

VISA

Les Canadiens et le langage de la fraude



Les Canadiens et le langage de la fraude

Rapport sur la fraude 2022

Une tournure de phrase peut transformer un simple clic en une fuite d'informations personnelles. Les arnaques en ligne et par texto d'aujourd'hui ont atteint un niveau de sophistication tel qu'elles prennent au piège même les consommateurs canadiens avertis qui pensent être plus que capables de les repérer. En effet, environ un tiers (35 %) des Canadiens admettent être tombés dans le piège d'une arnaque à une ou plusieurs occasions.

Chez Visa, nous nous sommes engagés à protéger les consommateurs canadiens contre la fraude liée aux paiements en ligne. Le rapport de Visa, réalisé en partenariat avec Wakefield Research, met en évidence la tendance des consommateurs à se laisser prendre au piège par des communications frauduleuses. Il met aussi en lumière les diverses phrases et termes utilisés par les escrocs pour tromper les consommateurs de tous âges.

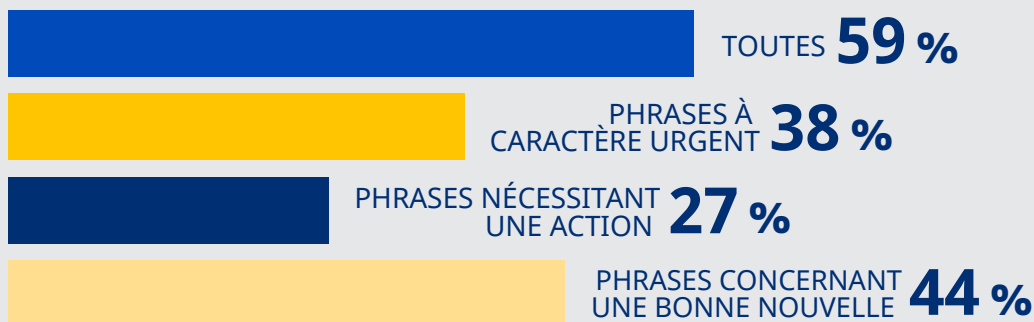
Sentiment de confiance dans leur connaissance de la fraude

Les Canadiens se sentent plus confiants dans leur capacité à reconnaître une escroquerie. Près de six répondants sur dix (58 %) s'estiment très bien informés au sujet des comportements frauduleux, comparativement aux personnes interrogées à l'échelle mondiale, qui sont moins de la moitié à partager ce sentiment (48 %).

Les Canadiens semblent être plus méfiants que les répondants d'ailleurs dans le monde, mais ils restent vulnérables : plus de la moitié des Canadiens (59 %) ont déclaré qu'ils répondent généralement aux termes ou aux phrases que les escrocs utilisent couramment dans les courriels ou les textos, alors que près des trois quarts (73 %) des personnes interrogées dans le monde répondent aux mêmes messages.

Appelons cela « Le langage de la fraude »

Voici les phrases d'escroquerie auxquelles les consommateurs canadiens admettent répondre habituellement :

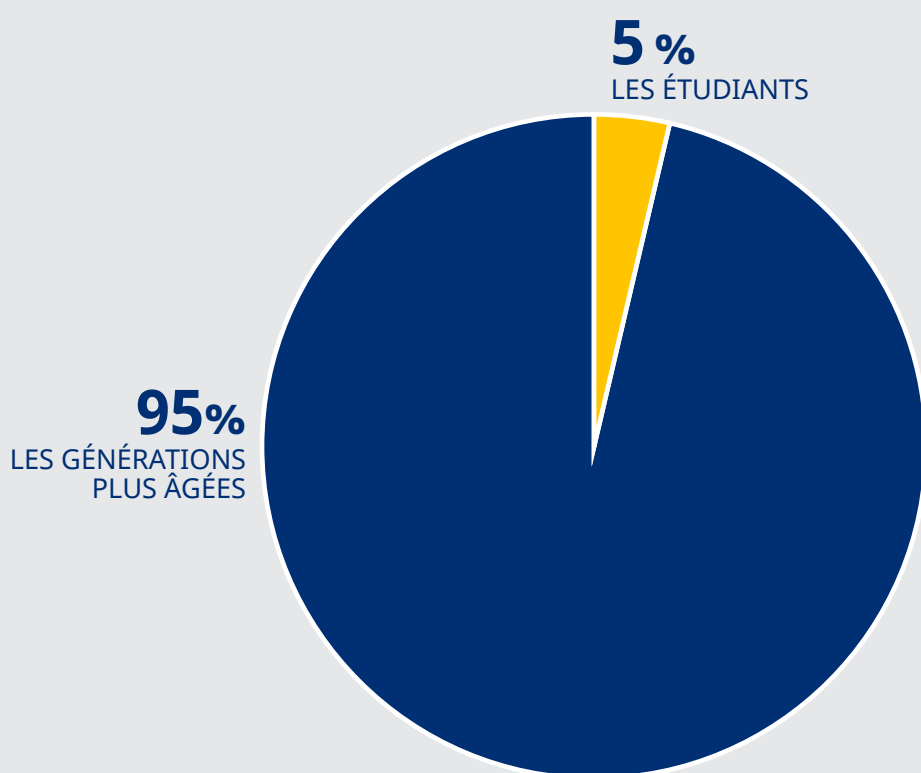


au niveau mondial : Toutes 73 % / Urgence : 53 % / Action : 39 % / Bonne nouvelle : 59 %)

Note: l'Enquête mondiale Visa sur la sécurité (The Visa Security – Global Research) a été menée par Wakefield Research (www.wakefieldresearch.com) auprès de 6 000 adultes représentatifs au niveau national dans 18 marchés : États-Unis, Canada, Brésil, Royaume-Uni, France, Allemagne, Pays-Bas, EAU, Espagne, Italie, Irlande, Australie, Chine, Hong Kong, Inde, Japon, Singapour, Taïwan, entre le 7 et le 14 septembre 2022, à l'aide d'une invitation par courriel et d'un sondage en ligne.

Le cercle de préoccupation

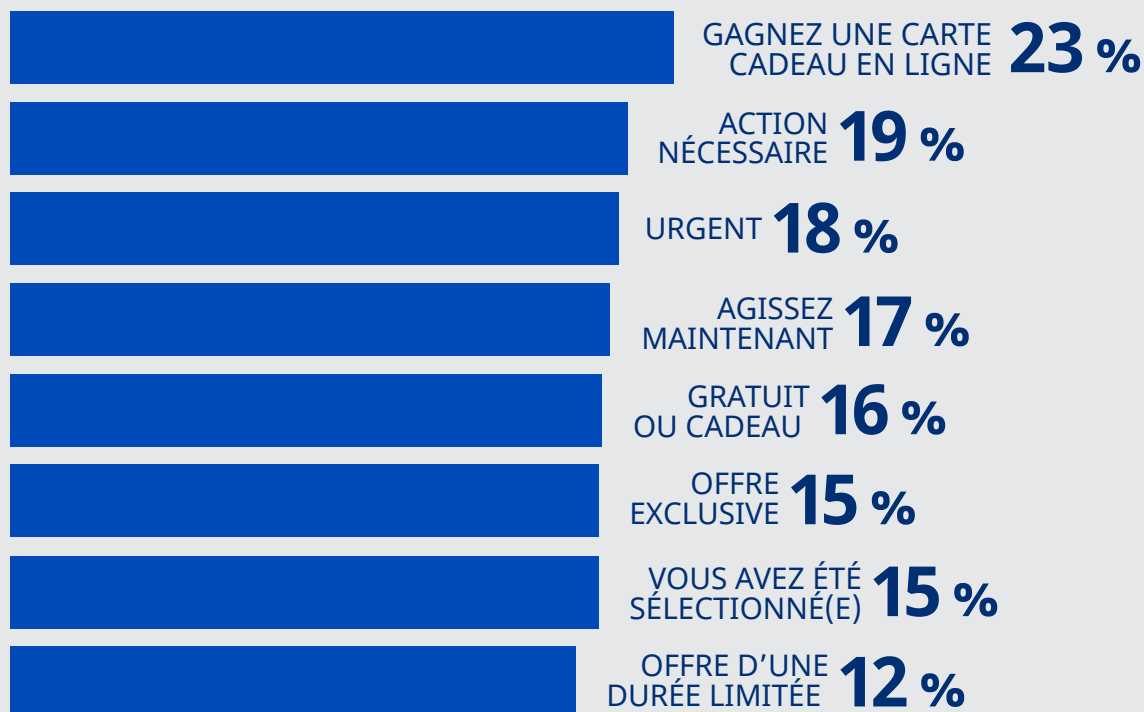
Une grande majorité (85 %) des Canadiens craignent que leurs amis ou un membre de leur famille soient victimes d'une escroquerie. Ainsi, les courriels (64 %) ou les messages textes (56 %) demandant aux gens de vérifier les informations de leur compte constituent les principales causes d'inquiétude. Toutefois, les Canadiens sont plus confiants dans le fait que leur partenaire ou leur conjoint puisse identifier les tentatives de fraude, puisque 52 % d'entre eux affirment qu'ils ne craignent pas que leur partenaire tombe dans une arnaque.



Âge et niveau de connaissance

Au pays, 95 % des répondants pensent que les générations plus âgées sont plus exposées aux fraudeurs que les étudiants (5 %).

Le vocabulaire le plus courant des pièges à fraude au Canada



AVIS DE NON-RESPONSABILITÉ

Les études de cas, les comparaisons, les statistiques, les recherches et les recommandations sont fournies « TELLES QUELLES » et à des fins d'information uniquement. Elles ne doivent pas être interprétées comme des conseils de nature opérationnelle, marketing, juridique, technique, fiscale, financière ou autre. Visa Inc. ne donne aucune garantie et ne fait aucune déclaration quant à l'exhaustivité ou à l'exactitude des renseignements contenus dans le présent document, et n'assume aucune responsabilité qui pourrait découler de la confiance accordée à ces renseignements. L'information contenue dans le présent document n'est pas destinée à servir de conseil financier ou juridique, et les lecteurs sont invités à demander l'avis d'un professionnel compétent lorsqu'un tel avis est requis.

Ces documents et les recommandations en matière de meilleures pratiques sont fournis à titre d'information uniquement et ne doivent pas être considérés comme des conseils de marketing, juridiques, réglementaires ou autres. Le matériel marketing recommandé doit être évalué de façon indépendante à la lumière des besoins particuliers de votre entreprise et des lois et règlements applicables. Visa n'est pas responsable de l'utilisation que vous faites du matériel marketing, des recommandations de meilleures pratiques ou d'autres informations, y compris les erreurs de toute nature, contenues dans ce document.

Les marques de commerce, les logos, les appellations commerciales et les marques de service, qu'ils soient enregistrés ou non (collectivement les « marques de commerce »), sont des marques de commerce appartenant à Visa. Toutes les autres marques de commerce non attribuées à Visa sont la propriété de leurs propriétaires respectifs. © 2023 Visa. Tous droits réservés.