Smart glasses: il riparto delle responsabilità tra EssilorLuxottica e Meta

Il contributo analizza il riparto delle responsabilità tra EssilorLuxottica e Meta nella produzione e nell'utilizzo degli smart glasses Ray-Ban Meta. L'indagine esamina la qualificazione giuridica della partnership e gli obblighi dei soggetti coinvolti nella filiera.

Particolare attenzione è dedicata alla protezione dei dati personali e alla tutela degli utenti e dei terzi ripresi.

L'analisi distingue responsabilità contrattuale, extracontrattuale e da prodotto difettoso, considerando l'evoluzione della disciplina europea.

Ne emerge un modello di responsabilità fondato sulle funzioni effettivamente esercitate, sul controllo delle operazioni e sul contributo causale al danno.

Indice

Introduzione 3

La qualificazione giuridica della collaborazione e l'individuazione dei centri di imputazione della responsabilità 6

Privacy, protezione dei dati personali e responsabilità per l'utilizzo delle tecnologie integrate 12

Il riparto delle responsabilità nei confronti degli utenti e dei terzi: danni, prodotti difettosi e prospettive evolutive 17

Bibliografia 22

Introduzione

La progressiva integrazione tra dispositivi fisici e tecnologie digitali sta modificando profondamente le tradizionali categorie di prodotto, determinando l'emersione di nuovi modelli di collaborazione industriale e di questioni giuridiche connesse all'individuazione dei soggetti responsabili. In tale contesto si collocano gli smart glasses Ray-Ban Meta, dispositivi che associano le caratteristiche estetiche e funzionali dell'occhiale tradizionale a strumenti di acquisizione audiovisiva, connettività e interazione con sistemi di intelligenza artificiale. La loro realizzazione costituisce un caso particolarmente significativo per lo studio del rapporto tra imprese appartenenti a settori economici differenti, le cui competenze concorrono alla creazione di un prodotto unitario dal punto di vista dell'esperienza dell'utilizzatore, ma articolato sotto il profilo industriale e tecnologico.

La collaborazione tra EssilorLuxottica e Meta Platforms si sviluppa a partire dal 2019 e ha conosciuto un'importante evoluzione con il lancio della nuova generazione di Ray-Ban Meta nel 2023. Il 17 settembre 2024, le due società hanno inoltre annunciato l'estensione della partnership attraverso un accordo di lungo periodo destinato a sostenere lo sviluppo di più generazioni di occhiali intelligenti nel corso del decennio successivo. Tale accordo conferma la natura strategica della cooperazione, che non si esaurisce nella realizzazione di un singolo prodotto, ma mira a consolidare una categoria di dispositivi indossabili caratterizzati dall'integrazione tra design, ottica e tecnologia digitale.[1]

La struttura della collaborazione riflette la complementarità delle competenze delle due imprese. EssilorLuxottica opera nel settore dell'occhialeria e delle tecnologie per la visione e dispone di un patrimonio industriale che comprende marchi, competenze di progettazione, capacità produttive e una rete internazionale di distribuzione. Meta, invece, è un'impresa tecnologica attiva

nello sviluppo di piattaforme digitali, software, sistemi connessi e strumenti di intelligenza artificiale. L'integrazione di tali risorse permette di combinare l'esperienza maturata da EssilorLuxottica nella progettazione e commercializzazione di occhiali con le capacità tecnologiche di Meta, rendendo possibile l'inserimento di funzionalità digitali all'interno di un accessorio destinato a essere indossato quotidianamente.

Dal punto di vista materiale, i Ray-Ban Meta conservano la struttura fondamentale dell'occhiale, ma incorporano componenti elettroniche che ne ampliano le possibilità d'impiego. In funzione del modello e delle funzionalità disponibili, il dispositivo può integrare fotocamere, microfoni, altoparlanti, comandi vocali e sistemi di connessione con dispositivi mobili. A tali elementi possono aggiungersi funzionalità di assistenza intelligente, il cui funzionamento dipende dal software, dai servizi digitali e dalle condizioni tecniche e territoriali di disponibilità. L'occhiale non costituisce pertanto soltanto un bene materiale, ma un dispositivo la cui utilità è determinata dall'interazione tra hardware, applicazioni e servizi connessi.

Questa caratteristica assume particolare rilevanza economica. Il valore del prodotto dipende, infatti, non soltanto dalla qualità della montatura, dall'ergonomia o dalla riconoscibilità del marchio, ma anche dalle prestazioni delle componenti elettroniche e dalla possibilità di accedere a funzionalità digitali aggiornabili. Il prodotto diviene così parte di un ecosistema tecnologico nel quale la componente materiale e quella immateriale concorrono alla definizione dell'esperienza dell'utente. Tale modello consente di ampliare le occasioni d'uso del dispositivo, ma determina anche una maggiore dipendenza dalle attività di sviluppo, manutenzione e aggiornamento dei sistemi informatici.

Gli interessi industriali delle due imprese risultano, sotto questo profilo, convergenti, sebbene non coincidenti. Per EssilorLuxottica, l'integrazione della tecnologia digitale negli

occhiali permette di rafforzare la competitività dei propri marchi, valorizzare le capacità produttive e distributive del gruppo e partecipare allo sviluppo di una categoria di prodotti che supera la tradizionale distinzione tra accessorio di moda, dispositivo ottico ed elettronica di consumo. La partnership consente inoltre di sperimentare nuove forme di differenziazione commerciale, nelle quali l'identità estetica dell'occhiale viene associata a funzionalità tecnologiche difficilmente replicabili attraverso la sola innovazione nel design.

Per Meta, la collaborazione offre invece l'opportunità di trasferire le proprie competenze tecnologiche in un dispositivo indossabile caratterizzato da una forma già familiare agli utilizzatori. Rispetto ad altri dispositivi elettronici, gli occhiali possono favorire un'interazione più immediata con le funzioni digitali, consentendo, per esempio, l'acquisizione di immagini, la gestione dell'audio o l'accesso ad alcune funzionalità dell'assistente intelligente senza dover necessariamente utilizzare lo smartphone in modo diretto. La partnership permette quindi a Meta di sviluppare nuove modalità di interazione con i propri servizi, ampliando le possibili occasioni di utilizzo delle tecnologie digitali e dell'intelligenza artificiale.

La distribuzione delle funzioni tra le imprese deve tuttavia essere descritta con precisione. Le comunicazioni societarie consentono di individuare le rispettive competenze generali, ma non permettono, da sole, di ricostruire integralmente l'organizzazione produttiva, la titolarità di ogni singola componente software o il contenuto degli accordi interni. Sarebbe pertanto metodologicamente scorretto sostenere che ogni attività materiale sia necessariamente svolta da EssilorLuxottica e ogni attività informatica sia integralmente riconducibile a Meta, senza considerare eventuali fornitori, società del gruppo o soggetti terzi coinvolti nella filiera. Analogamente, non è possibile desumere dalle sole comunicazioni commerciali l'esistenza di

clausole contrattuali che attribuiscano in via esclusiva a una delle imprese ogni rischio derivante dal prodotto.

La distinzione tra i rispettivi ruoli economici costituisce, piuttosto, il punto di partenza per una successiva analisi giuridica. Il soggetto che progetta o realizza una componente materiale può assumere obblighi differenti da quelli del soggetto che sviluppa il software o gestisce un servizio digitale; allo stesso modo, il venditore può essere destinatario di obblighi specifici nei confronti dell'acquirente, indipendentemente dalla ripartizione delle attività a monte della filiera. La presenza di più soggetti coinvolti non determina, dunque, una responsabilità indistinta, ma richiede di individuare, in relazione alla singola fattispecie, la condotta rilevante e il titolo giuridico dell'eventuale obbligazione risarcitoria.

La collaborazione tra EssilorLuxottica e Meta presenta pertanto una duplice dimensione. Sotto il profilo industriale, essa costituisce un modello di integrazione tra competenze complementari finalizzato allo sviluppo di prodotti innovativi. Sotto il profilo giuridico, rappresenta un esempio della crescente complessità delle catene del valore, nelle quali la progettazione, la produzione, il software e i servizi connessi possono essere distribuiti tra operatori autonomi. Proprio questa separazione funzionale impone di verificare se, e in quali circostanze, le attività di ciascuna impresa possano generare obblighi nei confronti dell'utilizzatore o di soggetti terzi.

La qualificazione giuridica della collaborazione e l'individuazione dei centri di imputazione della responsabilità

La qualificazione giuridica della collaborazione tra EssilorLuxottica e Meta costituisce un passaggio essenziale per individuare i soggetti ai quali imputare eventuali danni derivanti dall'utilizzo degli smart glasses. La questione richiede di distinguere la cooperazione economica

tra le imprese dalla titolarità delle singole obbligazioni giuridiche, evitando di sovrapporre l'unitarietà commerciale del prodotto all'autonomia dei soggetti che concorrono alla sua realizzazione e distribuzione.

In assenza dell'esame integrale degli accordi negoziali tra le società, non è possibile attribuire alla partnership una qualificazione contrattuale più specifica di quella che emerge dalle informazioni pubbliche. Il rapporto potrebbe comprendere diversi accordi relativi allo sviluppo tecnologico, all'utilizzo dei marchi, alla produzione, alla distribuzione e alla gestione dei servizi connessi. La qualificazione di ciascun rapporto dipende dal suo contenuto effettivo e dalla funzione economico-giuridica perseguita dalle parti. La semplice esistenza di una collaborazione di lungo periodo non dimostra, di per sé, la costituzione di una società comune, di un rapporto di rappresentanza o di un vincolo che renda ciascuna impresa responsabile per tutte le attività dell'altra.

Il punto di partenza è rappresentato dall'autonomia giuridica delle società. EssilorLuxottica e Meta sono soggetti distinti, titolari di propri patrimoni e centri autonomi di imputazione di diritti e obblighi. La cooperazione industriale non determina automaticamente il superamento di tale autonomia né comporta, in assenza di uno specifico fondamento normativo, una responsabilità generalizzata per le condotte dell'altra parte. Occorre quindi verificare se il danno lamentato dall'utente o dal terzo sia riconducibile all'inadempimento di una specifica obbligazione, alla violazione del generale dovere di non arrecare danno ingiusto oppure a una disciplina speciale applicabile al prodotto o al servizio.

Una prima distinzione riguarda la responsabilità contrattuale. Ai sensi dell'art. 1218 c.c., il debitore che non esegue esattamente la prestazione dovuta è tenuto al risarcimento del danno, salvo che provi che l'inadempimento o il ritardo è stato determinato da un'impossibilità della prestazione

derivante da causa a lui non imputabile. L'applicazione della norma presuppone l'individuazione di un'obbligazione giuridicamente vincolante e del soggetto che ne è debitore. Nel caso degli smart glasses, ciò richiede di esaminare il rapporto concretamente instaurato con l'utilizzatore, distinguendo, per esempio, il contratto di vendita del dispositivo dagli eventuali rapporti relativi all'accesso a un'applicazione o a un servizio digitale.

L'acquirente che abbia comprato gli occhiali da un rivenditore non può presumere, per il solo fatto che il prodotto rechi il marchio Ray-Ban Meta, di avere instaurato un rapporto contrattuale diretto con entrambe le imprese. La controparte contrattuale deve essere identificata sulla base della documentazione di acquisto e delle condizioni applicabili. Ciò non significa che il produttore o il fornitore tecnologico siano necessariamente esenti da responsabilità: significa, piuttosto, che le pretese contrattuali devono essere indirizzate nei confronti del soggetto tenuto alla prestazione invocata, mentre eventuali ulteriori azioni possono trovare fondamento in altre disposizioni dell'ordinamento.

In presenza di un consumatore, assume inoltre rilievo la disciplina speciale prevista dal Codice del consumo, in particolare quella relativa alla conformità dei beni e ai rimedi esperibili nei confronti del venditore. Gli obblighi di conformità non possono essere confusi con la responsabilità extracontrattuale per danni causati dal prodotto. Un dispositivo che non presenti le caratteristiche promesse o che non funzioni conformemente al contratto può infatti dare luogo a rimedi propri del rapporto di vendita, mentre un evento che provochi un danno alla persona o ad altri beni può richiedere l'applicazione delle norme in materia di responsabilità risarcitoria.

Diverso è il fondamento della responsabilità extracontrattuale, disciplinata in via generale dall'art. 2043 c.c., secondo il quale chi cagiona ad altri un danno ingiusto con dolo o colpa è tenuto a risarcirlo. Tale disposizione può assumere rilievo nei rapporti con soggetti che non abbiano

concluso alcun contratto con le imprese coinvolte. Si pensi, a titolo esemplificativo, al terzo la cui immagine venga acquisita e diffusa illecitamente mediante il dispositivo, oppure a chi subisca un danno causalmente riconducibile a un malfunzionamento imputabile a una condotta negligente nella progettazione o nella gestione del prodotto.

L'accertamento della responsabilità ai sensi dell'art. 2043 c.c. richiede, tuttavia, la verifica degli elementi costitutivi dell'illecito: condotta dolosa o colposa, danno ingiusto, nesso causale e imputabilità della condotta al soggetto convenuto. Non è sufficiente dimostrare che un'impresa abbia partecipato alla commercializzazione del prodotto o che il suo marchio sia associato al dispositivo. È necessario ricostruire il comportamento concretamente tenuto, l'obbligo di diligenza eventualmente violato e il rapporto causale tra tale comportamento e il pregiudizio lamentato. La distribuzione delle attività tra le imprese può rappresentare un elemento rilevante nell'accertamento, ma non sostituisce la dimostrazione dei presupposti richiesti dalla legge.

Una particolare difficoltà emerge quando il danno deriva dall'interazione tra componenti hardware e software. Si immagini, ad esempio, un malfunzionamento determinato congiuntamente da una componente elettronica difettosa e da un errore del software che ne governa il funzionamento. L'analisi giuridica non può limitarsi a individuare il soggetto che ha immesso il prodotto sul mercato o quello che gestisce il servizio digitale: deve considerare la natura del difetto, le attività di progettazione e controllo svolte, le possibilità di prevenzione e il contributo causale di ciascun operatore. A seconda delle circostanze, possono venire in considerazione più titoli di responsabilità, ciascuno soggetto ai propri presupposti.

Qualora più soggetti abbiano concorso a cagionare il medesimo danno, può assumere rilievo l'art. 2055 c.c., che disciplina la responsabilità solidale dei corresponsabili. La norma consente, quando ne ricorrano i presupposti, di tutelare il danneggiato senza costringerlo a

sopportare integralmente il rischio dell'incertezza relativa alla distribuzione interna delle attività. La solidarietà, tuttavia, non discende automaticamente dall'esistenza della partnership: occorre accertare un concorso giuridicamente rilevante nella produzione del medesimo pregiudizio. Il contributo delle singole imprese e gli eventuali rapporti interni di regresso devono essere valutati alla luce delle circostanze concrete e delle regole applicabili.

In tale quadro si colloca anche la disciplina della responsabilità da prodotto difettoso. Per i prodotti soggetti alla normativa vigente anteriormente alla piena applicazione della nuova disciplina europea, occorre fare riferimento alle disposizioni applicabili del Codice del consumo, che recepiscono il regime tradizionale della responsabilità da prodotto. La direttiva (UE) 2024/2853 ha successivamente aggiornato il quadro europeo, tenendo conto anche dei prodotti e delle componenti digitali. Essa si applica, secondo il proprio art. 2, ai prodotti immessi sul mercato o messi in servizio dopo il 9 dicembre 2026. La data è dunque decisiva per stabilire quale regime temporale debba essere applicato al singolo dispositivo; non sarebbe corretto applicare indistintamente la nuova disciplina a prodotti immessi sul mercato in precedenza.[2]

Infine, è necessario distinguere la responsabilità verso l'utente o il terzo dalla distribuzione interna dei rischi tra EssilorLuxottica e Meta. Gli accordi tra le imprese possono disciplinare, nei limiti consentiti dall'ordinamento, obblighi di collaborazione, garanzie, manleve e ripartizione dei costi derivanti da controversie o risarcimenti. Tali pattuizioni possono incidere sui rapporti interni tra le parti, ma non eliminano automaticamente i diritti riconosciuti al danneggiato dalla legge né possono sottrarre un soggetto agli obblighi inderogabili che gli competono. In particolare, la presenza di una clausola di manleva non equivale a un'esenzione generale dalla responsabilità nei confronti dei terzi.

In conclusione, la corretta individuazione del centro di imputazione della responsabilità richiede un esame articolato della fattispecie concreta. La responsabilità contrattuale dipende dall'obbligazione assunta e dal rapporto giuridico esistente; quella extracontrattuale richiede l'accertamento degli elementi dell'illecito; la responsabilità da prodotto difettoso segue le condizioni previste dalla disciplina speciale applicabile. Questi regimi possono interagire, ma non devono essere confusi. Il caso degli smart glasses Ray-Ban Meta dimostra così che la cooperazione industriale, pur essendo indispensabile per lo sviluppo del prodotto, non elimina l'autonomia giuridica delle imprese coinvolte: la responsabilità deve essere ricostruita sulla base delle funzioni effettivamente svolte, delle condotte rilevanti e del titolo normativo applicabile.

Note bibliografiche

[1] EssilorLuxottica, EssilorLuxottica and Meta Announce Long Term Partnership, Shaping the Future of the Smart Eyewear Category, comunicato stampa del 17 settembre 2024; EssilorLuxottica, Annual Report 2024, sezione dedicata agli smart wearables. Entrambe le fonti sono consultabili sul sito istituzionale del gruppo e documentano l'estensione della partnership, le competenze industriali e gli obiettivi di sviluppo della categoria degli occhiali intelligenti.

[2] Direttiva (UE) 2024/2853 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 23 ottobre 2024, sulla responsabilità per danno da prodotti difettosi, in particolare artt. 2 e 22; d.lgs. 6 settembre 2005, n. 206, Codice del consumo, disposizioni in materia di conformità dei beni e responsabilità per danno da prodotti difettosi; codice civile, artt. 1218, 2043 e 2055. I testi normativi sono consultabili, rispettivamente, su EUR-Lex e Normattiva.

Privacy, protezione dei dati personali e responsabilità per l'utilizzo delle tecnologie integrate

L'integrazione, nei Ray-Ban Meta, di fotocamera, microfoni, comandi vocali, applicazione mobile e servizi di intelligenza artificiale impone di considerare il trattamento dei dati lungo l'intero funzionamento del prodotto. Questo può articolarsi in fasi distinte: acquisizione di immagini e suoni; conservazione sul dispositivo o trasferimento allo smartphone; eventuale invio ai server per l'elaborazione tramite Meta AI; archiviazione, condivisione o pubblicazione attraverso altri servizi. A ciascuna fase possono corrispondere dati, finalità e soggetti diversi.

Le immagini e le registrazioni possono riguardare non soltanto chi indossa gli occhiali, ma anche persone estranee alla loro utilizzazione. Se queste sono identificate o identificabili, i dati che le riguardano ricadono, in linea di principio, nell'ambito del GDPR. Il trattamento può comprendere anche l'audio delle conversazioni, le trascrizioni, i metadati relativi al momento e alle caratteristiche del contenuto, nonché dati di localizzazione quando tale funzione è attivata. La presenza nell'immagine di informazioni idonee a rivelare dati particolari, come lo stato di salute o le opinioni politiche, richiede un'ulteriore valutazione ai sensi dell'art. 9 GDPR: non ogni immagine che ritrae una persona integra automaticamente un trattamento di categorie particolari di dati, ma la natura del contenuto e le inferenze ricavabili possono rendere applicabile la disciplina rafforzata.

È quindi essenziale distinguere l'acquisizione destinata alla galleria personale dalle funzioni che comportano elaborazioni ulteriori. Secondo le informazioni pubblicate da Meta, le foto e i video acquisiti per la galleria rimangono sugli occhiali finché l'utente non decide di trasferirli nell'app; l'interazione con Meta AI, l'attivazione di determinate funzioni cloud o la condivisione attraverso prodotti Meta comportano invece trattamenti ulteriori. L'informativa

descrive flussi distinti per i dati necessari al funzionamento, i dati facoltativi destinati al miglioramento dei prodotti, i comandi vocali e le richieste rivolte all'assistente. La qualificazione giuridica deve pertanto essere compiuta con riferimento alla singola operazione: l'acquisizione di un contenuto, il suo trasferimento al cloud e il suo eventuale riutilizzo per sviluppare un servizio non sono fasi indistinguibili di un unico trattamento.[1]

Il criterio per individuare il titolare del trattamento è funzionale: è titolare chi determina, da solo o insieme ad altri, le finalità e i mezzi del trattamento (art. 4, n. 7, GDPR). La qualità di produttore, distributore o titolare del marchio non è, di per sé, decisiva. Meta appare il soggetto che definisce e gestisce le finalità e i mezzi dei trattamenti relativi all'app Meta AI, ai servizi cloud, all'assistente vocale, alla gestione dell'account e alle eventuali funzioni di miglioramento dei propri prodotti. Per tali operazioni, la società non potrebbe sottrarsi agli obblighi propri del titolare qualificando il trattamento come semplice conseguenza dell'uso scelto dal consumatore.

La posizione di EssilorLuxottica deve essere ricostruita separatamente per ciascun flusso. L'informativa di Meta afferma che Luxottica Group S.p.A., che produce e distribuisce gli occhiali, non raccoglie direttamente le foto e i video acquisiti con il dispositivo o tramite l'app Meta AI. Indica, tuttavia, uno scambio di informazioni funzionale agli obblighi contrattuali, all'assistenza clienti, alla risoluzione di problemi e ad attività aggregate di marketing e post-vendita. Queste indicazioni orientano l'analisi, ma non sostituiscono l'accertamento concreto dei poteri esercitati dalle società. EssilorLuxottica può essere titolare autonomo per i dati raccolti nella vendita e nell'assistenza; può assumere un ruolo diverso se partecipa alla determinazione delle finalità o dei mezzi di uno specifico trattamento. La contitolarità con Meta è configurabile soltanto quando entrambe le imprese concorrano effettivamente a determinare un trattamento comune, non per il solo fatto che il prodotto sia realizzato e commercializzato nell'ambito di una partnership.

Ne consegue che il riparto non può essere rappresentato come una responsabilità congiunta e indistinta per l'intero ciclo di vita degli occhiali. Meta ed EssilorLuxottica possono ricoprire ruoli diversi a seconda dell'operazione: titolari autonomi per trattamenti separati, contitolari per attività specifiche oppure, ricorrendone i presupposti, titolare e responsabile del trattamento. In caso di contitolarità, l'art. 26 GDPR richiede un accordo che distribuisca in modo trasparente i rispettivi compiti, in particolare rispetto all'informativa e all'esercizio dei diritti; il contenuto essenziale dell'accordo deve essere reso disponibile agli interessati. L'accordo regola i rapporti interni, ma non può privare gli interessati dei diritti esercitabili nei confronti di ciascun contitolare.

Un primo problema applicativo riguarda la trasparenza verso le persone riprese. Gli artt. 12-14 GDPR presuppongono che l'interessato possa ricevere informazioni comprensibili su titolare, finalità, base giuridica, destinatari e periodo di conservazione. Nel caso degli smart glasses, la persona ripresa potrebbe non accorgersi dell'acquisizione e non avere alcun rapporto con il produttore o con il fornitore del servizio; un'informativa disponibile soltanto nell'app o sul sito aziendale difficilmente risolve, da sola, questo deficit. Anche il led di acquisizione deve essere valutato rispetto alle diverse funzioni: può segnalare una registrazione destinata alla galleria, ma non necessariamente rendere percepibile ogni elaborazione svolta tramite l'assistente AI. La documentazione di prodotto distingue infatti la registrazione di contenuti dalla temporanea attivazione della fotocamera per rispondere a una richiesta dell'utente. La presenza di un indicatore è dunque una misura utile, ma non dimostra automaticamente che ogni trattamento sia conoscibile e comprensibile ai terzi.

In questo quadro assume rilievo la dichiarazione preliminare adottata dall'European Data Protection Board il 13 ottobre 2026. Il Comitato considera la trasparenza verso i non utilizzatori una delle principali criticità dei dispositivi e osserva che gli avvisi tradizionali possono non essere

adeguati quando le persone riprese ignorano persino che il trattamento sia in corso. Raccomanda perciò di affiancare agli obblighi informativi previsti dal GDPR segnali percepibili nel momento dell'acquisizione e misure tecniche difficili da eludere. La dichiarazione non decide la conformità di uno specifico modello né sostituisce l'applicazione delle norme al caso concreto; offre però un parametro interpretativo pertinente per valutare se le soluzioni adottate siano proporzionate alla discrezione propria degli occhiali connessi.[2]

La trasparenza deve accompagnarsi a una base giuridica valida, alla limitazione delle finalità e alla minimizzazione dei dati (artt. 5 e 6 GDPR). Per le riprese effettuate dall'utilizzatore, la base giuridica dipende dal contesto e dall'uso successivo del materiale; non è corretto presumere che l'acquisto del prodotto o l'accettazione delle condizioni dell'app valgano come consenso delle persone inquadrate. Per il trattamento dei dati dei non utilizzatori da parte del produttore o del fornitore del servizio, il consenso può essere difficile da ottenere validamente, perché il soggetto può non sapere che i suoi dati sono raccolti. Il ricorso al legittimo interesse richiede una valutazione concreta di necessità e bilanciamento, che consideri contesto, aspettative ragionevoli, possibilità di opposizione e misure di salvaguardia. La difficoltà cresce quando dati raccolti per fornire una funzione richiesta vengano destinati a finalità ulteriori, quali il miglioramento dei servizi o l'addestramento di sistemi di intelligenza artificiale: tali usi non possono essere considerati automaticamente compatibili con la finalità originaria.

La protezione dei dati fin dalla progettazione e per impostazione predefinita (art. 25 GDPR) offre un criterio per valutare le scelte tecniche e commerciali delle imprese. Tra le misure rilevanti rientrano l'elaborazione sul dispositivo quando possibile, la conservazione limitata, l'attivazione esplicita delle funzioni non necessarie al funzionamento essenziale, l'oscuramento dei soggetti estranei e la possibilità di disabilitare rapidamente microfono e fotocamera. Per le funzionalità che,

considerate le modalità d'uso, possono comportare un rischio elevato per i diritti e le libertà delle persone, deve inoltre essere valutata la necessità di una valutazione d'impatto ai sensi dell'art. 35 GDPR. Tale valutazione non discende automaticamente dalla natura del prodotto: dipende dalle operazioni progettate, dalla scala, dal contesto e dalla probabilità e gravità dei rischi.

Resta infine distinta la posizione dell'utilizzatore. L'esenzione domestica prevista dall'art. 2, par. 2, lett. c), GDPR può applicarsi a riprese o condivisioni circoscritte alla vita privata o familiare, ma va interpretata restrittivamente e non opera, di regola, quando il materiale è diffuso a un pubblico indeterminato o gli occhiali sono impiegati per finalità professionali, commerciali, ufficiali o politiche. Anche quando l'esenzione è applicabile, l'utilizzatore resta soggetto alle altre regole pertinenti, fra cui quelle sul diritto all'immagine e sulla tutela della riservatezza, e può rispondere delle modalità illecite di acquisizione o diffusione. Il GDPR, pertanto, non concentra ogni responsabilità sulle imprese: distingue gli obblighi dei soggetti che progettano e gestiscono i trattamenti da quelli dell'utente che decide di registrare, conservare o pubblicare i contenuti.

Note bibliografiche

[1] European Data Protection Board, Statement 1/2026 on Smart glasses, adottata il 13 ottobre 2026, parr. 11-30 e 31-34; Meta, Supplemental Meta Platforms Technologies Privacy Policy, sezioni dedicate agli AI Glasses e ai rapporti informativi con Luxottica.

[2] Regolamento (UE) 2016/679, artt. 2, 4-6, 9, 12-14, 25-26, 28, 32 e 35; legge 22 aprile 1941, n. 633, artt. 96-97; codice civile, art. 10.

Il riparto delle responsabilità nei confronti degli utenti e dei terzi: danni, prodotti difettosi e prospettive evolutive

La ricostruzione dei ruoli in materia di protezione dei dati personali non esaurisce il problema della responsabilità. L'utilizzo dei Ray-Ban Meta può coinvolgere almeno tre piani distinti: la responsabilità per violazione del GDPR; la responsabilità civile per lesione di diritti della persona; la responsabilità derivante da un difetto del prodotto o dei suoi componenti digitali. A questi si affianca la tutela contrattuale dell'acquirente nei confronti del venditore. I diversi rimedi possono concorrere, ma presuppongono condotte, danni e criteri di imputazione non coincidenti.

Sul piano del GDPR, l'art. 82 riconosce il diritto al risarcimento a chi abbia subito un danno materiale o immateriale a causa di una violazione del regolamento. La Corte di giustizia ha precisato che la violazione, da sola, non basta: occorrono anche un danno effettivo e un nesso causale tra questo e la violazione. Il pregiudizio immateriale, tuttavia, non deve raggiungere una soglia minima di gravità. La norma va quindi distinta sia dalle sanzioni amministrative, che possono essere irrogate dall'autorità di controllo, sia dalle domande fondate su altri diritti.[1]

Per individuare il soggetto chiamato a risarcire è decisivo il ruolo concretamente ricoperto nel trattamento dannoso. Il titolare risponde dei danni causati dal trattamento in violazione del GDPR; il responsabile risponde quando non abbia adempiuto agli obblighi che gli sono specificamente imposti dal regolamento o abbia agito al di fuori delle istruzioni lecite del titolare. Se più titolari o responsabili sono coinvolti nello stesso trattamento e risultano responsabili del danno, ciascuno può essere tenuto al risarcimento integrale nei confronti dell'interessato, ferma la possibilità di esercitare successivamente il regresso in proporzione alla rispettiva responsabilità.

La solidarietà verso il danneggiato non comporta, dunque, che tutti gli operatori della filiera abbiano un ruolo identico o che la ripartizione interna sia indifferente.

Nel rapporto tra Meta ed EssilorLuxottica, tale distinzione richiede di collegare il danno alla fase in cui si è prodotto. Se esso deriva dall'invio di immagini all'app o ai servizi cloud, dall'elaborazione tramite Meta AI, dalla conservazione o dal riutilizzo dei dati, occorre verificare chi abbia stabilito le finalità e i mezzi di quelle operazioni. Se invece deriva da una caratteristica del dispositivo — per esempio da una vulnerabilità hardware o software, o dall'inefficacia di un indicatore nel segnalare l'acquisizione — assumono rilievo le scelte di progettazione, produzione e integrazione del prodotto. Meta può quindi essere chiamata a rispondere per i trattamenti che determina e gestisce; EssilorLuxottica per quelli che effettua autonomamente e, ricorrendone i presupposti, per i difetti riconducibili alla propria attività. La collaborazione commerciale tra le imprese non è sufficiente, da sola, a fondare una responsabilità solidale per ogni danno.

La posizione dell'utilizzatore va valutata in base alla condotta tenuta. Se la registrazione e la condivisione restano circoscritte alla sfera privata o familiare, può operare l'esenzione domestica dal GDPR; se il contenuto è diffuso a un pubblico indeterminato o gli occhiali sono usati in ambito professionale o commerciale, l'utilizzatore può invece assumere il ruolo di titolare del trattamento. In entrambi i casi, l'esenzione dal GDPR non esclude l'applicazione delle altre regole. Una ripresa o una diffusione non autorizzata può ledere il diritto all'immagine e alla riservatezza e fondare, se ne ricorrono i presupposti, una domanda risarcitoria ai sensi dell'art. 10 c.c., degli artt. 96-97 della legge sul diritto d'autore o dell'art. 2043 c.c. In quest'ultimo ambito dovranno essere accertati gli elementi della responsabilità civile, tra cui la condotta illecita, il danno e il nesso causale.

Per l'acquirente degli occhiali rileva inoltre la garanzia legale di conformità nella vendita di beni di consumo. Gli artt. 128 ss. del Codice del consumo consentono di agire contro il venditore quando il bene non presenti la conformità dovuta, anche considerando le funzionalità digitali che lo caratterizzano. Questo rimedio riguarda il rapporto contrattuale di vendita: non equivale alla responsabilità per danno da prodotto difettoso e non rende automaticamente il produttore responsabile nei confronti dell'acquirente. L'identità del venditore e il contenuto dell'obbligo violato restano quindi essenziali per individuare il rimedio applicabile.

La responsabilità da prodotto difettoso si fonda invece sulla mancanza della sicurezza che ci si può legittimamente attendere, tenuto conto delle circostanze, tra cui la presentazione del prodotto, l'uso ragionevolmente prevedibile e il momento in cui è stato immesso sul mercato. Per i prodotti soggetti alla disciplina italiana vigente, il riferimento è agli artt. 114 ss. del Codice del consumo. Il fatto che gli occhiali integrino una fotocamera o un assistente di intelligenza artificiale non li rende, di per sé, difettosi; allo stesso modo, la violazione del GDPR non dimostra automaticamente un difetto del prodotto. Occorre accertare se il danno dipenda da una carenza di sicurezza del dispositivo o del software, anziché soltanto dall'uso illecito compiuto da chi lo indossa o dalla successiva diffusione del contenuto.

Nel caso degli smart glasses, la valutazione della sicurezza può riguardare l'interazione tra montatura, fotocamera, microfoni, indicatori, app e servizi connessi. Possono assumere rilievo, in concreto, la possibilità di eludere i segnali di acquisizione, la protezione contro accessi non autorizzati, la gestione degli aggiornamenti e le informazioni fornite all'utilizzatore. Un danno provocato da una scelta progettuale inadeguata può chiamare in causa il produttore o il soggetto responsabile del componente; un danno causato dalle modalità di elaborazione dei dati può invece ricadere principalmente sul titolare del relativo trattamento. Quando le cause si intrecciano, la

responsabilità va ricostruita in base al contributo causale di ciascuna condotta, senza confondere l'illecito nell'uso del dispositivo con l'eventuale insicurezza del dispositivo stesso.

La direttiva (UE) 2024/2853 segna un'evoluzione significativa perché include espressamente il software e i componenti digitali nella disciplina europea del danno da prodotto difettoso. La direttiva si applicherà ai prodotti immessi sul mercato o messi in servizio dopo l'8 dicembre 2026; per quelli anteriori continuerà a rilevare il regime applicabile ratione temporis. La nuova disciplina non sostituisce il GDPR né le regole nazionali sulla responsabilità contrattuale ed extracontrattuale per ragioni diverse dal difetto del prodotto. Può però agevolare, nei casi previsti, la ricostruzione del difetto e del nesso causale, anche attraverso obblighi di divulgazione delle prove e presunzioni.[2]

Questa evoluzione è particolarmente rilevante per un prodotto nel quale hardware e software concorrono a determinare il livello di sicurezza. La responsabilità potrà riguardare non soltanto il fabbricante della montatura, ma, in base al ruolo svolto e alle condizioni previste dalla disciplina applicabile, anche il produttore di un componente o del software integrato. Ciò non significa che ogni soggetto coinvolto nella filiera risponda indistintamente: occorre individuare quale parte abbia introdotto il difetto, chi ne abbia mantenuto il controllo e se questo abbia causato il danno lamentato. L'allocazione contrattuale dei rischi tra imprese può regolare i rapporti interni, ma non eliminare i diritti attribuiti ai danneggiati dalla legge.

Le regole sulla tutela dei dati e quelle sulla sicurezza del prodotto operano su piani distinti ma comunicanti. Una scelta tecnica, come l'assenza di un segnale percepibile durante una determinata funzione di acquisizione, può rilevare nella valutazione della trasparenza del trattamento e, in circostanze diverse, concorrere all'analisi della sicurezza attesa del prodotto. Non ne deriva una presunzione automatica di illecito o di difetto: occorre considerare la funzione

attivata, le informazioni fornite, l'uso ragionevolmente prevedibile e le misure alternative disponibili. Nei prodotti digitali, la sicurezza non dipende esclusivamente dall'involucro materiale, ma anche dalle funzionalità software e dagli aggiornamenti che ne condizionano il funzionamento.

Il riparto delle responsabilità nei confronti degli utenti e dei terzi deve quindi seguire due coordinate: il controllo effettivo sulle singole operazioni e la causa concreta del danno. Meta risponde dei trattamenti e dei servizi digitali di cui determina finalità e mezzi; EssilorLuxottica risponde dei trattamenti autonomamente svolti e dei profili del prodotto riconducibili alla propria attività; l'utilizzatore risponde delle riprese e delle diffusioni che realizza quando ne ricorrono i presupposti. Il criterio evita sia di imputare automaticamente ogni pregiudizio al marchio più visibile, sia di scaricare l'intero rischio sull'utente. La prospettiva evolutiva non è una responsabilità indistinta della filiera, ma una responsabilità distribuita secondo le funzioni esercitate e accompagnata da strumenti che consentano di accertare chi abbia deciso, eseguito o potuto prevenire il trattamento o il difetto da cui il danno è derivato.

Bibliografia

[1] Corte di giustizia UE, 4 maggio 2023, causa C-300/21, Österreichische Post, EU:C:2023:370, parr. 31- 42; Regolamento (UE) 2016/679, art. 82.

[2] Direttiva (UE) 2024/2853 del Parlamento europeo e del Consiglio, 23 ottobre 2024, sulla responsabilità per danno da prodotti difettosi, come rettificata dalla GUUE 7 maggio 2026; d.lgs. 6 settembre 2005, n. 206, artt. 114 ss.