AUTORITÉ DES MARCHÉS FINANCIERS

Impression à partir d'une page du site internet de l'AMF

30 juin 2014

Plus un litige est ancien, plus les chances de dédommagement sont réduites : l'exemple médiatique d'un fonds à formule

De nombreux souscripteurs d'un OPCVM à formule commercialisé en 2002 sont venus vers moi au cours de ces dernières années afin d'obtenir réparation ; ils estimaient que la publicité qui leur avait été communiquée lors de la souscription était trompeuse. J'ai pu obtenir dans beaucoup de ces dossiers un geste commercial. Mais attention ! Plus le litige est ancien, plus les probabilités de geste commercial sont réduites.

Les faits

En 2002, sur les recommandations de son conseiller bancaire, Mme A. souscrit à des parts d'un FCP à formule(1) , dont l'échéance était en 2008.

Le produit souscrit par Mme A lui permettait, si certaines conditions étaient réunies, de doubler son capital au bout de 6 ans. Dans l'hypothèse la moins favorable, elle récupérait son capital initial, moins les frais de souscription.

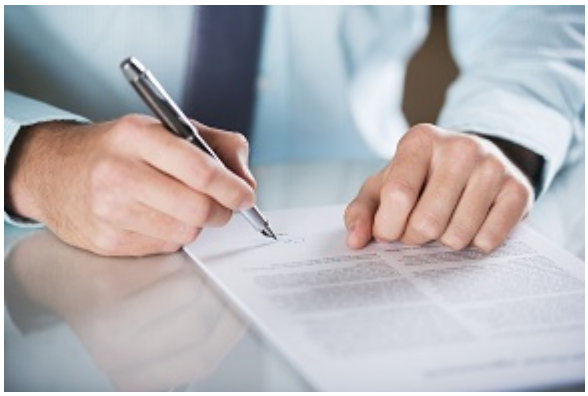
Toutefois, Mme A. précise que le conseiller lui a présenté l'hypothèse favorable comme une certitude et que le dépliant commercial qui lui a été remis lors de la souscription était trompeur. En effet, selon elle, il n'indiquait pas que ce doublement de capital n'était qu'une hypothèse.

Et pourtant : en 2008, à l'échéance, c'est l'hypothèse la moins favorable qui s'est réalisée. Pas de doublement de capital, mais le versement du capital initial, hors frais.
En 2014, six ans après l'échec de sa réclamation préalable auprès de sa banque faite dès 2008, Mme A. sollicite mon intervention pour obtenir un geste commercial correspondant au doublement du capital qui lui a été, selon ses dires, promis.

L'analyse

J'ai reçu de nombreux cas similaires, que j'analyse de la façon suivante.

Il s'agit dans ce dossier de chercher des indices permettant de savoir si le client a pu, ou non, être induit en erreur par la publicité et le discours du conseiller. La démarche n'est pas aisée, dans la mesure où, même si l'échéance du produit date de 2008, la souscription remonte à 12 ans. J'analyse la situation de chacun des clients au moment de la souscription, ainsi que leur réclamation afin d'établir leur profil, et de déterminer si, oui ou non, ils ont pu être induits en erreur par une publicité ou par le discours de leur conseiller bancaire.



J'interroge donc à la fois chaque client, ainsi que chaque banque, pour connaître la situation de l'épargnant au moment de la souscription, la provenance des fonds investis, l'objectif visé au moment de la souscription. Je me penche aussi, et c'est important, sur la date de la réclamation écrite auprès de la banque : si le client a réclamé dès l'échéance, en 2008 dans le cas de Mme A., c'est pour moi un indice fort que le client a été effectivement surpris de la performance du produit, au regard du discours qui lui a été tenu lors de la souscription.

A l'issue de cette analyse, je peux être amenée à proposer un geste commercial. Mais celui-ci n'est jamais égal au doublement du capital. Le préjudice s'analyse en une perte de chance de souscrire à un autre produit, si le client avait pris conscience que le doublement du capital n'était qu'une possibilité. Le préjudice d'une telle perte de chance ne peut, selon la jurisprudence, être réparé qu'à hauteur de la probabilité que l'évènement escompté avait de se réaliser.

S'agissant du dossier de Mme A., j'ai donc interrogé la banque, pour connaitre le profil de Mme A., les circonstances de la souscription et savoir si un geste commercial était envisageable.

La banque m'a indiqué qu'elle n'envisageait pas de dédommager sa cliente, dès lors qu'en tout état de cause, les faits étaient prescrits (c'est-à-dire que le délai pour agir en justice est passé, ici plus de 5 ans après l'échéance du produit).

La recommandation

En analysant le dossier, j'avais bien remarqué que les faits étaient anciens et que la réclamation de Mme A. était très tardive, puisqu'elle est intervenue 6 ans après l'échéance du produit. C'est pour moi un élément qui entre en compte dans le montant du geste commercial que je recommande.
Toutefois, je ne refuse pas d'examiner des dossiers au seul motif que sa demande serait rejetée par un tribunal parce que prescrite. En effet, le médiateur peut instruire, contrairement au juge, non seulement en droit, mais aussi en équité.

Ainsi, je ne soulève pas d'office la prescription. Toutefois, lorsque la banque la soulève dans un dossier, je la prends en compte. En l'absence d'autres éléments me permettant de revenir vers le professionnel, j'ai été amenée à adresser une recommandation défavorable à Mme A., lui indiquant que la banque considérait sa réclamation comme trop ancienne.

La leçon à tirer

Lorsque vous n'êtes pas satisfait ou que vous êtes surpris de la performance d'un produit, qui ne correspond pas à ce qui vous a été vendu, adressez une réclamation écrite sans attendre. Elle vous permettra de marquer votre surprise et votre déception dès le moment où vous avez pu découvrir les véritables résultats du produit, en cas d'actions ultérieures de votre part.

En tout état de cause, entamez vos démarches avant la prescription[(2)] de vos droits d'agir en justice. Toutefois, le délai mis à réclamer peut jouer sur la perception par la banque de la bonne foi du plaignant. Une réclamation adressée rapidement à son vendeur de produits financiers aura plus de chances d'aboutir.

Mots clés PLACEMENTS COLLECTIFS

[1] Un fonds à formule est un OPCVM qui s'engage à atteindre, à l'échéance d'une période donnée, un montant déterminé par l'application d'une formule de calcul prédéfinie. Il permet de récupérer à l'échéance du produit l'intégralité ou une partie du capital investi (hors frais de souscription), majoré d'une performance finale définie par une formule mathématique.

[2] Cf. : Code civil, art. 2224, issu de la loi n°2008-561 du 17 juin 2008 : « Les actions personnelles ou mobilières se prescrivent par cinq ans à compter du jour où le titulaire d'un droit a connu ou aurait dû connaître les faits lui permettant de l'exercer ».

SUR LE MÊME THÈME

S'abonner à nos alertes et flux RSS

ACTUALITÉ

CONSEIL EN INVESTISSEMENT

23 novembre 2020

Conseillers en investissements financiers (CIF) : l'AMF publie les données d'activité pour l'année 2019

ACTUALITÉ

CONSEIL EN INVESTISSEMENT

26 octobre 2020

Conseillers en investissements participatifs (CIP) : chiffres clés 2019

BLOG MÉDIATEUR

CONSEIL EN INVESTISSEMENT

04 février 2020

Service de règlement différé : quand le client dûment alerté investit à ses risques et périls

Mentions légales :
Responsable de la publication : Le Directeur de la Direction de la communication de l'AMF. Contact : Direction de la communication, Autorité des marchés financiers - 17, place de la Bourse - 75082 Paris Cedex 02