

**Rapport du
groupe de travail
Canada - États-unis
sur le
télémarketing frauduleux**

TABLE DES MATIÈRES

SOMMAIRE

RÉSUMÉ DES RECOMMANDATIONS

1. INTRODUCTION	1
2. L'INFRACTION	3
2.1 CARACTÉRISTIQUES DU TÉLÉMARKETING FRAUDULEUX	3
2.2 LA VRAIE NATURE DU TÉLÉMARKETING FRAUDULEUX : COMMENT TROMPER LES VICTIMES	8
3. QUESTIONS JURIDIQUES ET OPTIONS	11
3.1 LES POUVOIRS CONSTITUTIONNELS	11
3.2 COMPÉTENCES ET INFRACTIONS DE NATURE CRIMINELLE ET QUASI-CRIMINELLE	12
3.2.1 Canada	12
3.2.2 États-Unis	15
3.3 LOIS ET PROCÉDURES TOUCHANT LA PREUVE	17
3.4 OBSERVATION DES RÈGLEMENTS	17
3.4.1 Le Canada	18
3.4.2 Les États-Unis	19
3.5 POUVOIRS DE PRÉVENTION	20
3.5.1 Les pouvoirs d'enquête	20
3.5.2 Les lois relatives à la mise en liberté sous caution	21
3.5.3 Le blocage ou l'interruption du service téléphonique	21
3.6 ENTRAIDE JUDICIAIRE	22
3.7 EXTRADITION	23
3.8 EXPULSION	24
4. SENSIBILISATION ET PRÉVENTION	24
4.1 SENSIBILISATION DU GRAND PUBLIC	25
4.2 SENSIBILISATION DE GROUPES CIBLES PRÉCIS AU SEIN DU PUBLIC	26
4.3 DEUX MODÈLES À SUIVRE : LIGNES D'ASSISTANCE TÉLÉPHONIQUE AU CONSOMMATEUR ET PRÉVENTION CONTRE LES OPÉRATIONS DE VENTE SOUS PRESSON	28
5. COOPÉRATION ET STRATÉGIE CANADA-ÉTATS-UNIS	29
5.1 OBJECTIFS STRATÉGIQUES DE BASE	29
5.2 APPROCHES OPÉRATIONNELLES	31
5.3 ÉLÉMENTS D'UNE STRATÉGIE BINATIONALE	32
6. CONCLUSION	35

RAPPORT DU GROUPE DE TRAVAIL CANADA-ÉTATS-UNIS SUR LE TÉLÉMARKETING FRAUDULEUX SOMMAIRE

Lors de réunions tenues le 8 et le 9 avril 1997 à Washington, D.C., le président Clinton et le premier ministre Chrétien ont demandé à leurs hauts fonctionnaires de préparer une étude conjointe qui examinerait des manières de faire échec au grave problème du télémarketing frauduleux transfrontalier, qui ne cesse de prendre de l'ampleur. Le présent rapport découle de rencontres et de recherches effectuées par des responsables de l'application de la loi et des politiques de divers organismes fédéraux et étatiques-provinciaux du Canada et des États-Unis.

Le télémarketing frauduleux est devenu l'une des formes les plus répandues de criminalité dans le monde des affaires au Canada et aux États-Unis. Ces deux pays enregistrent en effet des pertes annuelles se chiffrant dans les milliards de dollars. Ces dernières années, les autorités ont remarqué des concentrations de délinquants dans certaines régions métropolitaines, dont Las Vegas, Los Angeles-Orange County, Miami-Fort Lauderdale, Montréal, Toronto et Vancouver.

Ceux et celles qui se rendent coupables de l'infraction de télémarketing frauduleux s'en prennent particulièrement aux personnes âgées. Cependant, tous les groupes d'âge comptent des victimes. Bon nombre de victimes âgées ont perdu des économies de toute une vie aux mains de ces criminels. Il s'en est suivi une perte de qualité de vie qui cause souvent beaucoup de dégâts physiques et psychologiques, non seulement pour les victimes, mais également pour les membres de leurs familles.

L'expression « télémarketing frauduleux » décrit l'utilisation de téléphones pour priver malhonnêtement des victimes de leur argent ou de biens ou pour faire de fausses représentations sur la valeur véritable de biens ou de services. Les télécommunications à faible coût ont rendu populaire le télémarketing légitime. Cependant, elles donnent également une façon de procéder à de vastes fraudes, qui touchent parfois des milliers de victimes et engendrent des pertes se chiffrant dans les dizaines de millions de dollars.

Le grand nombre de victimes et les distances en cause font en sorte qu'il est onéreux et complexe de faire des enquêtes et d'intenter des poursuites dans les cas de télémarketing frauduleux, notamment s'il s'agit de fraudes transfrontalières. Les écarts au niveau législatif et les retards dans la procédure engendrés par l'entraide juridique et par les procédures d'extradition suscitent d'autres difficultés. Les longues distances et les nombreuses juridictions en cause dans de nombreuses affaires font ressortir la nécessité d'une collaboration efficace entre les gouvernements et les organismes concernés et le secteur privé.

Le rapport se penche sur les façons de commettre le télémarketing frauduleux, sur les problèmes et les options d'ordre juridique, sur la sensibilisation et la prévention, de même que sur la collaboration transfrontalière et la stratégie à adopter. Il en vient à la conclusion que le télémarketing frauduleux est un problème grave et en croissance et que les cas de fraude transfrontalière représentent un défi pour les deux gouvernements. Ce n'est qu'une fois munis d'une solide

stratégie et de la bonne combinaison de stratégies et de tactiques que le Canada et les États-Unis pourront collaborer encore plus étroitement pour relever le défi prenant de plus en plus l'ampleur internationale de ce très pernicieux crime du monde des affaires.

Les principales recommandations du Groupe de travail suivent le présent sommaire.

**RAPPORT DU GROUPE DE TRAVAIL CANADA-ÉTATS-UNIS
SUR LE TÉLÉMARKETING FRAUDULEUX
RÉSUMÉ DES RECOMMANDATIONS**

Le Groupe de travail recommande :

- **que les gouvernements et les organismes des deux pays établissent que le télémarketing frauduleux constitue un acte criminel grave; (page 8)**
- **que les deux pays envisagent d’avoir recours au témoignage à distance dans les poursuites pénales, par vidéoconférence ou par des moyens semblables, pour abaisser les coûts; (page 17)**
- **que les possibilités et les contraintes juridiques et techniques de la surveillance électronique en tant qu’outil de répression du télémarketing frauduleux soient étudiées plus en profondeur; (page 21)**
- **que les deux gouvernements étudient la réglementation des services téléphoniques et les options permettant de refuser de tels services aux auteurs d’infractions de télémarketing; (page 22)**
- **que la portée des ententes d’entraide juridique existantes soit examinée afin que l’on détermine si elles peuvent être élargies de manière à régler plus efficacement les cas de télémarketing frauduleux; (page 23)**
- **que les deux gouvernements établissent clairement dans quelles circonstances des demandes d’entraide juridique sont nécessaires en fournissant des renseignements et des conseils aux organismes en cause; (page 23)**
- **que des accords d’extradition soient étudiés et si possible modifiés pour faciliter et accélérer l’extradition dans les cas de télémarketing frauduleux; (page 24)**
- **que l’on passe en revue les lois fédérales sur l’expulsion qui pourraient s’appliquer à des ressortissants étrangers ayant participé à des infractions de télémarketing frauduleux et que les organismes chargés de l’application de la loi obtiennent des renseignements sur les circonstances dans lesquelles l’expulsion peut constituer une possibilité; (page 24)**
- **que l’on effectue de la recherche au sujet des délinquants, des victimes et d’autres facettes du télémarketing frauduleux pour élaborer des documents de sensibilisation efficaces et des stratégies pour prévenir ce crime; (page 25)**
- **que les gouvernements et les organismes collaborent le plus étroitement possible pour élaborer, tenir à jour et diffuser des documents de sensibilisation et pour coordonner les efforts de sensibilisation et de prévention; (page 25)**

- que le Canada et les États-Unis coordonnent des stratégies de répression du télémarketing frauduleux aux niveaux des organismes, des régions et du pays; (page 29)
- qu'un groupe de travail binational permanent assure la coordination générale et règle les problèmes de télémarketing frauduleux à l'échelon national et binational au fur et à mesure qu'ils surviennent; (page 33)
- que des groupes de travail régionaux soient incités à collaborer le plus possible outre-frontière; (page 33)
- que pour favoriser la coordination, les gouvernements et les organismes étudient les lois sur la protection des renseignements personnels et les autres lois pertinentes qui touchent les systèmes d'information transfrontaliers à accès partagé en vue de participer le plus possible à de tels efforts. (page 35)

1. INTRODUCTION

La disponibilité accrue du téléphone et des autres moyens de communication procure aux personnes intéressées l'occasion d'entretenir des rapports et de faire du commerce sous plusieurs formes. Le télémarketing, c'est-à-dire l'utilisation de téléphones pour commercialiser des biens et services, s'est développé rapidement. Ces dernières années, les ventes totales aux États-Unis et au Canada ont dépassé les 400 milliards de dollars US/500 milliards de dollars CAN par année. La plupart des activités de télémarketing sont légitimes. Malheureusement, certaines ne le sont pas. Le télémarketing frauduleux est devenu l'une des formes les plus envahissantes et problématiques de crime commis dans le monde des affaires au Canada et aux États-Unis. Il représente en effet 10 % du volume total. Les pertes réelles pourraient être plus élevées, car de nombreuses fraudes ne sont jamais signalées aux autorités.

Le 8 avril 1997, le premier ministre Chrétien et le président Clinton ont demandé à leurs hauts fonctionnaires de constituer un Groupe de travail binational qui serait chargé d'étudier le problème et de faire rapport sur les façons de le régler. Le Groupe de travail a été chargé d'étudier les mesures déjà appliquées et d'en recommander d'autres. Par conséquent, il a examiné les lois, les procédures judiciaires, les pratiques d'application de la loi, ainsi que les efforts de sensibilisation et de prévention des deux pays. Il a également élaboré des recommandations de stratégies de collaboration et de coordination visant à régler le problème du télémarketing frauduleux outre-frontière. Le Groupe de travail bilatéral a préparé le présent rapport dans le cadre de ce mandat, dans un esprit d'engagement mutuel à régler un grave problème qui touche les citoyens des deux pays.

L'expression « télémarketing frauduleux » est employée dans le présent rapport pour décrire une multitude d'activités, menées par téléphone, qui visent à priver malhonnêtement des victimes de leur argent ou de leurs biens ou à faire de fausses représentations sur la valeur véritable de biens ou de services offerts. Ces activités couvrent toute une gamme d'infractions aux lois canadiennes et américaines. Elles visent à décrire le problème général auquel se butent les agents chargés de l'application de la loi, les chargés de la réglementation et les poursuivants aux États-Unis et au Canada.

Les criminels des deux pays ont été amenés à commettre cette infraction en raison des produits considérables qui peuvent en découler et parce que les risques d'être repéré, poursuivi et puni sont relativement faibles. Depuis le début des années 1980, des criminels de toute l'Amérique du Nord ont reconnu que comme les télécommunications à faible coût rendaient de plus en plus populaire le télémarketing de biens et services légitimes, le télémarketing fournissait un moyen efficace de commettre des fraudes considérables, voire massives. Le grand nombre de victimes pouvant être ciblées accroît de beaucoup les gains éventuels. Une seule entreprise de télémarketing qui applique un stratagème bien organisé peut facilement communiquer avec des centaines de victimes et des groupes organisés peuvent cibler des milliers de victimes, en particulier si la fraude se poursuit pendant un certain temps avant qu'on la détecte et qu'on y mette fin. Pour chaque victime, les pertes vont de centaines de dollars à des milliers de dollars, et parfois bien davantage. Un délinquant seul peut facilement gagner plusieurs centaines de

milliers de dollars et des opérations de vente sous pression plus vastes peuvent arracher des dizaines de millions de dollars.

L'utilisation du téléphone permet également aux criminels de cibler leurs victimes de loin, au-delà des frontières provinciales, nationales et internationales. Cette capacité fait ressortir les différences entre les systèmes juridiques et fait généralement l'objet d'ententes plus élaborées de collaboration en matière d'application de la loi. Cette situation complique habituellement les enquêtes et les poursuites et fait augmenter les coûts et le temps nécessaire pour amener les délinquants devant les tribunaux ou pour recouvrer les produits de la criminalité. La nature et la croissance du télémarketing frauduleux ont fait augmenter la fréquence des infractions transfrontalières, ce qui impose de nouvelles exigences à la collaboration traditionnelle entre le Canada et les États-Unis dans le domaine juridique.

Les renseignements examinés par le Groupe de travail proviennent directement de l'expérience pratique considérable de ses membres, les agents des deux pays qui s'occupent eux-mêmes du problème. Le Groupe de travail estime qu'il faudrait effectuer de la recherche plus structurée sur le télémarketing frauduleux. Cependant, les éléments de preuve qu'il a déjà examinés sont convaincants. **Ces éléments de preuve établissent clairement que le télémarketing frauduleux constitue un grave problème de criminalité économique et que ses conséquences catastrophiques pour certains des citoyens les plus vulnérables des États-Unis et du Canada nécessitent des mesures immédiates et efficaces.**

Le Groupe de travail a étudié le problème du télémarketing frauduleux de trois points de vue : les affaires juridiques, l'éducation et la prévention, ainsi que la collaboration et la stratégie. Le rapport traite de ces questions dans des parties distinctes. Le Groupe de travail tient cependant à formuler une mise en garde : il n'existe pas de solution simple au télémarketing frauduleux. Toute solution vraiment efficace doit tirer des éléments des trois secteurs. Souhaitons que le présent rapport jettera les bases d'un programme mixte de mesures efficaces dont bénéficieront les populations de nos deux pays.

2. L'INFRACTION

Le télémarketing frauduleux existe sous une forme ou une autre depuis de nombreuses années. Il a cependant pris beaucoup d'ampleur depuis le début des années 1980. Ces dernières années, les autorités ont remarqué une concentration de délinquants dans les grandes zones métropolitaines de l'Amérique du Nord, dont Atlanta, Houston, Las Vegas, Los Angeles-Orange County, Miami-Fort Lauderdale, Montréal, Tampa-St. Petersburg, Toronto et Vancouver. Le télémarketing frauduleux est un phénomène dynamique : quand les autorités d'une région sévissent, les délinquants qui ne se font pas prendre se relocalisent tout simplement et lancent de nouvelles fraudes ou, dans certains cas, passent à d'autres formes d'actes criminels.

2.1 CARACTÉRISTIQUES DU TÉLÉMARKETING FRAUDULEUX

Comme les autres genres de fraude, le télémarketing frauduleux dépend de la façon dont les délinquants se servent de la tromperie pour obtenir de l'argent ou des biens de leurs victimes, mais il comporte certaines caractéristiques uniques.

- **Les auteurs de l'infraction ont besoin d'installations de télécommunications**

Le téléphone constitue un outil indispensable pour les auteurs de l'infraction. Il permet à ces derniers de limiter et de manipuler l'information, de dissimuler de l'information à leur sujet tout en communiquant l'information qui trompera la victime. Il donne également aux délinquants la possibilité de cibler rapidement un grand nombre de victimes éloignées. Le téléphone rend les opérations des délinquants plus efficaces en leur permettant de passer rapidement à d'autres cibles si la fraude ne fonctionne pas. Toutefois, tous les avantages technologiques ne sont pas profitables aux délinquants. L'utilisation du téléphone permet de s'attaquer au problème. Les appels peuvent être interceptés, peuvent permettre de retracer les délinquants et peuvent être enregistrés pour servir d'éléments de preuve, par exemple.

Les auteurs de l'infraction se servent de leurs capacités pour manipuler ce qu'entend la victime afin d'en profiter le plus possible. Les délinquants visent à établir leur crédibilité tout en transmettant les faux renseignements nécessaires pour amener leurs victimes à libérer des fonds et pouvoir neutraliser toute objection ou empêcher les victimes de demander conseil à d'autres personnes. Comme l'a affirmé un spécialiste en télémarketing :

Ce que l'on fait en tant que vendeur consiste à peindre la toile. Dès que mon interlocuteur a décroché le téléphone et que je me mets à lui parler, ma main s'agite... Deux mains entrent en jeu. La première commence à peindre la toile, l'autre saisit leur chéquier et rédige un chèque.

Les auteurs de l'infraction peuvent raconter des mensonges flagrants ou se servir de fausses représentations plus subtiles :

L'une de mes meilleures entrées en matière fonctionne à merveille : « Thelma, je ne puis vous dire ce que vous gagnez, mais j'espère vraiment que vous vivrez assez vieille pour en profiter pleinement. »

L'absence de contacts en personne permet aux délinquants de se faire passer pour des représentants du gouvernement ou d'entreprises pour avoir plus de crédibilité et, dans certains cas, pour user de coercition à l'égard de victimes hésitantes. Les délinquants ont fréquemment recours à de faux noms et seule la voix permet aux victimes de les identifier, si tant est que ce soit possible, ce qui constitue un obstacle énorme pour les enquêteurs et les poursuivants. Le téléphone crée également des économies d'échelle en donnant la possibilité, pour un interlocuteur unique, de cibler un grand nombre de victimes à l'intérieur d'une courte période et sur de longues distances. Les délinquants augmentent au maximum les produits tirés de leur infraction en visant essentiellement des groupes cibles dont on peut plus facilement faire des victimes et en faisant rapidement un grand nombre d'appels téléphoniques, en s'attardant à ceux qui semblent susceptibles d'y croire et en rattachant aux personnes qui résistent.

L'un des éléments clés de la réussite du télémarketing frauduleux consiste à persuader les victimes de payer rapidement afin que les délinquants puissent entrer en possession de l'argent avant que les victimes puissent y réfléchir à deux fois ou demander conseil. Pour obtenir l'argent avant que les victimes puissent revoir leur décision, les délinquants se servent souvent de téléphones afin de traiter des transactions par carte de crédit ou de donner à des messagers le mandat de prendre possession de chèques ou de mandats directement au domicile des victimes. Les téléphones servent aussi à effectuer des appels de suivi dans les cas où les victimes ne paient pas rapidement. Dans certaines fraudes, les délinquants demandent aux victimes d'envoyer leur paiement dans une boîte de dépôt louée d'entreprises, ce qui peut rendre le repérage de fonds plus difficile.

- **Les délinquants n'ont pas besoin d'être à proximité des victimes**

Contrairement aux autres fraudes, les spécialistes du télémarketing frauduleux et les opérations de télémarketing frauduleux ne doivent pas nécessairement se trouver à proximité de leurs victimes. Cette situation engendre deux grandes préoccupations : l'éparpillement des victimes sur de longues distances complique l'enquête et la poursuite et la distance entre les délinquants et leurs victimes fait en sorte que ceux-ci sont en mesure de se relocaliser et de relocaliser leurs victimes au besoin pour maximiser les avantages et minimiser les risques. Les délinquants sont au courant de cette situation et agissent en conséquence. Des organismes ont cité des exemples de cas dans lesquels les appelants ont évité des victimes éventuelles se trouvant à proximité, ou avaient des listes de régions où ne pas faire de téléphones, où les activités d'application de la loi étaient rigoureuses au moment pertinent et avaient lieu surtout dans leurs secteurs de travail.

La distance entre les délinquants et leurs victimes a soulevé d'autres problèmes :

- la dispersion des victimes dissimule le nombre véritable de victimes et le total des produits pour la plupart des fraudes;
- la distance et le manque de contacts personnels entre les victimes et les enquêteurs peuvent nuire aux efforts en vue de déterminer quels sont

les renseignements importants au sujet des victimes et de la gravité des répercussions de l'infraction sur cette victime, notamment les personnes âgées privées des économies de toute une vie par la fraude;

- l'éparpillement des victimes fait augmenter considérablement les coûts de déplacement et la coordination nécessaires pour s'occuper de l'enquête et de la poursuite;
- la dispersion des victimes cause des retards dans l'enquête et la poursuite car il faut identifier de nouvelles victimes, des ressorts et des organismes et parce que les opérations doivent être coordonnées;
- **Des infractions peuvent être perpétrées au-delà des frontières des provinces, des États et des pays**

Le télémarketing frauduleux transfrontalier suscite bon nombre des mêmes problèmes que ceux qui sont liés à l'éparpillement des délinquants et des victimes. Ces problèmes sont cependant amplifiés par les écarts au niveau législatif et par la souveraineté nationale. La coopération entre organismes devient plus formelle et plus complexe si ces organismes se trouvent dans des administrations différentes. Les exigences au titre de l'entraide juridique (TEJ) s'appliquent parfois aux procédures d'enquête et l'extradition internationale est nécessaire pour amener les auteurs de l'infraction à l'endroit où se trouve la victime en vue de la tenue du procès. Cette démarche ajoute au coût et occasionne des retards importants, ce qui constitue une préoccupation de taille si les victimes sont des personnes âgées. Les écarts au niveau législatif peuvent également compliquer l'obtention de témoignages recueillis dans une juridiction devant un tribunal qui se trouve dans une autre juridiction.

- **Le télémarketing frauduleux est une forme d'infraction de criminalité organisée**

Généralement, le télémarketing frauduleux fait appel à l'organisation, à la planification préalable et à la coordination de délinquants seuls, ce qui caractérise le crime organisé. Dans certains cas, en sa qualité d'infraction très profitable, le télémarketing frauduleux a attiré des membres et des associés d'organisations criminelles traditionnelles. Il faut, pour mettre en place une vaste opération de télémarketing frauduleux, doter un emplacement, connu sous le nom de « local de vente sous pression » d'un grand nombre de lignes téléphoniques et recruter des appelants munis de listes de renseignements sur les victimes éventuelles (appelées « listes de gogos » ou « listes de quémandage »), établir des façons de rassembler les produits de la criminalité et, souvent, de mettre en place des boîtes de dépôt sécuritaires pour compliquer la tâche de ceux qui veulent retracer les produits.

Les stratagèmes sont souvent conçus de manière à paraître légaux ou de façon à rendre les éléments illégaux difficiles à prouver. En outre, il est difficile de faire cesser complètement ces activités à moins d'identifier, de capturer, de faire condamner, de faire emprisonner, de mettre hors d'état de nuire ou de priver d'une manière ou d'une autre tous les principaux membres de leurs gains illégaux. Les délinquants se sont servi de nouveaux gains pour financer leur défense ou pour lutter

contre une poursuite ou l'extradition. À cet égard, un spécialiste en télémarketing a affirmé récemment à un poursuivant :

« Je préfère dépenser un million de dollars à lutter contre mon extradition qu'à remettre cet argent [aux victimes] sous forme de dédommagement. »

- **Les victimes sont sélectionnées en fonction de certaines caractéristiques, dont l'âge.**

Les victimes ne sont pas choisies au hasard ou par accident. Les délinquants eux-mêmes les choisissent parce qu'elles se montrent vulnérables et parce qu'elles ont assez d'argent ou de biens pour être attirantes. Le choix des victimes peut être fait directement, en cherchant des renseignements précis au sujet de victimes ou en achetant des « listes de quémadage » ou des « listes de gogos » d'autres délinquants ou de commissionnaires en publi-postage. Il peut également être fait indirectement, en amenant des victimes éventuelles à répondre à une certaine forme de sollicitation générale, comme les « prix promotionnels », ou en appelant de façon impromptue un grand nombre de personnes au hasard et en leur présentant une offre à laquelle les personnes qui sont vulnérables sont susceptibles de répondre. Les personnes dont le nom figure sur des listes de quémadage ou sur des listes de gogos étaient considérées comme des personnes prêtes à envoyer de l'argent à de tels stratagèmes par le passé et sont plus susceptibles d'être ciblées de nouveau.

Le Groupe de travail souligne une caractéristique particulièrement saisissante du télémarketing frauduleux : les personnes les plus susceptibles d'être victimes sont celles qui l'ont déjà été. Une fois que les délinquants ont établi la vulnérabilité d'une personne, ils la cibleront constamment jusqu'à ce qu'ils aient pris tous ses biens. Non seulement les délinquants réutilisent-ils les renseignements sur leurs victimes, mais il arrive fréquemment qu'ils les vendent à d'autres délinquants ou à des courtiers de tout acabit.

Les personnes âgées des deux pays sont surreprésentées parmi les victimes. Les délinquants ont reconnu qu'ils les ciblaient expressément. Les délinquants semblent croire qu'ils ont davantage d'actif et qu'ils sont plus vulnérables à des méthodes comme les appels à l'altruisme ou l'excitation. Les organismes des deux pays conviennent tous que les personnes ayant perdu de gros montants d'argent avaient plus vraisemblablement atteint l'âge de la retraite ou étaient plus vieilles encore et que plus les personnes avancent en âge, plus elles sont susceptibles d'être victimes. Un sondage réalisé en 1996 par la *American Association of Retired Persons* (AARP) révélait que bien que 36 % de la population adulte a plus de 50 ans, 56 % des victimes s'inscrivent dans cette catégorie.

Non seulement les personnes âgées sont-elles plus susceptibles d'être victimes, mais elles ont également tendance à être plus durement touchées lorsque c'est le cas. Des enquêteurs ont signalé de nombreux cas où les victimes ont perdu la totalité ou la presque totalité de leurs épargnes d'une vie. Certaines ont même perdu leur maison ou ont été forcées de la vendre pour payer leurs frais de subsistance quotidiens. Contrairement aux citoyens plus jeunes qui peuvent travailler

pendant un certain nombre d'années pour remplacer des biens perdus, les personnes âgées ne sont généralement pas en position de le faire. La perte de qualité de vie ou la diminution du niveau de vie peut avoir des effets physiques et psychologiques dévastateurs et irréversibles, ce qui pourrait amener les victimes à avoir des tendances suicidaires. Il arrive que des membres de la famille ressentent des conséquences indirectes s'ils sont appelés à soutenir une personne âgée auparavant autonome.

Le Groupe de travail a mentionné les problèmes suivants liés aux personnes âgées victimes de télémarketing frauduleux :

- Les victimes âgées se sentent coupables ou honteuses d'avoir perdu de grosses sommes d'argent. Elles hésitent parfois à signaler le crime à des parents ou à la police et elles peuvent hésiter à témoigner ultérieurement à ce sujet. Certaines personnes âgées peuvent craindre que si elles le disent à des membres de leurs familles, elles seront considérées comme incompetentes. Elles craignent en outre de perdre le contrôle de leurs affaires.
- Les victimes plus âgées sont peut-être incapables de se souvenir des détails de la fraude. Elles ne peuvent ou ne veulent peut-être pas expliquer les véritables répercussions sur leur existence. Ces personnes peuvent dissimuler ainsi la gravité de l'infraction à leurs amis, à leurs parents, à la police et aux tribunaux, chargés de déterminer la peine des délinquants.
- Les victimes décèdent parfois ou deviennent incapables avant de pouvoir témoigner, notamment lorsqu'il doit d'abord y avoir une procédure d'extradition avant la poursuite.
- Les victimes âgées sont souvent incapables de se déplacer pour témoigner aux procès dans la juridiction où se trouvent les délinquants ou dans celui où se trouvent les autres victimes.

Le Groupe de travail craint que comme les victimes de fraude sont amenées à collaborer à leur propres pertes, les personnes qui n'ont jamais parlé personnellement à des victimes ou à des délinquants pourraient blâmer les victimes ou les tenir en partie responsables. Ces personnes laisseraient entendre que les victimes se sont attirées des malheurs, n'étaient qu'« âpres au gain » ou auraient dû être plus prudentes dans leurs affaires ou activités personnelles. Cependant, la réalité est plus complexe. Le télémarketing frauduleux cherche à transformer des personnes en victimes innocentes au moyen de comportements malhonnêtes ou trompeurs. Il s'agit d'un acte criminel dans toutes les administrations du Canada et des États-Unis. Il importe que ces comportements soient désignés comme tels. **Le Groupe de travail recommande par conséquent que les gouvernements des deux pays et les organismes qui les représentent identifient clairement le télémarketing frauduleux comme un acte criminel grave et que les documents de vulgarisation et d'information du public fassent de cet énoncé clair et sans équivoque leur thème principal.**

2.2 LA VRAIE NATURE DU TÉLÉMARKETING FRAUDULEUX : COMMENT TROMPER LES VICTIMES

Les éléments de preuve recueillis au cours d'enquêtes sur des fraudes révèlent que le télémarketing frauduleux a recours à une multitude de méthodes, qui vont de la conversation amicale aux demandes contraignantes, ou même aux menaces, pour convaincre les victimes de se départir de leur argent. Bon nombre d'interlocuteurs se servent des éléments suivants pour tromper leurs victimes et pour les persuader d'adhérer au stratagème.

- **Enthousiasme.** Certaines fraudes commencent souvent par des déclarations en vue d'enthousiasmer la victime, ce qui nuit à sa capacité de réfléchir clairement et calmement. Aux dires des délinquants eux-mêmes :

... si vous semblez enthousiaste, ils le deviendront.

[Aux victimes :]... vous avez participé à une campagne [de promotion], on vous a promis de recevoir un très gros prix, vous en souvenez-vous? ... Parfait. Assoyez-vous. On vous a ensuite dit que la personne responsable vous appellerait. Je suis cette personne. Prenez une grande respiration et demeurez calme. [À la personne qui mène l'entrevue] ... [Juron], je les ai excités pour mieux les tromper.

- **Pouvoirs allégués.** Il arrive fréquemment que le délinquant se fasse passer à tort pour une personne détenant beaucoup de pouvoir au sein d'une organisation ou pour un représentant du gouvernement :

Je leur fait comprendre l'importance de mon poste, comme directeur de la promotion. Ils sont immédiatement enthousiasmés... parce que lorsqu'il s'agit du propriétaire, ils croient que vous représentez le niveau hiérarchique le plus élevé.

Le fait de se faire passer pour un représentant du gouvernement peut également donner un moyen subtil, voire effronté de contrainte. À titre d'exemple, les délinquants qui personnifient des douaniers ou des agents de banque « rappellent » parfois aux victimes qu'elles sont légalement tenues de payer des taxes sur l'argent qui, selon leurs fausses affirmations, sera remis aux victimes.

- **Amitié apparente.** Des victimes ont décrit des appels au cours desquels des délinquants sont entrés dans leurs bonnes grâces le plus rapidement possible en les persuadant que le délinquant s'intéressait sincèrement à leur vie personnelle. Une femme a affirmé aux autorités ne pas avoir accepté d'envoyer de l'argent à un spécialiste en télémarketing avant qu'il ne lui ait parlé à huit ou neuf reprises. Une autre a parlé d'un spécialiste en télémarketing ayant prétendu partager des renseignements personnels avec elle au sujet de sa propre femme et de ses enfants. D'autres ont reçu des cadeaux modestes, comme des fleurs, pour les amener à croire vraiment qu'elles avaient affaire à des amis. Les victimes isolées et seules sont particulièrement vulnérables à ces méthodes. En effet, des délinquants ont affirmé aux policiers que la victime idéale est une personne âgée, qui vit seule et qui n'a pas de rapports avec des membres de sa famille.

- **Urgence.** Les délinquants incluent souvent un élément d'urgence dans leur présentation en soulignant que le prix, le placement ou tout autre produit est offert à condition que la victime envoie de l'argent dans les plus brefs délais. La victime est ainsi amenée à réagir avant de réfléchir à la proposition qui lui est faite. Le délinquant dispose de cette façon d'une excuse pour recueillir l'argent par messenger, par service télégraphique ou au moyen d'une transaction par carte de crédit avant que la victime y réfléchisse bien ou qu'elle demande des conseils d'une personne indépendante.

L'objet ultime du recours à ces tactiques est de convaincre la victime, par des moyens fallacieux et trompeurs, de se défaire de son argent ou de biens, en retour de certains avantages ou par altruisme. Voici certains des stratagèmes frauduleux les plus répandus examinés par le Groupe de travail.

- **Prêt sur avance ou fraudes touchant le crédit.** Les spécialistes du télémarketing cherchent des gens dont le crédit est mauvais et leurs offrent des prêts ou des cartes de crédit moyennant certains frais. Les victimes à qui on offre des prêts n'en reçoivent jamais. Celles à qui on offre des cartes de crédit reçoivent généralement une formule de demande type ou des renseignements généraux sur la façon de présenter une demande.
- **Loteries étrangères.** Les entreprises de télémarketing offrent aux victimes éventuelles l'occasion d'investir dans des billets de loteries étrangères bien connues (p. ex. du Canada ou de l'Australie) ou d'obtenir une chance sur six de gagner un gros lot substantiel. Il s'agit d'une infraction transfrontalière répandue, car elle mise sur l'ignorance des règles (ou même de leur existence) des loteries étrangères par les victimes. Si les délinquants disent vendre de véritables chances de gagner à la loterie, mais trompent les victimes quant à leurs chances de gagner, il pourrait s'agir d'une infraction de pari et d'une fraude. Si le délinquant vend de véritables chances de gagner sans tromperie, il peut quand même s'agir d'une infraction de pari.
- **Stratagèmes d'investissement.** On vend aux victimes des « investissements » dans une multitude de marchandises ou de valeurs mobilières qui semblent permettre de réaliser une marge bénéficiaire élevée. La fraude réside dans la fausse représentation quant à la valeur véritable (ou à l'existence réelle) de ce que l'on vend, et (ou) quant au risque réel que l'on prendrait en achetant ce qui est offert. Parmi les « occasions » fréquemment offertes, mentionnons les actions ou les valeurs mobilières, les pierres précieuses de bonne qualité, les métaux ou les minerais précieux ou stratégiques, ainsi que les occasions d'affaires (comme le pétrole et le gaz, les fours à pizza et les élevages d'autruches). Ces stratagèmes permettent généralement de frauder les victimes plus d'une fois (voir "relance", plus loin). Une fois que des fonds ont été engagés, la victime peut être incitée à faire d'autres versements pour augmenter la valeur de son « investissement » ou pour éviter de le perdre (p.ex. : « appel de marge »). Comme les investissements légitimes mobilisent habituellement des biens pour de longues périodes, les victimes ne se rendent généralement pas compte avant un certain temps qu'elles ont été fraudées.

- **Les stratagèmes du prix promotionnel, du cadeau bidon ou du menu cadeau.** Les entreprises de télémarketing « garantissent » que la victime a gagné des prix ou des cadeaux précieux, comme des vacances ou des voitures, mais exigent que les victimes envoient un ou plusieurs paiements pour acquitter les frais d'expédition, les taxes, les redevances douanières ou les frais d'entrepôt inexistants, ou tout autre frais que l'auteur de l'infraction juge plausible. Certains délinquants ne remettent jamais à leurs victimes un prix ou un cadeau, tandis que d'autres leurs envoient des cadeaux peu chers, appelés « gimme gifts » (cadeaux bidons) par les entreprises de télémarketing américaines et « menus cadeaux » par les entreprises de télémarketing canadiennes.
- **Stratagèmes d'obtention de fonds par téléphone.** Ces stratagèmes misent généralement sur la bonté des victimes en leur demandant des dons pour des causes valables, comme des programmes antidrogues et les victimes de catastrophes naturelles. L'exposé de l'interlocuteur peut constituer seulement une demande de dons ou comprendre d'autres attraits, comme l'admissibilité du donateur à des prix précieux qui ne se concrétiseront jamais (voir « prix promotionnel », précédemment). Contrairement à d'autres victimes de fraudes, les personnes qui font des dons de charité n'attendent habituellement rien en retour de leur contribution. Il se peut donc qu'elles ne se rendent jamais compte qu'elles ont été fraudées.
- **Stratagèmes liés à des voyages.** Certaines entreprises de télémarketing qui commettent des fraudes en disant être des agences de voyage offrent de grands voyages tout compris à un coût relativement peu élevé. L'utilisation du voyage comme marchandise rend plausible la nature éloignée de la transaction. La fraude réside habituellement dans des mensonges, dans des fausses représentations ou dans la non-divulgence de renseignements sur la valeur réelle du voyage ou des chambres d'hôtel ou sur les limites ou les restrictions quant au moment ou à la destination du voyage, ou quant à ce qui attend l'acheteur une fois rendu à destination. Dans certains cas, le voyage a été fabriqué de toutes pièces ou comporte tellement de modalités qu'il est tout à fait inutilisable.
- **Stratagèmes de relance et de renflouage.** Ces fraudes visent les mêmes victimes à plusieurs reprises. Les personnes trompées une fois sont les plus susceptibles d'être trompées de nouveau. Malheureusement, leur volonté, compréhensible, de regagner l'argent englouti dans leurs pertes initiales les rend encore plus vulnérables à de telles fraudes. Ce phénomène s'appelle la relance. On relancera les personnes qui investissent de l'argent en leur demandant d'en placer davantage pour protéger ou accroître leur investissement. D'autres personnes, à qui on a demandé des droits de douanes ou d'autres droits semblables pour l'envoi de leur prix, se feront demander d'autres frais. Enfin, les personnes qui donnent à une fausse «_cause valable_» sont souvent sollicitées pour effectuer d'autres dons.

Dans les stratagèmes de « renflouage », une variante particulièrement impitoyable, l'objet de la fraude est la volonté de la victime de récupérer l'argent perdu lors des fraudes précédentes. Les délinquants, qui font souvent partie de la même organisation qui a fraudé la victime la première fois, connaissent déjà la fraude de l'intérieur lorsqu'ils appellent et promettent à la personne fraudée qu'elle

épongera ses pertes si elle verse une taxe ou des frais. Les interlocuteurs se présentent souvent comme des personnes chargées de l'application de la loi, comme d'autres employés du gouvernement ou comme des professionnels (des agents de banque ou des courtiers en valeurs) et se servent de leur connaissance de l'intérieur de la victime et de la fraude pour asseoir leur crédibilité. Les opérations de renflouage privent souvent les victimes de leurs derniers sous.

3. QUESTIONS JURIDIQUES ET OPTIONS

3.1 LES POUVOIRS CONSTITUTIONNELS

La constitution du Canada et celle des États-Unis attribuent différemment les pouvoirs législatifs et les pouvoirs de poursuite au gouvernement fédéral et aux gouvernements des États et des provinces. La répartition de ces pouvoirs a des répercussions sur la structure et la coordination des stratégies de chaque pays et entre nous. Il faut également garder à l'esprit les différences de terminologie et de structure gouvernementale lorsqu'on étudie les instruments juridiques pouvant être utilisés.

- **Au Canada**, le pouvoir d'adopter des lois pénales est exclusivement fédéral, mais les provinces peuvent créer les infractions nécessaires dans les domaines relevant de leurs compétences, ce qui comprend « propriété et droits civils ». La plupart des provinces se sont servies de ce champ de compétence pour régler le commerce local et les pratiques commerciales frauduleuses. Les infractions au *Code criminel* fédéral, ce qui comprend la fraude, font l'objet de poursuites relevant des procureurs généraux des provinces, mais les infractions fédérales prévues dans d'autres lois (*Loi sur la concurrence, Loi de l'impôt sur le revenu, Loi sur les douanes, Loi sur les télécommunications*) font l'objet de poursuites fédérales. En 1997, les modifications apportées au *Code criminel* ont conféré au gouvernement fédéral un nouveau pouvoir de poursuivre dans les cas d'infractions de gangstérisme, ce qui comprendrait la plupart des cas de télémarketing.
- **Aux États-Unis**, les gouvernements des États et le gouvernement fédéral ont le pouvoir d'adopter des lois pénales, quasi-pénales et civiles; les gouvernements des États adoptent de telles lois pour régir le comportement à l'intérieur de leurs frontières, et le gouvernement fédéral, pour régir le comportement que le Congrès peut réglementer en vertu d'un ou plusieurs grands pouvoirs prévus par la Constitution (p. ex. le pouvoir de réglementer le commerce interétatique et étranger). Les deux niveaux de gouvernement peuvent donc interdire ou réglementer les activités de télémarketing frauduleux ou tenter des poursuites relativement à de telles activités.

3.2 COMPÉTENCES ET INFRACTIONS DE NATURE CRIMINELLE ET QUASI-CRIMINELLE

Comme nous l'avons souligné, le télémarketing frauduleux comprend une multitude de stratagèmes qui peuvent violer de multiples lois pénales, quasi-pénales ou civiles des deux pays.

3.2.1 - Canada

Infractions de fraude prévues au *Code criminel*. Le *Code criminel* du Canada criminalise la fraude de base (privation malhonnête) : le par. 380(1) comprend les cas où «...le public ou toute autre personne...» est malhonnêtement fraudé, ce qui permet soit des accusations basées sur des transactions individuelles ou une seule accusation d'avoir « frustré le public » si un grand nombre de victimes sont ciblées. L'infraction est punissable d'un maximum de dix ans d'emprisonnement si la valeur de la fraude dépasse 5 000 \$CAN . Au Canada, le *Code criminel* ne prévoit pas d'infraction d'utilisation de systèmes de télécommunications pour commettre des fraudes. Cependant, il existe une infraction d'utilisation du courrier pour commettre une fraude (art. 381). Le fait d'élargir cette disposition de manière à englober les médias de télécommunications créerait une autre infraction qui pourrait servir dans certains cas. Cette possibilité est actuellement à l'étude.

Quelque trente-quatre autres dispositions du *Code criminel* (art. 380 à 414) créent des infractions de fraude qui s'appliquent à des circonstances particulières. Certaines s'appliquent à des marchandises (actions, art. 383 à 384, biens immeubles, art. 385 et 386, minerais, art. 394), et d'autres, aux façons de commettre des fraudes (titres de documents et reçus frauduleux, supposition de personnes). Les dispositions qui créent des infractions autres que la fraude peuvent également s'appliquer dans certains cas. Quant aux stratagèmes de vente de faux billets de loterie, par exemple, les infractions de fraude ou de pari peuvent s'y appliquer (art. 206 et 207).

Autres infractions fédérales. Les infractions fédérales prévues dans des lois autres que le *Code criminel* sont considérées comme des infractions fédérales au Canada. Cependant, elles font l'objet de poursuites lancées par le procureur général fédéral, et non par les provinces. Celles qui peuvent s'appliquer au télémarketing frauduleux sont les suivantes :

- ***Loi sur la concurrence.*** Cette loi comporte une série d'infractions sur la publicité et sur les pratiques de marketing trompeuses. Ce sont des infractions pénales de responsabilité stricte, pour lesquelles la Couronne n'est pas tenue de prouver l'intention de tromper ou de frauder. La *Loi* contient également des pouvoirs de fouille, de perquisition et de saisie, de production et de divulgation obligatoires de l'information, ainsi que d'autres pouvoirs d'exécution.

Outre les infractions prévues au *Code criminel*, le télémarketing frauduleux relève généralement de la *Loi sur la concurrence* fédérale et s'inscrit dans le mandat du Bureau de la concurrence du ministère fédéral de l'Industrie (Industrie Canada), qui est l'organisme chargé d'appliquer la *Loi*. Le projet de loi déposé par le ministre de l'Industrie en novembre 1996, qui n'avait pas encore été adoptée à la fin de la session 1996-1997, proposait de créer une infraction de « télémarketing trompeur », dont l'essence consistait à exiger des entreprises de télémarketing qu'elles divulguent de façon complète et équitable ce qu'elles offrent et qu'elles criminalisent la non divulgation trompeuse ou pertinente. Les modifications proposées comprenaient également une disposition sur les injonctions contre les

entreprises de télémarketing et les fournisseurs de services qui pourrait servir à bloquer ou à interrompre le service téléphonique dans certains cas. Une loi semblable est à l'étude et le ministre se propose de la présenter de nouveau au cours de la session d'automne 1997.

- **Loi de l'impôt sur le revenu.** Cette loi exige que les employeurs prélèvent et remettent des fonds au titre de l'impôt et des avantages (p. ex. : contributions de retraite) et comporte des dispositions créatrices d'infraction et des dispositions de recouvrement lorsque ce n'est pas fait. Les articles 238 et 239 de la *Loi* créent également des infractions de base en matière d'évasion fiscale, de dépôt et de fourniture de renseignements faux ou trompeurs.

- **Loi sur la taxe d'accise.** Le Canada a une taxe sur les produits et services (TPS, ou TVH - « taxe de vente harmonisée » dans certaines provinces). Les entreprises qui vendent pour plus de 30 000 \$CAN par année de biens ou de services doivent s'enregistrer auprès de Revenu Canada et faire rapport de leurs transactions de façon continue.

- **La Loi sur les douanes et le Tarif des douanes.** Ils exigent que les biens qui entrent au Canada ainsi que leur valeur exacte soient déclarés. L'omission de respecter les dispositions pertinentes constitue une infraction, qui peut s'appliquer dans certains cas de fraude transfrontalière de marchandises.

- **Dispositions fédérales sur les produits de la criminalité et le recyclage d'argent.** La Partie XII.2 du *Code criminel* comprend un régime complet permettant de retracer, de recouvrer, de saisir et de confisquer les produits de la criminalité. Le régime est invoqué pour toutes les « infractions de criminalité organisée », qui englobent (art. 462.3) l'infraction de base de fraude. Les gestes posés pour « recycler » des produits de la criminalité constituent également une infraction (art. 462.31).

- **Infractions et pouvoirs en matière de crime organisé.** Les modifications de 1997 apportées au *Code criminel* ont créé une nouvelle infraction de participation à une organisation criminelle et ont élargi les pouvoirs de faire enquête et d'intenter des poursuites relativement à des infractions auxquelles des organisations criminelles ont participé. Ces dispositions s'appliquent quand un minimum de cinq participants sont en cause, ce qui inclut la plupart des cas de télémarketing frauduleux. Les pouvoirs élargis comprennent la surveillance électronique et des dispositions sur la fouille, la perquisition et la saisie. Le gouvernement fédéral ou les provinces peuvent intenter des poursuites relativement à des infractions commises par des organisations criminelles. Des ordonnances du tribunal interdisent aux personnes accusées ou condamnées de prendre part à des activités criminelles et pourraient servir à refuser l'accès à du matériel de télémarketing.

Infractions provinciales. Les provinces canadiennes ne possèdent pas le pouvoir d'adopter des lois pénales, mais elles peuvent adopter des dispositions créatrices d'infractions sur « la propriété et les droits civils », ce qui comprend de nombreuses activités commerciales. Huit des dix provinces ont adopté des dispositions créatrices d'infractions et des dispositions de réglementation sur les pratiques commerciales

déloyales et trompeuses. Ce sont des dispositions mineures par rapport aux infractions de fraude prévues au *Code criminel* et aux peines qui y sont rattachées. Cependant, elles sont également assujetties à une norme procédurale moins stricte en vertu de la *Charte canadienne des droits et libertés*, ce qui facilite les poursuites. Les amendes maximales vont de 2 000 \$ à 100 000 \$CAN, et comprennent une peine d'emprisonnement d'au plus trois ans. Des comportements comme gonfler les prix ou profiter de consommateurs particulièrement vulnérables, qui ne sont généralement pas des comportements frauduleux, font partie de plusieurs de ces dispositions.

3.2.2 États-Unis

Infractions fédérales relatives à la fraude. Aux États-Unis, le droit criminel fédéral comprend certaines lois qui s'appliquent actuellement à des opérations de télémarketing frauduleux, toutes punissables d'une peine maximale de base de cinq ans d'emprisonnement. Les dispositions les plus souvent invoquées sont celles qui portent sur la fraude postale (18 U.S.C. § 1341) et sur la fraude télégraphique (18 U.S.C. § 1343), qui interdisent l'utilisation de communications postales ou télégraphiques pour commettre une fraude et la disposition générale sur le complot (18 U.S.C. § 371). Aux termes d'une jurisprudence de longue date, toutes les entreprises de télémarketing qui participent à un stratagème frauduleux, à savoir les propriétaires, les gestionnaires ou les vendeurs, peuvent être tenus criminellement responsables non seulement d'avoir participé à un complot ou à des gestes personnels de fraude, mais également à tous les actes criminels prévisibles des complices.

Les autres infractions fédérales liées à la fraude ayant fait l'objet de poursuites sur le télémarketing frauduleux comprennent la fraude portant sur l'identification (18 U.S.C. § 1028), qui interdit la mauvaise utilisation et le transfert illégal de documents d'identification comme les cartes de sécurité sociale, la fraude relative aux cartes de crédit (18 U.S.C. § 1029), qui interdit l'obtention ou le trafic de renseignements relatifs aux cartes de crédit avec l'intention de commettre une fraude, le transport de biens pris frauduleusement (5 000 \$US ou plus) (18 U.S.C. § 2314) au-delà de la frontière d'un État ou d'un pays, l'utilisation d'une fausse identité pour commettre des fraudes postales (18 U.S.C. § 1342), ainsi que la fraude d'une institution financière (18 U.S.C. § 1344), qui interdit de façon générale de frauder des institutions financières.

Autres infractions fédérales. Comme le Canada, les États-Unis comptent plusieurs autres lois qui s'appliquent également au télémarketing frauduleux :

- **Infractions aux dispositions sur l'impôt.** Des infractions fiscales peuvent s'appliquer à des délinquants qui ne déclarent pas leurs revenus ou l'ensemble de leurs revenus ou qui fournissent des renseignements erronés : 26 U.S.C. §§ 7201 (tentative de fraude fiscale), 7203 (omission délibérée de remplir une déclaration de revenus), 7206 (déclarations frauduleuses et erronées), et 7207 (déclarations, relevés ou autres documents frauduleux).
- **Infractions relatives à la loterie.** Deux dispositions pénales fédérales portent sur le matériel lié aux loteries étrangères. 18 U.S.C. § 1301 comporte de multiples interdictions d'importer ou de transporter des billets et du matériel connexe, et 18 U.S.C. § 1302 porte sur l'envoi ou la livraison par courrier postal de tel matériel (y compris l'argent servant à acheter les billets).
- **Recyclage d'argent et produits de la criminalité.** 18 U.S.C. §§ 1956 et 1957 interdisent le recyclage des produits, notamment au moyen de la fraude postale et télégraphique et d'autres genres de fraude. Le ministère de la Justice peut également obtenir la confiscation des produits s'il peut établir le recyclage et le lien entre les produits et les infractions initiales.

- **Confiscation.** Outre les possibilités de confiscation de produits de la criminalité mentionnées précédemment, le ministère de la Justice appuie actuellement le dépôt d'une loi au Sénat des États-Unis. Cette loi étendrait les pouvoirs de confiscation directement aux infractions de télémarketing frauduleux. Ainsi, le gouvernement fédéral serait désormais en mesure de demander la confiscation dans les affaires de télémarketing frauduleux.

Dispositions relatives à la détermination de la peine. Les cours fédérales des États-Unis appliquent les lignes directrices fédérales sur la détermination de la peine qui autorisent davantage de peines sévères de fraude causant des pertes accrues aux victimes. Les produits totaux, le nombre de délinquants et le nombre ainsi que l'âge des victimes sont tous des facteurs dont on tient compte. Le propriétaire d'une entreprise de télémarketing frauduleux, qui emploie au moins cinq spécialistes du télémarketing et qui a rapporté plus de 200 000 \$US en s'adressant surtout à des personnes âgées, pourrait faire l'objet d'une peine d'emprisonnement de 41 à 51 mois, tandis que le propriétaire d'une entreprise semblable ayant accumulé des gains de 1,5 million de dollars pourrait se voir infliger une peine d'emprisonnement de 63 à 78 mois.

En vertu d'une disposition législative sur les pénalités adoptée en 1994 (18 U.S.C. § 2326), il est possible d'infliger jusqu'à cinq ans d'emprisonnement de plus dans certaines affaires fédérales de télémarketing frauduleux. Si des personnes âgées de plus de 55 ans sont visées ou si plus de dix personnes âgées de plus de 55 ans sont victimes, la peine supplémentaire maximale peut être portée à dix ans. Le Congrès des États-Unis étudie un projet de loi qui alourdirait les peines infligées aux personnes qui dirigent une fraude de résidents des États-Unis à partir d'un pays étranger.

Lois pénales des États. Chaque État a le pouvoir d'adopter de lois pénales qui régissent le comportement ou qui s'appliquent à l'intérieur de ses frontières. Ces deux catégories générales s'appliquent au télémarketing frauduleux. Tout d'abord, chaque État compte une ou plusieurs lois générales sur la fraude. Ensuite, quelque vingt-sept États ont leurs propres lois qui imposent des exigences de réglementation aux spécialistes du télémarketing qui font des affaires à l'intérieur de leurs frontières (p. ex., enregistrement d'entreprises, attribution de permis aux vendeurs, et dépôt d'un cautionnement) et infligent des sanctions pénales dans les cas d'inobservation. Les sanctions varient d'un État à l'autre et en fonction de la gravité des infractions.

Bien que les législatures des États adoptent ces mesures, les procureurs des villes les appliquent souvent. Dans certains États, ces procureurs possèdent le pouvoir concurrent à celui des procureurs généraux de l'État de le faire. En outre, dans vingt-trois États, les procureurs généraux de l'État ne possèdent pas de pouvoirs légaux d'intenter des poursuites relativement à des infractions pénales de télémarketing. Cependant, les avocats des villes ou des comtés qui intentent des poursuites peuvent faire désigner leurs poursuivants par les autorités locales, de la ville ou du comté. L'État de l'Iowa s'est servi de cette approche. Toutes ces approches confèrent aux États le pouvoir pénal d'intenter une poursuite dans un cas de télémarketing frauduleux. Ce pouvoir peut servir concurremment au pouvoir fédéral.

3.3 LOIS ET PROCÉDURES TOUCHANT LA PREUVE

Le Groupe de travail a mentionné que les distances considérables entre les enquêteurs, les victimes et les tribunaux et le fait que de nombreuses victimes âgées sont moins en mesure de se déplacer sont cause d'obstacles et ajoutent des coûts aux poursuites réussies. On s'est penché sur la solution partielle qui consistait à permettre aux victimes ou à d'autres témoins de témoigner au moyen d'une vidéoconférence ou sur bande magnétoscopique dans les cas appropriés. Il ne semble pas y avoir d'obstacles juridiques ou constitutionnels insurmontables à cette proposition ni au Canada ni aux États-Unis, à condition que les droits fondamentaux des accusés soient protégés.

Le Groupe de travail recommande que les deux gouvernements étudient des avenues juridiques et techniques favorisant l'utilisation de témoignages à distance dans les procédures pénales, par vidéoconférence ou par des moyens semblables.

Au Canada, des modifications à la *Loi sur la preuve au Canada* et au *Code criminel* portant sur la preuve sur support magnétoscopique sont actuellement à l'étude. Pour rendre possible un tel témoignage, il faudra disposer d'installation vidéo à proximité des victimes. De telles installations existent peut-être déjà dans divers organismes gouvernementaux et dans des bureaux régionaux. Le ministère de la Justice des États-Unis et la Gendarmerie Royale du Canada dressent des listes d'installations de vidéoconférence acceptables exploitées par des organismes chargés de l'application de la loi. Ces installations pourraient servir à prendre des témoignages ou à mener des entrevues.

3.4 OBSERVATION DES RÈGLEMENTS

Tant au Canada qu'aux États-Unis, des organismes administratifs aux échelons fédéraux, provinciaux et étatiques peuvent réglementer le commerce et les échanges commerciaux et se prévalent de leurs pouvoirs pour contrer les pratiques commerciales déloyales ou trompeuses. Comme nous l'avons mentionné précédemment, l'organisation des organismes et la législation diffèrent en raison de facteurs constitutionnels et gouvernementaux. Cependant, les genres de comportement réglementés ou interdits sont les mêmes dans les deux pays. Au Canada, les dispositions de réglementation s'inscrivent dans la compétence fédérale en droit criminel et la *Loi sur la concurrence* fédérale est une loi de réglementation appliqué par une combinaison de pouvoirs administratifs et pénaux. Des organismes américains, comme la *Federal Trade Commission* (FTC), ont recours à des procédures administratives ou civiles pour appliquer directement leurs règlements et pour renvoyer des allégations criminelles au ministère de la Justice. Les provinces canadiennes ont la responsabilité principale d'appliquer le *Code criminel* fédéral et d'intenter des poursuites fondées sur celui-ci. Elles peuvent en outre appliquer une combinaison de pouvoirs quasi-pénaux, réglementaires et administratifs à leurs propres infractions provinciales. Les États possèdent des pouvoirs semblables et combinent des mesures pénales et non pénales.

3.4.1 Le Canada

Plusieurs organismes possèdent des pouvoirs administratifs ou réglementaires qui peuvent être utilisés pour contrer des activités de télémarketing inappropriées.

- **Le Bureau fédéral de la concurrence** est un organisme qui fait partie d'Industrie Canada. Il possède à la fois des pouvoirs civils et d'application de dispositions pénales que lui confère la *Loi sur la concurrence*. Il s'agit d'un organisme indépendant, qui fait rapport au directeur des enquêtes et de la recherche. Ce dernier est nommé en vertu de la loi. La Direction des pratiques commerciales équitables du Bureau favorise un marché juste et concurrentiel en empêchant la publicité trompeuse et d'autres pratiques de mise en marché malhonnêtes. Elle applique les dispositions de réglementation du droit pénal qui se trouvent aux articles 52 à 60 de la *Loi* et mène des enquêtes en vertu des pouvoirs qui lui sont conférés. La réalisation d'enquêtes sur les pratiques de télémarketing trompeur constitue actuellement une priorité. Cette question tombe sous le coup de l'al. 52(1)a) (représentations fausses ou trompeuses dans la promotion de produits, de services ou d'intérêts commerciaux). Comme nous l'avons souligné précédemment, on propose actuellement des modifications qui visent expressément le télémarketing. De plus, la Direction participe activement à l'application de mesures transfrontalières et à des programmes d'éducation et de prévention dans ce domaine.
- **Revenu Canada**, l'organisme chargé d'appliquer la *Loi de l'impôt sur le revenu*, la *Loi sur la taxe d'accise*, la *Loi sur les douanes* et le *Tarif douanier*, compte des services qui s'occupent de tous ces domaines. Ils peuvent généralement procéder à des inspections, empêcher la divulgation de dossiers de taxe professionnelle, de dossiers de paie ou d'autres dossiers, geler des comptes ou des transactions, et, dans le cas de Douanes Canada, inspecter les envois internationaux et des documents connexes. Les infractions liées à l'obstruction, à l'inobservation des exigences, au non-paiement ou à la fourniture de renseignements erronés ou trompeurs pourraient faire l'objet de poursuites à titre d'infractions pénales fédérales par le Procureur général du Canada ou être réglées par les voies de recours civiles. Les renseignements fournis par les contribuables ne peuvent être partagés avec d'autres organismes sauf si la loi le prévoit expressément. Toutefois, Revenu Canada peut collaborer avec des organismes chargés de l'application de la loi dans les deux pays, et le fait effectivement, et avec le *Internal Revenue Service* des États-Unis, si c'est possible, pour contrôler le télémarketing frauduleux et d'autres problèmes de criminalité.
- **Les organismes provinciaux de réglementation.** Ce sont les provinces qui possèdent le champ de compétence principal sur les activités commerciales («_propriétés et droit civils ») au Canada. Les dix provinces et les deux territoires canadiens ont tous, sous une forme ou une autre, des lois visant à protéger le consommateur, et la plupart d'entre elles renferment des dispositions similaires à celles de leurs pendants des États-Unis. La majorité impose des restrictions à certaines pratiques de marketing direct, obligent à la divulgation, interdisent les pratiques trompeuses et, prévoient même dans certains cas des délais de réflexion avant que les contrats ne deviennent exécutoires. Les recours incluent les actions civiles (recours individuel ou collectif), la restitution, la résiliation des

contrats, les dommages-intérêts, ainsi que toute une gamme d'infractions et de peines. Au Canada, la vente d'actions, d'obligations et d'autres valeurs mobilières est exclusivement réglementée par les provinces, qui imposent certaines exigences relatives aux prospectus et à la divulgation afin d'empêcher la tromperie.

3.4.2 Les États-Unis

- La **Federal Trade Commission (FTC)** possède un pouvoir fédéral général en matière de protection du consommateur, qui comprend des pouvoirs civils et administratifs exhaustifs de lutte contre la fraude. En vertu de la *Federal Trade Commission Act*, la FTC peut empêcher les pratiques et les gestes déloyaux et trompeurs, demander des redressements, réglementer les pratiques commerciales, faire enquête et déposer des actions civiles pour violation de la loi, ainsi que préparer des rapports et formuler des recommandations au Congrès. Historiquement, la FTC a intenté la plupart des poursuites contre des spécialistes du télémarketing frauduleux en vertu du paragraphe 5 de la *FTC Act*, qui porte sur les pratiques commerciales déloyales ou trompeuses. L'alinéa 13b) prévoit la possibilité d'injonctions de la cour fédérale, qui peuvent être utilisées avant ou après les violations pour y mettre fin et pour protéger les victimes en gelant les biens et en nommant des séquestres.

La *Telemarketing and Consumer Fraud and Abuse Prevention Act* (15 U.S.C. 6101) confère également à la FTC les pouvoirs de réglementer le télémarketing et d'interdire les abus. Elle habilite la FTC et les procureurs généraux des États à intenter des poursuites civiles dans les cas de violation de la réglementation. La *Telemarketing Sales Rule* (TSR) de 1995, qui met la loi en oeuvre, impose aux entreprises de télémarketing l'obligation de s'identifier clairement, de décrire avec exactitude les biens et services offerts et de ne pas offrir de promotion spéciale conditionnelle à achat ou au paiement d'un montant d'argent. La divulgation doit avoir lieu avant le paiement et doit inclure les chances exactes de gagner, les politiques de remboursement ainsi que toute autre restriction, réserve ou condition applicable. La TSR interdit également le blanchiment de cartes de crédit par l'intermédiaire de comptes fournisseurs non autorisés, l'acceptation de paiements avant la prestation de certains genres de services, les pratiques abusives, y compris les menaces, le langage blasphématoire, les appels répétés, ou le harcèlement, les appels aux consommateurs qui ont demandé de ne pas être appelés, et les communications entre 21 h et 8 h.

Les autres dispositions habilitantes de la FTC incluent la *Franchise Rule*, (divulgation des débouchés d'affaires aux investisseurs); la *Mail or Telephone Order Rule*, (avis informant que la marchandise n'arrivera pas dans la période prévue ou promise); la *Electronic Fund Transfer Act*, (interdiction du débit non autorisé de comptes bancaires par virements électroniques de fonds); la « *900 Number* » *Rule*, (réglementation de l'industrie du service téléphonique payant); et la *Fair Debt Collection Practices Act*, (interdiction des manoeuvres trompeuses ou abusives).

- **Autres organismes fédéraux.** La *Commodity Futures Trading Commission* et la *Securities and Exchange Commission* peuvent faire enquête et s'occuper de litiges à l'encontre de stratagèmes de télémarketing trompeur portant sur des marchandises et des valeurs mobilières, respectivement. Le service de l'inspection postale possède des pouvoirs semblables pour ce qui est de la fraude postale et des autres violations du courrier.
- **Pouvoir des États.** Les 50 États américains ont le pouvoir de réglementer le commerce général. Tous les États et le District de Columbia ont adopté des lois qui s'appliquent à la plupart des transactions des consommateurs. Celles-ci visent à prévenir la tromperie et l'abus sur le marché. Bon nombre de ces lois s'inspirent des interdictions de « pratiques déloyales ou trompeuses » de la *FTC Act* et permettent des redressements généraux pour protéger les consommateurs. Quelque 45 États obligent de par la loi les entreprises de télémarketing à réglementer le télémarketing. En règle générale, ces dispositions obligent les spécialistes du télémarketing à s'inscrire, à garantir un cautionnement ou à divulguer certains faits à leurs éventuels clients. Certains interdisent même des types particuliers de télémarketing, notamment les cadeaux et les prix promotionnels. Comme nous l'avons souligné précédemment, les procureurs généraux des États appliquent également la *Telemarketing Rule* de la FTC. De plus, certains États ont adopté leurs propres règles.

3.5 POUVOIRS DE PRÉVENTION

3.5.1 Les pouvoirs d'enquête

Le Canada et les États-Unis disposent tous deux d'une multitude de pouvoirs et de procédures pour faire enquête sur le télémarketing frauduleux. L'une des méthodes employée dans les deux pays, la surveillance électronique, revêt beaucoup d'importance parce que les téléphones sont l'outil de travail principal des délinquants. L'écoute, le suivi et l'enregistrement des conversations téléphoniques nécessitent une certaine forme d'ordonnance ou de permission du tribunal pour que les droits constitutionnels soient protégés. Aux États-Unis, les appels peuvent être contrôlés en vertu de la loi fédérale sans ordonnance du tribunal si l'une des parties y consent. Au Canada, la situation est plus délicate. La surveillance des appels transfrontaliers peut également soulever d'autres problèmes juridiques. L'importance des méthodes de surveillance électronique est manifeste et il serait utile de disposer de meilleurs renseignements sur la manière dont elles pourraient être utilisées dans les différentes administrations. **Le Groupe de travail recommande par conséquent que l'on étudie plus en profondeur les possibilités et les limites juridiques et techniques de la surveillance électronique en tant qu'outil de lutte contre le télémarketing frauduleux dans les deux pays.**

3.5.2 Les lois relatives à la mise en liberté sous caution

Dans les deux pays, les lois relatives à la mise en liberté sous caution offrent une manière d'éliminer les opérations de télémarketing lorsque les participants font déjà l'objet d'accusations criminelles. Elles permettent aux tribunaux d'imposer des

conditions de libération qui pourraient servir à interdire aux délinquants d'utiliser des services téléphoniques à des fins de télémarketing ou de s'associer avec d'autres délinquants. Ces conditions peuvent également s'appliquer à la libération en attendant l'extradition. L'inobservation de ces conditions ou la perpétration d'autres infractions pendant une libération sous caution peut causer l'emprisonnement des délinquants jusqu'à leur procès ou jusqu'à leur extradition.

3.5.3 Le blocage ou l'interruption du service téléphonique

Comme le télémarketing frauduleux nécessite l'utilisation de services téléphoniques, le Groupe de travail en est venu à se pencher sur des façons de priver des délinquants connus de ces services. Les services pourraient être coupés complètement ou restreints de manière à rendre les activités de télémarketing impossibles. De plus, on pourrait bloquer les appels à des numéros précis ou provenant de tels numéros. À l'heure actuelle, aucun des deux pays ne possède de pouvoirs législatifs précis pour ce faire. Aux États-Unis, une seule loi fédérale, 18 U.S.C. § 1084d), autorise un transporteur public à mettre fin au service en raison d'une utilisation criminelle de téléphones. Il faut que le transporteur reçoive un avis écrit d'un organisme chargé de l'application de la loi que le service est utilisé ou sera vraisemblablement utilisé pour transmettre de l'information sur les paris. Les clients doivent recevoir un avis raisonnable et peuvent contester la déconnexion devant le tribunal. Les deux pays ont adopté des dispositions, comme celles qui portent sur la mise en liberté sous caution dont il est question précédemment, qui peuvent tenir lieu de fondement d'ordonnances judiciaires refusant à des délinquants connus l'accès à des services de télémarketing dans des circonstances particulières.

Les transporteurs publics et les fournisseurs de services des deux pays peuvent bloquer le service ou y mettre fin si les clients violent leur contrat. De fait, il s'agit d'une mesure que l'on prend fréquemment lorsque les clients ne paient pas leurs comptes de téléphone ou sont pris à frauder les compagnies elles-mêmes. Au Canada, les règlements imposent des conditions dans les contrats de service. De plus, les chargés de la réglementation sur les télécommunications pourraient prendre des mesures pour veiller à ce que les contrats exigent des clients qu'ils conviennent de ne pas se servir des téléphones pour faire du télémarketing frauduleux ou pour participer à des pratiques trompeuses précises. Les contrats pourraient également indiquer de manière plus formelle, par la voix des responsables de l'application de la loi ou de l'administration, que le service était utilisé pour des pratiques trompeuses, ou au moyen d'une ordonnance du tribunal, qui énoncerait les motifs d'interruption du service. Il pourrait s'agir d'un outil important de répression du télémarketing frauduleux, car les infractions ne peuvent pas être perpétrées sans service téléphonique.

Tout élargissement des pouvoirs de mettre fin aux services téléphoniques devrait passer par l'identification rapide et exacte des délinquants et des lignes téléphoniques. Cet élargissement des pouvoirs devrait également permettre d'achever rapidement les procédures nécessaires. Il importe de veiller à ce que seuls les délinquants soient ciblés. Cependant, le système doit pouvoir réagir rapidement aux délinquants qui se relocalisent ou qui dissimulent leur identité pour éviter d'être déconnectés. Les deux principales options abordées ont été les suivantes :

- le recours à une ordonnance du tribunal pour enjoindre les compagnies de téléphone de débrancher les personnes visées, ou
- le recours à des modalités contractuelles (c.-à-d., obliger l'abonné à ne pas utiliser le téléphone pour commettre des infractions) de façon à permettre au fournisseur de procéder à la déconnexion sans autre formalité et forcer ainsi l'abonné à tenter un recours, le cas échéant, pour violation de contrat.

Les citoyens qui respectent la loi ont le droit de bénéficier de services téléphoniques. Cependant, les criminels professionnels qui utilisent le service à des fins abusives pour commettre des activités frauduleuses ne devraient pas avoir un tel droit. **Le Groupe de travail recommande par conséquent que les deux pays étudient la réglementation des services téléphoniques et se penchent sur des options qui permettraient de refuser des services téléphoniques aux auteurs d'infractions de télémarketing.**

3.6 ENTRAIDE JUDICIAIRE

Les organismes chargés de l'application de la loi transmettent de façon non officielle des renseignements recueillis au cours d'enquêtes à leurs homologues de l'autre côté de la frontière dans la mesure permise par la loi des deux pays. Beaucoup de renseignements peuvent être traités de cette façon. Les paramètres juridiques de tels échanges sont délimités par les garanties constitutionnelles et les réserves tant sur le plan de la protection des renseignements personnels que de la sécurité, en place dans les deux pays. Le *Traité d'entraide judiciaire* (TEJ) entre les États-Unis et le Canada et la loi nationale des deux pays définissent le cadre législatif de chaque pays qui régit l'obtention d'information pour l'autre pays sur demande officielle. Les demandes présentées en vertu du TEJ, par exemple, constituent le fondement des mandats de perquisition, qui permettent au bénéficiaire d'obtenir l'élément de preuve demandé.

Les procédures officielles qui en découlent peuvent être très longues et nécessiter des ressources considérables de part et d'autre, ce qui peut fournir aux délinquants l'occasion de retarder les poursuites ou d'examiner le dossier que les procureurs ont monté contre eux en contestant les demandes présentées en vertu du TEJ. À l'heure actuelle, on ne peut bénéficier de certaines formes d'aide en vertu du TEJ et de la loi nationale. Bien que les renseignements tirés de la surveillance électronique peuvent faire l'objet d'un partage une fois qu'ils ont été recueillis, on ne peut pas se servir des procédures du TEJ pour demander officiellement la surveillance électronique. **Le Groupe de travail recommande donc l'examen du champ d'application de l'actuel TEJ entre le Canada et les États-Unis pour déterminer s'il est possible d'étendre ce champ d'application en vue de faciliter la lutte contre le télémarketing frauduleux.**

Il semble que les organismes chargés de l'application de la loi ne savent pas toujours s'il leur faut ou non présenter une demande officielle en vertu du TEJ et peuvent donc parfois recourir au TEJ sans raison. **Le Groupe de travail recommande**

par conséquent que les circonstances dans lesquelles il y a lieu de présenter une demande d'entraide judiciaire officielle soient précisées par la prestation de conseils et d'avis juridiques aux organismes intéressés.

3.7 EXTRADITION

Le Groupe de travail estime que les dispositions en vigueur sur l'extradition sont l'un des principaux éléments de la stratégie globale de répression du télémarketing frauduleux. L'extradition des délinquants pour qu'ils subissent leur procès dans l'administration où la majorité des témoins et des victimes vivent sert la cause de la justice et est efficace par rapport au coût, particulièrement compte tenu des longues distances caractéristiques des poursuites pour télémarketing frauduleux. Le fait que bon nombre des victimes du télémarketing frauduleux sont âgées est un facteur qui joue tant en faveur de l'extradition que contre l'extradition : l'extradition des délinquants épargne les déplacements aux témoins de santé fragile, mais entraîne souvent des délais au terme desquels les témoins âgés sont décédés ou sont devenus incapables. Le Groupe de travail est conscient que les coûts et les délais procéduraux sont parfois si grands que les organismes sont forcés d'abandonner les poursuites ou de négocier le plaidoyer même dans des cas extrêmes.

Le Groupe de travail a souligné deux différences entre les procédures d'extradition du Canada et des États-Unis. L'extradition par les autorités canadiennes exige actuellement que l'État requérant doit fournir la preuve, en qualité et en quantité, typiquement produite au procès, c.-à-d. les affidavits des témoins originaux pour établir une apparence de droit suffisante. C'est là une norme plus élevée que celle demandée par les États-Unis et la plupart des États européens. Le gouvernement du Canada examine actuellement ces critères. Les États-Unis gardent généralement emprisonnés les personnes qui font face à des procédures d'extradition, tandis qu'au Canada, elles sont assujetties aux mêmes conditions de mise en liberté sous caution que les personnes accusées d'infractions criminelles canadiennes. Cela ne changera probablement pas. Cependant, on a fait observer que la mise en liberté sous caution peut être refusée ou révoquée si des infractions sont commises pendant que le prévenu est en liberté. Des conditions peuvent être imposées pour empêcher une telle situation. Dans son examen des questions touchant l'extradition, le Groupe de travail s'est penché sur les préoccupations de certains participants voulant que l'arrêt de la Cour suprême du Canada dans l'affaire *États-Unis c. Cotroni* pourrait obliger à tenir, au Canada, le procès des télévendeurs qui sont citoyens canadiens. Il est ressorti du survol de cet arrêt qu'il établit des lignes directrices pour l'examen de l'extradition de citoyens canadiens qui pourraient être poursuivis au Canada, mais qu'il ne crée pas d'interdiction générale applicable à leur extradition. **Le Groupe de travail recommande donc l'examen des accords d'extradition entre le Canada et les États-Unis et leur modification éventuelle pour faciliter et accélérer l'extradition dans les cas de télémarketing frauduleux.**

3.8 EXPULSION

L'expulsion ne peut se substituer à l'extradition, et aucun des deux pays ne peut expulser ses propres ressortissants. Néanmoins, le télémarketing frauduleux se

caractérise principalement par la mobilité des auteurs de ce type d'infraction, ce qui permet à ces personnes de se déplacer d'un pays à l'autre. Au Canada comme aux États-Unis, les délinquants peuvent être expulsés parce qu'ils ont commis des crimes ou qu'ils ont induit les responsables de l'immigration en erreur quant à leurs antécédents criminels, ou tout simplement parce qu'ils travailleront sans autorisation. De telles circonstances sont très probables, lorsqu'il s'agit du télémarketing, et, le cas échéant, les délinquants peuvent être expulsés. **Le Groupe de travail recommande que les dispositions législatives fédérales des deux pays qui permettent d'expulser les ressortissants étrangers pris en train de faire du télémarketing frauduleux soient examinées et que les organismes chargés de l'application de la loi soient informés des circonstances dans lesquelles l'expulsion est une option en pareil cas.**

4. SENSIBILISATION ET PRÉVENTION

La nature de toute fraude consiste à induire d'éventuelles victimes en erreur, erreur qu'elles commettent à leur détriment. Il serait donc possible et nécessaire de prévenir la réussite des fraudes en informant les éventuelles victimes pour qu'elles puissent se protéger. Le succès des programmes de sensibilisation repose essentiellement sur l'information exacte quant aux personnes qui commettent cette infraction, aux personnes qui sont susceptibles d'en être victimes et aux méthodes employées. **Le Groupe de travail recommande donc qu'une recherche structurée et méthodique soit menée sur les délinquants, les victimes et d'autres aspects du télémarketing frauduleux, et que les résultats servent à créer du matériel et des stratégies efficaces de sensibilisation pour prévenir le télémarketing frauduleux.**

Les activités de sensibilisation et de prévention sont un élément essentiel de toute stratégie globale de répression du télémarketing frauduleux. Elles peuvent épargner à un grand nombre de victimes les conséquences matérielles et émotionnelles de la perte de fonds ou de biens que bon nombre considèrent irremplaçables. Elles peuvent aussi parvenir à dissuader les délinquants de s'engager dans des opérations de télémarketing frauduleux en rendant ces dernières non lucratives. Le Canada et les États-Unis disposent de plusieurs moyens pour collaborer utilement afin de rendre plus efficaces les activités de prévention. Les autorités peuvent partager l'information sur les victimes, les délinquants et l'infraction elle-même, ainsi que sur les messages et les supports utilisés et leur efficacité. Elles peuvent également collaborer dans certains projets de sensibilisation, la coordination transfrontière du calendrier, des supports et des messages pour éventuellement aider à rejoindre les consommateurs dans les deux pays beaucoup plus efficacement que si chacun des pays agissait seul de son côté. **Le Groupe de travail recommande donc que les gouvernements et les organismes du Canada et des États-Unis collaborent aussi étroitement que possible à l'élaboration et à la mise au point de matériel de sensibilisation, aux programmes de diffusion de ce matériel, et à la coordination de leurs activités de sensibilisation et de prévention.**

L'examen de la sensibilisation et de la prévention, dans un contexte binational, se compose de quatre grandes questions :

- Quels sont les publics cibles?

- Quels sont les moyens de communication qui les rejoindraient le mieux?
- Quels sont les messages à livrer?
- Comment les gouvernements et organismes américains et canadiens peuvent-ils collaborer efficacement?

4.1 SENSIBILISATION DU GRAND PUBLIC

Dans les deux pays, les organismes gouvernementaux et non gouvernementaux publient des brochures, des guides, des dépliants et d'autres types de matériel qui contiennent de l'information précieuse sur le télémarketing frauduleux. Ces derniers renferment des messages visant à accroître la sensibilisation générale à l'existence du problème du télémarketing frauduleux, et à véhiculer des renseignements précis sur des combines données et leur fonctionnement. Dans la plupart des cas, ces messages s'inscrivent dans la foulée de programmes généraux de sensibilisation du consommateur ou de prévention de la criminalité. De tels programmes ont l'avantage rejoindre de très nombreuses personnes, mais comme le télémarketing frauduleux ne constitue qu'une infime partie des programmes généraux de sensibilisation du consommateur ou de prévention de la criminalité, il ne forme qu'une infime partie du message global. Ainsi, l'information ne peut être détaillée et peut ne pas être prise en compte en regard d'autres messages, dans l'ensemble, susceptibles d'attirer davantage l'attention.

Le Groupe de travail a souligné un fait particulièrement dérangeant relativement à la perception de l'infraction par le grand public et par les victimes elles-mêmes. Certains ne la considèrent pas du tout comme un acte criminel, mais plutôt comme une erreur de jugement de la part des victimes. Cette perception peut mener à une tendance à blâmer les victimes pour leurs propres pertes. Elle influe sur la manière dont la société voit les victimes et sur la façon dont les victimes se considèrent elles-mêmes, ce qui a des répercussions sur la manière dont les organismes chargés de l'application de la loi et des règlements traitent l'infraction et, lorsque les délinquants sont condamnés, sur la peine infligée à ces derniers par les tribunaux. **Le Groupe de travail a déjà recommandé que le télémarketing frauduleux soit qualifié de forme grave de crime économique. Il importe que ce fait, très fondamental, s'inscrive dans le message transmis à la population du Canada et des États-Unis.**

4.2 SENSIBILISATION DE GROUPES CIBLES PRÉCIS AU SEIN DU PUBLIC

En concentrant les activités de sensibilisation sur des groupes cibles particuliers, on peut plus efficacement utiliser les ressources et communiquer des messages plus détaillés. Ce sont les délinquants, et non les gouvernements qui choisissent leurs victimes : pour rejoindre les personnes les plus susceptibles d'être victimisées, les autorités doivent mettre en branle des programmes de prévention pour déceler ces personnes et communiquer avec elles avant que les délinquants ne le fassent. Pour ce faire, il faut déterminer les groupes cibles en fonction du risque : les probabilités que les délinquants communiqueront avec eux et l'éventualité que les membres de ces groupes cibles soient victimisés une fois la communication établie. Les mineurs, par exemple, pourraient être trompés plus facilement, mais ils n'ont ni

la capacité légale de s'engager par contrat ni les fonds nécessaires pour payer les télévendeurs. C'est pourquoi ces derniers ne communiquent pas souvent avec eux. Plus alléchants pour les délinquants sont les adultes mûrs (y compris les personnes âgées) qui ont travaillé de nombreuses années et qui ont accumulé passablement de fonds, de biens et de crédit.

Sélection des groupes cibles. Les groupes cibles peuvent être identifiés par les caractéristiques qui les rendent attrayants aux yeux des délinquants, par la recherche sur les groupes de la population ciblés, ou par des renseignements précis, notamment les « listes de quémardage » ou « listes de gogos » saisies par la police. Comme nous l'avons mentionné précédemment, les personnes âgées sont démesurément victimisées et ce groupe a déjà fait l'objet d'activités ciblées de sensibilisation dans les deux pays. Les listes dressées par les délinquants eux-mêmes, lorsqu'elles sont disponibles, constituent le fondement d'activités de sensibilisation dites de « prévention contre les opérations de vente sous pression », décrites ci-dessous. En général, il est possible de diriger des campagnes contre la fraude sur des villes ou des régions précises s'il semble que les délinquants se concentrent sur elles. La détermination d'éventuels groupes de victimes est vitale pour maximiser le succès des activités de sensibilisation car elle permet d'adapter et de livrer les messages, puis d'en tirer de meilleurs résultats à moindre coût. Une fois les groupes cibles déterminés, il faut élaborer les messages voulus et choisir les supports appropriés pour livrer ces messages de façon qu'ils soient reçus, compris et retenus.

Sélection des supports. Le Groupe de travail n'a pas examiné la sélection des supports de façon poussée, mais a néanmoins constaté que les brochures d'information, les dépliants, des bulletins d'information sur le télémarketing, des cartes-annonces envoyées avec les chèques de pension ainsi que des annonces à la radio, à la télévision et dans les journaux donnent des fruits. On peut aussi plus facilement rejoindre des groupes particuliers par l'intermédiaire de leurs propres bulletins d'information ou associations. Les sites Internet peuvent également devenir un important support, particulièrement si, à mesure que les éventuelles victimes se « branchent », les délinquants commencent à utiliser Internet eux aussi. Les conférenciers issus d'organismes privés et publics peuvent aborder le problème du télémarketing frauduleux devant les groupes concernés en utilisant des trousseaux de présentation montés expressément à cette fin. L'un des meilleurs moyens de rejoindre effectivement les victimes est d'utiliser le même support que celui utilisé par les délinquants, le téléphone, ce que démontrent la réussite des opérations de prévention contre la vente sous pression (plus loin).

Élaboration du message. La nature et le contenu des messages aussi varieront selon la nature du public cible et d'autres circonstances. S'ils sont destinés à des groupes précis, les messages doivent être formulés en termes que ces groupes sont susceptibles de remarquer et de comprendre. Les délinquants ont ciblé les victimes en fonction de caractéristiques comme leur âge, leur handicap, leur langue et leur culture. Chacune de ces caractéristiques présentent un défi pour les personnes qui doivent trouver un moyen de communiquer avec elles plus efficacement que les télévendeurs ne le font. Les messages doivent également être modifiés de temps à autre pour rester au fait des derniers développements dans le domaine de la fraude et pour demeurer intéressants et pertinents pour la population.

4.3 DEUX MODÈLES À SUIVRE : LIGNES D'ASSISTANCE TÉLÉPHONIQUE AU CONSOMMATEUR ET PRÉVENTION CONTRE LES OPÉRATIONS DE VENTE SOUS PRESSION

- **Lignes téléphoniques sans frais pour les questions et plaintes du consommateur**

Les organismes gouvernementaux et non gouvernementaux des deux pays ont mis sur pied des lignes téléphoniques sans frais à l'intention des personnes préoccupées par le télémarketing frauduleux ou les plaintes en général du consommateur. Ces lignes servent à l'échange de renseignements dans un sens comme dans l'autre : les victimes peuvent obtenir de l'information précieuse sur la marche à suivre pour déposer efficacement une plainte ainsi que sur les moyens d'éviter la revictimisation, et les téléphonistes de tels services téléphoniques reçoivent des renseignements précieux et à jour sur les opérations de fraude en cours. Les organismes chargés de l'application de la loi peuvent ainsi utiliser cette information pour entamer ou orienter des enquêtes ou des procédures d'exécution. Les éducateurs peuvent également s'en servir pour mettre à jour leur matériel et leurs programmes de sensibilisation du consommateur. Comme l'information est donnée volontairement par des membres du public, il semblerait y avoir très peu de restrictions sur les fins auxquelles elle peut servir et les personnes à qui elle peut être communiquée.

L'unité responsable de « Phonebusters » (un projet conjoint de la Police provinciale de l'Ontario et des organismes fédéraux) et l'*American National Fraud Information Center* (NFIC), qui sont deux services nationaux, exploitent avec le concours de la FTC des services d'assistance téléphonique sans frais. De plus, la FTC a récemment mis sur pied un *Consumer Response Centre*. Les organismes américains téléchargent l'information qu'ils compilent dans le *Telemarketing Complaint System* (TCS), une base de données prise en charge par la FTC et la *National Association of Attorneys General* (NAAG). La FTC a récemment décidé, pour la première fois, d'autoriser le partage des données sur les plaintes recueillies grâce à son service d'assistance téléphonique avec les organismes canadiens chargés de l'application de la loi et les données canadiennes sont maintenant transférées dans le TCS. C'est là un progrès marqué car les organismes de deux pays seront plus en mesure de prendre connaissance des données tirées des plaintes et de prendre les mesures qui s'imposent, peu importe la provenance des plaintes.

- **« Prévention contre les opérations de vente sous pression »**

Plus le message est destiné à un public cible précis, plus il peut être détaillé et efficace, ce qu'illustre la réussite des opérations de prévention contre la vente sous pression, au cours desquelles on utilise les mêmes moyens, pour communiquer avec les victimes, que ceux utilisés par les délinquants eux-mêmes : le téléphone. Les opérations de vente sous pression, en télémarketing, consistent en des offres présentées par de nombreux vendeurs à d'éventuelles victimes au téléphone, et les organismes chargés de l'application de la loi ainsi que les organismes de réglementation et de protection des consommateurs ont tous appliqué le même principe : des groupes de bénévoles se réunissent périodiquement pour appeler en

grand nombre les personnes dont le nom paraît sur les « listes de gogos » ou sur les « listes de quémandages » saisies chez les délinquants. Ils peuvent mettre en garde les personnes avec qui ils communiquent contre le télémarketing frauduleux en général ou, si les circonstances le justifient, contre des combines frauduleuses de télémarketing alors en cours. Les communications individuelles permettent aux appelants de répondre aux questions ou de donner les renseignements dont l'interlocuteur a besoin. Les groupes qui mènent des activités de prévention contre les opérations de vente sous pression aux États-Unis signalent que les personnes contactées apprécient l'effort et l'information reçue. **Le Groupe de travail encourage les organismes qui participent à ses délibérations à aider à l'élaboration et à la conduite d'activités futures de prévention contre les opérations de vente sous pression dans les deux pays.**

5. COOPÉRATION ET STRATÉGIE CANADA-ÉTATS-UNIS

La nature même du télémarketing frauduleux rend particulièrement importante la coopération entre les organismes et les gouvernements des deux pays. Les gouvernements doivent intervenir avec souplesse et coordonner leurs interventions vu la facilité avec laquelle les délinquants peuvent frauder des victimes d'autres juridictions et vu leur capacité de modifier leurs tactiques et de changer de cibles. Les sections qui précèdent ont identifié toute une gamme de pouvoirs, de programmes et de méthodes qui peuvent être utilisés contre le télémarketing frauduleux. Dans les deux pays, les faits nouveaux ont déjà établi les avantages de la collaboration régionale et interorganismes et des stratégies coordonnées aux niveaux régional et national. L'aspect transfrontalier du crime ne fait qu'élargir le même principe au niveau international. Nous devrions avoir comme objectif commun d'établir que la frontière canado-américaine ne pourra faire obstacle à la répression du télémarketing frauduleux. **Le Groupe de travail recommande donc que des stratégies de répression du télémarketing frauduleux soient coordonnées entre le Canada et les États-Unis aux niveaux des organismes, des régions et des pays.**

5.1 Objectifs stratégiques de base

Le but ultime consiste à atténuer le préjudice causé par le télémarketing frauduleux aux victimes et à la société. Les diverses mesures contenues dans le rapport offrent différentes façons d'atteindre ce but. Celles-ci seront efficaces si elles sont utilisées de concert avec des objectifs stratégiques définis. Le Groupe de travail a déterminé les objectifs suivants sur lesquels devraient reposer des stratégies précises.

- **Les organismes devraient réagir rapidement aux infractions.** Le nombre de personnes qui sont victimes et l'importance des coûts de l'enquête et de la poursuite sont directement proportionnels au temps nécessaire pour établir qu'une opération frauduleuse est active. L'éparpillement des délinquants, des victimes et des organismes fait empirer la situation en retardant la prise de mesures efficaces. Les organismes doivent donc recueillir rapidement de l'information, évaluer celle qui est pertinente et la transmettre promptement aux autres organismes et juridictions. Il importe d'établir quels organismes sont les

mieux placés pour prendre des mesures et pour fournir les renseignements requis dans les meilleurs délais.

- **Les stratégies devraient combiner la prévention, l'exécution et la sanction.** Ces trois éléments sont aussi importants l'un que l'autre pour régler ce problème. Le ministère de la Justice exige que le télémarketing frauduleux soit dénoncé en tant qu'acte criminel et que les délinquants soient punis en conséquence. Il importe également que l'on se serve rapidement et efficacement des pouvoirs de réglementation et d'exécution contre les fraudes en cours pour limiter les dommages et traduire les délinquants devant la justice. Le troisième élément, la prévention, est également important parce que le fait d'atteindre les victimes avant les délinquants permet d'empêcher le préjudice et dissuade les délinquants en rendant le crime non lucratif.
- **Les stratégies devraient être aussi rentables que possible.** Il en coûte davantage pour faire enquête et pour intenter des poursuites dans des cas de télémarketing frauduleux que pour bon nombre d'autres actes criminels. Cependant, il est possible de trouver des méthodes économiques. Des méthodes d'enquête mises à l'essai peuvent être adaptées. Au besoin, de nouvelles méthodes peuvent être élaborées. L'élaboration de stratégies efficaces et la coordination de celles-ci pour éviter les doublons d'efforts feront en sorte que les ressources disponibles permettront d'atteindre les meilleurs résultats possibles. La capacité de prévenir les fraudes ou de réagir rapidement lorsqu'elles surviennent peuvent faire diminuer le nombre de victimes et leurs pertes ainsi que les coûts des enquêtes et des poursuites.
- **Les victimes sont importantes.** Il importe de tenir compte des intérêts des victimes relativement à cette infraction en raison du grand nombre de personnes victimisées. Les stratégies devraient traiter directement des intérêts des victimes en prévenant ou en faisant diminuer leurs pertes et en permettant de recouvrer les produits en vue d'un dédommagement si c'est possible. Il importe également que les victimes soient tenues au courant de l'affaire et que leur déclaration soit entendue par les tribunaux. Vu l'âge de nombreuses victimes et les répercussions de l'infraction sur leur existence, les programmes de soutien aux victimes revêtent également de l'importance pour atténuer les conséquences à long terme et prévenir qu'elles redeviennent victimes.
- **Les stratégies devraient être souples.** Le télémarketing frauduleux évolue au rythme des changements technologiques et les délinquants trouvent de nouvelles manières d'en tirer profit. La capacité des délinquants de déplacer et de modifier leurs opérations rapidement exige que les programmes d'exécution et de prévention soient suffisamment souples pour réagir aussi rapidement que les délinquants.
- **Les stratégies devraient comprendre un engagement suivi et à long terme des organismes.** Les organismes d'exécution et de réglementation doivent posséder des compétences pour lutter à armes égales contre le télémarketing frauduleux. Ils doivent connaître la nature de l'infraction, les délinquants et leurs méthodes, ainsi que les organismes et les pouvoirs dont ils disposent pour réagir. Il faut du temps avant d'acquérir ces compétences. Du personnel doit s'y

engager et de l'argent doit être consacré à des services spécialisés des organismes de réglementation et à des organismes chargés de l'application des lois. Ces compétences permettent aux intervenants de réagir plus promptement et plus efficacement, ce qui fait diminuer les coûts.

5.2 Approches opérationnelles

Dans les faits, il est possible de combiner ces éléments de diverses manières pour régler le problème. L'approche la plus efficace dans chaque cas sera fonction de la nature et de l'ampleur de la fraude et des ressources déployées en vue de la réprimer. Le Groupe de travail s'est penché sur plusieurs options générales. Cependant, il reconnaît qu'il est impossible de formuler des recommandations précises dans l'abstrait. Les organismes doivent être libres de choisir et de combiner les approches lorsque les circonstances le justifient. Les options qui suivent ne constituent que des descriptions générales et ne s'excluent pas entre elles. Toute stratégie vraiment efficace sera assez souple pour choisir et appliquer les approches qui conviennent le mieux à un problème en particulier.

- **Recours aux enquêtes et aux poursuites à plus grande échelle.** L'ampleur géographique du télémarketing frauduleux nécessite souvent de plus grandes enquêtes auxquelles participent de nombreux enquêteurs, organismes, juridictions et ressources techniques. Celles-ci se justifient par le grand nombre de victimes et par les produits considérables engendrés. Cette tactique peut également présenter des avantages sur le plan de la preuve si de nombreuses transactions frauduleuses sont combinées en une seule grande affaire aux fins du procès. Elle peut également entraîner des peines plus longues, car les tribunaux peuvent prendre connaissance de la portée véritable de l'opération et du montant des produits. Dans ce modèle, il importe d'assurer une coordination pour que toutes les juridictions et tous les organismes collaborent dans le cadre d'opérations conjointes, en respectant le même calendrier et pour atteindre le même but ultime. Les accusations ont tendance à porter essentiellement sur des fraudes criminelles traditionnelles, à demander de lourdes peines et des pouvoirs ainsi que des procédures de droit pénal complets.
- **Enquêtes et poursuites à plus petite échelle.** Le recours à un plus grand nombre de petites poursuites moins coûteuses est moins susceptible de produire les peines considérables ou de se traduire par la condamnation d'organisations frauduleuses complètes. Cependant, il présente d'autres avantages. Les enquêtes plus restreintes peuvent être conclues plus rapidement, ce qui permet aux autorités de réagir plus promptement à des fraudes qui se poursuivent. Elles peuvent également nécessiter moins d'enquêteurs et de ressources techniques, ce qui permettrait de mener plus d'opérations avec les ressources disponibles. De plus, elles ont tendance à être plus souples, ce qui permet aux autorités de réagir plus rapidement lorsque les délinquants se relocalisent ou changent de tactique. Dans ce modèle, la coordination d'enquêtes distinctes contre les mêmes délinquants est particulièrement importante. Des organismes doivent transmettre de l'information pour donner à d'autres le fondement requis pour prendre rapidement des mesures et, lorsque les délinquants se relocalisent, pour en informer les autres juridictions.

- **L'interruption des activités des délinquants.** Le télémarketing frauduleux constitue une infraction complexe. De nombreuses conditions doivent être remplies pour qu'elle fonctionne efficacement. Certaines options de réglementation et d'exécution pourraient être utilisées pour rendre la perpétration de l'infraction plus difficile et moins profitable. Certaines de ces conditions touchent la technologie qui sert à commettre l'infraction : les délinquants pourraient être privés des services téléphoniques dont ils ont besoin pour s'adonner au télémarketing ou de leur anonymat lorsqu'ils s'en servent, par exemple. D'autres passent par des poursuites civiles et administratives qui ciblent des produits. Elles font ainsi disparaître la motivation de base, le profit, et privent les délinquants des ressources dont ils ont besoin pour se défendre ou pour lancer de nouvelles fraudes. Ce qu'elles ont en commun, c'est qu'elles font grimper les coûts et les risques pour les délinquants et qu'elles font diminuer les produits éventuels, ce qui rend l'infraction plus facile à réprimer et moins attrayante pour les délinquants.
- **Options de prévention.** La manière la plus rentable de réprimer un crime consiste à le prévenir, car on évite ainsi les coûts pour la victime et pour la société. La prévention n'est jamais tout à fait efficace. C'est ce qui rend nécessaire l'exécution et les sanctions. Cependant, la sensibilisation des victimes éventuelles peut aider énormément à prévenir le télémarketing frauduleux. Si elle est utilisée efficacement, elle peut également dissuader les délinquants en rendant l'infraction plus risquée et moins profitable.

5.3 ÉLÉMENTS D'UNE STRATÉGIE BINATIONALE

Les stratégies de répression du télémarketing frauduleux transfrontalier intégreront les mêmes éléments et les mêmes approches que ceux qui sont énoncés précédemment. Y seront cependant ajoutés la nécessité, pour le Canada et les États-Unis, de coordonner leurs activités et, lorsque ce sera possible, d'agir conjointement au profit des deux parties. En gardant ce fait à l'esprit, le Groupe de travail a cerné les domaines suivants dans lesquels une plus grande coordination et une étroite collaboration contribueront aux travaux.

- **La coopération nationale et le Groupe de travail.** Une bonne partie de la collaboration pratique devrait être laissée aux organismes particuliers qui s'occupent des dossiers (plus loin). Cependant, il est également nécessaire de coordonner les grandes questions de politique à l'échelon national. Certaines questions clés, comme la politique étrangère, l'extradition et les questions relatives au TEJ doivent être réglées à l'échelon fédéral par les deux pays. Le Groupe de travail constitue le premier effort du Canada et des États-Unis en vue de mettre sur pied une approche binationale conjointe de lutte contre le télémarketing frauduleux fondée sur l'étude des expériences des deux pays. Il a fourni une excellente occasion de tenir des discussions de fond et des échanges de renseignements et d'idées et d'établir des rapports institutionnels à tous les niveaux de gouvernement. D'autres rencontres permettraient de régler les questions d'exécution transfrontalière au fur et à mesure qu'elles sont soulevées et tiendraient lieu de point de rencontre pour coordonner les activités des divers groupes régionaux. **Le Groupe de travail recommande donc la constitution d'un groupe de travail binational permanent chargé de la coordination générale et de régler les problèmes nationaux et binationaux de télémarketing frauduleux au fur et à mesure qu'ils surviennent.**

- **Coopération interrégionale et interagence.** Les deux pays ont des groupes de travail régionaux constitués d'organismes chargés de l'application de la loi et des contrôles réglementaires qui ont pour mandat de régler les problèmes de télémarketing frauduleux. La façon dont ils sont parvenus avec succès à faire condamner des délinquants et à en écarter d'autres du télémarketing laisse croire que la collaboration transfrontalière peut rapporter des avantages semblables. Bon nombre des efforts de réglementation et d'application de la loi sont centrés sur les régions. C'est à ce niveau que la collaboration transfrontalière entre les autorités étatiques, provinciales et fédérales est la plus susceptible d'avoir des répercussions directes sur certains délinquants et sur leurs opérations. Les contacts personnels entre les enquêteurs qui connaissent les activités en cours dans leurs régions revêtent également de l'importance pour que les renseignements primordiaux soient transférés rapidement et parviennent aux personnes qui sont en mesure de s'en servir efficacement. Les groupes de travail régionaux ont déjà commencé à collaborer au-delà de la frontière internationale et leurs efforts commencent à porter fruit. **Le Groupe de travail reconnaît l'utilité des groupes de travail régionaux qui s'occupent de télémarketing frauduleux. Il recommande qu'on les incite à collaborer le plus possible outre-frontière.**

- **Coopération en matière de poursuites.** Les poursuivants aux échelons fédéraux, étatiques et provinciaux ont participé au Groupe de travail et ont pris une part active dans leurs pendants régionaux. La coopération formelle et informelle à la préparation et à la poursuite de dossiers est à la base de bon nombre des questions précises soulevées relativement au transfert de renseignements, d'éléments de preuve, de témoins et, en bout de ligne, de délinquants fugitifs d'une juridiction à l'autre. La collaboration étroite soulève des problèmes de ressources qui, à leur tour, soulèvent des problèmes institutionnels et de souveraineté dans les cas où les organismes en cause se trouvent dans des pays différents. Le Groupe de travail a toutefois mentionné une façon de partager les coûts. Habituellement, le fardeau de contacter et d'assurer le déplacement des témoins repose sur l'organisme qui demande leur témoignage. Dans les

affaires de télémarketing frauduleux, une fois que les parties concernées ont déterminé qui est le mieux placé pour poursuivre les délinquants, il pourrait être approprié pour les organismes qui se trouvent dans d'autres juridictions où habitent les victimes ou d'autres témoins d'organiser leurs déplacements si leur témoignage est nécessaire et ne peut être donné autrement. **Le Groupe de travail recommande que les gouvernements étudient des ententes de partage des coûts des déplacements de témoins lorsque ceux-ci sont nécessaires pour la poursuite d'une affaire de télémarketing frauduleux.**

- **Partage de renseignements.** La transmission de renseignements exacts et sûrs entre organismes permet d'éviter les doublons d'efforts et leur donne la possibilité de réagir plus rapidement à des fraudes en cours. Il s'agit de recueillir des renseignements dignes de foi à même les plaintes des consommateurs et auprès de la police, des chargés de réglementation et d'autres sources, et de veiller à ce qu'ils soient communiqués aux organismes les mieux placés pour prendre des mesures dans les plus brefs délais. Le Groupe de travail est conscient qu'il peut y avoir des restrictions d'ordre juridique au niveau des renseignements qui peuvent être partagés et avec qui ils peuvent l'être. Cependant, il semble que l'on puisse faire beaucoup tout en respectant ces contraintes d'ordre juridique. On pourrait notamment transférer des renseignements entre Phonebusters, la NAAG, le FNIC et la FTC, ce qui aiderait certes les autorités des deux pays.

Le Canada et les États-Unis envisagent maintenant d'autres moyens de stocker les données tirées des plaintes des consommateurs et d'y accéder. Les deux pays se consacrent à des banques de données à accès partagé dans lesquelles leurs organismes pourraient introduire, échanger et extraire des données pertinentes rapidement et en toute sécurité. Au Canada, les ministères provinciaux responsables de la protection du consommateur et Industrie Canada élaborent une base de données, appelée *Canshare*, qui compilerait l'information sur toutes les affaires intéressant la protection du consommateur sur une seule et unique base de données nationale à laquelle les organismes canadiens auraient accès. Il faudrait étudier en détail de nombreuses exigences fédérales et provinciales en matière de protection de la vie privée avant que ces renseignements puissent devenir accessibles de façon courante aux organismes américains. Aux États-Unis, la FTC et la *National Association of Attorneys-General* (NAAG) mettent au point une base de données en direct, le *Consumer Sentinel Binational Telemarketing Network*, qui serait accessible aux organismes canadiens sous réserve de conventions de confidentialité. Bien qu'il existe des limites d'ordre juridique au partage transfrontalier de renseignements, les avantages de certaines formes de système à accès conjoint seraient considérables.

Le Groupe de travail reconnaît l'utilité des systèmes informatiques à accès partagé comme moyen de transmettre des renseignements rapidement et en toute sécurité entre organismes. Il recommande donc que pour favoriser la coordination, les gouvernements et les organismes examinent la législation pertinente sur la protection des renseignements personnels et d'autres lois pertinentes qui touchent les systèmes transfrontaliers d'accès partagé en vue de contribuer dans toute la mesure du possible à un tel projet.

- **Les ressources.** Les distances en cause et l'éparpillement des victimes rendent les opérations de télémarketing frauduleux, notamment les plus importantes, plus coûteuses que les autres crimes d'affaires au niveau des enquêtes. Le degré de raffinement des délinquants exige une intervention stable et compétente des responsables de l'application de la loi et des règlements, ce qui exige un engagement suivi et stable de ressources de la part des organismes. Des ressources sont également nécessaires pour appuyer les efforts régionaux et internationaux en vue de régler des dossiers précis et, plus généralement, pour mettre en place des efforts de partage des renseignements, de sensibilisation et de prévention. Bien que chaque pays doive déterminer pour lui-même quelle combinaison de ressources et quels organismes participants seront les plus efficaces dans sa stratégie nationale, le Groupe de travail reconnaît qu'il faudra engager des ressources considérables à la lutte contre le télémarketing frauduleux pour mettre au point une réponse efficace au problème.

6. CONCLUSION

Le télémarketing frauduleux est devenu un problème grave et en pleine progression des deux côtés de la frontière canado-américaine. La fraude transfrontalière constitue un défi de taille pour les deux gouvernements. Il s'agit d'un problème international, qui exige des efforts conjoints et concertés des deux pays pour la réprimer. Aucun gouvernement ni aucun organisme ou association dans un pays comme dans l'autre ne parviendra seul à une solution. Toute campagne efficace contre le télémarketing frauduleux devra donc passer par l'élaboration conjointe de stratégies et d'options et par une implantation conjointe. Cette campagne devrait faire appel à toutes les compétences et à toutes les ressources disponibles des gouvernements fédéraux, étatiques, provinciaux et des administrations locales, de leurs organismes et du secteur privé. Ce n'est qu'une fois munis d'une solide combinaison de stratégies et de tactiques que les États-Unis et le Canada pourront relever le défi et avoir un impact significatif, voire décisif, sur ce très pernicieux crime du monde des affaires.