

Obligation d'information du professionnel sur les risques des produits financiers proposés

Etude par Nicolas MATHEY
professeur à l'université d'Evry Val d'Essonne
directeur du Centre Léon Duguit

Sommaire

La publicité délivrée par la personne qui propose à son client de souscrire des parts de fonds commun de placement doit être cohérente avec l'investissement proposé et mentionner le cas échéant les caractéristiques les moins favorables et les risques inhérents aux options qui peuvent être le corollaire des avantages énoncés. L'obligation d'information qui pèse sur ce professionnel ne peut être considérée comme remplie par la remise de la notice visée par la COB lorsque la publicité ne répond pas à ces exigences.

1. - Au printemps 2000, une cliente, parmi bien d'autres, de la Caisse d'Épargne a souscrit des parts d'un fonds commun de placement dénommé **FCP** Écureuil Europe 2004 pour un montant de 7 500 euros. Lors de cette souscription, la banque lui a remis un document commercial présentant les performances du fonds de manière avantageuse. La cliente reconnaissait, en outre, avoir pris connaissance de la notice d'information approuvée par la COB relative à ce fonds.

2. - Au printemps 2003, la Caisse d'épargne a toutefois dû informer sa cliente que l'investissement s'avérait moins avantageux qu'attendu et qu'elle allait subir une perte en capital. En définitive, c'est une perte de 10 % qui a été constatée.

La cliente malheureuse s'est alors tournée vers le juge afin d'obtenir ce que le contrat, et surtout le marché, ne lui avait pas offert. Autrement dit, elle a assigné la Caisse d'épargne en paiement de dommages-intérêts en réparation du manquement à son obligation d'information et à son devoir de conseil. Alors qu'elle avait obtenu gain de cause en première instance, elle a été déboutée de toutes ses demandes en appel.

Alors que l'on aurait pu s'attendre à ce que le pourvoi fût rejeté, la Cour de cassation a cassé l'arrêt rendu par la cour d'appel de Paris. Cette décision^{Note 2} est promise aux plus grands honneurs puisqu'elle a été publiée sur le site internet de la Cour de cassation et fera l'objet d'une mention au rapport annuel. Toutefois, en affirmant que la publicité doit être cohérente avec l'investissement proposé (1) et, surtout, avec la notice d'information relative au fonds (2), l'arrêt soulève sans doute plus de questions qu'il n'en résout.

1. La cohérence de la publicité et de l'investissement

3. - La Cour de cassation affirme dans un premier temps que la publicité délivrée par le banquier qui propose à son client de souscrire des parts de **FCP** doit être cohérente avec l'investissement proposé et mentionner le cas échéant les caractéristiques les moins favorables et les risques inhérents aux options qui peuvent être le corollaire des avantages énoncés. La cohérence de la publicité et de l'investissement (A) implique l'information sur les risques inhérents au placement (B).

A. - L'affirmation de l'obligation de cohérence

4. - Que faut-il comprendre lorsque la Cour de cassation affirme dans son premier attendu que « la publicité délivrée par la personne qui propose à son client de souscrire des parts de fonds commun de placement doit être cohérente avec l'investissement proposé » ?

5. - La formule pourrait inquiéter si l'on y voyait une affirmation de portée trop générale. En réalité, il faut bien avoir à l'esprit que le litige présentait un véritable particularisme tenant au produit en cause : des parts de fonds commun de placement. La distribution de ce produit financier est soumise à une réglementation particulière contenue, pour l'essentiel dans le Code monétaire et financier (V. not. C. monét. fin., art. L. 533-10 s.), d'une part, et dans le règlement général de l'AMF, d'autre part^{Note 3}.

6. - Face aux difficultés pratiques soulevées par certains types de **FCP**, le régulateur boursier a dû préciser que la publicité commerciale relative à un fonds doit être cohérente avec l'investissement proposé et doit mentionner, le cas échéant, les caractéristiques moins favorables et les risques inhérents aux options qui peuvent être le corollaire des avantages énoncés. Cette règle était contenue initialement dans l'article 33, alinéa 2, du règlement COB n° 89-02 modifié sur ce point en 2002 avant d'être repris dans le règlement général de l'AMF^{Note 4}.

7. - C'est précisément ce texte que la Cour de cassation a visé dans la présente décision. Ce visa mérite d'ailleurs d'être relevé car il marque déjà une première différence avec les précédents arrêts et notamment avec les arrêts rendus dans l'affaire *Bénéfic*^{Note 5}. Dans cette affaire^{Note 6}, la Cour de cassation a jugé qu'il n'était pas possible de retenir la responsabilité de la banque alors que les documents publicitaires expliquaient que le capital investi était protégé jusqu'à 23 % de baisse de l'indice de référence. Autrement dit, le souscripteur était informé et il ne pouvait soutenir qu'il devait bénéficier d'un conseil particulier de la banque, voire d'une simple mise en garde. Ces arrêts du 19 septembre 2006 sont tous rendus au visa de l'article 1147 du Code civil. Le règlement COB n° 89-02, et notamment son article 33, n'était pas invoqué dans cette affaire. La redécouverte de ce texte expliquerait ainsi la différence de solution en l'espèce. L'inflexion de la jurisprudence de la Cour de cassation n'est pas principalement due à un changement de politique jurisprudentielle de la Cour de cassation mais à un perfectionnement de l'argumentation des plaideurs.

8. - Le visa choisi par la Cour de cassation indique que le devoir de cohérence est une contrainte spécifique au droit boursier. Il ne faut pas en déduire une obligation générale de cohérence qui s'imposerait au banquier quel que soit le domaine de son intervention. C'est heureux car la création d'une nouvelle obligation prétorienne à la charge du banquier aurait été source de confusions supplémentaires.

9. - Il reste alors à savoir ce que signifie la cohérence appliquée à la publicité relative à un produit financier tel que des parts de FCP^{Note 7}. Être en cohérence, c'est d'abord ne pas se contredire. Ce peut être aussi donner une image fidèle de la réalité. Autrement dit, la publicité ne doit pas contredire la réalité de l'investissement. La publicité ne doit pas être trompeuse mais refléter les caractéristiques essentielles de l'investissement. Parmi ces caractéristiques, l'existence de risques inhérents au type d'investissement fait l'objet d'une attention particulière. La cohérence est donc ici une forme de transparence.

B. - L'information sur les risques inhérents à l'investissement

10. - En effet, pour être cohérente avec l'investissement, « la publicité (...) doit (...) mentionner le cas échéant les caractéristiques les moins favorables et les risques inhérents aux options qui peuvent être le corollaire des avantages énoncés ».

En l'espèce, il semble, que la plaquette commerciale remise à la cliente n'envisageait pas le risque d'une perte en capital. Le document remis à la cliente paraissait même fort rassurant. Le document faisait encore apparaître un gain en cas de baisse de l'indice de référence de - 35 %. Rien n'était dit, en revanche, en cas de baisse de l'indice au-delà de - 35 %. Le malheur est venu du fait que les marchés boursiers se sont effondrés peu de temps après la souscription des parts.

11. - Il ressort de ces observations que la publicité n'informait pas suffisamment l'investisseur sur les dangers réels du placement. Il semble que l'information était réellement insuffisante. Il s'agit là d'une autre différence par rapport à l'affaire *Bénéfic*. Dans les documents publicitaires vantant les avantages de ces contrats, le risque de perte en capital était clairement mentionné. Il était impossible d'ignorer ce risque alors qu'en l'espèce la plaquette publicitaire restait silencieuse sur ce point. Il n'y a pas de revirement de jurisprudence.

12. - L'évolution de la réglementation en la matière est tout à fait dans le sens de l'arrêt de la Cour de cassation. L'ordonnance n° 2007-544 du 12 avril 2007 relative aux marchés d'instruments financiers^{Note 8}, en particulier, a transposé dans notre droit national la directive européenne du Conseil du 21 avril 2004, dite directive MIF^{Note 9}. Cette réglementation, entrée en vigueur le 1er novembre 2007, est plus exigeante quant à la sincérité de l'information transmise aux clients sur les produits financiers distribués par les intermédiaires financiers et notamment par les banques (*C. monét. fin., art. L. 533-12*). Dans le même sens, le règlement général de l'AMF a fait l'objet de modifications récentes^{Note 10}. L'article 314-11 du règlement général dispose que l'information doit être exacte et s'abstenir en particulier de mettre l'accent sur les avantages potentiels d'un service d'investissement ou d'un instrument financier sans indiquer aussi, correctement et de façon très apparente, les risques éventuels correspondants. C'est précisément ce que la Cour de cassation énonce sur le fondement de l'article 33 du règlement 89-02 dans sa rédaction applicable en 2000. Si l'évolution de la jurisprudence est due avant tout à la redécouverte des dispositions spécifiques à la matière, il semble bien que la Cour de cassation ait voulu aller, en l'espèce, dans le sens de l'évolution législative et réglementaire la plus récente^{Note 11}.

13. - Toutefois, il reste que cette évolution est largement postérieure à la date de commercialisation des produits par la Caisse d'épargne. Il n'est pas possible de se défaire d'un sentiment de gêne face à cette sévérité accrue au regard de pratiques qui n'étaient pas sérieusement contestables à l'époque des faits. Sans doute, les réformes entreprises ont-elles été inspirées par le constat de l'insuffisance

de la pratique. Cependant, il n'est guère conforme aux principes d'application de la loi dans le temps de prendre comme standard de comportement une loi postérieure aux faits. Il n'est pas plus juste d'interpréter un texte au regard des réformes qui ont été adoptées par la suite alors que les textes nouveaux n'étaient pas interprétatifs.

14. - Du point de vue pratique, la rédaction de certains documents devra être modifiée. L'AMF a publié un guide de bonnes pratiques pour la rédaction des documents commerciaux. Ce texte énonce, notamment, que l'appréciation de l'exactitude de l'information repose sur une présentation équilibrée des différentes caractéristiques du produit. Les risques doivent figurer de manière aussi apparente que les avantages. Concrètement, l'AMF juge qu'un document ne respecte pas son règlement général lorsque la présentation des risques du produit est insérée dans une note de bas de page alors que les avantages le sont dans le corps du document. Ainsi que le relève très justement M. Routier, « [l]a publicité des produits financiers est confrontée au paradoxe de devoir être informative, tout en restant commercialement efficace »^{Note 12}.

La banque a-t-elle réellement méconnu son obligation d'information ? Ce n'est pas certain si l'on admet que la notice d'information peut compléter les lacunes de la plaquette publicitaire. La Cour de cassation ne l'a cependant pas admis en l'espèce.

2. La cohérence de la notice et de la publicité

15. - La décision de la Cour de cassation suscite l'interrogation lorsqu'elle refuse d'admettre que la notice puisse pallier les lacunes de la publicité (**A**). Par ailleurs, la cour semble vouloir maintenir sa jurisprudence dans le champ de l'obligation d'information (**B**).

A. - Le manquement du banquier à son obligation

16. - Pour la Cour de cassation, l'obligation d'information qui pèse sur le professionnel, la Caisse d'épargne en l'occurrence, ne peut être considérée comme remplie par la remise de la notice visée par la COB dès lors que la publicité ne répond pas aux exigences du règlement n° 89-02. Lors de la commercialisation de produits financiers, plusieurs documents sont diffusés à destination des investisseurs. Le prospectus complet est un document technique et complexe mais obligatoire, incompréhensible par la plupart des investisseurs. Un prospectus simplifié doit être établi qui donne les renseignements nécessaires à la prise de décision par l'investisseur^{Note 13}. Il est d'**usage** de rédiger un document plus simple et à la présentation plus attractive. Ce document est essentiellement à finalité publicitaire et il n'a pas, d'ordinaire, de valeur contractuelle.

17. - Pour la Cour de cassation, le respect de l'obligation de remise de la notice ne compense pas la faiblesse de la publicité. Le manquement du banquier à son obligation d'information est irrémédiable. Il est vrai que la cour d'appel n'avait guère motivé sa décision. Après avoir relevé assez longuement que la plaquette commerciale négligeait de mentionner le risque de perte en capital, les juges parisiens se contentaient de relever « que cependant, [la cliente] a été informée par l'examen de la notice de la COB » pour considérer, *in fine*, que la banque a rempli son obligation d'information ! C'était tout de même un peu court.

18. - On peut comprendre alors que la Cour de cassation ne l'ait pas entendu ainsi. Elle refuse de

considérer que l'information peut être délivrée au client par un moyen quelconque et peut résulter tant des documents publicitaires que de la notice. La seule remise de la notice d'information approuvée par la COB est insuffisante. La Cour de cassation entend désormais exiger que les documents publicitaires diffusés par la banque comportent eux-mêmes les mentions et satisfassent aux dispositions du règlement général de l'AMF.

19. - La position de la cour d'appel n'était toutefois pas aussi contestable qu'il n'y paraît. À strictement parler, il n'y avait pas d'incohérence entre la publicité et la notice. La notice complétait le document publicitaire lacunaire. La cour d'appel de Paris avait, sans doute opportunément, jugé que le banquier avait satisfait à son obligation d'information dans la mesure où la cliente avait pris connaissance, au moment de la souscription, de la notice d'information approuvée par la COB. Il appartenait toutefois aux juges parisiens de motiver plus substantiellement leur décision.

20. - La cliente avait reconnu avoir pris connaissance de la notice. Il n'est toutefois pas précisé que la notice lui avait été effectivement remise. Or *prendre connaissance* n'est pas la même chose que *recevoir*. Recevoir un document peut être une garantie supérieure à celle de la prise de connaissance. Il est vrai que l'AMF exige la remise de la notice et une remise préalable. Dans l'affaire *Bénéfic*, la notice avait été remise au client.

21. - Toutefois, il faut bien reconnaître que l'évolution du droit va dans le sens de la décision du 24 juin 2008^{Note 14}. Parmi les pratiques qui ne permettent pas, selon l'AMF, de considérer que le distributeur d'un produit financier a rempli son obligation d'information, l'AMF mentionne le cas où, lorsque plusieurs documents ont été établis pour présenter un produit financier, l'un d'eux présente plus particulièrement les avantages et renvoie l'investisseur à un autre document pour une présentation exhaustive de toutes les caractéristiques du produit^{Note 15}.

22. - Il apparaît à l'expérience que la difficulté est d'abord pratique. Il s'agit moins de savoir quel est le contenu de l'obligation du prestataire de service financier que de savoir comment concrètement informer l'investisseur. Le droit trouve ici sa limite. En effet, il semble que les commerciaux des banques ne soient pas toujours très compétents. La Commission des sanctions de l'AMF a récemment décelé des manquements à l'obligation d'évaluation préalable de la compétence des clients ainsi que des manquements à l'obligation d'information des souscripteurs^{Note 16}. La directive MIF va également dans ce sens^{Note 17}.

B. - La nature de l'obligation du banquier

23. - La Cour de cassation semble placer sa décision dans le champ de l'obligation d'information. Cela est-il bien justifié ? Les exigences du Code monétaire et financier et du règlement général de l'AMF mises en oeuvre par la Cour de cassation ne dépassent-elles pas le cadre de l'obligation d'information ?

24. - Aucun devoir de mise en garde n'est, en principe, mis à la charge du banquier à l'égard de son client investisseur^{Note 18}. Seule l'information est due dans ce cas. La jurisprudence a toutefois admis une exception en cas d'opération spéculative. La question est alors de savoir ce qu'est une opération spéculative. Les opérations à terme sont couramment en cause^{Note 19}. En revanche, quelques opérations, même sur des actions, dans le cadre d'un PEA ne sont pas des opérations spéculatives^{Note}

²⁰. Un devoir de conseil peut naître également d'un contrat de gestion^{Note 21} ou dans le cadre d'un contrat de conseil^{Note 22}.

La question de la reconnaissance d'une nouvelle forme de devoir de mise en garde s'est posée également lorsque la Cour de cassation a mis à la charge du banquier le devoir d'éclairer son client lors de la souscription d'une assurance groupe^{Note 23}. Les auteurs s'opposent sur le point de savoir si cette obligation d'éclairer est une forme de mise en garde ou s'il s'agit d'une obligation autonome^{Note 24}. Une interprétation prudente verrait dans le devoir d'éclairer une manifestation de l'obligation d'information. À lire l'arrêt de l'assemblée plénière, il semble exclu de voir dans le devoir d'éclairer une forme de devoir de conseil. La proximité avec l'arrêt du 24 juin 2008 et le choix de rattacher la question à l'obligation d'information renforcent cette opinion. L'obligation d'éclairer implique pour le banquier de s'assurer que l'information qu'il a délivrée a été bien comprise, afin que l'emprunteur puisse prendre sa décision en connaissance de cause^{Note 25}.

25. - Est-ce pour autant un choix bien réaliste ? En effet, le banquier doit fournir des informations très précises et adaptées à la situation de son client (C. monét. fin., art. L. 533-13). Il s'agit d'une forme d'information tellement personnalisée qu'elle se rapproche du devoir de conseil, dépassant la simple mise en garde. Les textes du Code monétaire et financier et du règlement général de l'AMF ne visent-ils pas le *conseil en investissement* ? À nouveau, le particularisme de la matière n'autorise-t-il pas une position plus sévère que celle adoptée à titre de principe en matière de responsabilité bancaire ? M. Storck relevait ainsi que « la situation personnelle de chaque client investisseur doit être examinée, en tenant compte de la prestation du conseiller financier... qui a été en relation directe avec le souscripteur : la Haute juridiction ne pourra se contenter d'aborder la commercialisation des OPC en amont de la chaîne de commercialisation, au stade seulement de la rédaction et de la diffusion des notices d'information, alors qu'il faut également se placer en aval, dans la relation contractuelle et individuelle avec chaque client »^{Note 26}. La Cour de cassation a certainement entendu le message. La jurisprudence est finalement entrée dans le champ du devoir de conseil. La Cour de cassation peut être fière de sa construction et être parfaitement convaincue de sa justesse, il reste toutefois que la pratique et une partie de la doctrine ne peuvent s'avouer convaincues par la démonstration. L'évolution par rapport aux arrêts *Bénéfic* se fait sans doute davantage sentir sur ce point. Toutefois, il faut admettre que quitter l'obligation d'information pour passer, au-delà du devoir de mise en garde, du côté du devoir de conseil risque de remettre en cause le principe de non-immixtion du banquier dans les affaires de son client, du moins en matière de distribution de produits financiers.

26. - Encore une fois, le renforcement de la protection de l'investisseur peut être justifié mais il reste étonnant de voir appliquer à des faits remontant à 2000 des principes issus de textes postérieurs. Au moment des faits, le banquier n'avait sans doute pas manqué à ses obligations. Le retournement de marché subi en 2000 n'était pas prévisible, pas davantage que son importance. Sans doute fallait-il mettre de l'ordre dans certaines pratiques mais il n'était pas utile de juger des faits remontant à l'an 2000 en s'inspirant aussi manifestement de règles postérieures. La cour de renvoi pourra revenir à plus de rigueur si elle motive davantage, ce qui dépendra dans une large mesure des preuves qui lui seront soumises. [squf]

Annexe

LA COUR - (...) Sur le moyen unique, pris en sa deuxième branche :

Vu les articles 1147 du Code civil, et 33, alinéa 2, du règlement n° 89-02 de la Commission des opérations de bourse modifié par le règlement n° 98-04, alors applicable ;

o Attendu que la publicité délivrée par la personne qui propose à son client de souscrire des parts de fonds commun de placement doit être cohérente avec l'investissement proposé et mentionner le cas échéant les caractéristiques les moins favorables et les risques inhérents aux options qui peuvent être le corollaire des avantages énoncés ; que l'obligation d'information qui pèse sur ce professionnel ne peut être considérée comme remplie par la remise de la notice visée par la Commission des opérations de bourse lorsque la publicité ne répond pas à ces exigences ;

o Attendu, selon l'arrêt attaqué, que Mme Aubin a souscrit auprès de la caisse d'épargne et de prévoyance d'Île-de-France Paris (la banque), des parts d'un fonds commun de placement dénommé **FCP** Écureuil Europe 2004 ; que la valeur de ces parts s'étant, à l'échéance, trouvée inférieure à la valeur de souscription, Mme Aubin, reprochant à la banque d'avoir manqué à son obligation d'information, l'a assignée en paiement de dommages-intérêts ;

o Attendu que pour rejeter les demandes de Mme Aubin, l'arrêt, après avoir constaté que la plaquette commerciale reçue par Mme Aubin indique « vous n'avez pas à vous inquiéter des évolutions des marchés financiers », puis que le diagramme qui y figure n'envisage à aucun moment de perte et que même en cas de baisse de l'indice DJ euro Stoxx 50 à 35 % il est encore envisagé un gain de 2,25 %, retient que, si ce document n'a pu à aucun moment informer la cliente, celle-ci a cependant été informée par l'examen de la notice visée par la Commission des opérations de bourse ;

o Attendu qu'en statuant ainsi, la cour d'appel a violé les textes susvisés ;

Par ces motifs (...) : Casse et annule, sauf en ce qu'il a reçu la caisse d'épargne et de prévoyance Île-de-France Paris en son appel et Mme Aubin en son appel incident (...) pour être fait droit, les renvoie devant la cour d'appel de Paris, autrement composée (...).

Mmes Favre, prés., Guillou, rapp., M. Raysseguier, prem. av. gén. ; Me Blanc, Me Copper-Royer, av.

Note 1 Edition princeps : JCP E 2008, 2244.

Note 2 V. déjà JCP G 2008, act. 486, obs. M. Roussille ; D. 2008, p. 1202, obs. X. Delpech ; RD bancaire et fin. 2008, étude 17, par H. Causse.

Note 3 V. not. *AMF, règl. gén., art. 314-10 s.*

Note 4 *AMF, règl. gén., art. 411-50.*

Note 5 *V. M. Roussille, obs. préc.* sur la nouveauté de ce visa.

Note 6 Cass. com., 19 sept. 2006, n° 05-14.343, 05-14.344 et 05-15.304 : JurisData n° 2006-035007 ; JurisData n° 2006-035004 ; JurisData n° 2006-035003 ; Bull. civ. 2006, IV, n° 185, 186 et 187 ; JCP G 2006, II, 10201, note A. Gourio.

Note 7 *V. sur la cohérence en matière contractuelle en général : D. Houtcieff, Le principe de cohérence en matière contractuelle : PUAM, 2001.*

Note 8 Journal Officiel 13 Avril 2007.

Note 9 *PE et Cons. UE, dir. 2004/39/CE : JOCE n° L 145, 30 avr. 2004.*

Note 10 *V. A.-C. Muller, Modification du Règlement général AMF - livre III relatif aux prestataires de services d'investissement : RD bancaire et fin. 2007, comm. 129.*

Note 11 *V. X. Delpech, obs. préc.*

Note 12 *R. Routier, Obligations et responsabilités du banquier : Dalloz Référence, 2008, 2e éd., n° 353.34.*

Note 13 *AMF, règl. gén., art. 411-45.*

Note 14 *V. également, en matière d'assurance groupe, Cass. ass. plén., 2 mars 2007, n° 06-15.267 : JurisData n° 2007-037777 ; Bull. civ. 2007, ass. plén. n° 4 ; JCP G 2007, II, 10098, note A. Gourio ; JCP E 2007, 1375, note D. Legeais ; D. 2008, p. 871, obs. D. R. Martin ; D. 2007, p. 863, obs. V. Avena-Robardet et p. 985, note S. Piedelièvre ; D. 2008, p. 120, obs. H. Groutel ; RD imm. 2007, p. 319, obs. L. Grynbaum ; RTD com. 2007, p. 433, obs. D. Legeais.*

Note 15 *AMF, Guide de bonnes pratiques pour la rédaction des documents commerciaux, mai 2008*

Note 16 *V. AMF, comm. sanction, déc., 5 juin 2008, CNCEP et a. - V. Rapport relatif à la commercialisation des produits financiers remis par J. Delmas-Marsalet au ministre de l'Économie et des Finances, nov. 2005.*

Note 17 *Dir., art. 13.6 transposé par C. monét. fin., art. L. 533-10.*

Note 18 *V. H. Causse, Impertinences sur l'obligation d'information et la responsabilité de l'intermédiaire financier, Liber amicorum D. Schmidt : éd. Joly, 2005. - N. Bourdalle et J. Lasserre-Capdeville, Le développement jurisprudentiel de l'obligation de mise en garde du banquier : Banque et droit mai-juin 2006, p. 17.*

Note 19 *V. par ex. Cass. com., 8 juill. 2003, n° 00-18.941 : JurisData n° 2003-019876 ; JCP G 2003, II, 10174, note A. Gauberti ; Bull. Joly Bourse 2003, p. 595, § 76, note L. Ruet ; Dr. sociétés 2004, comm. 13, obs. Th. Bonneau. - V. tout récemment Cass. com., 12 févr. 2008, trois arrêts : JurisData n° 2008-042781 ; JurisData n° 2008-042750 ; JurisData n° 2008-042783. - Cass. com., 4 mars 2008 : JurisData n° 2008-043061. - Cass. com., 26 mars 2008 : JurisData n° 2008-043349 ; RD bancaire et fin. 2008, comm. 90, obs. S. Torck.*

Note 20 *Cass. com., 19 juin 2007, n° 05-22.037 : JurisData n° 2007-039660 ; Bull. civ. 2007, IV, n° 162 ; D. 2007, p. 1952, obs. X. Delpech ; JCP E 2007, 2259, note Th. Bonneau.*

Note 21 *V. en l'absence de mandat Cass. com., 19 févr. 2008, n° 06-18.762 : JurisData n° 2008-042869.*

Note 22 Sur le conseil donné par le banquier, V. Cass. com., 8 avr. 2008, n° 07-13.013 : RD bancaire et fin. 2008, comm. 96, obs. F.-J. Crédot et T. Samin et comm. 125, obs. A.-C. Muller.

Note 23 Cass. ass. plén., 2 mars 2007, préc.

Note 24 V. *R. Routier*; *op. cit.*, n° 362-61.

Note 25 V. en ce sens *R. Routier*; *op. cit.*, n° 362-61.

Note 26 M. Storck, obs. ss Cass. com., 30 oct. 2007, n° 06-14.266 et Cass. com., 15 mai 2007, n° 05-21.545 : RTD com. 2008, p. 145. - V. également *R. Routier*; *op. cit.*, n° 353.33.