



Avv. Barbara Calza  
Studio De Berti Jacchia



# RISTORAZIONE E PRIVACY

Il GDPR (*General Data Protection Regulation*) – il Regolamento generale sulla protezione dei dati – si rivolge a tutti quei soggetti che esercitano un'attività commerciale o professionale e, come tale, quindi, anche agli esercenti attività di ristorazione.

Ma quali **trattamenti dei dati personali** attua chi opera nella ristorazione? I trattamenti base, peraltro

comuni a tutte le attività, sono essenzialmente quelli relativi ai dati dei lavoratori, ai dati dei fornitori e, non da ultimo, ai dati dei clienti. In questo articolo ci soffermiamo in modo particolare sul trattamento dei dati personali dei clienti. A questo trattamento, infatti, laddove i clienti non consumino in forma anonima, il ristoratore deve porre particolare attenzione. Esistono

infatti svariati modi con cui i clienti possono lasciare le proprie **informazioni personali al titolare di attività**. Ad esempio, al momento di una **prenotazione** o quando vengono fornite informazioni relative alle proprie intolleranze alimentari (dati sensibili) o anche indicazioni circa l'indirizzo della propria abitazione nel caso di consegne a domicilio. Riguardo a tutti questi

---

PER RISPETTARE TUTTE  
LE PREVISIONI DEL  
REGOLAMENTO SI DEVE  
PRESTARE ATTENZIONE  
AI **TRATTAMENTI**  
RELATIVI AI **LOG DI**  
NAVIGAZIONE DEGLI  
UTENTI E DEI **COOKIES**

---

dati, quindi, il ristoratore ha precisi obblighi per il trattamento e la loro conservazione.

Lo stesso sito internet del ristorante ha un ruolo rilevante nel trattamento dei dati personali dei propri clienti e la sua corretta gestione e conformità al Regolamento riveste un **aspetto molto delicato** per qualunque titolare di un'attività

di ristorazione. Tramite il sito, infatti, si può più facilmente entrare in contatto con le informazioni personali dei clienti con possibile attività di **profilazione** nei confronti degli stessi proprio grazie all'utilizzo dei dati rilasciati dagli stessi. Per rispettare tutte le previsioni del Regolamento, pertanto, si deve prestare attenzione ai trattamenti relativi ai log di navigazione degli utenti e dei cookies.

I cookies, in particolare - proprio per la loro caratteristica di contenere diverse informazioni relative alle azioni dell'utente ma anche dati personali identificativi, con lo scopo di **migliorare l'esperienza** del visitatore e monitorare il comportamento dell'utente all'interno del sito - consistono in uno strumento particolarmente delicato per i gestori di un sito web. Per rispettare le norme imposte dal GDPR i siti hanno quindi l'obbligo di installare i cosiddetti banner dei cookies al loro interno, ovvero degli avvisi mediante i quali l'utente viene informato della presenza di un cookie, dei loro diritti al riguardo, con preventiva

richiesta del consenso all'installazione. Inoltre, è necessario predisporre una cookie policy al fine di illustrare tutti i dettagli riguardanti le finalità di utilizzo delle terze parti correlate ai cookies e, infine, il sito deve fare in modo di bloccare i cookies prima di aver ottenuto il consenso dell'utente al trattamento dei dati.

Dalle pagine del sito **deve inoltre essere accessibile l'informativa per la privacy**, che fornisce agli interessati le informazioni richieste dalle norme prima del trattamento. Lo scopo di questa comunicazione è mettere al corrente l'utente - già prima che avvenga il trattamento - delle finalità e delle modalità del trattamento che verrà operato dal titolare.

Se poi la prenotazione dei tavoli avviene online, mediante l'utilizzo di un apposito form la cui compilazione implica la comunicazione di dati personali al titolare, il trattamento





di questi dati da parte del titolare necessiterà di un accesso rapido all'informativa privacy per rendere costantemente consapevole l'utente. Vale segnalare che in questo caso non è peraltro necessario alcun tipo di **consenso o accettazione**. Ciò che importa è che i dati raccolti vengano conservati non oltre un tempo massimo – da stabilire – dopo il quale devono essere cancellati.

Anche le attività di e-mail marketing condotte dal ristorante, attuate mediante l'inserimento di un utente nella propria newsletter per l'invio di e-mail promozionali e campagne di fidelizzazione comporta la necessità di un consenso da parte dell'interessato (consenso che potrà però essere ritirato in qualsiasi momento). Per questo motivo l'attività commerciale deve anche prevedere la gestione di un registro dei consensi e le misure per la loro cancellazione in caso di revoca successivamente **comunicata**

**dall'utente**. Per quanto riguarda invece le attività di promozione non contrassegnate nominalmente,

---



---

### L'ATTIVITÀ COMMERCIALE DEVE ANCHE PREVEDERE LA **GESTIONE DI** **UN REGISTRO DEI** CONSENSI

---



---

quindi comunicazioni rivolte a un pubblico generico – come gli avvisi sul sito, le affissioni di cartelli o attività di social media management – queste sono esenti dalle norme sulla protezione dei dati personali, non facendo uso di alcun dato sensibile.

Il regolamento europeo sulla

privacy ha inoltre introdotto due nuove figure: il Data Controller e il Data Processor. Il primo coincide con **il ristoratore** in qualità di azienda o organizzazione in possesso dei dati personali: si tratta quindi del titolare del trattamento dei dati. Il Data Processor si riferisce invece all'azienda o organizzazione deputata alla elaborazione e memorizzazione dei suddetti dati per conto del Data Controller. Il Data Processor, quindi, è l'azienda proprietaria del software che mette a disposizione il gestionale, lo **strumento** con la quale vengono trattati i dati e deve attenersi alla normativa che prevede l'obbligo di rendere il software conforme alla legge sin dalla fase di progettazione. Pertanto anche la scelta del Data Processor dovrà essere effettuata con attenzione, individuando quei soggetti in possesso delle corrette **competenze** e conoscenze specifiche in materia.

**R**