



Mépris total du consommateur

Rubrique : actualités - Date : mardi 1er avril 2003

(AT) « Dans le cas qui nous occupe, la constitution des faits de tromperie est avérée de manière particulièrement grave, l'intention de Philip Morris étant malveillante et son mépris envers le consommateur total. » Telle fut la décision du juge Nicholas Byron, de l'Etat américain de l'Illinois, dans l'affaire dite Miles contre Philip Morris. C'est la première plainte collective contre le recours à des désignations telles que « légères », dans la publicité pour les cigarettes.

Le juge déclara la firme Philip Morris coupable d'avoir sciemment trompé le consommateur en vendant des cigarettes dites légères. Avec mauvaise foi, le cigarettier a éveillé l'impression que celles-ci étaient plus « sûres » que d'autres. Le juge a condamné Philip Morris à payer une somme globale de 10,1 milliards de dollars de dédommagement, avis contre lequel le cigarettier a d'ores et déjà recouru.

Source : [Miles & Fruth et al.](#), Plaintiffs v. Philip Morris Incorporated, Defendant - Third Judicial District, Madison County, Illinois [149].