



Un guide pour la prévention de la fraude dans les fruits et légumes

Octobre 2025

Une collaboration de :

Bill Zentner (Blue Book)

Dante Galeazzi (TIPA)

Ed Treacy (IFPA)

Jamie Bustamante (DRC)

Judy Rudman (retraité du PACA
de l'USDA)

Kirk Soule (Blue Book)

Mark Benson (Kings River Packing)

Markquell Crooms (The Fresh Connection)

Noel Carreon (TIPA)

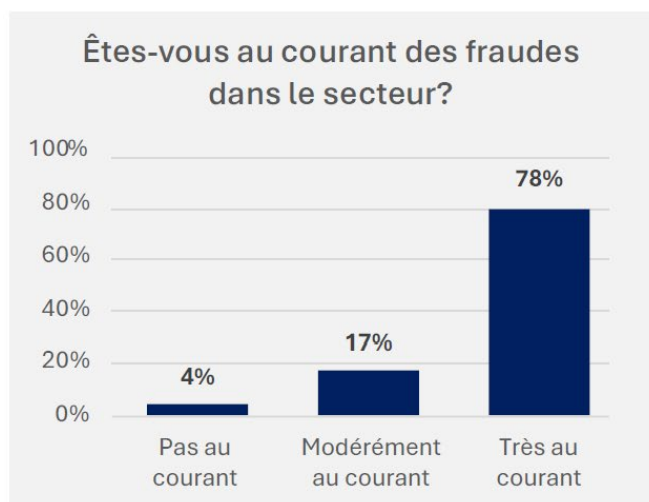
Scott Morton (Latitude Group)

1 Introduction

Bien que la fraude ne soit pas nouvelle, elle a beaucoup évolué au cours des années et s'est répandue à travers différentes industries, devenant très flagrante et agressive. À titre d'exemples, la Federal Trade Commission (FTC) a rapporté que les fraudes par imposture ont quadruplé depuis un an, et plus tôt cette année, la Transportation Intermediaries Association (TIA) a documenté une hausse de 68% des fraudes en seulement six mois. Bien que ce rapport aborde particulièrement les fraudes par imposture et celles des entreprises fantômes en raison de leur prévalence, les fraudes prennent beaucoup d'autres formes d'une grande variété de saveurs qui évoluent au fur et à mesure que les gens viennent à reconnaître les tactiques employées – double courtage, piratage informatique, cybervol, rançongiciel, courriels d'affaire compromis, vol pur et simple de la propriété, etc.

Le secteur des fruits et légumes de spécialité est aux prises avec une telle situation. Les Blue Book Services savent qu'il y a d'innombrables victimes de fraude par imposture, s'élevant à des dizaines de millions de dollars perdus à des acheteurs frauduleux. Les mauvais acteurs ciblent les forces inhérentes au secteur des fruits et légumes frais – la vitesse, les transactions fondées sur la relation et les décisions rapides requises de denrées périssables.

Dans un récent sondage des joueurs du secteur des fruits et légumes, on a mis en relief cet enjeu :



Le présent rapport propose des stratégies concrètes de prévention de la fraude élaborées par des professionnels du secteur. Son objectif est clair : (1) sensibiliser aux méthodes de fraude actuellement utilisées, notamment l'imposture, les sociétés-écrans et la diversion de produits, et (2) fournir des solutions pratiques permettant de protéger la pérennité de notre industrie.

2 Énoncé du problème

La forme d'imposture la plus courante consiste en un acheteur qui prétend faussement représenter une tierce partie légitime. L'entreprise usurpée est souvent, mais pas toujours, une entité reconnue du secteur des fruits et légumes. De même, la fraude liée aux sociétés écrans (ou entreprises fantômes) implique l'utilisation d'entreprises fictives, ou d'entités inactives sans véritable activité commerciale, créées uniquement dans le but d'obtenir du crédit et des produits sans intention réelle de payer.

Les fraudeurs tirent parti des caractéristiques propres à notre secteur :

- Les fruits et légumes sont périssables et circulent rapidement, ce qui réduit le temps disponible pour effectuer une vérification approfondie.
- Le secteur repose sur la confiance, les ententes verbales et des relations d'affaires axées sur le partenariat.
- Les modalités de crédit usuelles dans l'industrie (généralement de 21 à 30 jours) permettent aux fraudeurs de multiplier les commandes avant d'éveiller les soupçons.
- Les ventes FOB peuvent accroître l'exposition des entreprises en raison de la perte de contrôle sur la livraison.
- L'enthousiasme suscité par de nouvelles occasions d'affaires peut amener les vendeurs à négliger certaines précautions de base.
- Des entreprises bien établies font l'objet d'usurpation d'identité mais on ne procède généralement pas à une vérification en profondeur.
- Les fraudeurs possèdent une connaissance approfondie des pratiques et du fonctionnement du marché.
- De nombreuses entreprises n'ont ni protocole ni formation en matière de prévention de la fraude.
- Des zones grises juridictionnelles existent, entraînant parfois des cas qui se retrouvent entre les mailles des autorités compétentes (USDA, DRC, services de police locaux ou provinciaux, FBI, GRC).

Être victime de fraude ne reflète pas les capacités ou les compétences : il s'agit plutôt d'acteurs malintentionnés qui exploitent, de façon délibérée, des caractéristiques du secteur qui ont toujours été considérées comme ses forces.

3 La solution : Meilleures pratiques et outils à adopter

La fraude par usurpation d'identité de l'acheteur et la création de sociétés fictives ou coquilles sont en apparence différentes, mais ces stratagèmes exploitent tous deux la négligence dans la vérification et des lacunes de la surveillance. Pour en minimiser les répercussions, il est essentiel de mettre en place des contrôles rigoureux, de renforcer les mécanismes de gestion des transactions, de former le personnel et de favoriser le partage d'information à la grandeur du secteur. Comme le dit le proverbe, « mieux vaut prévenir que guérir! »

3.1 Renforcer les protocoles de vérification

Mettre en œuvre une vérification en plusieurs étapes et auprès de différentes sources avant d'approuver de nouveaux acheteurs ou représentants est l'une des méthodes les plus efficaces pour prévenir la fraude.

L'examen des cas de fraude dans le secteur des fruits et légumes mené par Blue Book démontre que la vérification de l'identité des partenaires commerciaux potentiels auprès de plusieurs sources et différents canaux réduit considérablement les risques.

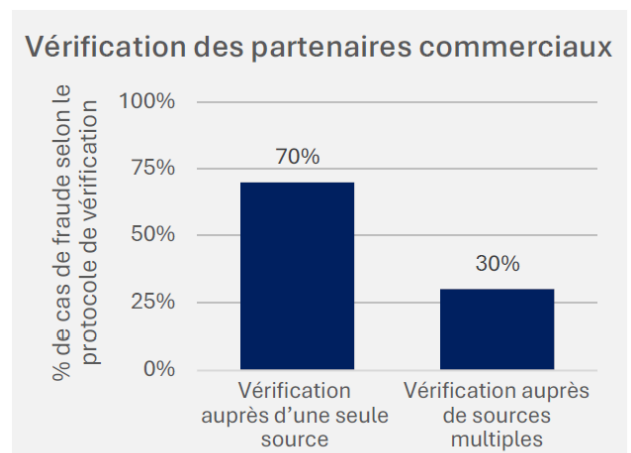


Illustration 1 : Source – Analyse de Blue Book

Il est fortement recommandé aux vendeurs d'intégrer ces modes de vérification lors de l'évaluation de leurs partenaires commerciaux :

- Tierces parties de confiance : vérifiez l'identité de l'acheteur auprès de plusieurs sources fiables, telles que les Blue Book Services, le PACA et la DRC.
- Vérification indépendante : Validez l'adresse postale commerciale publiée, le site Web, le domaine de courriel (par exemple : jdoe@acme-fruit.com à www.acme-fruit.com), les numéros de téléphone et l'historique d'emploi – ne vous fiez pas uniquement aux renseignements fournis par la personne ou l'entreprise concernée. Cette validation peut s'effectuer (1) en appelant une autre personne au sein de l'entreprise visée pour confirmer la légitimité de votre contact ou (2) en effectuant des recherches sur Google, LinkedIn et les réseaux sociaux afin de vérifier leur identité et leur ancienneté.
- Vérification du crédit : Exigez une demande de crédit, que ce soit votre propre formulaire ou en utilisant le service de vérification de demande de crédit de Blue Book. La demande de crédit doit recueillir des renseignements qui ne sont pas accessibles au public, une garantie personnelle (facultative), une copie d'une pièce d'identité gouvernementale et le montant du crédit demandé (soyez vigilant en cas de montants exceptionnellement élevés). Confirmez le nom de la banque et assurez-vous que le compte bancaire appartient bien à l'entreprise concernée.
- Documents justificatifs : demandez des documents complémentaires comme des factures de services publics, des baux ou des numéros d'identification fiscale afin de démontrer l'activité de l'entreprise.
- Cartes en ligne et images des bâtiments : vérifiez les adresses indiquées à l'aide de cartes, de photos en ligne ou de données de services publics (les sociétés-écrans utilisent souvent des cases postales comme adresse).
- ➔ **Drapeau rouge** = cherchez les petites différences comme les fautes d'orthographe ou des différences dans l'adresse courriel, une adresse de livraison avec un nom sans lien avec les fruits et légumes ou un numéro de téléphone différent du bureau-chef (examinez les trois premiers chiffres, etc.)
- ➔ **Drapeau rouge** = si l'entreprise en question échoue auprès de l'une ou l'autre de ces sources, ou si elle semble réticente à fournir des références vérifiables, méfiez-vous.

Point clé : N'acceptez jamais les réponses à une demande d'information sans les vérifier, même si elles proviennent d'une entreprise reconnue.

3.2 Mettre en place des mesures de sécurité transactionnelles

Comme seconde ligne de défense après avoir effectué la vérification, des contrôles au niveau des transactions s'avèrent tout aussi essentiels pour réduire les risques de fraude. Ceux-ci prennent la forme de procédures opérationnelles normalisées (PON).

- Procédures d'intégration cohérentes : un processus établi et clair pour l'intégration de nouveaux partenaires, incluant notamment des règles de « pause et vérification » pour toute transaction jugée à risque élevé ou de grande valeur. Il est recommandé d'assurer une séparation des fonctions entre les ventes et la comptabilité, en confiant exclusivement à la comptabilité la responsabilité d'ajouter de nouveaux clients dans le système de gestion (ERP).
- Limites de crédit : Établissez dans vos systèmes de vente des limites de crédit maximales pour les nouveaux comptes; elles pourront être relevées après l'obtention d'un historique de paiements constants.

- Hiérarchie des autorisations : Appliquez un processus structuré pour examiner les demandes de crédit, fixer des plafonds et accorder des augmentations progressives en fonction de l'évolution du profil de paiement du client.
- ➔ **Drapeau rouge** = soyez vigilant avec les premières commandes et toute demande de dérogation aux contrôles transactionnels (par exemple, demande de traitement ou d'expédition en urgence, livraison à une nouvelle adresse ou conditions de paiement inhabituelles).

Point clé : Élaborez des lignes directrices pour votre organisation et appliquez-les pour réduire les risques.

3.3 Former vos équipes à demeurer vigilantes

Les équipes des ventes, du crédit et de la logistique doivent bénéficier d'une formation continue afin de pouvoir reconnaître les tactiques frauduleuses.

- Formation des employés :
 - Signaux d'alerte : les employés doivent être formés à détecter les signaux d'alerte dans les courriels, appels téléphoniques et commandes. Il peut s'agir, par exemple, de domaines suspects dans l'adresse courriel, d'un langage incohérent dans les messages, d'une réticence à fournir les références commerciales habituelles, d'une pression pour contourner les procédures normales ou encore d'indicateurs moins évidents comme l'absence de discussion sur le prix ou la qualité (des éléments que des clients réguliers demanderaient normalement).
 - PON : éduquez vos équipes des ventes et des finances sur la bonne manière de vérifier les clients potentiels. Tel que susmentionné, il existe une variété d'outils publics et privés dont vous pouvez tirer avantage pour vérifier les adresses, les antécédents des entreprises et de leurs employés, les coordonnées, etc. Il est essentiel de comprendre les différents types et modes de paiement : paiement anticipé, paiement partiel, chèque, virement ou le traitement automatique des chèques (par exemple, une capture d'écran de la confirmation de paiement ne suffit pas).
- Exemples concrets : Appuyez la formation sur des cas vécus et proposez des exercices pratiques de simulation de courriels frauduleux afin de renforcer la vigilance des employés. L'utilisation d'exemples réels permet de déconstruire l'idée reçue que « cela n'arrive qu'aux autres. »
- Faire confiance, mais vérifier : Encouragez une culture d'entreprise où la vigilance s'accompagne d'une vérification systématique.

Point clé : Les employés constituent votre première ligne de défense contre la fraude.

3.4 Planification en cas de fraude

Si vous croyez être victime d'une fraude, le fait de disposer d'un protocole bien établi permettra d'agir rapidement.

- Opérations internes : suspendez toute expédition en attente jusqu'à ce que la vérification des partenaires commerciaux soit complétée ; informez immédiatement les courtiers et transporteurs si une cargaison est encore en transit.
- Informez-en les autorités et l'assurance : bien que l'implication active des forces de l'ordre puisse être limitée en raison de la juridiction ou du volume de dossiers, un rapport de police est généralement exigé pour soumettre une réclamation d'assurance.

- Avisez les organismes de surveillance du secteur : Partagez les détails pertinents avec le Blue Book, le PACA ou la DRC afin de prévenir les autres entreprises de cette fraude.

Point clé : La rapidité d'intervention est cruciale alors que toute perte de temps à déterminer les mesures à prendre réduit les chances de recouvrement.

3.5 Collaborer au sein de la filière

La prévention de la fraude s'améliore lorsque l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement communique efficacement. Le partage d'informations sur les imposteurs ou les entreprises fictives auprès d'agences de crédit telles que Blue Book, d'associations professionnelles, d'organismes gouvernementaux et de réseaux de veille contre la fraude permet une réaction collective plus rapide.

- Lorsqu'une entreprise signale une escroquerie, les autres peuvent réagir avant d'en être victimes à leur tour.
- Diffusez les alertes fraude, les listes de surveillance et les listes noires par l'intermédiaire de canaux de confiance.
- Favorisez la transparence : la publication des informations sur la propriété et les modalités d'exploitation décourage la dissimulation frauduleuse.
- Envisagez la mise en place de « scores de transparence » ou de badges de vérification pour valoriser l'ouverture.

Point clé : Partager les expériences en matière de fraude et sensibiliser l'ensemble du secteur contribue à renforcer la fiabilité du marché.

4 Conclusion

L'histoire récente a démontré que même les pros du secteur les plus aguerris ne sont pas à l'abri de la fraude. Les fraudeurs n'attendent qu'un excès de confiance ou une seule erreur pour agir.

Pour limiter les risques, il est essentiel d'adopter une approche de défense en profondeur, associant la vérification rigoureuse de l'identité des partenaires, l'utilisation d'outils de communication sécurisés, la mise en place de contrôles transactionnels, la vigilance du personnel et le partage d'informations au sein du secteur.

En collaborant et en assurant une surveillance constante, les entreprises peuvent combler les failles exploitées par les fraudeurs, renforçant ainsi la fiabilité et la crédibilité du marché.

Pour référence rapide :

La liste de vérification du client potentiel pour la prévention de la fraude

1. Vérification de l'identité

- l'identité d'un acheteur potentiel auprès de sources fiables :
 - Blue Book (www.bluebookservices.com)
 - DRC (www.fvdrc.com)
 - PACA (<https://www.ams.usda.gov/rules-regulations/paca>)
 - ➔ **Drapeau rouge** = Si l'entreprise n'est pas répertoriée ou ne possède pas de licence active.
- Confirmation de l'identité du client :
 - Vérifiez que le numéro de téléphone et l'adresse courriel correspondent à la fiche Blue Book
 - Contactez l'entreprise en utilisant le numéro de téléphone figurant dans Blue Book (et non celui fourni par le nouvel acheteur)
 - Confirmez l'identité de l'acheteur auprès d'une source indépendante au sein de l'entreprise concernée
 - Vérifiez l'ancienneté du site web (<http://www.lookup.icann.org/en>) – a-t-il été créé récemment?
 - Vérifiez que le domaine de l'adresse courriel correspond bien au domaine officiel de l'entreprise (ex. : jdoe@acme-fruit.com à www.acme-fruit.com)
 - Assurez-vous que l'orthographe et les adresses correspondent à celles fournies par l'acheteur
 - Vérifiez l'adresse commerciale via Google Earth ou Streetview
 - ➔ **Drapeau rouge** = Les informations ne correspondent pas à la fiche ou au domaine de l'entreprise
 - ➔ **Drapeau rouge** = Le prospect hésite à fournir des références ou des documents justificatifs
 - ➔ **Drapeau rouge** = L'adresse du siège social est une boîte postale ou un bureau partagé.

2. Établissement du crédit

- Évaluez la solvabilité de l'entreprise :
 - Exigez une demande de crédit avec références – utilisez votre propre formulaire ou le service Blue Book
 - Contactez le service comptabilité de l'acheteur; utilisez le numéro de Blue Book, pas celui du client.
 - Privilégiez les modalités de paiement PACA Prompt (10 jours) ou le paiement anticipé
 - Confirmez la réception des fonds sur votre compte avant de libérer la marchandise
 - ➔ **Drapeau rouge** = Ne dépassez pas 30 jours, cela annule les protections PACA
 - ➔ **Drapeau rouge** = Les premières commandes qui demandent un traitement ou une expédition urgente, une livraison à une adresse non approuvée ou des modalités de paiement inhabituelles

3. Suivi

- Après avoir expédié la première commande :
 - Contactez le service comptabilité de l'acheteur; assurez-vous qu'il dispose de tous les renseignements nécessaires pour effectuer le paiement (utilisez le numéro de téléphone obtenu auprès d'une source indépendante, telle que Blue Book).
 - Signalez toute activité suspecte à Blue Book et aux services d'enquête de la PACA.

Pour référence rapide :

La liste de vérification du transporteur potentiel pour la prévention de la fraude

Appliquer ces bonnes pratiques, employer les listes de vérification et pouvoir recourir à un réseau de fournisseurs fiables et éprouvés pour gérer vos envois (y compris les expéditions ponctuelles), constitue la meilleure approche pour limiter les risques liés au transport.

1. Vérification de l'identité et de la légitimité du courtier ou du transporteur

- Vérification de l'identité et de la légitimité du courtier ou du transporteur :
 - Confirmez l'identité d'un acheteur potentiel en utilisant des sources fiables :
 - Consultez la base de données FMCSA (<https://www.fmcsa.dot.gov/>) afin de vérifier que les numéros DOT et MC sont actifs, et non simplement enregistrés. Assurez-vous également que l'autorisation MC du courtier est valide et que la couverture d'assurance est à jour.
 - Consultez, le cas échéant, d'autres services tiers (Blue Book Services, Highway, Carrier411, etc.).
 - ➔ **Drapeau rouge** = les entreprises récemment enregistrées ayant un historique d'inspections limité.
- Vérification de l'identité du courtier ou du transporteur :
 - Assurez-vous que le nom de domaine de l'adresse courriel correspond à celui du site officiel de l'entreprise.
 - Communiquez avec le siège social de l'entreprise en utilisant les coordonnées publiques officielles.
 - Demandez deux ou trois références d'expéditeurs et vérifiez l'activité commerciale récente.
 - ➔ **Drapeau rouge** = coordonnées de contact incohérentes (domaines de courriel présentant de légères fautes d'orthographe, numéros de téléphone comportant des indicatifs différents, etc.)
 - ➔ **Drapeau rouge** = entreprises récemment enregistrées présentant un historique d'inspections limité.
 - ➔ **Drapeau rouge** = tarifs nettement inférieurs à la moyenne du marché.
 - ➔ **Drapeau rouge** = absence d'attention portée à la manutention ou aux modalités de livraison de la marchandise.

2. Accord de service de transport (AST)

- Uniformisez vos accords juridiques avec les courtiers et les transporteurs :
 - Exigez la signature d'un AST avant tout déplacement de marchandises avec un courtier ou un transporteur sélectionné. L'AST doit inclure les attestations d'assurance, des clauses relatives au double courtage, ainsi que les modalités concernant la responsabilité, le paiement, le suivi et le règlement des différends.
 - Soumettez des offres pour des transports ponctuels uniquement à des courtiers ou transporteurs présentant un dossier complet et un AST signé.
 - ➔ **Drapeau rouge** = la présence de modifications (« redlines ») dans les accords n'est pas forcément le signe d'un partenaire peu fiable, mais constitue un moyen d'évaluer la crédibilité et la compétence.

3. Vérification des assurances et des garanties

- Vérifiez que le courtier et le transporteur disposent des assurances appropriées :
 - Demandez les attestations d'assurance tant du courtier que du transporteur
 - Prenez contact directement avec la compagnie d'assurance afin de vous assurer : (1) que la couverture est en vigueur, (2) que votre entreprise figure en tant que titulaire du certificat, (3) que les assurances responsabilité civile et cargo couvrent au moins la valeur de la marchandise transportée, et (4) que votre type de produit est bien assuré
 - ➔ **Drapeau rouge** = tout retard dans la fourniture de la preuve d'assurance peut indiquer un problème.

4. Vérification des chauffeurs et du matériel lors de la prise en charge

- Vérifiez l'identité du chauffeur au poste de garde, avant qu'il n'accède au quai :
 - Obtenez une copie du permis de conduire du chauffeur
 - Mettez en place une procédure d'enregistrement à l'arrivée pour consigner les informations relatives au chauffeur, au véhicule et à la remorque

5. Surveillez les risques de double courtage

- Le double courtage peut prendre plusieurs formes :
 - La présence de plus d'un connaissance ou des informations contradictoires concernant le transporteur sont des signes à surveiller
 - Utilisez les plateformes de suivi ou les outils de gestion des envois pour vérifier si le chargement a été réaffecté.
 - Ne travaillez qu'avec des courtiers en transport qui assurent une transparence totale dans l'attribution des chargements.
 - ➔ **Drapeau rouge** = les coordonnées du transporteur diffèrent de celles convenues initialement.
 - ➔ **Drapeau rouge** = le transporteur ne connaît pas les détails relatifs au chargement

6. Évaluer les risques spécifiques à chaque chargement

- Les denrées de grande valeur ou périssables nécessitent une attention particulière :
 - Surveillez la température au moyen de l'unité réfrigérante ou par un système de surveillance tiers
 - Utilisez des scellés inviolables
 - Vérifiez les zones de livraison à accès restreint
 - Consultez les données du NICB pour identifier les zones à risque de vol de marchandises et adapter l'itinéraire ou l'assurance en conséquence

7. Se prémunir contre les fraudes liées aux paiements :

- Utilisez des modalités de paiement standards et vérifiez directement les coordonnées bancaires auprès de l'entreprise.
- Recourez à des outils de surveillance tiers pour consulter les évaluations, les réclamations et les alertes.
- Adhérez aux bulletins d'information sur la fraude dans le secteur.

8. Protections juridiques

Incluez dans le connaissance ou le contrat de transport :

« Le transporteur garantit expressément qu'il assurera le transport de cette expédition sous sa propre autorisation d'exploitation et assurance, et qu'il ne recourra à aucune sous-traitance, cession, transfert ou réaffectation de tout ou partie de la marchandise sans le consentement préalable et écrit de [Nom de l'entreprise]. »

➡ **Drapeau rouge** : un partenaire de transport qui refuse d'accepter ces conditions.