



La fraude sentimentale en ligne

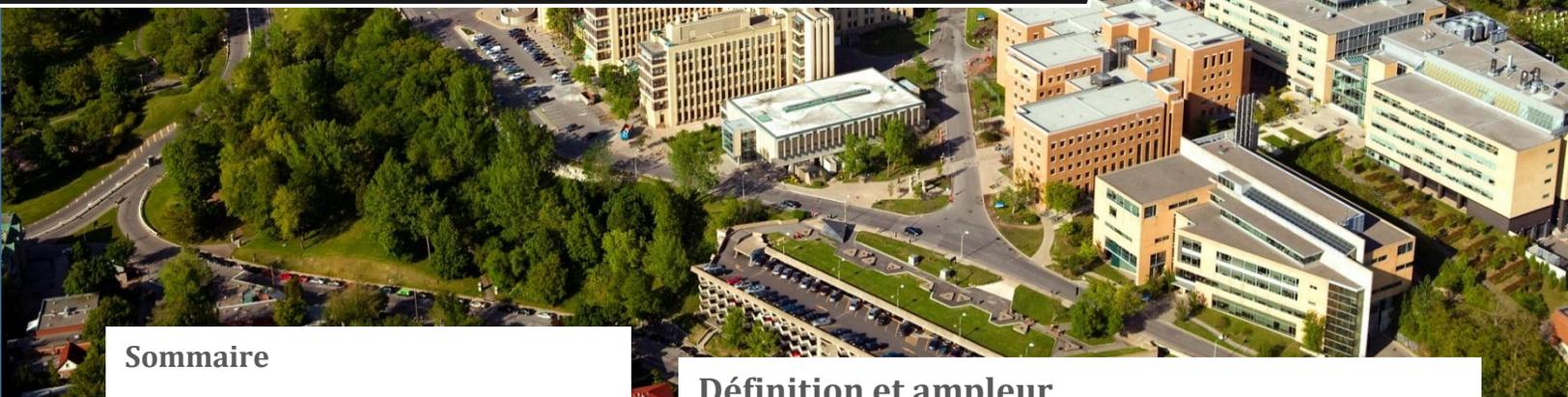
Morgane Coat, candidate à la maîtrise

Note de synthèse

Vol. 1 Num. 2



Chaire de recherche en prévention de la cybercriminalité



Sommaire

- 1. Définition et ampleur.....p. 1
- 2. Profil des victimes.....p. 1
- 3. Constatations générales et facteurs de risque.....p. 2
- 4. Revictimisation.....p. 2
- 5. Recommandations.....p. 3
- 6. Limites des étudesp. 3
- 7. Références.....p. 3

Définition et ampleur

On parle de fraude sentimentale lorsque « souvent **par le biais de sites de rencontres, d'applications ou de médias sociaux**, des escrocs **profitent des personnes à la recherche de partenaires romantiques en prétendant être des partenaires potentiels**. Ils jouent sur des déclencheurs émotionnels pour amener leurs victimes à fournir de l'argent, des cadeaux ou des données personnelles. Les escroqueries amoureuses peuvent durer des années et causer des dommages émotionnels et financiers »¹. Au Canada, en 2018, la cyberfraude sentimentale a représenté **le type de fraude ayant coûté le plus d'argent aux Canadiens**, avec un peu plus de 23 millions de dollars de pertes rapportées pour 756 victimes².

Profil des victimes

- La majorité des études s'accordent pour dire que **les femmes sont plus susceptibles de signaler cette fraude**, et partent donc du principe qu'**elles en sont plus victimes**^{1 3 4 5}. Toutefois, bien que les femmes et les hommes sont tout aussi susceptibles de perdre de l'argent suite à leur exposition à une telle fraude, la **perte médiane d'argent** est presque **deux fois plus élevée pour les hommes**³.
- Certaines études précisent que les victimes sont plus généralement des **parents célibataires**⁶ et que les **personnes LGBTQ+** sont tout aussi ciblées par les fraudeurs que les personnes hétérosexuelles⁷.

La Chaire de recherche en prévention de la cybercriminalité a été créée à l'initiative de l'Université de Montréal, de Desjardins et de la Banque Nationale du Canada. Dirigée par Benoit Dupont, chercheur au Centre international de criminologie comparée de l'Université de Montréal, elle a pour mission de contribuer à l'avancement de la recherche sur les phénomènes cybercriminels sous l'angle de leur prévention.

- Dépendamment des études, **les victimes auraient généralement entre 40 et 60 ans**^{1 3 4 5}.

Constatations principales et facteurs de risque

Les personnes ayant des **croyances romantiques élevées**⁷, et plus particulièrement celles ayant tendance à **idéaliser leur partenaire romantique** et leur relation avec ce dernier sont plus susceptibles d'être victimes de cette fraude.

Les personnes **plus impulsives, plus instruites**, qui font **plus confiance aux autres** (crédulité), et qui ont une **disposition à la dépendance** sont également **plus susceptibles d'être victimes** de fraude sentimentale en ligne⁵.

Certaines personnes sont **moins susceptibles de détecter de faux profils en ligne**, notamment⁸ :

- Les personnes qui pensent principalement aux **avantages à court terme plutôt qu'à long terme**;
- Les personnes n'ayant **jamais repéré ce type de fraude** auparavant et;
- Les personnes qui **analysent l'authenticité** des profils en ligne **plus rapidement**.

Paradoxalement, alors que les personnes **plus impulsives** sont plus susceptibles d'être victimes de cyberfraude sentimentale, ces dernières ont toutefois tendance à **mieux distinguer les faux profils des profils légitimes** sur les sites de rencontre⁸. Cela pourrait s'expliquer par le fait que certaines personnes impulsives suivent leur « instinct initial » lorsqu'elles éprouvent un certain malaise/doute face à un profil, et ne répondent donc pas aux tentatives des potentiels fraudeurs⁸.

Des **erreurs motivationnelles et cognitives** sont également commises par les victimes dans leur prise de décision, telles que⁹ :

- Être davantage attirées et faire confiance aux **personnes en position d'autorité** (médecin, militaire, diplomate, etc.);
- Vouloir davantage aider **lorsque le scénario présente un individu vulnérable** financièrement ou émotionnellement;
- **Réagir rapidement** face à une situation d'urgence ou de crise présentée par le fraudeur (par exemple lorsque ce dernier menace de rompre la relation avec la victime);
- Découvrir qu'elles partagent des (faux) centres d'intérêt avec le fraudeur;
- Croire que **plus elles investiront en temps et en argent dans la relation, plus cette dernière a de chance d'aboutir à une issue favorable** (« effet des coûts irrécupérables » ou « phénomène du quasi-gagnant »; voir la fiche synthèse vol.1 num. 4 « La fraude par marketing de masse »);
- Faire preuve de **dissonance cognitive**, c'est-à-dire que, face à deux informations en contradiction, la personne se concentrera sur celle qu'elle préfère croire.

Revictimisation

Certaines victimes éprouvent des **symptômes de dépendance** et il leur est difficile de rompre la relation ou de croire que celle-ci ait pu être fausse, même lorsqu'elles sont alertées de la fraude en cours par des personnes en position d'autorité (police, banque, etc.).

La majorité d'entre elles continuent à **vivre dans le déni et poursuivent ainsi la même escroquerie** ou **passent à l'arnaque suivante**, augmentant ainsi leurs probabilités de devenir des victimes répétées⁹
¹⁰.

La victime peut continuer à se faire arnaquer par le même fraudeur après avoir été avisée qu'il s'agissait d'une arnaque pour plusieurs raisons⁹ :

- Le fraudeur se fait désormais passer pour un policier ayant retrouvé le criminel et ayant besoin d'argent pour pouvoir retrouver les fonds de la victime;
- Le fraudeur peut faire croire à la victime qu'il est finalement vraiment tombé amoureux d'elle au cours de la fraude.

Recommandations

Les personnes intervenant auprès des victimes de ce genre de fraude doivent être conscientes de l'importance des **impacts psychologiques et émotionnels sur la victime**, que cette dernière considère souvent comme étant bien **supérieurs aux pertes financières subies**⁷. La perte de la relation est souvent décrite comme étant pire que la perte financière, peu importe le montant perdu. Dans le pire des cas, les victimes passent par les étapes du deuil pour passer à travers cette épreuve, vivent la perte de la relation comme traumatisante et dévastatrice, peuvent se suicider ou l'envisager, et certaines sont mêmes prêtes à payer le fraudeur pour maintenir la relation¹⁰.

Afin de prévenir la revictimisation liée à la dépendance aux relations frauduleuses, les programmes de sensibilisation pourraient s'inspirer de ceux ayant déjà été élaborés pour traiter la **dépendance aux jeux ou à l'alcool**⁵.

Au lieu de simplement informer les individus quant à l'existence de cette fraude et les indices pour la reconnaître, les programmes de sensibilisation devraient plutôt **mettre en évidence les comportements que les individus devraient modifier pour se protéger**, ainsi que former ces derniers à détecter les escroqueries via des exercices plus concrets^{9 11}.

Limites

Seule une chercheuse en particulier (Monica Whitty au Royaume-Uni) semble s'être attardée sur cette fraude pour le moment.

Elle n'hésite pas à soulever les limites de ses recherches et à suggérer des exemples de futures études à mener.

Il est important de tenir compte du **chiffre noir** existant concernant cette fraude, d'autant plus que **certains groupes** (par exemple, les communautés LGBTQ+) semblent être moins susceptibles que les autres de signaler une telle fraude⁷.

Les différents rapports et études sur cette problématique ne distinguent pas les victimes selon qu'elles aient été « seulement » trompées ou qu'elles aient également perdu de l'argent. Les facteurs de risque pourraient ainsi être différents.

Il est nécessaire de poursuivre les recherches sur cette fraude afin de confirmer ou d'approfondir les résultats trouvés jusqu'à présent. En effet, les études réalisées expliquent parfois mal les contradictions ou résultats mis en lumière.

Références

¹ Traduction libre. Australian Competition and Consumer Commission (ACCC). (2018). Targeting Scams: Report of the ACCC on Scams Activity 2017.

² Centre anti-fraude du Canada. (2019). Données non-publiées. À noter : En 2018, 1057 personnes ont signalé au CAFC avoir été victime de cette cyberfraude mais seulement 756 d'entre elles déclarent en avoir subi une perte financière.

³ BBB Institute for Marketplace Trust. (2019). Tech-Savvy Scammers Work to Con More Victims. 2018 BBB Scam Tracker Risk Report. Arlington, VA.

⁴ Allard, M. (2011, 19 septembre). Explosion des fraudes sentimentales sur le net. *La Presse*.

⁵ Whitty, M. T. (2018). Do You Love Me? Psychological Characteristics of Romance Scam Victims. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(2), 105-109.

⁶ Selck-Paulsson, D. (2016, 27 octobre). Why do victims fall for online romance scam? *LinkedIn.com*

⁷ Buchanan, T. et Whitty, M. T. (2014). The online dating romance scam: causes and consequences of victimhood. *Psychology, Crime & Law*, 20(3), 261-283.

⁸ Whitty, M. T. (2019). Who can spot an online romance scam? *Journal of Financial Crime*, 26(2) 623-633.

⁹ Whitty, M. T. (2013). The scammers persuasive techniques model: Development of a stage model to explain the online dating romance scam. *British Journal of Criminology*, 53(4), 665-684.

¹⁰ Whitty, M. T. et Buchanan, T. (2015). The online dating romance scam: The psychological impact on victims—both financial and non-financial. *Criminology & Criminal Justice*, 16(2), 176-194.

¹¹ Whitty, M. T. (2019). Predicting susceptibility to cyber-fraud victimhood. *Journal of Financial Crime*, 26(1), 277-292.

