

Meze 99 Classics slaví 10 let: Ikona moderního audia přichází v nové generaci

Prémiová značka Meze Audio představuje druhou generaci sluchátek, která se stala symbolem stylového poslechu a špičkového zvuku. Meze 99 Classics 2nd Generation navazují na ikonický model z roku 2015 a připomínají deset let filozofie, která spojuje řemeslné zpracování, nadčasový design a charakteristicky teplý zvuk.

Elegantní mušle z masivního ořechového dřeva, kovové detaily a pohodlný samonastavitelný hlavový most dělají ze sluchátek nejen audio zařízení, ale i designový doplněk. Nová generace přináší jemně vyladěnou akustiku pro ještě čistší a vyváženější poslech, aniž by ztratila typický rukopis značky Meze.

Sluchátka Meze 99 Classics 2nd Generation jsou v Česku dostupná u vybraných partnerů společnosti BaSys CS za doporučenou cenu 8 990 Kč.



Pro skvělý ranní start, odpolední relax i sladké sny Ochutnejte čaje TEEKANNE Organics

Dopřejte si chvíli jen pro sebe – ráno, odpoledne i večer: Čaje z řady TEEKANNE Organics jsou vyrobené z pečlivě vybraných bio ingrediencí a přinášejí čistou sílu přírody v každém šálku. Povzbudí vás po ránu, pomohou zpomalit po náročném dni a večer vás jemně naladí na klidný spánek. Pro hektická rána je tu Start Your Day – svěží směs citronové trávy, máty, máty a citronové kůry, která probudí tělo i mysl a dodá energii do nového dne. Když potřebujete na chvíli vypnout, sáhněte po Calm & Relax. Honeybush v kombinaci s meduňkou a chmelem navodí pocit uvolnění a vnitřní pohody. A večer? Sleep & Dream promění šálek čaje v malý rituál. Jemná vůně meduňky, levandule a citronové trávy vás zklidní a připraví na sladké sny.

Čaje TEEKANNE Organics jsou k dostání za 79,90 Kč.



Tivoli Audio přichází do Česka:

Ikonicke rádio, které je zároveň designovým doplňkem

Stylový interiér si zaslouží i stylový zvuk. Na český trh právě vstupuje prémiová americká značka Tivoli Audio, která už více než dvacet let dokazuje, že rádio může být nejen technologickým zařízením, ale i krásným designovým objektem. Tivoli Audio vzniklo v Bostonu s jednoduchou vizí: vytvořit rádio s dokonalým zvukem, nadčasovým vzhledem a snadným ovládním. A přesně to značka nabízí dodnes – elegantní dřevěné skříňky, minimalistické linie a ikonický retro styl, který skvěle zapadne do moderní domácnosti. Vedle klasického rádia přináší Tivoli i současné technologie jako Bluetooth, Wi-Fi streaming, AirPlay 2 nebo Spotify Connect. Oblíbené modely jako Model One nebo přenosná řada SongBook spojují špičkový zvuk s estetikou, která vybočuje z běžné elektroniky.

Tivoli Audio je nyní dostupné v Česku prostřednictvím distributora BaSys CS u vybraných partnerů.



Kosmetika a wellness jako životní priorita:

Beauty rituály podporují identitu i psychiku, tvrdí průzkum

připravila: redakce

foto: deNatura

Sebepečce se z okrajového trendu stala společenským fenoménem. Podle nejnovějšího průzkumu považuje 82 % lidí wellness za jednu ze svých hlavních životních priorit.

Kosmetika a beauty rituály dnes už neslouží jen ke zlepšení vzhledu – stávají se zdrojem radosti, sebevyjádření, psychické rovnováhy i sociálního propojení. Tento trend posunuje zejména mladší generace, ale i muži.

Podle rozsáhlého průzkumu společností Ulta Beauty a Bread Financial, realizovaného na vzorku více než 1 800 respondentů, považuje wellness za jednu ze svých hlavních životních priorit až 82 % lidí. Pro více než 70 % lidí je péče o sebe klíčovou součástí kosmetických rituálů. Tento trend přitom nejrychleji roste u generace Z a mileniálů.

Krása jako zdroj radosti, identity a duševní rovnováhy

Podle odborníků dnes kosmetika plní mnohem hlubší roli než kdy dříve. „Už nejde jen o hygienu nebo estetiku, ale o každodenní rituál klidu, sebepoznání a péče o vlastní psychickou pohodu. Krása se stává nástrojem meditace, sebelásky i osobního rozvoje,“ uvedla Michaela Gorčíková, specialista na vývoj produktů ze společnosti deNatura.cz, která se zaměřuje na vývoj funkční přírodní kosmetiky a doplňků stravy.

Z průzkumu vyplývá, že kosmetické produkty přinášejí radost téměř polovině lidí (46 %). Více než třetina populace (34 %) pak vnímá své beauty rutiny jako formu sebevyjádření. U generace Z je tento aspekt ještě silnější – 52 % mladých lidí používá kosmetiku k vyjádření různých stránek své identity.

Večerní rituály jako moderní forma relaxace

Stále větší roli hrají také večerní rituály péče o pleť. Více než třetina lidí si pravidelně vyhraňuje čas na zklidnění prostřednictvím skincare, přičemž u mladších generací tento podíl přesahuje 45 %. „Oblibu si získávají zejména uklidňující procedury, jako jsou pleťové masky či koupele, které vyhledává více než polovina respondentů,“ upřesnila Michaela Gorčíková.



deNatura, anti-age sérum, proti vráskám s bakuchiolem, 30 ml koupíte za 997 Kč

deNatura, hydratační sérum s kyselinou hyaluronovou, 30 ml koupíte za 697 Kč