέντερ μέχρι να γίνει μια απαλή βελουτέ. Σερβίρισμα με μερικές σταγόνες λάδι τρούφας και ψιλοκομμένο chives.



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

Το τσαλακωμένο πουκάμισο του ελληνικού τουρισμού

Συζητώντας το προηγούμενο Σαββατοκύριακο στην Χενία, σχετικά με το επίπεδο των υπηρεσιών, που οφείλει να παρέχει η χώρα μας σε τουριστικό επίπεδο, θυμήθηκα ένα περιστατικό, το οποίο είχα βιώσει πριν από 13 χρόνια, και το οποίο μου έχει μείνει στη μνήμη.

Ήταν Παρασκευή νωρίς το βράδυ, όταν προέκυψε ξαφνικά ένα κάλεσμα για φαγητό.

Ετοιμαζόμουν να επιστρέψω σπίτι από το κέντρο της Αθήνας.

Το εστιατόριο ήταν στην Κηφισιά και, δεδομένου ότι μένω στην Γλυφάδα, δεν υπήρχε λόγος να γυρίσω σπίτι.

Εκείνη την ώρα, όμως, διαπίστωσα ότι το πουκάμισο, το οποίο φορούσα, είχε τρεις μεγάλους λεκέδες μπροστά, οι οποίοι δεν κρύβονταν...

Σκέφτηκα, λοιπόν, ότι το καλύτερο, που είχα να κάνω, ήταν να αγοράσω ένα καινούριο πουκάμισο (το χρειαζόμουν, άλλωστε, ούτως ή άλλως).

Τα χρονικά περιθώρια ήταν λίγο στενά, δεδομένου ότι η ώρα ήταν 9 παρά τέταρτο.

Πηγαίνω στο κατάστημα, που ψώνιζα συχνά. Βλέπω στο ταμείο τον ιδιοκτήτη με δύο υπαλλήλους. Επιχειρώ να μπω, αλλά η πόρτα είναι κλειστή.

Με βλέπει ο ιδιοκτήτης και μου κάνει νόημα ότι είχαν κλείσει.

Του δείχνω το ρολόι, θέλοντας να του πω ότι είναι ακόμα παρά τέταρτο.

“Οκτώμισι κλείνουμε”, μου απαντάει, χωρίς καν να μπει στον κόπο να έρθει μέχρι την πόρτα και να με ρωτήσει – ως καλό πελάτη – τι χρειάζομαι και πηγαίνω τέτοια ώρα στο μαγαζί του.



Εκνευρισμένος από τη συμπεριφορά αυτή, φεύγω και σκέφτομαι πού μπορώ να πάω.

#NecNotice

Εννέα παρά πέντε, λοιπόν, μπαίνω μέσα στο γνωστό πολυκατάστημα του κέντρου.

Σταματάω σε ένα stand, και λέω στον πωλητή ότι αναζητώ ένα πουκάμισο, σε αυτό το νούμερο, και να

είναι από τα ανοιγμένα και κρεμασμένα, που έχουν, ώστε να μη χρειάζεται σιδέρωμα.

Μου δείχνει πού είναι αυτά. Τα βλέπω, αλλά δεν μου άρεσε κάτι.

“Μην ανησυχείτε για αυτό, κύριε”, μου λέει. “Διαλέξτε όποιο θέλετε από τα διπλωμένα και θα σας το σιδερώσω εγώ πρόχειρα, ώστε να μπορέσετε να το φορέσετε τώρα”.

-Μα, η ώρα είναι περασμένη. Κλείνετε.

-Ούτε να το συζητάτε. Χαρά μου να σας εξυπηρετήσω.

Όπως και έγινε.

Το πουκάμισο σιδερώθηκε, το φόρεσα, και κατευθυνθήκαμε προς το ταμείο.

Βγάζω να πληρώσω με κάρτα, και μου ζητάνε ταυτότητα (τότε, δεν υπήρχαν pin και ανέπαφες πληρωμές).

Δεν την είχα μαζί μου και τους ζήτησα να καλέσουν το call center της τράπεζας και να επιβεβαιώσουν τα στοιχεία μου (δεδομένου ότι η ταυτότητα ήταν στο πορτοφόλι μου, μαζί με τις άλλες κάρτες και τα μετρητά, και όλα μαζί στο αυτοκίνητό μου).

Η ταμίας μου εξήγησε ότι αυτό δεν γίνεται. Και τότε, ο υπάλληλος, που με εξυπηρέτούσε, μου λέει: "Μην ανησυχείτε. Θα το πληρώσω εγώ για εσάς!".

Και βγάζει από την τσέπη του εκατό ευρώ και πληρώνει (95 ευρώ ήταν η τιμή του πουκαμίσου)!

-Μα, τι κάνετε; Με ξέρετε; Κρατήστε παρακαλώ την κάρτα μου ως εγγύηση, μέχρι να σας φέρω τα χρήματα.

-Δεν χρειάζεται. Απλά, θα ήθελα να σας παρακαλέσω να μου τα φέρετε μέχρι αύριο το μεσημέρι.

Εννοείται ότι δεσμεύθηκα για αυτό και έφυγα, ευχαριστώντας τον.

Μόλις έφτασα στο αυτοκίνητο, σκέφτηκα ότι ήταν ευκαιρία να του δώσω τώρα τα χρήματα.

Επέστρεψα, λοιπόν, στο - κλειστό πλέον - πολυκατάστημα, και την ώρα, που πήγαινα προς τις κυλιόμενες, είδα τον συγκεκριμένο υπάλληλο να επιστρέφει από το ATM, κρατώντας δύο χαρτονομίσματα των 50 ευρώ.

-Παρακαλώ, ορίστε τα χρήματά σας και σας ευχαριστώ πολύ για την εξυπηρέτηση.

-Μα, δεν ήταν ανάγκη να τα φέρετε σήμερα.

-Για να κοιμηθείτε ήσυχος απόψε.

-Ήσυχος θα κοιμόμουν, ούτως ή άλλως. Μπορώ να καταλάβω, μετά από αρκετά χρόνια στο εμπόριο, ποιος είναι αξιόπιστος και ποιος όχι.

Και μπορεί το περιστατικό αυτό να μην αφορά άμεσα τις τουριστικές υπηρεσίες, είναι, όμως, το απόλυτο παράδειγμα για το πώς πρέπει να είναι η εξυπηρέτηση των τουριστών - Ελλήνων και ξένων - στη χώρα μας, ειδικά σε ένα απόλυτα απαιτητικό και ανταγωνιστικό διεθνές περιβάλλον.

#NecNotice



SÖ POSH!

ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ ΨΗΦΙΑΚΟ NEWSLETTER

NOTICE
CONTENT & SERVICES

Βαλαωρίτου 9, 106 71 Κολωνάκι
Τ. 210 3634061

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

Chief Editor: **Γιώτα Παναγιώτου** • Γενικός Διευθυντής (εμπορική και επιχειρησιακή λειτουργία): **Γιάννης Παντελιάδης**

Εμπορικός Διευθυντής: **Ματίνα Βελάνη** • Διευθυντής Πωλήσεων: **Άγγελος Στανωτάς** • Sales Coordinator: **Χριστίνα Σιδηροπούλου**

Office Manager - Συνδρομές: **Διονυσία Αγγέλου** • Project Manager: **Δέσποινα Βασιλοπούλου**

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

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