D4.1 – Information material

Project Acronym	CoRe
Project Title	Consumer (Re)generation
Grant Agreement Number	101196578
Programme	SMP-CONS-2024-EDU
Work Package	WP4
Lead Beneficiary	Cittadinanzattiva APS
Dissemination level	Public
Date	July 2026
Version	Final

Project web page (EN)	https://www.activecitizenship.net/projects/1290-2025-consumer-re-generation-core.html
Project web page (ITA)	https://www.cittadinanzattiva.it/progetti/17245-consumer-re-generation-core.html

Table of Contents

Description 3
1. The Young Consumers' Manifesto 4
2. Slogans 5
3. Peer-to-Peer Campaign 5
Annex 1 – Print-ready and digital files of the Manifesto (IT version) 7
Annex 2 – Manifesto digital file (EN version) 10
Annex 3 – Bookmark files 12
Annex 4 – Magnet files 14

Description

The primary objective of the Consumer (Re)generation (CoRe) project is to boost consumer awareness, aiming to empower the younger generations to be more informed, responsible, and proactive. Within this framework, Work Package 4 (WP4) was dedicated to awareness-raising, communication, and the dissemination of project outputs. The strategic intent was to put young people front and centre in disseminating information, entrusting them with the task of communicating the achieved results to both their peers and adults.

To bring this goal to life, we rolled out a peer-to-peer campaign based on showcasing the materials co-created by the students during their collaborative activities. Specifically, the young participants drafted the Young Consumers' Manifesto—a collective document outlining rights, responsibilities, and recommendations for the future of consumer education—alongside a series of communication slogans.

Using the winning messages from the contest, we produced printed informational materials, specifically designed as bookmarks and magnets. These materials were distributed directly by the students across their own social and school networks, ensuring highly effective peer-to-peer communication. To wrap up the initiative, a printed version of the Manifesto was also sent out to the participating schools, which was displayed around the school premises to maximise the project's impact and visibility.

The materials were sent to the following target schools:

REGION	CITY	SCHOOL
Lombardia	Milano	Centro di formazione professionale CIOFS-FP
Emilia-Romagna	Bologna	Istituto Comprensivo Monte San Pietro
Puglia	Taranto	IISS Archimede di Taranto
Puglia	Foggia	Liceo scientifico G. Marconi
Lazio	Roma	Highlands Institute – Liceo
Sicilia	Catania	IS CARLO GEMMELLARO
Sicilia	Catania	Istituto Tecnico Archimede
	Catania	ITIS Cannizzaro
Piemonte	Carignano (TO)	Istituto Comprensivo di Carignano
Campania	Napoli	Istituto Enrico Caruso
	Napoli	Liceo Artistico U. Boccioni
Campania	Salerno	Liceo Alfano I
Campania	Napoli	Istituto Superiore Gentileschi
Campania	Giugliano in Campania	I.C. BASILE-DE FILIPPO
Campania	Arzano	Giordano Bruno di Arzano
Campania	Casoria	IS Andrea Torrente

The total amount of material produced and distributed was 10,000 items. In more detail, we produced and distributed:

- 1,000 Manifestos (A1 size)
- 6,000 rectangular bookmarks, printed double-sided (5.5 x 21 cm)
- 3,000 magnets (6 x 8 cm)

1. The Young Consumers' Manifesto

One of the most innovative and distinctive outputs of the CoRe school pilot project is the creation of the Young Consumers' Manifesto. This document doesn't just represent the natural culmination of the educational journey; it acts as a genuine communication tool, driven directly by the students within their communities through the peer-to-peer campaign.

Specifically, the document is structured into four core sections:

- **Consumer rights and duties:** These reflect the growing awareness among young people regarding the challenges posed by digital markets, online shopping, and data-collection ecosystems. This section highlights a deep understanding of "consumer citizenship"—a concept rooted not only in the need for protection, but also in personal responsibility and the social impact of one's choices.
- **New rights and proposals for the future:** These demonstrate a clear reading of contemporary consumption challenges, highlighting the young participants' ability to contribute proactively and constructively to the public policy debate.
- **Tips for being responsible consumers:** These translate theoretical principles and rights into practical guidelines, offering peers and adults a practical roadmap for making more ethical, mindful, and safe purchasing choices on a daily basis.
- **Keywords:** An essential vocabulary summarising the document's core values (such as transparency, sustainability, awareness, and security), acting as a conceptual compass for the entire project.

Please refer to:

- **Annex 1:** Print file and digital file of the Manifesto (IT version).
- **Annex 2:** Manifesto file (EN version).

(Note: The printed and distributed Manifesto can be seen in the photos included in Section 3, "Peer-to-peer campaign").

2. Slogans

In parallel with drafting the Young Consumers' Manifesto, the individual classes came up with a series of slogans designed as direct communication messages about consumer rights. Formulated as tips, recommendations, and warnings, these texts highlighted the issues felt to be most urgent and significant by the students involved in the programme. The primary goal of this creative output was to support both peers and adults on their journey to becoming active, informed, and responsible consumers.

Based on the winning slogans, to give the campaign a tangible footprint, we created two specific types of physical informational material: bookmarks and magnets. Acting as true awareness-raising vehicles, these products were successfully used to fuel the peer-to-peer campaign both within the project and in the students' respective local contexts.

Please refer to:

- **Annex 3:** Bookmark files
- **Annex 4:** Magnet files

(Note: The materials produced and distributed can be seen in the photos included in Section 3, "Peer-to-peer campaign").

3. Peer-to-Peer Campaign

As a testament to the young participants' on-the-ground commitment and the widespread reach of the initiative, below are some images from the peer-to-peer campaign. These photographs document the campaign's rollout, showing the distribution of physical informational materials and the posters displayed across the school premises. They clearly highlight the active role our students played as genuine ambassadors for mindful consumption.


Carrefour




MCKENZIE



Annex 1 – Print-ready and digital files of the Manifesto (IT version)

DIRITTI E DOVERI DEI CONSUMATORI

1. Abbiamo il DIRITTO di sapere davvero cosa compriamo.
Prezzo, materiali, origine, qualità, istruzioni e condizioni di vendita devono essere chiari. Se le informazioni non sono trasparenti, non possiamo scegliere bene.

2. Abbiamo il DIRITTO a prodotti sicuri e di qualità.
Quello che acquistiamo non deve farci male, non deve ingannarci e deve mantenere quello che promette. La sicurezza viene prima di tutto.

3. Abbiamo il DIRITTO di essere tutelati se qualcosa non va.
Se un prodotto è difettoso, non funziona o non è come ce l'aspettavamo, dobbiamo poter ottenere garanzia, sostituzione, rimborso o reso in modo semplice e veloce.

4. Abbiamo il DIRITTO di scegliere senza farci ingannare.
Pubblicità ingannevoli, recensioni false, influencer poco trasparenti, siti poco sicuri e trucchi online non devono condizionare le nostre scelte.

5. Abbiamo il DOVERE di informarci prima di comprare.
Leggere etichette, confrontare prezzi, controllare il sito e capire bene cosa stiamo acquistando è il primo passo per scegliere con la testa.

6. Abbiamo il DOVERE di non comprare a caso.
Non tutto quello che ci piace ci serve davvero. Comprare con responsabilità significa evitare sprechi, acquisti impulsivi e scelte fatte solo per moda.

7. Abbiamo il DOVERE di rispettare l'ambiente e le persone.
Ogni acquisto ha un impatto. Scegliere prodotti più sostenibili, durevoli ed etici significa avere rispetto per il pianeta, per chi lavora e per il futuro.

8. Abbiamo il DOVERE di far valere i nostri diritti.
Conservare scontrini, segnalare problemi, denunciare truffe e rivolgersi ad una associazione di consumatori quando serve vuol dire essere consumatori attivi, non passivi.

QUESTO È IL PRIMO MANIFESTO DEI GIOVANI CONSUMATORI

L'ABBIAMO SCRITTO NOI:

667 STUDENTI DI *35 CLASSI ITALIANE*

CORE
CONSUMER (RE)GENERATION

NUOVI DIRITTI E PROPOSTE PER IL FUTURO

1. Vogliamo PIÙ CHIAREZZA su come sono fatti i prodotti e su come funzionano i servizi.
Dobbiamo poter sapere facilmente da dove arrivano, con quali materiali sono fatti, quanto durano e che impatto hanno sull'ambiente e sulle persone.

2. Vogliamo ETICHETTE PIÙ SEMPLICI e più utili.
Le informazioni importanti devono essere leggibili e immediate, soprattutto per noi giovani. Capire un prodotto non deve essere complicato.

3. Vogliamo PIÙ SICUREZZA negli acquisti online.
Comprare sul web deve essere facile, ma anche sicuro. Servono più controlli contro truffe, siti falsi, recensioni manipolate e pubblicità mascherata.

4. Vogliamo FAR VALERE I NOSTRI DIRITTI senza ostacoli.
Reclami, resi e rimborsi devono essere più facili, più veloci e meno complicati. Un diritto conta davvero solo se possiamo usarlo.

5. Vogliamo prodotti che durino di più e che si possano RIPARARE.
Buttare non può essere sempre l'unica soluzione. Riparare deve essere possibile, accessibile e normale.

6. Vogliamo PIÙ EDUCAZIONE AL CONSUMO consapevole a scuola.
Imparare a scegliere bene, riconoscere i rischi, evitare truffe e capire i propri diritti dovrebbe far parte della nostra formazione.

7. Vogliamo PIÙ TUTELA dei nostri dati personali.
Nel mondo digitale i nostri dati valgono. Per questo devono essere protetti davvero, proprio come deve essere protetta la nostra sicurezza quando acquistiamo.

CONSIGLI PER ESSERE CONSUMATORI RESPONSABILI

1. **INFORMATI prima di comprare.** Leggi etichette, recensioni e condizioni di vendita.
2. **CHIEDITI se ti serve davvero.** Aspetta un attimo prima di comprare: non tutto quello che vuoi ti serve davvero.
3. **ONLINE? Occhi aperti e ATTENTO alle offerte troppo facili.** Controlla che il sito sia sicuro, usa pagamenti affidabili e conserva sempre le prove d'acquisto. Se sembra troppo conveniente, forse c'è qualcosa che non torna.
4. **Compra meno, SCEGLI meglio.** Meglio una cosa fatta bene che tante cose che durano poco. Preferisci prodotti più sostenibili, etici, riparabili e con meno impatto sull'ambiente.
5. **NON SPRECARE.** Riusa, ripara, ricicla: dare più valore alle cose significa produrre meno rifiuti.
6. **Non aver paura di FAR VALERE I TUOI DIRITTI.** Se qualcosa non va, chiedi assistenza, segnala il problema e fatti sentire.

PAROLE CHIAVE

QUALITÀ GARANZIA SICUREZZA
SOSTENIBILITÀ
LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE
RESPONSABILITÀ
TUTELA RISPETTO RECESSO DOVERI
INFORMAZIONE
RIMBORSO AMBIENTE DIRITTI
CONSAPEVOLEZZA
ATTENZIONE SCELTA
TRASPARENZA RICICLO

cittadinanzattiva.it
SCANSIONA E VISITA IL SITO PER CONOSCERE IL PROGETTO

CoRe è un progetto indipendente di CITTADINANZATTIVA

in collaborazione con InfoCons consumers-protection.ro Union of Working Consumers of Greece

con il supporto di iliad

Cofinanziato dall'Unione europea

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva del Consiglio europeo per l'innovazione e delle PMI (EISMEA). Né l'Unione europea né EISMEA possono esserne ritenuti responsabili.

FSC MISTO Carta | A sostegno della gestione forestale responsabile FSC® C119002

DIRITTI E DOVERI DEI CONSUMATORI

1. Abbiamo il DIRITTO di sapere davvero cosa compriamo.
Prezzo, materiali, origine, qualità, istruzioni e condizioni di vendita devono essere chiari. Se le informazioni non sono trasparenti, non possiamo scegliere bene.

2. Abbiamo il DIRITTO a prodotti sicuri e di qualità.
Quello che acquistiamo non deve farci male, non deve ingannarci e deve mantenere quello che promette. La sicurezza viene prima di tutto.

3. Abbiamo il DIRITTO di essere tutelati se qualcosa non va.
Se un prodotto è difettoso, non funziona o non è come ce l'aspettavamo, dobbiamo poter ottenere garanzia, sostituzione, rimborso o reso in modo semplice e veloce.

4. Abbiamo il DIRITTO di scegliere senza farci ingannare.
Pubblicità ingannevoli, recensioni false, influencer poco trasparenti, siti poco sicuri e trucchi online non devono condizionare le nostre scelte.

5. Abbiamo il DOVERE di informarci prima di comprare.
Leggere etichette, confrontare prezzi, controllare il sito e capire bene cosa stiamo acquistando è il primo passo per scegliere con la testa.

6. Abbiamo il DOVERE di non comprare a caso.
Non tutto quello che ci piace ci serve davvero. Comprare con responsabilità significa evitare sprechi, acquisti impulsivi e scelte fatte solo per moda.

7. Abbiamo il DOVERE di rispettare l'ambiente e le persone.
Ogni acquisto ha un impatto. Scegliere prodotti più sostenibili, durevoli ed etici significa avere rispetto per il pianeta, per chi lavora e per il futuro.

8. Abbiamo il DOVERE di far valere i nostri diritti.
Conservare scontrini, segnalare problemi, denunciare truffe e rivolgersi ad una associazione di consumatori quando serve vuol dire essere consumatori attivi, non passivi.

QUESTO È IL PRIMO MANIFESTO DEI GIOVANI CONSUMATORI

L'ABBIAMO SCRITTO NOI: 667 STUDENTI DI 35 CLASSI ITALIANE

CoRe
CONSUMER (RE)GENERATION

NUOVI DIRITTI E PROPOSTE PER IL FUTURO

1. Vogliamo PIÙ CHIAREZZA su come sono fatti i prodotti e su come funzionano i servizi.
Dobbiamo poter sapere facilmente da dove arrivano, con quali materiali sono fatti, quanto durano e che impatto hanno sull'ambiente e sulle persone.

2. Vogliamo ETICHETTE PIÙ SEMPLICI e più utili.
Le informazioni importanti devono essere leggibili e immediate, soprattutto per noi giovani. Capire un prodotto non deve essere complicato.

3. Vogliamo PIÙ SICUREZZA negli acquisti online.
Comprare sul web deve essere facile, ma anche sicuro. Servono più controlli contro truffe, siti falsi, recensioni manipolate e pubblicità mascherata.

4. Vogliamo FAR VALERE I NOSTRI DIRITTI senza ostacoli.
Reclami, resi e rimborsi devono essere più facili, più veloci e meno complicati. Un diritto conta davvero solo se possiamo usarlo.

5. Vogliamo prodotti che durino di più e che si possano RIPARARE.
Buttare non può essere sempre l'unica soluzione. Riparare deve essere possibile, accessibile e normale.

6. Vogliamo PIÙ EDUCAZIONE AL CONSUMO consapevole a scuola.
Imparare a scegliere bene, riconoscere i rischi, evitare truffe e capire i propri diritti dovrebbe far parte della nostra formazione.

7. Vogliamo PIÙ TUTELA dei nostri dati personali.
Nel mondo digitale i nostri dati valgono. Per questo devono essere protetti davvero, proprio come deve essere protetta la nostra sicurezza quando acquistiamo.

CONSIGLI PER ESSERE CONSUMATORI RESPONSABILI

1. **INFORMATI prima di comprare.** Leggi etichette, recensioni e condizioni di vendita.
2. **CHIEDITI se ti serve davvero.** Aspetta un attimo prima di comprare: non tutto quello che vuoi ti serve davvero.
3. **ONLINE? Occhi aperti e ATTENTO alle offerte troppo facili.** Controlla che il sito sia sicuro, usa pagamenti affidabili e conserva sempre le prove d'acquisto. Se sembra troppo conveniente, forse c'è qualcosa che non torna.
4. **Compra meno, SCEGLI meglio.** Meglio una cosa fatta bene che tante cose che durano poco. Preferisci prodotti più sostenibili, etici, riparabili e con meno impatto sull'ambiente.
5. **NON SPRECARE.** Riusa, ripara, ricicla: dare più valore alle cose significa produrre meno rifiuti.
6. **Non aver paura di FAR VALERE I TUOI DIRITTI.** Se qualcosa non va, chiedi assistenza, segnala il problema e fatti sentire.

PAROLE CHIAVE

QUALITÀ GARANZIA SICUREZZA
SOSTENIBILITÀ
LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE
RESPONSABILITÀ
TUTELA RISPETTO RECESSO DOVERI
INFORMAZIONE
RIMBORSO AMBIENTE DIRITTI
CONSAPEVOLEZZA
ATTENZIONE SCELTA
TRASPARENZA RICICLO

cittadinanzattiva.it
SCANSIONA E VISITA IL SITO PER CONOSCERE IL PROGETTO

CoRe è un progetto indipendente di CITTADINANZATTIVA
in collaborazione con InfoCons consumers-protection.gr e Union of Working Consumers of Greece
con il supporto di iliad
Cofinanziato dall'Unione europea
Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva del Consiglio europeo per l'innovazione e delle PMI (EISMEA). Né l'Unione europea né EISMEA possono esserne ritenuti responsabili.
FSC MISTO Carta | A sostegno della gestione forestale responsabile FSC® C119002

Annex 2 – Manifesto digital file (EN version)

RIGHTS AND DUTIES OF CONSUMERS

1. We have the RIGHT to truly know what we are buying.
Price, materials, origin, quality, instructions, and terms of sale must be clear. If the information is not transparent, we cannot make good choices.

2. We have the RIGHT to safe and high-quality products.
What we buy must not harm us, must not mislead us, and must live up to what it promises.Safety comes first.

3. We have the RIGHT to be protected if something goes wrong.
If a product is defective, does not work, or is not as we expected, we must be able to benefit from a warranty, replacement, refund, or return easily and quickly.

4. We have the RIGHT to choose without being misled.
Misleading advertising, fake reviews, non-transparent influencers, unsafe websites, and online tricks must not affect our choices.

5. We have the DUTY to inform ourselves before buying.
Reading labels, comparing prices, checking the website, and fully understanding what we are purchasing is the first step to making informed decisions.

6. We have the DUTY not to buy impulsively.
Not everything we like is something we truly need. Buying responsibly means avoiding waste, impulse purchases, and choices driven only by trends.

7. We have the DUTY to respect the environment and others.
Every purchase has an impact. Choosing more sustainable, durable, and ethical products means respecting the planet, workers, and the future.

8. We have the DUTY to assert our rights.
Keeping receipts, reporting issues, denouncing scams, and contacting a consumer association when needed means being active consumers, not passive ones.

THIS IS THE FIRST MANIFESTO OF YOUNG CONSUMERS

IT WAS WRITTEN BY US:

667 STUDENTS FROM **35 ITALIAN CLASSES**

CONSUMER (RE)GENERATION

NEW RIGHTS AND PROPOSALS FOR THE FUTURE

1. We want MORE TRANSPARENCY about how products are made and how services work.
We should be able to easily know where they come from, what materials they are made of, how long they last, and what impact they have on the environment and on people.

2. We want SIMPLER and more useful LABELS.
Important information must be clear and immediate, especially for young people. Understanding a product should not be complicated.

3. We want MORE SECURITY in online shopping.
Buying online should be easy, but also safe. More controls are needed against scams, fake websites, manipulated reviews, and disguised advertising.

4. We want to ASSERT OUR RIGHTS without obstacles.
Complaints, returns, and refunds must be easier, faster, and less complicated. A right truly matters only if we can exercise it.

5. We want products that last longer and can be REPAIRED.
Throwing things away cannot always be the only solution. Repairing should be possible, accessible, and normal.

6. We want MORE EDUCATION ON responsible consumption in schools.
Learning how to make informed choices, recognize risks, avoid scams, and understand our rights should be part of our education.

7. We want GREATER PROTECTION of our personal data.
In the digital world, our data has value. That's why it must be truly protected, just as our safety must be protected when we shop.

TIPS FOR BEING RESPONSIBLE CONSUMERS

1. **GET INFORMED before buying.** Read labels, reviews, and terms of sale.
2. **ASK YOURSELF if you really need it.** Wait a moment before buying: not everything you want is something you truly need.
3. **SHOPPING ONLINE? Keep your eyes open and BE CAREFUL with deals that seem too good to be true.** Check that the website is secure, use reliable payment methods, and always keep proof of purchase. If it seems too good to be true, something might be wrong.
4. **Buy less, CHOOSE better.** It's better to have one well-made item than many that don't last. Choose products that are more sustainable, ethical, repairable, and have less environmental impact.
5. **DON'T WASTE. Reuse, repair, recycle:** giving more value to things means producing less waste.
6. **Don't be afraid to ASSERT YOUR RIGHTS.** If something goes wrong, ask for assistance, report the issue, and make your voice heard.

KEYWORDS

QUALITY SAFETY WARRANTY SUSTAINABILITY ANTI-COUNTERFEITING RESPONSIBILITY RIGHT OF WITHDRAWAL DUTIES PROTECTION REFUND RESPECT INFORMATION ENVIRONMENT RIGHTS AWARENESS ATTENTION CHOICE TRANSPARENCY RECYCLING

activecitizenship.net
SCAN AND VISIT THE WEBSITE TO LEARN MORE ABOUT THE PROJECT

CoRe is an independent project by CITTADINANZATTIVA

in partnership with InfoCons consumers-protection.ro Union of Working Consumers of Greece

with the support of iliad

Co-funded the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or European Innovation Council and SMEs Executive Agency (EISMEA). Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

Annex 3 – Bookmark files

CONSUMER
(RE)GENERATION

CoRe è un progetto indipendente di

CITTADINANZATTIVA

in collaborazione con

InfoCons
consumers-protection.ro

Union of Working Consumers of Greece

con il supporto di

iliad

Cofinanziato dall'Unione europea

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva del Consiglio europeo per l'innovazione e delle PMI (EISMEA). Né l'Unione europea né EISMEA possono esserne ritenuti responsabili.

Per acquistare responsabilmente e in sicurezza, dobbiamo imparare a difenderci dalle truffe: proprio come un supereroe! Diventa anche tu un Consuperman: acquista, in sicurezza, sempre!



CONSUMER
(RE)GENERATION

CoRe è un progetto indipendente di

CITTADINANZATTIVA

in collaborazione con

InfoCons
consumers-protection.ro

Union of Working Consumers of Greece

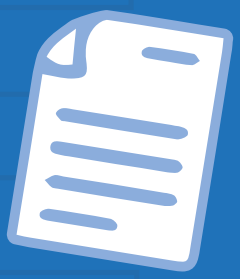
con il supporto di

iliad

Cofinanziato dall'Unione europea

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva del Consiglio europeo per l'innovazione e delle PMI (EISMEA). Né l'Unione europea né EISMEA possono esserne ritenuti responsabili.

Non essere un cliente distratto, firma con intelligenza ogni contratto. Conosci i tuoi diritti, dai valore a ogni gesto: un consumo onesto ci mette il resto!



CONSUMER
(RE)GENERATION

CoRe è un progetto indipendente di

CITTADINANZATTIVA

in collaborazione con

InfoCons
consumers-protection.ro

Union of Working Consumers of Greece

con il supporto di

iliad

Cofinanziato dall'Unione europea

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva del Consiglio europeo per l'innovazione e delle PMI (EISMEA). Né l'Unione europea né EISMEA possono esserne ritenuti responsabili.

Metti nel carrello solo il meglio,
acquista sicuro e dimostra
che sei sveglio!!!



Annex 4 – Magnet files


Diventa
anche tu un
Consuperman:
acquista,
in sicurezza,
sempre!
CONSUMER
(RE)GENERATION
Cofinanziato
dall'Unione europea


Conosci i
tuoi diritti,
dai valore
a ogni gesto:
un consumo
onesto ci
mette il resto!
CORE
CONSUMER (RE)GENERATION
Cofinanziato
dall'Unione europea


Metti nel
carrello
solo il meglio,
acquista
sicuro e
dimostra che
sei sveglio!!!
CORE
CONSUMER
(RE)GENERATION
Cofinanziato
dall'Unione europea