



Spett.le

Slowworking

Via Camillo Benso Conte di Cavour, 74/76, 20871 Vimercate MB
c.a VANESSA TRAPANI

**Oggetto: Interventi di conciliazione e welfare aziendale - DGR 5755/21 e Dduo n. 4683/22
- Progetto "SloWelfare - benessere organizzativo a km0" - ID Domanda: 3846074**

Facendo riferimento ai contatti intercorsi recentemente, segue la nostra offerta per l'attività in oggetto.

Contesto di riferimento

Progetto slowelfare

Attività e servizi

Attività di media relation e sviluppo contenuti storytelling per i momenti salienti del progetto (lancio o storytelling progettualità specifica), forfait di 50 ore

1. Elaborazione dei messaggi chiave per i Media
2. Redazione dei materiali stampa:
3. Creazione del profilo del progetto (cartella stampa);
4. Mappatura dei media target ed elaborazione delle media list: digital economy e generalisti;
5. Redazione dei comunicati stampa (2/3)
6. Rassegna Stampa delle citazioni in formato elettronico;
7. Sviluppo di news per il sito che raccontino elementi salienti (2/3)
8. Report sulle attività svolte.

Team

- Un addetta alle media pr
- Un giornalista

Modalità di lavoro

Fase 1 – coordinamento con team comunicazione, identificazione di contenuti e timeline

Fase 2 – sviluppo contenuti

Fase 3 - reportistica

Periodo di erogazione dei servizi generali

novembre 2022 – ottobre 2023

La quotazione per il nostro impegno è di:
€ 1.000,00 (milleeuro,00), escluso IVA

Il piano di fatturazione prevede la fatturazione dell'importo secondo le seguenti modalità:
50% parti a 500 € + IVA alla sottoscrizione.
50% pari a 500 € + IVA a conclusione del progetto
Termini di pagamento: 30 giorni data fattura



Ringraziamo per l'interesse accordatoci e restiamo in attesa di riscontro per accettazione dell'offerta e presa visione degli allegati.

Milano, 03/07/2023

The Good in Town

Sara Serafini
(Legale rappresentante)

Sloworking

Vanessa Trapani
(Referente/Legale rappresentante)



Allegato 1: “Codice Etico The Good in Town”

CODICE ETICO

Ci presentiamo

Siamo una Società Benefit che promuove l’impegno sociale, la comunicazione positiva e l’innovazione come leva di cambiamento e trasformazione.

Come lo facciamo? Facciamo *story doing* – realizziamo con le aziende progetti innovativi di sostenibilità, che hanno un impatto sociale o ambientale positivo, collaborando con l'ecosistema del benefit, delle imprese e dell'innovazione tecnologica – e *story telling* – valorizziamo l’impegno delle PMI e delle Corporation in attività ad impatto positivo per uno sviluppo sostenibile, aiutiamo le società benefit e B Corp a diffondere il loro modo nuovo di fare impresa. Siamo anche editori del magazine online *The Good in Town - Fatti e persone che cambiano il mondo*, il nostro strumento per fare divulgazione sui temi ‘benefit’ e per fare informazione inclusiva, positiva, cercando di rendere chiari anche i temi più complessi.

La nostra missione

Vogliamo contribuire alla generazione di consapevolezza e ispirare azioni rivolte allo sviluppo sostenibile e alla responsabilità sociale, valorizzando con la comunicazione e con progetti concreti il positivo che porta al beneficio comune.

La nostra visione

Rendere il bene comune parte integrante della vita di tutti, grazie alla collaborazione e al supporto dell'innovazione e della tecnologia, facendo emergere la capacità delle persone di agire positivo e la loro unicità come motore del cambiamento positivo.

Per noi l’etica è... rispetto, il rispetto per le persone e per l’ambiente, per la loro unicità e diversità nell’esprimersi.



Intendiamo il Codice Etico, infatti, quale strumento indispensabile posto a tutela del loro rispetto e quale guida pratica che orienti le nostre scelte e i nostri comportamenti ogni qualvolta si presenti una situazione potenzialmente critica o conflittuale.

Crediamo che la redazione e la diffusione del Codice Etico possa aiutarci a creare un terreno valoriale condiviso sul quale coltivare relazioni autentiche e profonde con tutti i nostri stakeholder.

Destinatari del codice etico

I destinatari del Codice sono tutti coloro che a vario titolo costituiscono e collaborano con l'organizzazione nonché tutti gli stakeholder di The Good in Town.

I Valori in cui crediamo

Le 4 I - *informazione, innovazione, inclusione, ispirazione* - sono i tasselli essenziali del nostro modello "benefit pop". Sono tutti elementi autonomi ma che, integrandosi a vicenda, costituiscono un sistema unico finalizzato a stimolare, attivare, accrescere il senso di *responsabilità*.

Informazione

"Esiste un solo bene, la conoscenza, ed un solo male, l'ignoranza" – Socrate

Informazioni corrette e positive, nell'era di internet e dei social media, sono ormai un bene raro e prezioso.

Crediamo che la loro accessibilità sia un diritto fondamentale di tutti.

Per questo, informiamo in modo chiaro, corretto ed inclusivo per accorciare le distanze tra business e consumatore e tra i diversi contesti socio-culturali.

Crediamo che raccontare fatti e persone che innovano il mondo, rendendolo più etico e sostenibile, possa ispirare le persone, stimolarne l'empatia, risvegliarne le risorse interiori e attivarle al servizio del bene comune.

Crediamo che l'informazione sia motore di pensiero e azione positivi.



Innovazione

“Se c’è un modo di fare meglio, trovalo!” - Thomas Edison

Crediamo nel coraggio del cambiamento, nella forza generativa e rigenerativa della tecnologia al servizio dello sviluppo sostenibile.

Aiutiamo le aziende a integrare strumenti innovativi e digitali che semplificano la realizzazione di progetti ad impatto positivo internamente o esternamente all’azienda.

Sosteniamo la progettazione di piattaforme e prodotti che democratizzano l’accesso al digitale.

Inclusione

“La nostra capacità di raggiungere l’unità nella diversità sarà allo stesso tempo la bellezza e il banco di prova della nostra civiltà” – Mahatma Gandhi

Crediamo nella ricchezza della diversità.

Crediamo che dare voce alla diversità offra una lettura e una visione originali del mondo e dia impulso a idee e soluzioni creative .

Crediamo che parlare di temi “sottorappresentati” possa accrescere la coscienza e l’empatia sociale e che la partecipazione attiva e completa di tutti favorisca il raggiungimento del bene comune, in modo più efficace ed efficiente.

E poiché desideriamo che la nostra comunicazione positiva arrivi a tutti, ci impegniamo a implementare tecnologie che rendano i nostri articoli accessibili e facili da consultare a tutti, per un’esperienza realmente inclusiva.

Ispirazione

“Chi conosce il bene, il bene lo fa”- Socrate

Crediamo che raccontare il bene stimoli le persone a fare altrettanto, perché l’ispirazione è figlia della conoscenza.

Spesso infatti progetti di grande valore vengono abbandonati sul nascere solo a causa di mancanza di informazioni, falsi miti, pregiudizi o paura di asserite complessità.



Crediamo che conoscere ciò che di bello e buono fanno le persone vicino a noi ci infonda il coraggio di poter fare la nostra parte.

Per questo raccontiamo le iniziative, i progetti di vita sostenibile e i modelli innovativi di business che prendono vita sul nostro territorio per aumentare, in chi ci legge, la consapevolezza che il cambiamento è sempre possibile, che è qui e ora, e che è più facile di quanto si possa immaginare. Inoltre, cerchiamo di diffondere il modello benefit per stimolare le imprese a trasformarsi, a prendersi cura dei temi di sostenibilità e a creare valore condiviso attraverso il proprio business.

Responsabilità

“Non è solo per quello che facciamo che siamo ritenuti responsabili, ma anche per quello che non facciamo” - Molière

Crediamo nell'effetto farfalla, cioè che piccole azioni quotidiane possano portare a un grande cambiamento globale, ma perché questo avvenga è indispensabile che le azioni siano guidate da un forte senso di responsabilità e dalla voglia di mettersi in gioco, anche poco, ogni giorno.

Crediamo che la comunicazione positiva possa risvegliare questo senso di responsabilità nelle persone e nelle imprese.

Il sistema è sostenibile se tutti contribuiscono con le proprie risorse a creare valore condiviso, a proteggere e a rispettare l'ambiente e la società in cui operano.

Responsabilità altro non è che rispetto verso se stessi e verso gli altri e coincide così con il concetto stesso di “etica”: è una guida per scegliere e agire con responsabilità.

Crediamo che per essere realmente responsabili sia indispensabile monitorare l'impatto, in altri termini le conseguenze, delle proprie scelte e dei propri comportamenti.

È per questo che The Good in Town è società benefit e si impegna a monitorare annualmente le conseguenze delle proprie scelte di business, verificando se raggiunge i propri obiettivi di beneficio comune e come può migliorare per aumentare il proprio impatto positivo.



Le Regole di comportamento

I nostri valori – informazione, innovazione, inclusione, ispirazione, responsabilità – sono le radici dalle quali originano le regole comportamentali che disciplinano i rapporti con tutti i nostri stakeholder ⁽¹⁾.

La condivisione sincera di tali valori - e quindi il rispetto delle norme che scaturiscono da questi - è condizione imprescindibile per instaurare e proseguire qualsiasi rapporto con e per The Good in Town.

Rapporto con i collaboratori interni e dipendenti

Dal valore dell'informazione origina la regola della trasparenza.

The Good in Town si impegna a:

- condividere regolarmente informazioni finanziarie con tutti i suoi lavoratori;
- aggiornare periodicamente tutti i suoi lavoratori sui piani strategici, progetti in corso, contatti e sinergie instaurate e/o in via di sviluppo;

per dare loro una visione d'insieme e l'opportunità di contribuire al raggiungimento degli obiettivi di beneficio comune e di business della società.

The Good in Town garantisce una effettiva e continuativa condivisione delle informazioni anche al fine di instaurare con i propri lavoratori un rapporto onesto e paritario, aperto al dialogo e al confronto critico.

⁽¹⁾ Poiché abbiamo fatto della 'inclusione' uno dei nostri pilastri, conosciamo molto bene la discussione sul tema dell'introduzione nella nostra lingua di una nuova 'lettera' (come l'asterisco, la chiocciola, la x o la schwa) che permetta di superare l'uso del maschile sovraesteso.

Ci siamo chiesti in diverse occasioni se utilizzare nei nostri articoli e nella nostra documentazione la schwa - simbolo $\ominus$ - l'unica tra le varie alternative che può esser pronunciata oltre che scritta, fatto fondamentale se si vuole davvero creare un'evoluzione linguistica duratura.

Ma poiché si tratta di un segno che al momento pochissimi conoscono, che non è ancora presente sulla maggior parte delle tastiere, che i software di lettura ad alta voce dei testi usati dalle persone con disabilità non riconoscono e che anche per le persone dislessiche è difficile da distinguere da una normale 'e', abbiamo deciso di posticipare a tempi più maturi questa nuova forma di scrittura, che al momento ci sembra possa essere foriera di esclusione, più che di inclusione.



Dal valore dell'inclusione

origina la regola dell'uguaglianza.

The Good in Town si impegna a creare un ambiente lavorativo inclusivo, ove in particolare:

- sia vietata ogni forma di discriminazione per razza, età, sesso, orientamento sessuale, religioso o politico e condizioni sociali;
- siano garantite a tutti i lavoratori pari opportunità di crescita professionale;
- sia adottato un approccio paritario nella gestione dei rapporti, lontano dalle logiche gerarchiche;
- i collaboratori con disabilità, di qualsiasi natura ed entità, possano accedere agli uffici senza difficoltà.

The Good in Town si impegna, inoltre, a prestare attenzione e a comprendere le specifiche esigenze della vita personale dei propri lavoratori, prediligendo la qualità piuttosto che la quantità delle ore lavorate e valorizzandone le risorse interiori.

Dal valore della responsabilità origina la regola dell'equità.

The Good in Town si impegna a garantire condizioni eque di lavoro e di remunerazione, a rispettare i propri obblighi contrattuali e, in caso di necessaria riduzione o interruzione del rapporto, ad agire sempre con rispetto e onestà, bilanciando gli interessi e le esigenze di entrambe le parti.

Rapporto con i lettori

Dal valore dell'informazione origina la regola della fiducia.

The Good in Town si impegna a:

- verificare la fonte delle proprie informazioni;
- diffondere informazioni corrette e di facile comprensione anche per i "non addetti ai lavori";
- diffondere informazioni positive e nuovi modelli di business sostenibili.

Dal valore dell'inclusione origina la regola dell'accessibilità.

The Good in Town si impegna a:

- raccontare punti di vista e temi "sotto rappresentati";
- utilizzare un linguaggio più inclusivo;



- rendere le proprie
accessibili anche ai lettori con disabilità.

pubblicazioni/documenti

Rapporto con i clienti

Dal valore dell'informazione origina la regola della trasformazione.

Nell'ambito degli incarichi professionali ricevuti, The Good in Town si impegna a diffondere idee, saperi e modelli innovativi che possano aiutare i clienti a cambiare la propria visione di business e i propri obiettivi strategici, a migliorare il proprio impatto su società e ambiente.

Dal valore dell'inclusione origina la regola della collaborazione.

Nel rapporto con i propri clienti, The Good in Town predilige la partnership quale metodo di lavoro, al fine di creare sinergie volte al miglioramento reciproco e alla crescita sostenibile di entrambi.

Dal valore della responsabilità origina la regola dell'onestà.

The Good in Town garantisce che i servizi siano svolti con efficienza, trasparenza e competenza e che siano portati avanti nell'interesse dei clienti committenti e del bene comune.

The Good in Town garantisce, inoltre, di richiedere compensi equi e proporzionati all'effettivo lavoro svolto.

Rapporto con i fornitori

Dal valore della responsabilità originano le regole della correttezza e della filiera sostenibile.

The Good in Town si impegna a comportarsi sempre con estrema correttezza con i suoi fornitori e ad adempiere a tutte le obbligazioni contrattuali con precisione, trasparenza e puntualità.

The Good in Town vieta ogni forma di pagamento illecito, beneficio e/o regalo volto ad ottenere condizioni di favore da o per i fornitori.

Nella selezione dei fornitori, The Good in Town predilige società e professionisti che siano radicati sul territorio e che siano concretamente impegnati sui temi della sostenibilità, come società benefit, BCorp ed enti del terzo settore.

A tal fine, The Good in Town si impegna a predisporre una "policy etica", documento che formalizza gli obblighi etici e i criteri per la loro valutazione e selezione.



Rapporto con l'ordine professionale dei giornalisti

Dal valore della responsabilità origina la regola del sostegno.

The Good in Town garantisce sostegno alla professione giornalistica, offrendo corsi di formazione professionale e promuovendo un modello di giornalismo positivo e inclusivo.

Rapporto con i network professionali di appartenenza

Dal valore dell'informazione origina la regola della condivisione.

The Good in Town offre spirito propositivo e costruttivo a network professionali del mondo benefit e non, condividendo idee e la propria esperienza per diffondere un modello economico più sostenibile e contribuire all'obiettivo SDG 17 dell'Agenda 2030.

Rapporto con i competitor

Dal valore della responsabilità origina la regola della concorrenza leale.

The Good in Town si impegna a tutelare una concorrenza libera, leale, aperta al dialogo e al confronto. The Good in Town si impegna a non screditare mai l'immagine o la qualità dei servizi offerti dai propri concorrenti.

Rapporto con società, ambiente e stakeholder

Dal valore della responsabilità origina la regola della generazione di impatto positivo.

The Good in Town si assume la responsabilità di perseguire, quotidianamente e concretamente, finalità di beneficio comune e di rendicontare il proprio impatto ogni anno.

The Good in Town, in particolare, si impegna a generare un impatto positivo sulla società e sull'ambiente:

- offrendo una comunicazione positiva ed inclusiva;
- raccontando iniziative e stili di vita sostenibili che possano ispirare le persone a fare altrettanto nel proprio quotidiano;
- diffondendo modelli di business innovativi e sostenibili;



- realizzando con le aziende progetti innovativi di sostenibilità sociale e ambientale;
- realizzando iniziative con le start up;
- organizzando eventi digitali e fisici, percorsi di formazione, attività di welfare aziendale;
- creando una catena di fornitura sostenibile e di supporto alle realtà locali;
- promuovendo sinergie tra enti, associazioni no profit, fondazioni, privati e imprese, territori e comunità con l'obiettivo di accelerare la transizione ecologica e digitale;
- riducendo gli spostamenti da e per ufficio (smart working);
- prediligendo consumi energetici da fonti rinnovabili;
- diventando founding partner di Forest Valley Institute, piattaforma che abilita lo sviluppo di progetti che contrastano il cambiamento climatico;
- illustrando nella relazione annuale di impatto tutti i dati, sia positivi che negativi, in completa trasparenza.

Aggiornamento del codice etico e formazione interna

The Good in Town si adopera a:

- tenere sempre aggiornato il presente codice etico;
- organizzare occasioni di formazione interna;
- organizzare gruppi di lavoro finalizzati a consolidare l'identità aziendale, a misurare la convergenza dell'azienda su visione, missione, obiettivi, strategie e valori e a raccogliere idee, suggerimenti e spunti di riflessione da parte dei propri lavoratori.

Comunicazione e diffusione del codice etico

The Good in Town ritiene che solo il rispetto del medesimo sistema valoriale consenta di instaurare rapporti profondi, di qualità e duraturi.

Per assicurarsi che i soggetti con i quali si relaziona siano a conoscenza e condividano i valori esistenziali posti a fondamento delle proprie regole, The Good in Town ha deciso di:

- pubblicare il codice etico sulla propria pagina web;
- allegare il codice etico a tutti i contratti, per presa visione e firma di accettazione;



- inserire in tutti i contratti una clausola risolutiva multi-step che preveda la facoltà di The Good in Town di risolvere il contratto qualora la controparte violi i valori del codice etico;
- redigere una “policy etica” specifica per i fornitori.

Violazioni del Codice Etico

Si precisa che questo codice etico non costituisce parte integrante di un Modello Organizzativo ex D.Lgs. 231/2001, del quale al momento The Good in Town non si è ancora dotata, ma nasce con l’obiettivo di offrire uno strumento pratico che aiuti la società a diffondere i propri valori e a selezionare in modo naturale lavoratori, clienti, partner e fornitori che siano allineati al proprio sistema valoriale e che agiscano in coerenza con lo stesso.

Uno strumento, dunque, privo di intenti punitivi bensì volto a instaurare un dialogo etico con tutti gli stakeholder, per far germogliare i semi di una nuova cultura di business.

Tuttavia, è evidente che, qualora dovessero verificarsi violazioni particolarmente gravi alle quali è difficile o non è possibile porre rimedio o che sono state poste in essere dolosamente, The Good in Town si riserva la facoltà di prendere provvedimenti che tutelino la propria identità e la propria reputazione.

Il Responsabile Etico della società è Sara Serafini, già responsabile di impatto della società, la quale ha il compito di:

- promuovere occasioni di sensibilizzazione e formazione interna;
- fornire eventuali chiarimenti sull’interpretazione del codice etico;
- promuovere e monitorare la coerenza delle finalità di beneficio comune e delle attività della società con i principi espressi nel codice etico;
- ricevere le segnalazioni all’indirizzo email dedicato positiveimpact@thegoodintown.it;
- valutare l’opportunità di attivare la procedura di accertamento;
- garantire la riservatezza dell’identità del segnalante.

Qualora ritenesse fondata la segnalazione e quindi opportuno procedere con l’accertamento della violazione, il Responsabile Etico informa la persona e/o la società interessata del contenuto della



segnalazione e la invita a presentarsi di persona in modo da instaurare un confronto verbale e/o documentale.

The Good in Town crede che la fase del “contraddittorio” possa essere particolarmente importante, in quanto non solo consente di chiarire eventuali malintesi e/o errori ma può rappresentare anche un’ulteriore occasione di miglioramento reciproco, attraverso l’individuazione di strumenti riparativi e l’instaurazione di nuove best practice virtuose.

The Good in Town preferisce dunque risolvere bonariamente la controversia in questa prima fase, impegnandosi a raggiungere una soluzione condivisa con buon senso, rispetto reciproco e spirito collaborativo.

Qualora invece ciò non dovesse essere possibile, The Good in Town si riserva la facoltà di risolvere il contratto con la persona/società responsabile della violazione.



Allegato 2: "Informativa privacy Cliente"

Informativa sul trattamento dei dati personali nell'ambito dell'instaurazione ed esecuzione dei contratti con i Clienti, ai sensi dell'art. 13 del Regolamento (EU) 2016/679 - Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati ("RGPD")

The Good in Town S.r.l. Società Benefit, in qualità di Titolare del trattamento dei dati personali, riconosce l'importanza del trattamento dei dati personali e invita i suoi utenti a leggere con attenzioni le informazioni che seguono:

Titolare del trattamento	The Good in Town S.r.l. Società Benefit avente la sede legale in Milano, via Carducci, n. 8 – 20123
Indirizzo e-mail	privacy@thegoodintown.it

1. Finalità del trattamento e Dati personali oggetto di trattamento

- a) finalità connesse all'instaurazione ed esecuzione del contratto sottoscritto tra il Cliente e il Titolare del trattamento;
- b) adempimenti di natura amministrativo-contabili, quali la gestione della contabilità, della tesoreria e la fatturazione, derivanti dall'instaurazione ed esecuzione del contratto sottoscritto con il Cliente, in conformità a quanto richiesto dalla normativa vigente;
- c) attività inerente all'attività di recupero credito stragiudiziale;
- d) adempimento di un obbligo legale al quale il Titolare del trattamento è soggetto;
- e) finalità necessarie all'accertamento, alla difesa e/o all'esercizio di un diritto del Titolare in sede giudiziaria o nei casi in cui le autorità giurisdizionali esercitino le loro funzioni.

2. Base giuridica del trattamento

- la base legale del trattamento dei dati personali per la finalità di cui alla lettera a) è l'esecuzione di un contratto per quanto riguarda i dati personali del legale rappresentante del Cliente; l'interesse legittimo per quanto riguarda i dati personali dei dipendenti/collaboratori che sono coinvolti nell'esecuzione dei servizi e nell'instaurazione del contratto sottoscritto con il Cliente;

- la base giuridica del trattamento dei dati personali per la finalità di cui alle lettere b) e d) è l'assolvimento di un obbligo legale;

- la base giuridica del trattamento dei dati personali per la finalità di cui alle lettere c) ed e) è il legittimo interesse del Titolare del trattamento.

3. Periodo di conservazione dei dati personali

I dati personali saranno trattati per il raggiungimento delle finalità indicate al precedente art. 1. I dati personali saranno trattati per l'intera durata contrattuale derivante dall'instaurazione del contratto tra il Cliente e il Titolare del trattamento. Dopo la cessazione del contratto il trattamento avverrà per un tempo pari al periodo di prescrizione ordinario pari a 10 anni, a tutela degli interessi del Titolare. A titolo esemplificativo, nel caso di contenzioso giudiziale, per tutta la durata dello stesso, fino all'esaurimento dei termini di esperibilità delle azioni di impugnazione.



Decorsi i termini di conservazione sopra indicati, i dati personali saranno distrutti, cancellati o resi anonimi, compatibilmente con le procedure tecniche di cancellazione e backup.

4. Conferimento dei dati personali

Il conferimento dei dati personali è obbligatorio per l'instaurazione e l'esecuzione del contratto tra il Cliente e il Titolare, pertanto l'eventuale rifiuto di fornirli non permetterà alle Parti di poter sottoscrivere il contratto e/o di adempiere alle obbligazioni a esso connesse.

5. Destinatari dei dati personali

I dati personali potranno essere trattati da soggetti, pubblici o privati, in qualità di titolari autonomi del trattamento per finalità amministrative, istituzionali o giurisdizionali, secondo quanto disposto dalla normativa applicabile, a titolo esemplificativo, autorità giurisdizionali o Pubbliche Autorità, nonché da persone, società, associazioni o studi professionali che prestino attività di assistenza e consulenza.

I dati personali potranno, altresì, essere trattati, per conto del Titolare del trattamento, da altri soggetti che sono designati Responsabili del trattamento ai sensi dell'art. 28 del RGPD, a cui sono state fornite adeguate istruzioni di trattamento. Tali soggetti sono ricompresi nelle seguenti categorie:

- società o consulenti per gli adempimenti contabili, fiscali e assicurativi;
- società o consulenti per la gestione di incassi e pagamenti;
- società per la manutenzione del sistema informativo,
- società o consulenti per attività di consulenza legale.

I dati potranno essere trattati da soggetti autorizzati al trattamento, in qualità di dipendenti/collaboratori, che si sono impegnati alla riservatezza o abbiano un adeguato obbligo legale di riservatezza. I dati personali non saranno diffusi.

6. Trasferimento dei dati personali

I dati personali non saranno trasferiti in Paesi extra-europei.

7. Diritti dell'interessato

L'interessato ha il diritto di ottenere dal Titolare de trattamento, nei casi previsti, l'accesso ai dati personali, la rettifica o l'integrazione, la cancellazione degli stessi o la limitazione del trattamento che li riguarda o di opporsi al trattamento, nonché di ottenere in un formato strutturato, di uso comune e leggibile da dispositivo automatico i dati che lo riguardano (portabilità dei dati personali), contattando il Titolare del trattamento al seguente indirizzo: privacy@thegoodintown.it.

L'interessato ha, altresì, il diritto di **proporre reclamo** al Garante per la Protezione dei Dati Personali, se ritiene che il trattamento avviene in violazione della normativa applicabile in materia di trattamento dei dati personali.

8. Modifiche dell'informativa e ultimo aggiornamento

La presente informativa ai sensi dell'art. 13 RGPD è in vigore da **agosto 2020**. Il Titolare del trattamento si riserva di modificare e/o aggiornare, in parte o completamente, la presente informativa, in caso di variazioni o modifiche della normativa applicabile in materia di trattamento dei dati personali.