

RISTORANTI, COME SI CONCILIA LA GEOLOCALIZZAZIONE CON LA TUTELA DELLA PRIVACY?



24 Febbraio 2022

ROMA - Le nuove tecnologie sono entrate prepotentemente in ogni aspetto dell'esperienza ristorativa.

Tra questi si pensi al cosiddetto marketing di prossimità tramite servizi di geolocalizzazione con dispositivo beacon che si basa su tecnologia bluetooth - in grado di trasmettere e ricevere piccoli messaggi entro brevi distanze - e applicazioni (della struttura ricettiva o una comune scaricata dagli Store) che, di quel dispositivo intercettano il segnale.

Ciò - rileva **Alessandro Klun**, autore di diversi testi sul diritto della ristorazione - fa sì che quando ci si trova a passare in una determinata zona, ad esempio nelle vicinanze di un ristorante, pizzeria, pub....si ricevono, live e tramite notifica su smartphone, comunicazioni personalizzate come il collegamento ad un menù digitale, promozioni o offerte particolari.

Sotto il profilo privacy l'utilizzo di queste tecnologie offre numerose informazioni sui clienti, in particolar modo se richiedono la creazione di un profilo o il collegamento ai social, per cui pone rilevanti problemi in relazione alla protezione dei dati personali ai sensi del Regolamento Ue 2016/679, noto come Gdpr.

In forza di tale provvedimento - osserva Klun - il titolare del trattamento che ricorre alla tecnologia beacon, è tenuto a predisporre e a rendere disponibile un'informativa relativa all'indicazione delle modalità per non essere geolocalizzati/profilati/tracciati, e all'impiego, previo consenso dell'interessato, dei dati da parte del dispositivo beacon, specificando che tali dati: i) vengono trattati per il tempo strettamente necessario a fornire il servizio all'interessato e senza una localizzazione sistematica e continua; ii) richiedono un riesame costante della validità della tecnologia e della sua compatibilità con i diritti e le libertà degli interessati; iii) non devono consentire l'identificabilità degli interessati

Oltre a ciò il titolare del trattamento dovrà predisporre e dare esecuzione a misure tecniche ed organizzative, idonee a minimizzare il rischio connesso al trattamento dei dati rilevati, e a procedere, trattandosi di tecnologia innovativa, ad una valutazione d'impatto sulla protezione dei dati personali.

Ferma la possibilità, ai sensi dell'art. 36 del citato GDPR, di un consulto preventivo del Garante.

Entro tali limiti - conclude Klun - il ricorso alle beacon app testimonia con tutta evidenza il ruolo importante della digitalizzazione che sempre più sta rivoluzionando l'offerta della somministrazione alimentare.