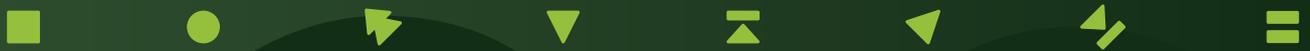




Autorité
luxembourgeoise
indépendante de
l'audiovisuel



Rapport Annuel 2022

Depuis 2013, l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel (ALIA) surveille la bonne application des textes réglementaires par rapport aux services de médias audiovisuels relevant de la juridiction luxembourgeoise. Aujourd'hui, ses missions de surveillance englobent la télévision classique, les services à la demande, les plateformes de partage de vidéos ainsi que les radios nationales, régionales et locales.

L'ALIA contrôle et évalue également la classification des films effectuée par les exploitants de salles et est chargée de conserver et de mettre à la disposition du public toutes les informations pertinentes qui servent de base à la réalisation de sondages d'opinion politique. De plus, l'Autorité élabore des lignes directrices pour les campagnes médiatiques avant les élections. Enfin, elle est mandatée par la loi pour promouvoir l'éducation aux médias pour les citoyens de tous âges et dans tous les secteurs de la société.

Les trois organes de l'ALIA sont le Conseil d'administration, la Direction et l'Assemblée consultative.

Pour plus d'informations :

Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel

18, rue Erasme
L-1468 Luxembourg

www.alia.lu

T +352 247 – 70 105
M info@alia.etat.lu



Design: **101**

Sommaire

01	Préface du président	4
	Contenants et contenus : convergence	
02	Le mot du directeur	7
	La résilience à elle seule ne suffira pas aux exigences de renom de la place médiatique	
03	L'ALIA et les vlogueurs – compétences de l'ALIA et règles à respecter par les vlogueurs	10
04	Accessibilité des services de médias audiovisuels au Luxembourg	16
05	Éducation aux médias	22
06	Bilan de la surveillance et de la régulation des services de médias électroniques	30
	■ Surveillance des programmes	33
	▼ Protection des mineurs	33
	▼ Communications commerciales	33
	▼ Autres sujets	34
	■ Missions de régulation	36
	▼ Décisions	36
	▼ Avis consultatifs	37
	■ Statistiques	40
	■ Assemblée consultative	41
	■ Récapitulatif de l'année 2022	42
07	Affaires européennes et relations internationales	46
08	Ressources financières	54
09	Annexes	58
	■ Annexe 1	59
	▼ Composition des organes de l'ALIA	59
	■ Annexe 2	60
	▼ Nouvelle législation	60
	■ Annexe 3	62
	▼ Services soumis à la surveillance de l'ALIA	62
10	Abbréviations	82





01
Préface du
président

Contenants
et contenus :
convergence

Préface du président



Contenants et contenus : convergence

Une petite recherche sur l'étymologie du terme « média » nous apprend qu'il s'agit de la simplification de la locution anglaise originaire « mass media », utilisée pour désigner l'ensemble des moyens de communication servant à la diffusion massive des informations. Cette brève définition me donne la trame pour revenir sur l'évolution dans un monde moderne des moyens de communication (contenants) par lesquels sont diffusés des informations (contenus). Précisons toutefois dès le départ qu'il ne faut pas comprendre ici la notion d'« information » dans le sens restrictif de tenir les destinataires de la communication au courant de ce qui se passe dans le pays et dans le monde, mais d'une façon plus large comme désignant tout ce qui permet de les informer, éduquer et distraire.

Du côté des moyens de communication, il est aujourd'hui évident qu'il faut jeter aux oubliettes la perception classique des médias comme englobant seulement la télévision linéaire, la radio et la presse dans sa version papier. À la télévision linéaire s'est ajoutée à la fin du 20^e siècle la télévision à la demande

(video-on-demand, ou encore VOD). La VOD proposait une nouvelle offre aux spectateurs, mais sans réellement bouleverser le marché des médias. L'évolution qu'a connue la technologie à partir des années 2000, avec les possibilités offertes par l'Internet, ainsi que le développement et l'amélioration des outils de production et leur réduction en taille, sont par contre venus chambouler de fond en comble ce marché. Là où il fallait une infrastructure et une logistique lourdes en termes de moyens de production et de diffusion, il suffit aujourd'hui d'un investissement limité en matériel et d'un accès à Internet pour s'ouvrir au monde entier.

Il en est résulté l'apparition de nombreuses nouvelles formes de modes de communication : presse écrite en ligne, plateformes de partage de vidéos (video-sharing platforms, VSP), réseaux sociaux, sites internet d'information, blogueurs, vlogueurs et autres influenceurs pour ne mentionner que les plus apparents. Toutes ces formes étant présentes sur Internet, on ne peut valablement nier qu'elles se destinent à la diffusion massive d'informations.

Or, la démocratisation de l'accès à la diffusion massive d'informations affecte également la nature de l'information diffusée. Si les médias classiques, du fait de leur structure organisationnelle, répondent en règle générale à une logique rédactionnelle qui assure la survie économique de l'éditeur et permet d'identifier ceux qui en assurent la responsabilité éditoriale, ces éléments sont beaucoup plus flous dans les nouvelles formes de diffusion de l'information. Il devient alors plus difficile de surveiller et de réguler ces contenus.

Pareille surveillance et régulation est cependant nécessaire. Les raisons qui ont motivé les contraintes qui s'imposent aux médias en termes de contenus se justifient pour toutes les formes de diffusion. Le privilège d'être porteur de la liberté d'expression et de la liberté de la presse est naturellement restreint par l'interdiction de diffuser des contenus contraires à certaines conceptions fondamentales tels que la discrimination, l'incitation à la haine ou le soutien au terrorisme, et est assorti de la nécessité d'ouvrir un droit de réponse à toute personne visée



Avec la possibilité de toucher une population importante viennent, surtout pour les médias financés par de l'argent public, des obligations en termes de complétude et de sincérité de l'information ainsi que de pluralisme et de diversité de présentation des opinions politiques, philosophiques et religieuses.



par une publication. À la liberté du commerce s'opposent certaines restrictions en termes de publicité en ce qui concerne notamment les produits du monde de la médecine et de l'industrie du tabac. Avec la possibilité de toucher une population importante viennent, surtout pour les médias financés par de l'argent public, des obligations en termes de complétude et de sincérité de l'information ainsi que de pluralisme et de diversité de présentation des opinions politiques, philosophiques et religieuses. Aucune partie de la population ne doit être exclue de l'accès à l'information, ce qui implique des obligations en termes d'accès au profit des personnes handicapées ou des différentes communautés présentes dans l'espace de diffusion.

Les exemples peuvent être multipliés, et dans tous ces domaines, il y a toujours deux parties intéressées, bien qu'à des degrés variables : le fournisseur du service et le consommateur du service. Pour entrer plus dans le détail, l'ALIA a choisi d'éclairer dans ce rapport annuel deux aspects spécifiques, l'un abordant plus en détail les obligations qui s'imposent dans l'intérêt de tous les consommateurs à la nouvelle forme de communication que sont les vlogueurs, et l'autre traitant des contraintes qui s'imposent à tous les

fournisseurs dans l'intérêt de certains consommateurs que sont les personnes en situation de handicap.

Toutes ces réflexions amènent en fin de compte à s'interroger sur la pertinence d'une vision ancienne opposant les médias classiques aux nouvelles formes de diffusion massive de l'information. Y a-t-il un réel intérêt à distinguer entre un journal imprimé et un journal écrit publié sur Internet ? Faut-il différencier un journal écrit d'une émission télévisée ou radiodiffusée ? Est-il pertinent de soumettre une affirmation à un régime juridique différent selon qu'elle est portée sur un service de télévision linéaire ou par des images animées diffusées par Internet consultables à tout moment ?

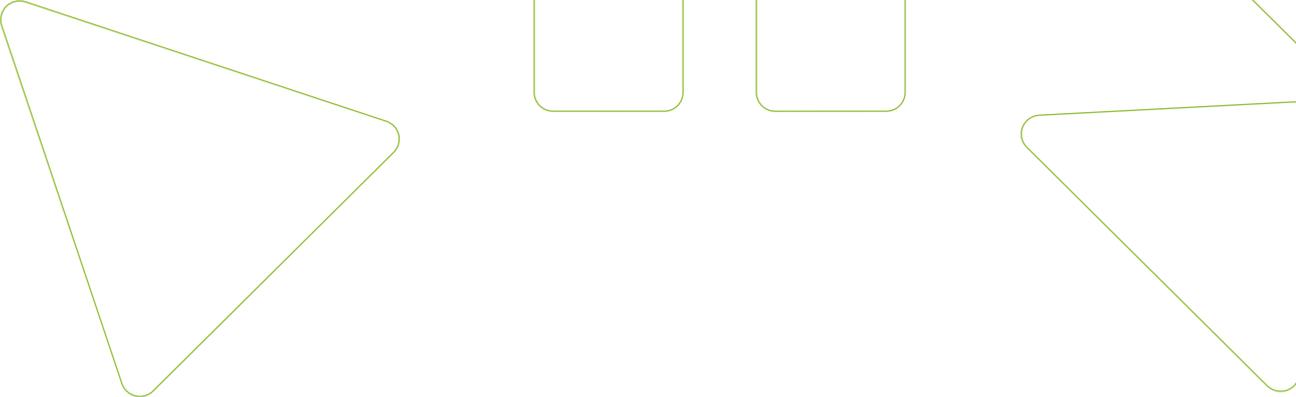
Ces quelques réflexions, ajoutées à l'exigence de la neutralité technologique, m'amènent à appeler de mes vœux une réflexion approfondie sur les conclusions à tirer de la convergence qu'on peut constater entre contenants et contenus. Les années à venir demeurent intéressantes, tant en termes d'activité du régulateur sur le marché qu'en termes d'évolution des législations au niveau national et européen.

Thierry Hoscheit, président



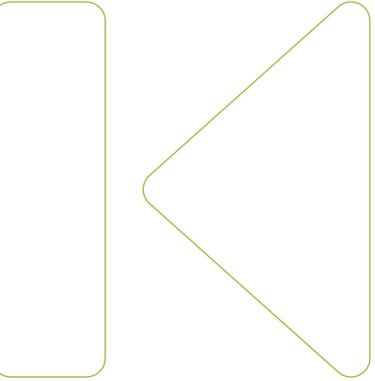
Est-il pertinent de soumettre une affirmation à un régime juridique différent selon qu'elle est portée sur un service de télévision linéaire ou par des images animées diffusées par Internet consultables à tout moment ?





02

Le mot du directeur



La résilience à elle seule ne suffira pas aux exigences de renom de la place médiatique

Le mot du directeur



La résilience à elle seule ne suffira pas aux exigences de renom de la place médiatique

Si la résilience est un concept de psychologie qui concerne la capacité d'une personne, d'un groupe de personnes ou d'une organisation à assumer, voire à surmonter, de manière flexible et réfléchi, des situations pénibles, difficiles et stressantes sur le lieu de travail, l'ALIA, et les femmes et les hommes qui y travaillent au quotidien, en ont fait preuve et en sont des exemples de tout premier ordre.

Après avoir déposé fin 2021 son avis détaillé relatif au projet de loi en vue notamment des élections 2023 et 2024 et du rôle qu'elle aurait à y assumer, l'Autorité, à l'issue des congés de fin d'année, entamait l'exercice 2022 avec sérénité, consciente de la nécessité de faire avancer les orientations stratégiques prioritaires retenues entre Conseil d'administration et Administration.

Échanges unilatéraux et manque de perspective(s)

Dans son avis sur le projet de loi susmentionné, l'Autorité a témoigné de sa volonté et de sa conviction qu'il est nécessaire d'étendre le périmètre de la mission lui confiée au-delà des seuls médias à mission de service public, à l'aide des équipes en place et moyennant le recours à des prestataires externes. Quoique l'avis ait largement circulé dès décembre 2021, l'approche de l'Autorité a eu un appui voire un retour très limité du milieu politique. Puisque certains acteurs n'ont abordé le sujet que juste avant le vote dudit projet de loi, force est de constater qu'il était trop tard à ce moment pour un débat permettant de discuter du bien-fondé des idées et suggestions de l'Autorité.

Je ne cache pas ma propre déception et celle de l'ALIA qui, au début de l'an 2022, aspirait à un débat animé en la matière ; hélas, celui-ci ne s'est pas produit. La Chambre des Députés a ainsi voté une loi qui donne mission à l'Autorité, sans même discuter avec elle, du bien-fondé des sujets et des propositions qu'elle avait préalablement avancés. Une occasion ratée pour mieux faire et être préparé à d'éventuelles futures exigences communautaires en la matière. Dommage, mais lorsque nous sommes convaincus d'avoir les meilleurs arguments, nous agissons en équipe résiliente !

Il en va de même au niveau administratif où, au début de l'année 2022, l'Autorité espérait pouvoir finaliser son passage d'établissement en formation à celui d'autorité établie à part entière dans les mois la menant à son 10^e anniversaire en tout début 2024. Afin d'atteindre sa vitesse de croisière, l'ALIA doit pouvoir faire évoluer ses missions actuelles au-delà d'une intervention de base. Il est notamment urgent de s'attaquer aux défis de l'ère du numérique et d'intégrer l'intelligence artificielle dans ses méthodes de travail. Dans cette optique d'étendre son périmètre d'action, l'Autorité avait présenté un argumentaire fouillé à l'appui de ses propositions budgétaires à l'adresse de l'Inspection Générale des Finances et de la Commission d'Économies et de Rationalisation. D'ailleurs, la Cour des Comptes lui avait attesté une gestion budgétaire exemplaire en bon père de famille depuis 2019.

Pourtant, l'Autorité s'est vu refuser toutes ressources financières complémentaires nécessaires lors des discussions budgétaires de l'automne 2022. Qui plus est, les raisons qui ont amené les décideurs politiques à ne pas considérer les demandes de l'Autorité ne lui ont pas été communiquées.



L'ALIA doit pouvoir faire évoluer ses missions actuelles au-delà d'une intervention de base.





L'inadéquation entre missions confiées à assumer d'un côté, et les ressources financières et humaines de l'autre est manifeste et persistante !



Suppléer à ce qui manque

Aujourd'hui, l'équipe administrative de l'établissement public ALIA compte en tout et pour tout 13 employés et fonctionnaires de l'État, une équipe soudée, mais hélas bien minimaliste ! Et à 13, cette équipe assure aujourd'hui ses missions servant la crédibilité de la place médiatique du pays et la sienne dans le concert européen, ainsi que ses fonctions purement administratives à l'aide d'une enveloppe budgétaire qui s'articule autour d'une dotation globale, mais dont l'inadéquation entre missions confiées à assumer d'un côté, et les ressources financières et humaines de l'autre est manifeste et persistante !

Alors que je ne vois meilleure occasion pour remercier ici tout le personnel de son engagement et de sa loyauté au profit des orientations de l'Autorité, je ne suis pas dupe et me rends bien compte que l'inadéquation décrite ne saurait perdurer sous peine de mettre en péril une régulation et son régulateur fort de pouvoirs et de prérogatives essentielles, impliqué, reconnu et apprécié pour sa compétence, sa connaissance des défis et des opportunités du secteur et pour une méthodologie de travail apte à maîtriser les grands enjeux du numérique et les défis d'une place médiatique forte, ouverte et accueillante.

L'Autorité est résiliente, dans son approche et dans ses demandes. Elle a bien identifié sa phase de stabilité dans son évolution actuelle. Avec une vingtaine de collaborateurs pouvant s'appuyer sur une loi moderne des médias, l'ALIA saurait laisser derrière elle une fois pour toutes sa phase de développement.

Je souhaite intégrer ce « vœu pieux » aux meilleurs vœux que j'adresse à cette occasion non seulement à « mon équipe », mais aussi aux responsables politiques, élus actuels comme futurs en cette année électorale 2023 !

Paul H. Lorenz, directeur



Avec une vingtaine de collaborateurs pouvant s'appuyer sur une loi moderne des médias, l'ALIA saurait laisser derrière elle une fois pour toutes sa phase de développement.





03

L'ALIA et
les vlogueurs –
compétences de
l'ALIA et règles
à respecter par
les vlogueurs

L'ALIA et les vlogueurs – compétences de l'ALIA et règles à respecter par les vlogueurs



Les vlogueurs incontournables semblent être ceux qui téléchargent du contenu sur les VSP mondialement connues telles que YouTube, Twitch, Instagram ou encore TikTok.



Les obligations à respecter par les VSP et par les vlogueurs

Les VSP qui tombent sous la compétence de l'ALIA ont l'obligation de mettre en place différentes mesures afin de s'assurer que les communications commerciales diffusées respectent les conditions imposées par la loi du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques (article 28septies). C'est à l'ALIA que revient ensuite la tâche de vérifier si les mesures mises en place par les fournisseurs de VSP sont appropriées pour atteindre le but recherché.

Il est important de souligner à cet endroit qu'aucune des VSP mondialement connues, dont celles énumérées ci-dessus, ne tombe sous la compétence de l'ALIA, ce qui ne veut pourtant pas dire que les services offerts par les vlogueurs sur lesdites plateformes ne tombent jamais sous la compétence de l'Autorité.



Les VSP qui tombent sous la compétence de l'ALIA ont l'obligation de mettre en place différentes mesures afin de s'assurer que les communications commerciales diffusées respectent les conditions imposées par la loi.



La communauté croissante des vlogueurs au Luxembourg se caractérise par sa grande diversité et son dynamisme. S'il n'existe pas de définition légale du mot « vlogueur », il est généralement admis qu'un vlogueur est une personne qui crée et anime un vlog, c.-à-d. un type de blog dont l'outil principal est la vidéo, et qui télécharge le contenu qu'il crée, dans la plupart des cas, sur une plateforme de partage de vidéos (video-sharing platforms, VSP). Surtout chez les jeunes, les vlogueurs incontournables semblent être ceux qui téléchargent du contenu sur les VSP mondialement connues telles que YouTube, Twitch, Instagram ou encore TikTok.

Au niveau européen, les VSP doivent notamment énumérer les conditions en matière de communications commerciales dans leurs conditions générales. Les fournisseurs de VSP ne sont toutefois pas obligés de vérifier si toutes les vidéos téléchargées respectent lesdites conditions. C'est aux vlogueurs qui téléchargent le contenu sur la VSP qu'incombe l'obligation d'indiquer sur chaque vidéo si cette dernière contient une communication commerciale ou pas. Si un utilisateur informe le fournisseur de la VSP sur une communication commerciale mal étiquetée ou pas du tout identifiée en tant que telle, le fournisseur de la plateforme doit tenir l'utilisateur informé des suites réservées à sa demande.



Quand l'activité d'un vlogueur relève-t-elle de la compétence de l'ALIA ?

Les missions et les compétences de l'ALIA sont définies dans la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques. L'ALIA est compétente pour surveiller le contenu téléchargé par les vlogueurs lorsque ces derniers remplissent toutes les conditions pour être qualifiés de fournisseurs de services de médias audiovisuels. L'évaluation de la qualification du vlogueur en tant que fournisseur de services de médias audiovisuels (SMA) se fait au cas par cas.

Il est important de noter qu'il existe différentes sortes de SMA, lesquels sont tous définis dans la loi sur les médias électroniques. La qualification qui s'applique le plus souvent aux vlogueurs, aussi bien à l'étranger qu'au Luxembourg, est celle de fournisseurs de SMA à la demande.

Règles qu'un vlogueur doit respecter

Les règles qu'un vlogueur doit respecter dépendent de la qualification retenue.

La qualification du vlogueur en tant que SMA à la demande

Le vlogueur est considéré comme étant un SMA à la demande s'il télécharge plusieurs vidéos sur une VSP, à condition que les conditions cumulatives suivantes soient remplies :

- » 1 La chaîne (du vlogueur) constitue un service économique ;
- » 2 L'objectif principal de la chaîne est la fourniture de programmes qui informent, divertissent ou éduquent ;
- » 3 L'influenceur détient la responsabilité éditoriale, y compris le contrôle effectif de la sélection des programmes et de leur organisation ;
- » 4 L'offre consiste en un catalogue de programmes sélectionnés par le fournisseur de service ;
- » 5 Le public cible de la chaîne est le grand public ;
- » 6 Les programmes sont diffusés via des réseaux de communications électroniques ;
- » 7 Le service est fourni par le vlogueur pour le visionnage de programmes choisis par l'utilisateur et à sa demande individuelle.



Un vlogueur qui remplit toutes les conditions (cumulatives) prévues par la directive 2010/13/UE pour être qualifié de SMA à la demande est soumis aux dispositions applicables à tous les SMA, ce qui inclut, notamment, les dispositions sur :

- ▶ la protection des mineurs ;
- ▶ l'interdiction de l'incitation à la violence, à la haine et au terrorisme ;
- ▶ la promotion des œuvres européennes ;
- ▶ l'accessibilité des SMA (voir chapitre 3 sur l'accessibilité) ;
- ▶ l'éducation aux médias ;
- ▶ les exigences qualitatives en matière de communications commerciales ;
- ▶ le parrainage ;
- ▶ le placement de produits.

À noter que le vlogueur, en tant que fournisseur de SMA luxembourgeois qui a l'intention de fournir un service à la demande, doit notifier cette intention au ministre ayant dans ses attributions les Médias au plus tard vingt jours avant le lancement du service.

Règles applicables au contenu commercial dans les vidéos des vlogueurs qui remplissent les conditions d'un SMA à la demande

La loi sur les médias électroniques définit une communication commerciale audiovisuelle comme étant « des images, combinées ou non à du son, qui sont conçues pour promouvoir, directement ou indirectement, les marchandises, les services ou l'image d'une personne physique ou morale qui exerce une activité économique. Ces images accompagnent un programme ou y sont insérées moyennant paiement ou autre contrepartie, ou à des fins d'autopromotion. La communication commerciale audiovisuelle revêt notamment les

formes suivantes : publicité télévisée, parrainage, téléachat et placement de produit » (article 2, paragraphe 2).

Il est important de souligner que la contrepartie perçue par les vlogueurs n'est pas toujours monétaire, mais peut prendre différentes formes (p. ex. envoi de marchandises, cadeaux, paiement de voyages, accès à différents événements etc.).

La manière dont les vlogueurs traitent la communication commerciale dans leurs vidéos est aussi diverse et créative que le contenu qu'ils produisent. Les contenus téléchargés par les vlogueurs sont souvent présentés comme des expériences personnelles totalement désintéressées, ce qui peut constituer un problème dans la mesure où il s'agit en réalité fréquemment d'une communication commerciale déguisée pour laquelle le vlogueur perçoit une contrepartie. Le contenu publicitaire n'est parfois pas du tout étiqueté ou étiqueté de manière tellement floue et incompréhensible qu'il n'est souvent pas possible de savoir s'il s'agit d'une publicité.



Il est important de souligner que la contrepartie perçue par les vlogueurs n'est pas toujours monétaire, mais peut prendre différentes formes (p. ex. envoi de marchandises, cadeaux, paiement de voyages, accès à différents événements etc.).





Les contenus téléchargés par les vlogueurs sont souvent présentés comme des expériences personnelles totalement désintéressées, ce qui peut constituer un problème dans la mesure où il s'agit en réalité fréquemment d'une communication commerciale déguisée pour laquelle le vlogueur perçoit une contrepartie.



Afin de pouvoir étiqueter correctement le contenu publicitaire dans leurs vidéos, les vlogueurs doivent être à même d'identifier correctement les différentes formes de contenu commercial. Les principales formes sont la publicité « classique », le parrainage et le placement de produits.

1) La publicité commerciale audiovisuelle : règles générales

L'article 27bis de la loi du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques fixe les exigences auxquelles doivent répondre les communications commerciales audiovisuelles diffusées par les SMA. Cet article prévoit, entre autres, que les communications commerciales doivent être « facilement reconnaissables comme telles » et que les « communications commerciales clandestines sont interdites ». Par ailleurs, ledit article interdit toute forme de communication commerciale portant sur les produits de tabac et sur les médicaments et traitements médicaux uniquement disponibles sur ordonnance. Il établit également les restrictions s'imposant aux communications commerciales relatives aux boissons alcooliques et il impose différentes mesures pour la protection des mineurs.

L'article 4 du règlement grand-ducal modifié du 5 avril 2001 fixant les règles applicables en matière de communications commerciales concernant les services de médias audiovisuels prévoit encore des critères complémentaires pour les communications commerciales pour les boissons alcooliques concernant les SMA à la demande. Ainsi, ces communications ne peuvent, par exemple, pas être spécifiquement adressées aux mineurs ou présenter des mineurs consommant des boissons alcooliques.

2) Le parrainage

Le règlement grand-ducal du 5 avril 2001 fixe les règles applicables en matière de communications commerciales, son champ d'application s'étendant d'une part aux services de télévision et aux SMA à la demande et, d'autre part, aux communications commerciales audiovisuelles. En ce qui concerne le parrainage, le règlement grand-ducal dispose, entre autres, que les spectateurs « sont clairement informés » de l'existence d'un accord de parrainage au moyen d'une identification (logo, symbole, etc.). À la condition d'identification s'ajoute le fait que le contenu fourni ne peut en aucun cas être influencé, notamment par le parrain, « de manière à porter atteinte à la

responsabilité et à l'indépendance éditoriale du fournisseur de services de médias audiovisuels ». Par ailleurs, les SMA parrainés ne peuvent pas inciter directement à l'achat ou à la location de biens ou de services et ils ne peuvent pas être parrainés par des entreprises qui ont pour activité principale la fabrication ou la vente de produits de tabac.

3) Le placement de produits

Le placement de produits est réglementé par l'article 5bis du règlement grand-ducal modifié du 5 avril 2001 fixant les règles applicables en matière de communications commerciales dans les services de médias audiovisuels. Les règles en matière de placement de produits sont similaires aux règles sur le parrainage. En plus des règles sur le parrainage susmentionnées, les programmes comportant un placement de produits ne doivent pas mettre en avant le produit en question de manière injustifiée. Par ailleurs, les programmes ne peuvent pas comporter de placement de produits de tabac et de médicaments ou de traitements médicaux disponibles uniquement sur ordonnance.





La loi prévoit des sanctions lorsque les communications commerciales ne répondent pas aux exigences prévues par ladite loi. La sanction disciplinaire peut prendre la forme d'un blâme ou d'une amende. Bien que cette possibilité soit prévue par la loi, l'ALIA priorise un dialogue ouvert avec les vlogueurs tombant sous sa compétence.



Comment procéder à l'étiquetage correct du contenu commercial ?

Concernant l'étiquetage correct du contenu commercial dans les vidéos des vlogueurs, les textes luxembourgeois prévoient des règles pour :

1) Les communications commerciales / la publicité « classique »

Si la vidéo publiée par le vlogueur a pour objet d'inciter les spectateurs à l'achat et si le produit ou service est au centre de l'intrigue, il s'agit d'une publicité « classique » qui doit respecter les conditions d'une communication commerciale audiovisuelle. Dans ce cas de figure, l'étiquetage en tant que « pub » ou « publicité » doit être visible sur toute la durée de la vidéo.

2) Le parrainage

Le parrainage est moins « agressif » que les publicités « classiques » du fait que les SMA qui sont parrainés n'incitent pas directement à l'achat ou à la location de biens ou de services. Le parrainage implique une contribution financière ou autre à la production du contenu. Les spectateurs doivent être informés de l'existence d'un accord de parrainage.

Les programmes parrainés doivent être clairement identifiés en tant que tels par le nom, le logo et/ou un autre symbole du parraineur, par exemple au moyen d'une référence à ses produits ou services ou d'un signe distinctif, et ce d'une manière adaptée au programme au début, à la fin ou pendant celui-ci.

3) Le placement de produits

Le critère décisif qui distingue le parrainage du placement de produit est le fait que dans le dernier cas, la référence à un produit est intégrée dans l'action d'un programme. En revanche, lors d'un parrainage, les produits d'un sponsor peuvent être montrés pendant un programme, mais ne sont pas intégrés dans l'action ou l'intrigue du programme.

En termes d'étiquetage, le vlogueur doit informer les spectateurs de manière non ambiguë de l'existence d'un placement de produit au moyen d'une identification appropriée, en affichant dans un coin de l'image les termes « product placement » ou « placement de produit » au début et à la fin du programme, ainsi que lorsqu'un programme reprend après une interruption publicitaire, afin d'éviter toute confusion de la part du spectateur.

Quelles sont les conséquences lorsque le vlogueur ne respecte pas ses obligations en matière de communications commerciales ?

L'article 35sexies de la loi sur les médias électroniques prévoit des sanctions lorsque les communications commerciales ne répondent pas aux exigences prévues par ladite loi. La sanction disciplinaire peut prendre la forme d'un blâme ou d'une amende. Bien que cette possibilité soit prévue par la loi, l'ALIA priorise un dialogue ouvert avec les vlogueurs tombant sous sa compétence.

La réglementation des communications commerciales des influenceurs sur les VSP est un domaine en constante évolution. À l'heure actuelle, le rôle de l'ALIA consiste avant tout à conseiller et à guider les personnes concernées quant aux démarches à suivre pour respecter les exigences prévues par la loi relative aux médias électroniques.





04

Accessibilité des services de médias audiovisuels au Luxembourg

Accessibilité des services de médias audiovisuels au Luxembourg

L'accès aux technologies de l'information et de la communication est un droit humain fondamental. Les personnes handicapées disposent des mêmes droits que tout un chacun, mais malheureusement elles sont encore trop souvent privées de leurs droits en raison d'un manque d'informations du grand public en ce qui concerne les besoins des personnes handicapées. Il en résulte une insuffisance en aménagements raisonnables qui leur permettraient d'accéder à leurs droits et d'exercer leurs droits.

L'article 9 de la Convention des Nations Unies relative aux droits des personnes handicapées dispose que, pour «*permettre aux personnes handicapées de vivre de façon indépendante et de participer pleinement à tous les aspects de la vie, les États Parties prennent des mesures appropriées pour leur assurer, sur la base de l'égalité avec les autres, l'accès à l'environnement physique, aux transports, à l'information et à la communication, y compris aux systèmes et technologies de l'information et de la communication, et aux autres équipements et services ouverts ou fournis au public, tant dans les zones urbaines que rurales.*»

En juin 2022, l'Autorité indépendante des médias du Luxembourg a rappelé à tous les fournisseurs de services de médias audiovisuels sous juridiction luxembourgeoise

leur obligation, conformément à l'article 27quater de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques, de préparer des plans d'action sur l'amélioration continue et progressive de leurs services pour les personnes handicapées.



Lorsque l'on parle de l'accessibilité des services de médias audiovisuels au Luxembourg, il n'est pas possible d'ignorer la situation linguistique globale particulière qui se caractérise par la pratique et la reconnaissance officielle de trois langues : le luxembourgeois, le français et l'allemand.



Lorsque l'on parle de l'accessibilité des services de médias audiovisuels au Luxembourg, il n'est pas possible d'ignorer la situation linguistique globale particulière qui se caractérise par la pratique et la reconnaissance officielle de trois langues : le luxembourgeois, le français et l'allemand. Le multilinguisme est inscrit dans le droit luxembourgeois depuis le milieu des années 1980. La loi du 24 février 1984 sur le régime des langues a reconnu le luxembourgeois comme une langue à part entière et l'a établi comme langue nationale. En outre, le luxembourgeois, le français et l'allemand sont les trois langues administratives et judiciaires. En pratique, les différentes langues employées (principalement le luxembourgeois, le français et l'allemand) sont utilisées côte à côte dans la vie publique et quotidienne sur l'ensemble du territoire luxembourgeois.

À cette même occasion, l'ALIA leur a demandé de remplir un questionnaire les interrogeant, entre autres, sur les mesures déjà mises en place par leur (s) service (s) afin de rendre ces derniers accessibles aux personnes handicapées et sur les mesures d'accessibilité qu'ils comptent mettre en place dans les 3 prochaines années (cf. « mesures mises en œuvre » ci-dessous).





Beaucoup de personnes parlant le luxembourgeois ainsi que les personnes en situation de handicap intellectuel ou auditif éprouvent des difficultés à écrire et à lire en luxembourgeois. Il est donc particulièrement difficile pour les prestataires de décider de la langue des sous-titres et de l'audiodescription.



Les principales stations de radio et chaînes de télévision s'adressant à un public luxembourgeois axent leurs programmes sur la langue luxembourgeoise, mais elles diffusent également une partie de leur contenu en français, en allemand et parfois en anglais, et il n'est pas rare que les participants à une émission ou à un programme passent d'une langue à l'autre en s'adressant à différentes personnes. À l'heure actuelle, il n'existe pas encore de générateurs automatiques de sous-titres pour la langue luxembourgeoise étant donné, entre autres, que le luxembourgeois est encore davantage une langue parlée qu'une langue écrite. De plus, beaucoup de personnes parlant le luxembourgeois

ainsi que les personnes en situation de handicap intellectuel ou auditif éprouvent des difficultés à écrire et à lire en luxembourgeois. Il est donc particulièrement difficile pour les prestataires de décider de la langue des sous-titres et de l'audiodescription. Cette dernière est une forme de narration utilisée pour fournir des informations sur les éléments visuels clés d'une œuvre médiatique à l'intention des consommateurs aveugles et malvoyants. Quant à la question de la langue des signes à utiliser, la loi de 1984 sur le régime des langues a été modifiée en septembre 2018 et la langue des signes allemande a été reconnue comme la langue des signes de la communauté sourde au Luxembourg.

L'indisponibilité des générateurs automatiques de sous-titres et la nécessité de traduire le contenu luxembourgeois en français ou en allemand avant de pouvoir produire des sous-titres et de prévoir une interprétation en langue des signes par un interprète ne parlant pas le luxembourgeois rendent les mesures d'accessibilité les plus courantes souvent très coûteuses. Elles peuvent dès lors souvent être considérées comme une charge financière et de personnel excessive pour les services de télévision locale dans un pays de 643 000 habitants où les parts d'audience sont très faibles.



Les mesures d'accessibilité les plus courantes sont souvent très coûteuses. Elles peuvent dès lors souvent être considérées comme une charge financière et de personnel excessive pour les services de télévision locale dans un pays de 643 000 habitants où les parts d'audience sont très faibles.





La connaissance qu'ont les fournisseurs de services de médias des besoins des personnes handicapées et des différentes mesures susceptibles d'améliorer sensiblement l'accessibilité des services de médias audiovisuels pour les personnes handicapées est souvent très limitée.



Plus généralement, l'évaluation du questionnaire a montré que la connaissance qu'ont les fournisseurs de services de médias des besoins des personnes handicapées et des différentes mesures susceptibles d'améliorer sensiblement l'accessibilité des services de médias audiovisuels pour les personnes handicapées est souvent très limitée.

Cependant, la plupart d'entre eux sont prêts à proposer des solutions au cours des prochaines années. Afin de contribuer au processus visant à garantir que les services de médias peuvent être utilisés et appréciés par le public le plus large possible, l'ALIA prévoit, par le biais de mesures ciblées comme la compilation et la diffusion des meilleures

pratiques, de sensibiliser les fournisseurs aux différents besoins et outils disponibles. De tels outils peuvent être, par exemple, l'audiodescription, l'accessibilité cognitive, l'interprétation en langue des signes, les sous-titres parlés et les sous-titres pour sourds et malentendants.



Afin de contribuer au processus visant à garantir que les services de médias peuvent être utilisés et appréciés par le public le plus large possible, l'ALIA prévoit, par le biais de mesures ciblées comme la compilation et la diffusion des meilleures pratiques, de sensibiliser les fournisseurs aux différents besoins et outils disponibles.



Mesures mises en œuvre

313 des 382 services auxquels l'ALIA a demandé de remplir un questionnaire sur leur accessibilité aux personnes handicapées ont fourni des informations sur les mesures qu'ils ont déjà mises en œuvre et leurs projets futurs pour rendre leurs services accessibles à tous.

Sur les 146 services qui ont mis en œuvre une ou plusieurs mesures :

- ▶ 56 fournissent une interprétation en langue des signes ;
- ▶ 137 fournissent des sous-titres ;
- ▶ 6 fournissent des sous-titres pour malentendants ;
- ▶ 128 fournissent une description audio ;

- ▶ 3 fournissent d'autres mesures, comme par exemple le sous-titrage codé.

En ce qui concerne les différents types de programmes pour lesquels des mesures d'accessibilité ont été mises en œuvre, l'ALIA a pu recueillir des données auprès de 94 services.



Les principaux types de programmes dans lesquels des mesures d'accessibilité ont été mises en œuvre sont les suivants :

- ▶ programmes d'information quotidiens ;
- ▶ annonces importantes, annonces publiques (pour Covid-19) ;
- ▶ points de presse ;
- ▶ débats électoraux ;
- ▶ programmes communautaires (éducatifs et religieux) ;
- ▶ films et séries internationaux et nationaux ;
- ▶ talk-shows et débats ;
- ▶ événements sportifs ;
- ▶ programmes documentaires ;
- ▶ diffusion en direct ;
- ▶ événements.

Au cours de la pandémie et dans le contexte des annonces du gouvernement adressées au grand public, certains prestataires ont pris conscience de l'importance de rendre les services accessibles à tous, y compris aux personnes handicapées.

Différentes initiatives témoignent de la volonté et des efforts des autorités et des médias afin de garantir la pleine accessibilité de l'information. Une interprétation en langue des signes a été assurée, notamment, pour tous les briefings du gouvernement à propos de la Covid-19 sur *BBC News*, et *RTL BELUX* a veillé à fournir une langue des signes pour chaque conférence de presse du Centre de crise et du Conseil national de sécurité. Au Luxembourg, *RTL Télé Lëtzebuerg* fournit la langue des signes dans les annonces du gouvernement et les conférences de presse et 100 % de ses programmes d'information sont sous-titrés. *Hidayat TV*, par exemple, a indiqué qu'elle diffusait 70 % des programmes d'information et des annonces publiques avec des sous-titres. Même si des efforts sont faits pour rendre les informations plus accessibles, le sous-titrage est encore plus couramment utilisé pour les contenus fictionnels, comme les films et les séries. RTL

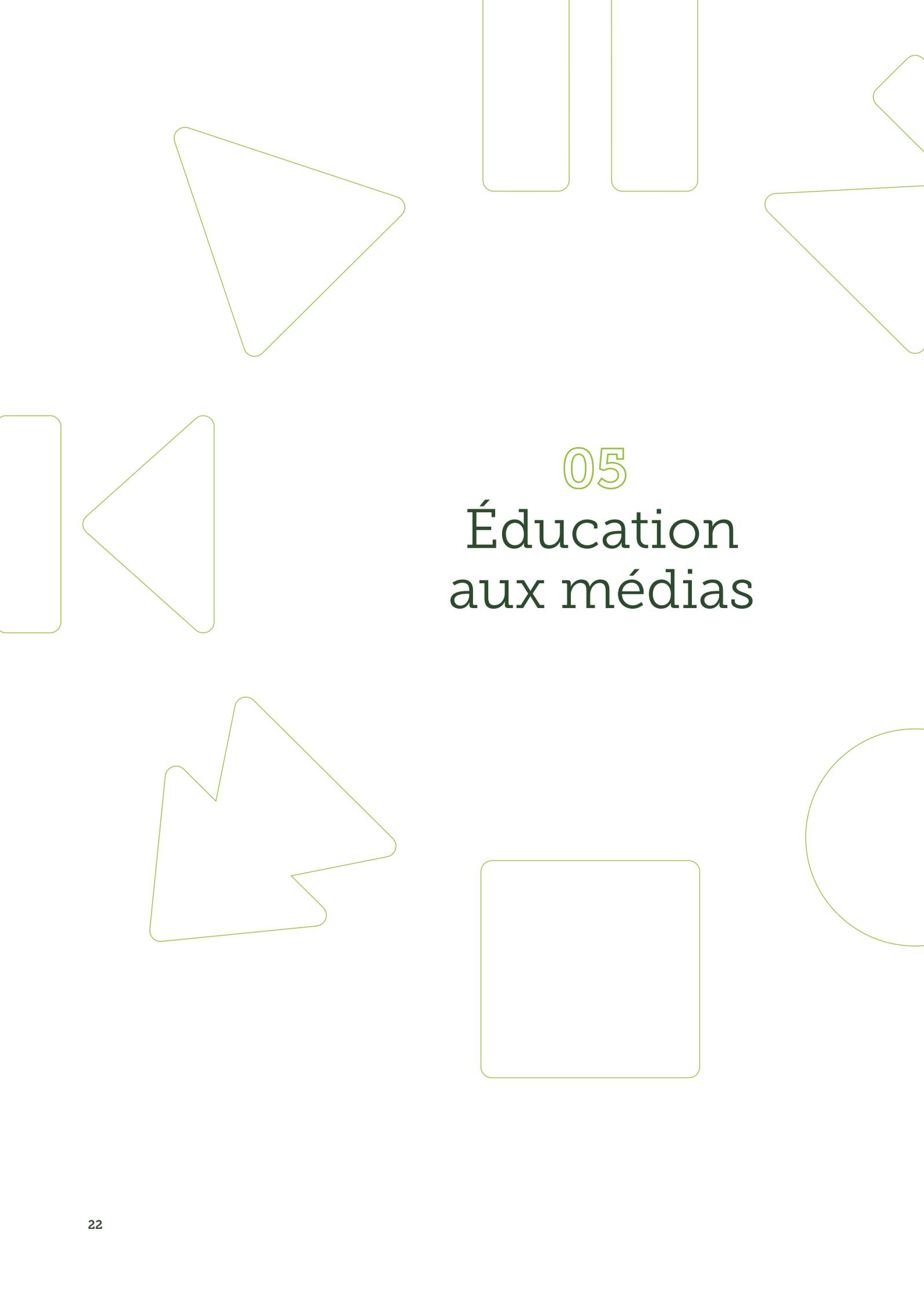
Belux, par exemple, propose des sous-titres français pour environ 5 000 minutes de ses programmes de fiction. *Hidayat TV* propose le sous-titrage de 70 % de ses films et séries. *Talking Pictures TV* diffuse 75 % de ses longs métrages et séries avec des sous-titres et 100 % des émissions de télévision pour enfants sont sous-titrées. *Sky* s'efforce de fournir des sous-titres et une audiodescription pour le plus grand nombre possible de contenus sur chaque chaîne, et ce pour tous les genres de programmes. La couverture de l'audiodescription sur les chaînes de divertissement et de cinéma est d'environ 30 %, et sur les chaînes sportives, la moyenne est d'environ 13,5 %.

Dans l'ensemble, il apparaît que l'audiodescription n'est pas aussi couramment utilisée que les sous-titres et que la sensibilisation à la nécessité d'une description visuelle n'est pas la même que pour les sous-titres .



Au cours de la pandémie et dans le contexte des annonces du gouvernement adressées au grand public, certains prestataires ont pris conscience de l'importance de rendre les services accessibles à tous, y compris aux personnes handicapées.





05
Éducation
aux médias

Éducation aux médias

Contexte légal

La directive « Services de médias audiovisuels » (SMA) révisée introduit pour la première fois des dispositions relatives à l'éducation aux médias et renforce ainsi le rôle de cette dernière à plusieurs niveaux :

- ▶ en obligeant les États membres à promouvoir le développement de compétences liées à l'éducation aux médias et à prendre des mesures à cet effet, ainsi qu'à rapporter périodiquement à la Commission européenne sur ces actions ;
- ▶ en imposant aux plateformes de partage de vidéos (video-sharing platforms, VSP) de prévoir des mesures et des outils d'éducation aux médias efficaces et de sensibiliser les utilisateurs à ces mesures et outils ;
- ▶ en chargeant les autorités de régulation nationales d'évaluer le caractère approprié des mesures prises par les fournisseurs de VSP et de les guider dans leurs efforts pour se conformer aux obligations légales ;

- ▶ en confiant à l'European Regulators Group for Audiovisual Media Services (ERGA) la tâche de faciliter l'échange d'expériences et de bonnes pratiques sur l'application des dispositions légales relatives à l'éducation aux médias.

Régulation des VSP – principes de la mise en œuvre

Si l'Autorité s'est vue confier une mission générale de « *promouvoir le développement de l'éducation aux médias pour les citoyens de tous âges dans tous les secteurs de la société* », elle a également une mission plus spécifique dans le domaine de la régulation des VSP. Les dispositions relatives à l'éducation aux médias qui s'appliquent aux VSP obligent les fournisseurs de telles plateformes à « *prévoir des mesures et des outils efficaces d'éducation aux médias et de sensibiliser les utilisateurs à ces mesures et outils* », et il incombe à l'Autorité d'évaluer le caractère approprié des mesures prises par ces derniers en vertu de l'article 28septies, paragraphe 3.

Bien qu'elles fassent partie des 10 mesures de protection que les fournisseurs de VSP sont tenus de mettre en œuvre pour limiter la présence de contenus préjudiciables téléchargés sur leurs plateformes et diffusés via leurs services, les mesures relatives à l'éducation aux médias se distinguent des autres mesures à deux égards :

- ▶ elles ne sont pas nécessairement de nature technologique ;
- ▶ elles incluent des programmes ou activités d'éducation très diverses, pouvant être réalisés hors ligne et en dehors du service lui-même, ou même par le recours à des plateformes tierces.



Si l'Autorité s'est vue confier une mission générale de « promouvoir le développement de l'éducation aux médias pour les citoyens de tous âges dans tous les secteurs de la société », elle a également une mission plus spécifique dans le domaine de la régulation des VSP.



Il en résulte que les régulateurs dans le domaine de l'éducation aux médias doivent prendre en considération et évaluer l'adéquation d'un large éventail d'activités différentes, menées d'une part hors ligne (p. ex. les activités de formation, la mise à disposition de ressources éducatives, l'organisation de campagnes de sensibilisation ou d'événements de différents types par les plateformes, à elles seules ou en collaboration avec d'autres parties prenantes, l'octroi de fonds pour soutenir des projets d'autres parties prenantes et/ou à des fins de recherche) et proposant d'autre part en ligne des technologies visant à aider et à informer les utilisateurs pour qu'ils puissent faire des choix éclairés, autonomes et responsables et vivre une expérience internet positive et sécurisée.

Il peut s'agir notamment :

- ▶ de systèmes d'étiquetage (« labeling tools ») renvoyant aux évaluations des vérificateurs d'informations indépendants qui ont identifié certains contenus comme étant faux ou trompeurs ;
- ▶ de systèmes de notification ou d'alerte destinés à encourager les utilisateurs, par le biais d'incitations comportementales, à réfléchir à ces contenus avant de les partager ;
- ▶ de pratiques « safe design », par exemple lors de la conception de systèmes de recommandation conduisant les utilisateurs vers des informations fiables provenant d'autorités officielles surtout lorsqu'il s'agit des sujets présentant un intérêt particulier pour le public et la société ou en cas de crise ;

- ▶ d'outils permettant aux utilisateurs de gérer leur bien-être en ligne.

La définition des « mesures et outils » laisse une large marge d'interprétation, ce qui pose un certain nombre de défis aux fournisseurs, qui, en tant qu'entités spécialisées dans les prestations de services de diffusion en ligne et dans les solutions technologiques, n'ont généralement que peu d'expertise et d'expérience dans la mise en œuvre d'initiatives d'éducation aux médias. Cette marge d'interprétation complique également la tâche des autorités nationales de régulation qui doivent trancher au cas par cas en fonction des critères définis par la loi, soit, entre autres, la taille de la plateforme en question, la nature du contenu prédominant sur la plateforme, le préjudice qu'il pourrait causer et les caractéristiques des personnes à protéger.



Les régulateurs dans le domaine de l'éducation aux médias doivent prendre en considération et évaluer l'adéquation d'un large éventail d'activités différentes, menées d'une part hors ligne [...] et proposant d'autre part en ligne des technologies visant à aider et à informer les utilisateurs pour qu'ils puissent faire des choix éclairés, autonomes et responsables et vivre une expérience internet positive et sécurisée.



Face à la double obligation qui s'impose aux fournisseurs, à savoir la mise à disposition de mesures et d'outils d'éducation aux médias efficaces d'une part, et d'autre part, la sensibilisation des utilisateurs à la disponibilité de ces derniers, l'Autorité devra en fait axer son évaluation autour de deux niveaux complémentaires, se référant :

- ▶ aux critères d'accessibilité des mesures et outils proposés concernant, par exemple, leur facilité d'utilisation, leur visibilité sur la plateforme, l'effort du fournisseur pour les rendre disponibles dans différentes langues à travers les États membres dans lesquels ses services sont offerts, ainsi que la facilité de compréhension des informations et des instructions qui y figurent ;
- ▶ au niveau de transparence accordé aux utilisateurs sur les modalités de mise en place de ces mesures et outils ainsi que sur leur utilisation concernant la clarté et l'ampleur des informations fournies, permettant aux utilisateurs

de comprendre comment la plateforme fait respecter ses conditions générales et les directives communautaires et encourageant ainsi cette dernière à une plus grande responsabilité vis-à-vis de ses utilisateurs.

Soucieuse de garantir la bonne application des mesures et critères fixés par la loi et afin d'éviter d'imposer une charge disproportionnée aux VSP, l'Autorité a axé ses efforts, au cours de la première année de régulation des services de VSP, sur l'organisation de réunions de concertation avec les VSP au Luxembourg, l'échange de vues avec ses homologues des autres pays de l'Union européenne dans les groupes de travail prévus à cet effet et l'alignement de ses critères d'évaluation sur les normes internationales.

[ERGA Action Group on Media Literacy](#)

Dans le cadre du premier groupe d'action que l'ERGA a consacré à l'éducation aux médias, l'Autorité a participé à un processus de consultation extensif, qui a débouché

sur le développement d'une boîte à outils («Media Literacy Toolbox for Video-sharing Platforms»), basée sur six principes clés, à savoir la transparence, l'aspect multipartite, l'accent sur l'utilisateur/le citoyen, la portée, l'évaluation et la localisation. Cette boîte à outils est destinée à guider les fournisseurs de VSP et les autorités de régulation dans la mise en œuvre et l'exercice de leurs obligations en matière d'éducation aux médias dans le cadre de la directive SMA. Le rapport final rédigé par le groupe d'action, contient également en annexe une liste des meilleures pratiques en matière d'éducation aux médias des différents États membres, ainsi qu'une explication sur la manière dont ces initiatives respectent les six principes clés. Ces exemples sont destinés à servir de référence aux fournisseurs de VSP et aux autres parties prenantes pour le développement et la mise en œuvre de leurs propres initiatives. Si la boîte à outils élaborée par le groupe d'action constitue une première proposition pour un ensemble uniforme de critères, il s'agit maintenant de la faire connaître aux fournisseurs de VSP.



ERGA Media and Information Literacy Taskforce (EMIL)

La taskforce «EMIL», qui réunit des experts et des praticiens de l'éducation aux médias issus de différents secteurs, a permis aux régulateurs de discuter des dispositions de la directive SMA en matière d'éducation aux médias dans un cadre plus large. Elle a également facilité la tâche de recueillir et de compléter les informations existantes sur les activités des plateformes en ligne dans le domaine de l'éducation aux médias ainsi que les informations sur les approches nationales quant à l'interprétation des dispositions relatives à l'éducation aux médias, et elle a promu l'échange des meilleures pratiques en matière de développement et de mise en œuvre d'activités d'éducation aux médias en général.

Code renforcé de bonnes pratiques contre la désinformation (CoP)

Le Code renforcé de bonnes pratiques contre la désinformation (CoP) offre un cadre d'autorégulation complet et constitue un outil de référence pertinent pour les régulateurs. L'engagement 17 du code, qui oblige les quelques 30 plateformes signataires à promouvoir l'éducation aux médias, revêt une importance particulière. Les évaluations des premiers rapports que les plateformes s'obligent à soumettre tous les six mois sur les mesures mises en œuvre fourniront des informations importantes qui aideront les régulateurs à appliquer les dispositions de la directive SMA.

Premières évaluations des mesures mises en œuvre par les VSP

Le seul fournisseur de VSP ayant actuellement notifié des services au Luxembourg - dix services au total - est un fournisseur proposant exclusivement des contenus à caractère pornographique qui sont susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs. À la demande formelle de l'Autorité, le fournisseur lui a adressé en décembre 2022 un rapport sur la mise en œuvre des mesures prévues à l'article 28septies de la loi sur les médias électroniques.



Rapport des États membres à la Commission relatif aux mesures de promotion et de développement des compétences en matière d'éducation aux médias

Dans le cadre du premier rapport à la Commission européenne relatif aux mesures de promotion et de développement des compétences en matière d'éducation aux médias, qui couvre la période allant de septembre 2020 à octobre 2022, les États membres sont tenus de fournir des renseignements complets sur les mesures prises pour mettre en œuvre les obligations relatives à l'éducation aux médias imposées par la directive SMA, tant dans le secteur audiovisuel qu'au niveau de la politique générale.

Outre les mesures législatives et organisationnelles, les informations portent également sur les fonds publics et autres dispositifs de financement dégagés pour promouvoir l'éducation aux médias, les mesures et méthodes d'évaluation appliquées,

ainsi que tout type d'engagement ou d'action de sensibilisation mené au niveau national, notamment :

- ▶ la présence de l'éducation aux médias dans les programmes des établissements d'enseignement à tous les niveaux (fondamental, secondaire, universitaire ou autre) dans le cadre de l'éducation formelle et de l'apprentissage tout au long de la vie, accordant, entre autres, attention aux offres de formation destinées aux enseignants dans le cadre de leur formation initiale et/ou de leur formation professionnelle continue;
- ▶ toutes activités menées par des acteurs non gouvernementaux;
- ▶ des références aux ressources pertinentes en matière d'éducation aux médias mises à la disposition du public (par exemple des portails web spécialisés).

Afin de garantir l'actualité et l'exhaustivité des informations, l'Autorité et le Service des médias, de la connectivité et de la politique numérique (SMC) ont adressé conjointement une demande d'informations aux ministères de tutelle de toutes les institutions concernées proposant des services éducatifs aux groupes de population relevant de leur compétence ou participant à l'élaboration de stratégies ou de plans d'action nationaux dont l'un des axes stratégiques vise le développement de compétences liées à l'éducation aux médias.

Les informations que l'Autorité recevra lui permettront de fournir des réponses détaillées aux informations demandées dans le cadre du rapport à la Commission ainsi que d'établir une communication entre l'ALIA et toutes les institutions concernées permettant d'apporter une réponse concertée à d'autres demandes de ce type à l'avenir.



Les États membres sont tenus de fournir des renseignements complets sur les mesures prises pour mettre en œuvre les obligations relatives à l'éducation aux médias imposées par la directive SMA, tant dans le secteur audiovisuel qu'au niveau de la politique générale.





Ayant soutenu la création de l'antenne belgo-luxembourgeoise EDMO BELUX, l'ALIA a cherché à établir des échanges réguliers avec le centre, notamment en ce qui concerne les activités menées par celui-ci dans le domaine de l'éducation aux médias.



European Digital Media Observatory (EDMO)

L'Observatoire européen des médias numériques («European Digital Media Observatory», EDMO) qui a débuté ses activités en juin 2020, est un réseau multidisciplinaire rassemblant des vérificateurs de faits, des chercheurs et des experts en éducation aux médias. Il sert désormais de référence pour la mise en œuvre, le suivi et l'évaluation des données et des politiques relatives à la désinformation et à l'éducation aux médias. Avec la mise en place de centres nationaux et régionaux couvrant l'ensemble de l'UE (dits «EDMO local hubs»), EDMO gère un réseau coordonné d'experts dont la mission est de conseiller les autorités publiques, les gouvernements et la Commission européenne, notamment en ce qui concerne le respect du CoP par les plateformes de médias sociaux, mais aussi les États membres dans la mise en œuvre des dispositions relatives à l'éducation aux médias introduites par la directive SMA. Afin qu'elles puissent s'appuyer sur l'expertise d'EDMO, la Commission encourage les autorités de régulation nationales à s'associer à EDMO et à ses antennes nationales et régionales, à les consulter dans l'exercice de leurs fonctions ou, comme le stipulent les lignes directrices concernant la portée des rapports des États membres, à «étudier la possibilité de mettre en place des

moyens de communication structurés avec les antennes nationales de l'Observatoire européen des médias numériques (EDMO)».

Ayant soutenu la création de l'antenne belgo-luxembourgeoise EDMO BELUX, l'ALIA a cherché à établir des échanges réguliers avec le centre, notamment en ce qui concerne les activités menées par celui-ci dans le domaine de l'éducation aux médias. Dans ce contexte, l'Autorité a collaboré avec Média Animation, centre de ressources pour l'éducation aux médias de la Communauté française de Belgique, qui mène également les activités d'éducation aux médias pour le Luxembourg, sur le recueil de ressources pédagogiques relatives à la désinformation, disponibles au Luxembourg. Ce recueil donnera une vue d'ensemble du domaine qui permettra aux responsables de faire une sélection des matériaux les plus pertinents et de les adapter ou de les développer en fonction des réalités des autres communautés.

Afin de renforcer l'échange d'informations, l'Autorité a collaboré avec EDMO dans le cadre de ses efforts de cartographie du paysage de l'éducation aux médias en Europe en contribuant à la création du profil national pour le Luxembourg. Celui-ci contient des informations sur le statut de l'éducation aux médias au Luxembourg, les stratégies nationales visant la

promotion et le développement de compétences liés à l'éducation aux médias, sa présence dans les programmes d'études nationaux, son rôle en dehors de l'éducation formelle, l'aperçu des principaux acteurs dans le domaine ainsi que les activités d'éducation aux médias menées par le centre belgo-luxembourgeois EDMO BELUX.



L'Autorité a collaboré avec EDMO dans le cadre de ses efforts de cartographie du paysage de l'éducation aux médias en Europe en contribuant à la création du profil national pour le Luxembourg.



Journée de l'éducation à la citoyenneté

Dans le cadre de la journée de l'éducation à la citoyenneté, organisée annuellement par le Zentrum fir politesch Bildung (ZpB), l'Autorité s'est associée au centre pour organiser un échange entre les acteurs de l'éducation aux médias sur le thème « L'éducation aux médias contre les fake news ? ». Les participants, dont l'Agence Nationale pour l'Information des Jeunes (ANIJ), BEE SECURE, Graffiti – d'Jugendsendungen um Radio ARA, Klaro - Centre officiel du langage facile au Luxembourg, Erwuessebildung, RESPECT.LU – Centre contre la Radicalisation Luxembourg, RTL/EDMO BELUX, SCRIPT et le Service National de la Jeunesse (SNJ), ont présenté leurs activités dans le domaine et discuté des différentes approches pour aborder le sujet de la désinformation.

« Media & Me – Backstage bei Medienberufen »

Pour la sixième édition du projet médiatique transfrontalier « Media & Me », que l'ALIA a soutenu pendant deux ans en tant que contributeur financier avant d'y participer en tant que partenaire actif, l'Autorité a accueilli en juin 2022 un groupe de 15 jeunes issus de la Grande Région, âgés entre 15 et 26 ans, pour leur faire découvrir les missions d'une autorité nationale de régulation dans l'écosystème médiatique. Après une introduction aux aspects juridiques du travail de l'Autorité, les jeunes ont eu l'occasion d'analyser des exemples de matériel audiovisuel signalés à l'Autorité. Dans le cadre d'ateliers pratiques, ils ont discuté ensemble des griefs soulevés par les plaignants, des infractions potentielles aux règles ou des manquements éventuels du fournisseur, ainsi que des considérations qui auraient pu guider le Conseil d'administration dans sa prise de décision.

Pan European Game Information (PEGI)

Membre depuis 2014, l'Autorité a participé en décembre 2022 à la réunion annuelle du Conseil de Pan European Game Information (PEGI), qui s'est tenue cette fois à Amsterdam. Les discussions ont porté sur des phénomènes actuels dans l'industrie du gaming tels que les achats in-app, les « loot boxes » (objets virtuels, généralement présentés sous forme de coffres), le MetaVerse et les approches des différents pays pour y faire face. Dans le contexte d'un cadre réglementaire plus restrictif avec l'entrée en vigueur du « Digital Services Act » (DSA) et d'autres politiques de grande envergure dans les domaines de la protection des mineurs, de la protection des consommateurs et du droit commercial, PEGI a présenté des ébauches de projets visant à porter modification à son Code de conduite, lesquelles ont été discutées par le Conseil de PEGI.





06

Bilan de
la surveillance et
de la régulation
des services de médias
électroniques

Bilan de la surveillance et de la régulation des services de médias électroniques



Organe de surveillance des programmes, l'Autorité traite les plaintes d'auditeurs et de spectateurs et les dossiers de plaintes soumis par des autorités étrangères relatifs à des services qu'elle surveille. De plus, elle peut s'autosaisir de questions diverses comme la protection des mineurs, la dignité humaine, les communications commerciales ou encore les sondages d'opinion politique.



L'ALIA est en charge de la surveillance de la bonne application des textes réglementaires et législatifs, aussi bien nationaux qu'euro-péens, par les fournisseurs de services de médias audiovisuels (SMA), pour autant que le contenu de leurs programmes soit concerné.

Organe de surveillance des programmes, l'Autorité traite les plaintes d'auditeurs et de spectateurs et les dossiers de plaintes soumis par des autorités étrangères relatifs à des services qu'elle surveille. De plus, elle peut s'autosaisir de questions diverses comme la protection des mineurs, la dignité

humaine, les communications commerciales ou encore les sondages d'opinion politique. En matière de surveillance, elle intervient toujours *a posteriori*. Sa tâche dans ce domaine vise les services linéaires (télévision classique), les services non linéaires (vidéo à la demande, VOD), les radios nationales, régionales et locales, la classification des œuvres cinématographiques et les plateformes de partage de vidéos (video-sharing platforms, VSP), ces dernières uniquement en ce qui concerne l'appréciation du caractère approprié des mesures prises par les VSP en vertu de l'article 28septies, paragraphe 3.

Les mesures ont, entre autres, pour objet de protéger les mineurs des programmes et vidéos se trouvant sur les VSP.

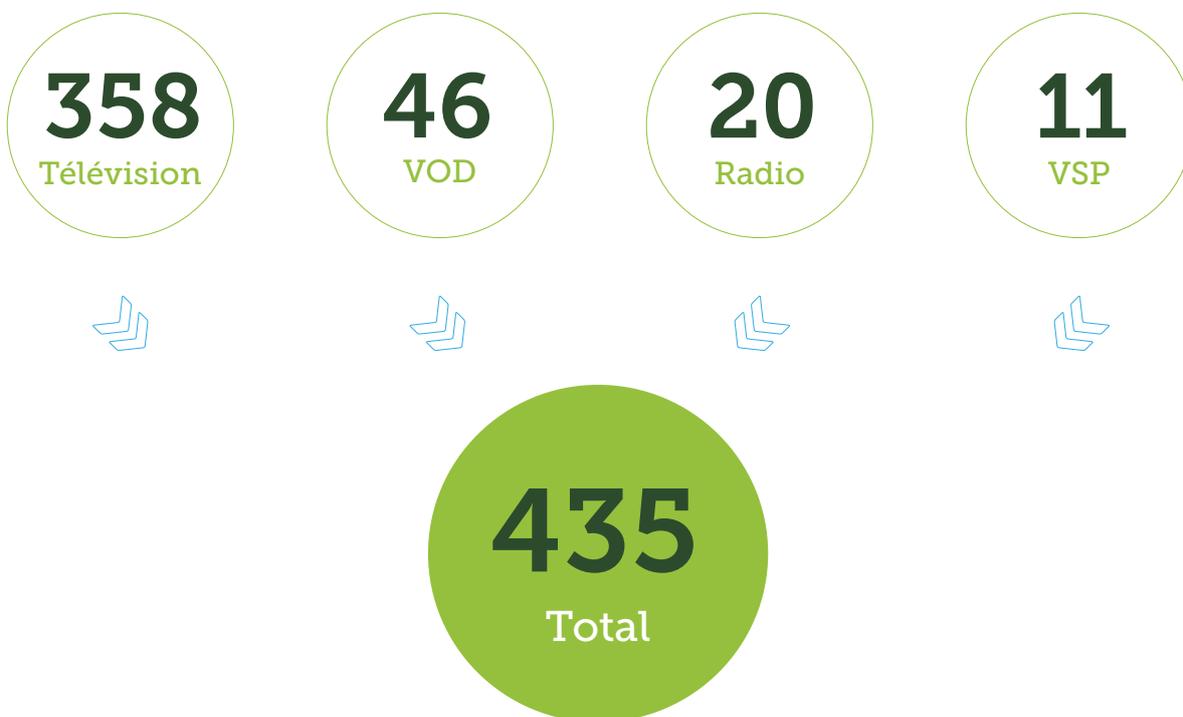
En tant que régulateur des SMA, l'ALIA prend également des décisions et rend des avis sur toute question ou projet de loi en lien avec ses missions. L'Autorité se prononce notamment sur les demandes d'octroi et de renouvellement des concessions et des permissions des services de radiodiffusion, ou bien encore sur les demandes de modification des cahiers des charges dont sont assorties les concessions et permissions.



En tant que régulateur des SMA, l'ALIA prend également des décisions et rend des avis sur toute question ou projet de loi en lien avec ses missions.



Nombre de services de médias audiovisuels, Radio et VSP



» 61 nouvelles notifications / concessions

» 26 arrêts de diffusion





La thématique de la protection des mineurs est une préoccupation majeure de l'Autorité. Ainsi, l'ALIA a été saisie de plusieurs plaintes à la suite de la diffusion d'éléments de programmes que les plaignants considéraient comme n'étant pas appropriés pour le jeune public.



Surveillance des programmes

Au cours de l'année 2022, l'Autorité a rendu 6 décisions dans le cadre de sa mission de surveillance de programmes.

Protection des mineurs

La thématique de la protection des mineurs est une préoccupation majeure de l'Autorité. Ainsi, l'ALIA a été saisie de plusieurs plaintes à la suite de la diffusion d'éléments de programmes que les plaignants considéraient comme n'étant pas appropriés pour le jeune public.

Classement du contenu dans les différentes catégories de classification d'âge pour les fournisseurs

Dans une décision à l'encontre du service de télévision *.dok den oppene Kanal*, l'Autorité s'est prononcée quant à la classification d'âge d'un vidéo-clip musical diffusé par le fournisseur. Une personne privée a introduit une plainte auprès de l'ALIA en alléguant que le service de télévision aurait violé la réglementation relative à la protection des mineurs en diffusant le clip musical à une heure matinale.

Dans le cadre de l'instruction, le directeur a sollicité l'avis de l'As-

semblée consultative qui, à côté du Conseil d'administration et de l'Assemblée consultative, est l'un des trois organes de l'ALIA. Elle doit être consultée dans le cadre de toute plainte ou autosaisine touchant au domaine de la protection des mineurs. Cette dernière a retenu qu'un clip de cette nature devrait être accompagné d'une signalétique adéquate. Au vu des paroles vulgaires, voire agressives, et des images violentes, le directeur a estimé que le programme aurait dû être classé dans la catégorie d'âge III (déconseillé aux moins de 12 ans) et non pas dans la catégorie I (tous publics). Le Conseil d'administration de l'Autorité a en partie suivi les conclusions de l'instruction et a ainsi retenu que le contenu du clip n'est pas approprié à une diffusion « tous publics » et qu'il est à déconseiller aux mineurs de moins de 10 ans. Le Conseil a décidé d'imposer une sanction pécuniaire de 500.- euros à la s.a. *.dok* (décision n°8/2022).

Communications commerciales

Atteinte manifeste, sérieuse et grave aux bonnes mœurs

L'autorité serbe de régulation des médias a transmis un dossier de plainte à l'ALIA relatif à la diffusion d'un spot publicitaire pour le service de paris sportifs en ligne *BetOle*. Le spot publicitaire en cause mettait en scène un acteur portant successive-

ment un uniforme SS et un casque militaire de l'organisation d'idéologie national-socialiste.

Dans le cadre de l'instruction, le directeur de l'ALIA a retenu qu'en diffusant le spot publicitaire en cause, le fournisseur a manifestement manqué à l'obligation de se conformer « aux bonnes mœurs ». L'Assemblée consultative a quant à elle conclu qu'il ne s'agissait pas d'un véritable acte d'incitation à la haine, mais elle a recommandé d'avertir le fournisseur quant à l'emploi d'insignes interdits et a rappelé l'importance du respect des droits fondamentaux et des droits humains.

Dans la même ligne que le directeur, le Conseil d'administration de l'ALIA a retenu que le fournisseur a manifestement ignoré de manière grave et sérieuse son obligation de se conformer aux bonnes mœurs inscrite dans le cahier des charges du service *SportKlub 1*. Le Conseil a noté dans sa décision qu'« une dédramatisation de l'idéologie nazie par la mise en scène de plaisanteries sur un sujet aussi grave témoigne, aux yeux du Conseil, d'un manque de sensibilité hautement répréhensible dans le chef de son auteur ». Dès lors, le Conseil a décidé de prononcer à l'encontre du fournisseur une amende de 1 500.- euros (décision n°4/2022).



Parrainage non signalé

Dans une affaire contre le fournisseur .dok, l'Autorité a été saisie d'une plainte alléguant qu'une émission parrainée «Automotoshow – by Carlo Miller» n'a pas été signalée comme telle. Au cours d'un entretien avec l'ALIA, le fournisseur en cause a déclaré, pièces à l'appui, que la voiture présentée dans l'émission a été mise à disposition pour l'émission test et que cette dernière a été récupérée et redéposée par la suite auprès du concessionnaire. Il a également précisé qu'il n'existait aucun lien économique, ni contractuel ou de partenariat reliant les parties en question. Sur base de ces éléments, le Conseil a constaté qu'il n'y avait ni parrainage ni autre forme de communication commerciale qui n'aurait pas été signalée de manière appropriée (décision n°1/2022).

Communications commerciales clandestines

L'Autorité a procédé à une autosaisine à l'encontre de *Post Telecom S.A.*, fournisseur du service *Théid & Co* disponible sur la plateforme VOD de Post TV. Dans un des épisodes de l'émission en cause, l'acteur se sert d'une bouteille de bière de la marque «Corona», afin de faire une comparaison avec le vaccin contre le virus COVID-19. Par ailleurs, dans d'autres épisodes, la marque et le logo «Post» sont omniprésents. Le

directeur de l'ALIA était d'avis que le fournisseur avait enfreint les règles en vigueur en matière de communications commerciales, dans la mesure où l'apparition de la bouteille de bière était démesurée et l'apparition du logo et de la marque «Post» était, quant à elle, non seulement démesurée, mais également répétitive.

Concernant la présentation visuelle de la marque «Corona», le Conseil d'administration a décidé que le fournisseur n'avait pas enfreint les règles en vigueur en matière de communications commerciales dans la mesure où, d'une part, l'objectif de l'apparition n'était pas d'inciter à l'achat du produit et, d'autre part, l'apparition de la marque ne lui semblait pas disproportionnée.

Concernant la présentation visuelle de la marque «Post», le Conseil a retenu la qualification d'autopromotion au sens de l'article 2, paragraphes 2 et 12, de la loi sur les médias électroniques. En ce qui concerne le caractère clandestin des communications commerciales en cause, le Conseil a estimé que l'intention publicitaire dans le chef du fournisseur était avérée puisque la présence de la marque était répétitive, démesurée et revêtait un caractère promotionnel. Les messages publicitaires n'étaient toutefois pas identifiés comme tels; partant le Conseil a décidé que le fournisseur avait enfreint de ma-

nière manifeste, grave et sérieuse les règles en vigueur en matière de communications commerciales clandestines et a prononcé un blâme à l'encontre du fournisseur (décision n°7/2022).

Autres sujets

Application de la loi du for – contenus pré-électorales

Dans une décision du 25 avril 2022, l'Autorité s'est prononcée sur des «contenus pré-électorales» retransmis par le fournisseur du service Nova S. Le régulateur serbe a soumis au Conseil d'administration un dossier de plainte alléguant que le contenu diffusé était incompatible avec la réglementation serbe relative au respect du silence pré-électoral.

Le Conseil a noté que dans la mesure où le service Nova S relève de la compétence de l'ALIA, ce sont les règles luxembourgeoises qui sont applicables à la diffusion des programmes en question. Il s'est avéré que la question soulevée par le régulateur serbe ne fait l'objet d'aucune règle que le fournisseur puisse être amené à appliquer conformément au droit luxembourgeois. La plainte était donc inadmissible et l'affaire a été classée (décision n°6/2022).



Principe de non-discrimination

L'Autorité a procédé à une autosaisine à l'encontre de *Post Telecom S.A.*, fournisseur du service *Théid & Co*, disponible sur la plateforme VOD de *Post TV*. Dans son instruction, le directeur note que le personnage «Schlappeking» présentait un vice de prononciation, appelé zézaïement, qui ridiculiserait les personnes avec un défaut d'élocution. Un deuxième personnage appelé «Pöjemöpp» était quant à lui présenté comme une personne homosexuelle ayant des traits très efféminés. Dans cette affaire, le directeur a estimé que le fournisseur avait enfreint les règles en vigueur en matière de non-discrimination.

Le Conseil d'administration a conclu qu'il n'était, en fin de compte, pas compétent pour connaître le grief tiré d'une prétendue violation du principe de non-discrimination, dans la mesure où le principe de la non-discrimination mentionné à l'article 1^{er} de la loi sur les médias électroniques n'est pas visé par le paragraphe 3 de l'article 35sexies de ladite loi qui énumère les dispositions de la loi sur base desquelles l'Autorité peut prononcer une sanction disciplinaire (décision n°7/2022).

Le principe du respect de la dignité humaine et l'interdiction de l'incitation à la haine

L'autorité serbe de régulation des médias a saisi l'ALIA d'un dossier de plainte portant sur l'émission «Good, bad, evil», une émission à contenu humoristique/satirique sous forme de discussion ouverte entre les invités, diffusée par le fournisseur de service *NOVA S*. Le régulateur serbe a allégué que l'élément de programme contenait des propos haineux à l'encontre du président serbe et d'autres politiciens serbes de haut rang.

L'Assemblée consultative de l'ALIA a estimé que les propos tenus lors de l'émission ne sauraient pas être qualifiés d'incitation à la haine, de discriminatoires ou comme portant atteinte à la dignité des hommes et femmes politiques en question. Le directeur a noté que «(...) les propos véhiculés par les présentateurs sont peu flatteurs et non dénués de jugements personnels, (...)», mais il a ajouté que «les politiciens seraient soumis à un degré de tolérance élevé en ce qui concerne des critiques ouvertes». Il a donc conclu qu'aucune des dispositions relatives

à l'interdiction d'incitation à la haine ou au respect de la dignité humaine n'avait été enfreinte.

Le Conseil d'administration a quant à lui exhorté le fournisseur à éviter la diffusion d'expressions «*gravement et gratuitement offensantes*». Il a toutefois décidé de classer l'affaire dans la mesure où l'élément de programme incriminé ne permettait pas de retenir une méconnaissance caractérisée de la dignité humaine ou de l'interdiction d'inciter à la haine (décision n°11/2022).



Missions de régulation

Décisions

Cahiers des charges

Outre le contrôle du respect des cahiers des charges par les fournisseurs qui disposent d'une concession ou d'une permission luxembourgeoise, l'ALIA doit être informée au préalable de toute modification des données au vu desquelles la permission d'un service de radio locale ou à réseau d'émission a été délivrée. Une telle modification des données ne peut prendre d'effet relativement à la permission sans l'accord préalable et exprès de l'Autorité.

Non-respect du cahier des charges

Le Conseil d'administration de l'ALIA a procédé à une autosaisine à l'encontre de la société anonyme *Radiolux*, fournisseur du service L'Essentiel Radio, dans le cadre d'une potentielle violation du cahier des charges de la radio.

En l'espèce, l'Autorité avait été avertie que des cessions d'actions entre les actionnaires de la société anonyme auraient eu lieu au début de l'année 2022. Il est apparu qu'en cours de procédure, il y a également eu des changements chez Radiolux tant au niveau de la composition du conseil d'administration qu'au niveau des personnes en charge

de la gestion journalière. Ces changements n'avaient toutefois pas fait l'objet d'une demande d'autorisation préalable auprès de l'Autorité, alors que l'article 18 du cahier des charges dispose clairement que *«[t]oute modification des données au vu desquelles la permission a été délivrée, notamment en ce qui concerne la composition des organes de direction et de gestion, la répartition des parts de la société bénéficiaire [...] ne peut avoir d'effet relativement à la permission sans l'accord préalable et exprès de l'Autorité»*. En conséquence de la violation manifeste, grave et sérieuse d'une disposition du cahier des charges de *L'Essentiel Radio*, le Conseil a décidé de prononcer une amende de 1 000.- euros à l'encontre de la s.a. *Radiolux* (décision n°16/2022).

Modification de cahiers des charges

L'Autorité a décidé de faire droit à huit demandes de modification du cahier des charges.

Les demandes ont été présentées par la *Société Européenne de Communication Sociale* s.à. r.l., l' a.s.b.l. *Association pour la création et l'exploitation d'émissions radiophonique par antenne et par câbles*, l'a.s.b.l. *Country Radio Gilsdorf*, l'a.s.b.l. *Centre d'accueil universel*, l'a.s.b.l. *Radio locale Réiserbann-Beetebuerg* ainsi que la S.A. *Radiolux*.

Il s'agissait de modifications au niveau du siège social, des organes sociaux, de la dénomination, de la grille des programmes, du commissaire aux comptes, du temps d'antenne, de la composition du conseil d'administration et de la gestion journalière des différentes sociétés et associations en question.



L'ALIA doit être informée au préalable de toute modification des données au vu desquelles la permission d'un service de radio locale ou à réseau d'émission a été délivrée.



Défaut de paiement de la taxe annuelle forfaitaire de surveillance

En novembre 2021, le Conseil d'administration de l'Autorité a décidé de charger le directeur de l'ouverture d'une instruction à l'encontre du service A1 TV pour défaut de paiement de la taxe annuelle forfaitaire de surveillance. Conformément à l'article 1^{er} du règlement grand-ducal modifié du 2 février 2015 fixant le montant et les modalités de paiement des taxes à percevoir par l'ALIA en matière de surveillance, «[t]out fournisseur de service de média audiovisuel établi au Luxembourg dont le service est soumis à la surveillance de l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel, [...] est assujéti au paiement d'une taxe annuelle forfaitaire à hauteur du montant de 2.000.- [...] euros». Ladite taxe est due pour chaque service notifié conformément à la loi sur les médias électroniques. La notification du service A1 TV a effectivement été effectuée au Service des Médias et des Communications (SMC) en date du 21 avril 2021 par *Future Media Network Ltd.*

Après de nombreuses mises en garde et sachant que le défaut de paiement de la taxe de surveillance constitue une violation passible de sanctions, le Conseil a conclu qu'«en diffusant le programme A1 TV sans avoir procédé au paiement

de la taxe de surveillance due pour l'année 2021, le fournisseur de service a enfreint de manière manifeste, grave et sérieuse les dispositions» de la loi sur les médias électroniques. Partant, la société *Future Media Network Ltd* a été condamnée au paiement d'une amende de 1.500.- euros (décision n°02/2022).

Absence de notification d'un service de médias audiovisuels à la demande

L'Autorité a constaté que *BasTV* diffusait des contenus audiovisuels via le site internet *bastv.lu*. C'est dans ce contexte que le directeur a adressé un courrier au responsable éditorial l'informant que le service proposé remplissait les conditions pour être qualifié de service de médias audiovisuels à la demande au sens de la loi sur les médias électroniques. Au cours d'une entrevue, le directeur a rappelé au responsable éditorial que le service en cause était soumis à une obligation de notification conformément à la loi sur les médias électroniques.

Quelques mois après l'entrevue, le service n'avait toujours pas fait l'objet d'une notification. Le Conseil a conclu à la violation manifeste, grave et sérieuse des dispositions de la loi sur les médias électroniques et il a prononcé un blâme à l'encontre du fournisseur du service (décision n°005/2022).

Avis consultatifs

En 2022, l'Autorité a rendu 53 avis consultatifs sur des sujets divers. La plupart des avis rendus concernaient des demandes d'octroi et de renouvellement de concessions ou de permissions pour les services de médias audiovisuels. L'Autorité peut donner son avis pour toute autre question liée à la régulation des services de médias audiovisuels si elle le juge nécessaire.

« La plupart des avis rendus concernaient des demandes d'octroi et de renouvellement de concessions ou de permissions pour les services de médias audiovisuels. L'Autorité peut donner son avis pour toute autre question liée à la régulation des services de médias audiovisuels si elle le juge nécessaire. »



Projet de modification du règlement grand-ducal modifié du 2 février 2015 fixant le montant et les modalités de paiement des taxes à percevoir par l'ALIA

Dans son avis, l'Autorité a rendu les rédacteurs du projet attentifs au fait que la nouvelle formulation de l'article 1^{er} a pour effet d'exonérer du paiement de la taxe tous les fournisseurs de service établis en dehors du Luxembourg. Ce faisant, le projet de règlement grand-ducal s'éloigne du texte de la loi qui fixe le périmètre de compétence de l'Autorité aux services de médias audiovisuels ou sonores qui relèvent de la compétence des autorités luxembourgeoises en application de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques et qui ne fait aucune référence à la nécessité pour les SMA d'être établis au Luxembourg.

Par ailleurs, dans son avis, l'Autorité a salué l'extension de l'obligation du paiement de la taxe aux services de VSP et avisé favorablement le projet de règlement grand-ducal en ce qu'il propose d'exempter du paiement de la taxe tous les fournisseurs offrant des services non commerciaux, et notamment les personnes physiques ou entités

n'œuvrant pas à titre commercial ou encore celles assurant une diffusion à titre exceptionnel ou occasionnel.

Projet de loi n°7749 portant organisation de l'établissement public « média de service public 100,7 » et portant modification de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques

Dans la lignée de son avis n°01/2021, l'Autorité souligne l'importance d'une délimitation claire et précise des missions des différents acteurs (conseil d'administration et directeur général). En l'espèce, l'Autorité craint «une ingérence injustifiée du conseil d'administration dans l'activité journalière de la radio», si l'on acceptait une lecture extensive du projet suggérant que le conseil d'administration a le pouvoir de décider du détail de la grille des programmes.

Selon l'ALIA, la portée de l'approbation par le conseil d'administration devrait se limiter à une orientation générale ou stratégique des programmes, cela permettrait d'accorder à la direction et à la rédaction en chef une certaine marge dans leur tâches respectives (décision n°03/2022).

Déploiement du DAB+ au Luxembourg

Le déploiement du DAB+ reste un sujet d'actualité au Luxembourg sur lequel l'ALIA a été appelée à donner son avis. L'ALIA exprime ses doutes quant à la diversification de l'offre mise en valeur par le projet de règlement grand-ducal et réitère les éléments déjà développés dans son avis n°07/2021 en notant qu'elle préconise une politique du «tout ou rien».

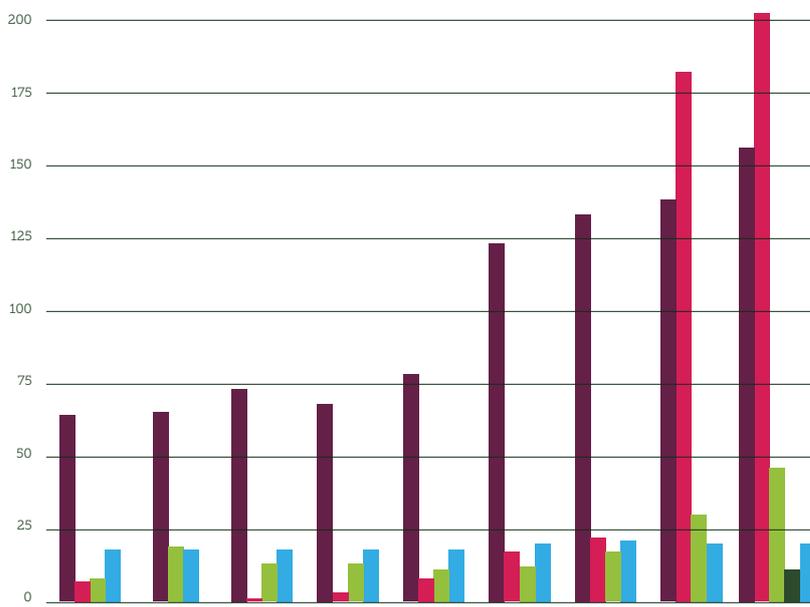
En ce sens, l'ALIA souhaite que les ressources disponibles soient entièrement exploitées «à travers la mise en service des deux multiplexes qui sont disponibles ou bien sauter le pas du DAB+ pour entamer aussitôt que possible une étude sur le déploiement du 5G». L'Autorité craint que la mise en service d'un seul multiplex entraîne la conséquence que seule une partie des offres radios existantes pourra être présente sur DAB+ au détriment des radios locales. Elle ajoute encore que «l'ordre de priorité fixé dans la loi susvisée ne saura garantir un traitement équitable de tous les services potentiellement en lice», mettant ainsi en péril la pluralité des médias (avis n°05/2022).

Vous pouvez consulter l'intégralité des avis et décisions rendus par l'ALIA, sur le site internet

www.alia.lu



Évolution du nombre des services surveillés par l'ALIA depuis 2014



	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Services de télévision luxembourgeois	64	65	73	68	78	123	133	138	156
Services relevant de la compétence du Luxembourg par l'utilisation d'une liaison montante luxembourgeoise ou d'un satellite luxembourgeois*	7	0	1	3	8	17	22	182	202
Services de médias audiovisuels à la demande	8	19	13	13	11	12	17	30	46
Service de plateformes de partage de vidéos (VSP)**	0	0	0	0	0	0	0	0	11
Services de radio	18	18	18	18	18	20	21	20	20

La forte augmentation du nombre de services relevant de la compétence du Luxembourg est due au retrait du Royaume-Uni de l'Union européenne. La sortie du Royaume-Uni de l'Espace économique européen a eu pour conséquence de rendre le Grand-Duché de Luxembourg compétent pour tous les fournisseurs de services de médias audiovisuels utilisant une liaison montante luxembourgeoise ou un satellite luxembourgeois, qui étaient alors

établis au Royaume-Uni. En effet, conformément à l'article 23quater de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques, les services de médias audiovisuels transmis par un fournisseur qui n'est pas établi dans un Etat membre de l'Espace économique européen, mais qui utilise une liaison montante luxembourgeoise, est réputé relever de la compétence du Grand-Duché de Luxembourg.

L'augmentation du nombre de fournisseurs de VSP s'explique par l'adoption de la directive (UE) 2018/1808. Cette dernière a modifié et actualisé la directive sur les services de médias audiovisuels en étendant certaines règles aux plateformes de partage de vidéos. La loi du 26 février 2021 portant modification de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques et transposant la directive (UE) 2018/1808 est entrée en vigueur le 12 mars 2021.



Statistiques

Décisions rendues



Détails des décisions

	Décisions rendues à la suite d'une plainte ou plusieurs plaintes	Décisions rendues à la suite d'une auto-saisine de l'Autorité	Décisions rendues à la suite d'une demande	Décisions rendues à la suite d'un recours gracieux
Surveillance	5	1	/	/
Régulation	/	3	8	/

Avis consultatifs rendus



Détails des plaintes¹

Thématiques des plaintes	Plaintes reçues en 2022	Plaintes traitées en 2022	Décisions basées sur des plaintes reportées à 2022
Communications commerciales	1	2	2
Incitation à la haine	1	2	2
Protection des mineurs	2	1	/
Dignité humaine	/	1	1
Autre	1	1	/

¹ La différence entre les plaintes traitées et les plaintes reçues s'explique par le fait que la plupart des dossiers traités par l'ALIA en 2022 ont concerné des plaintes reçues en 2021 ou au cours des années précédentes. Il est à noter qu'une seule décision peut traiter plusieurs plaintes. Il est également à noter qu'une seule plainte peut concerner plusieurs thématiques.



Assemblée consultative

Lors de l'instruction d'une plainte ou autosaisine touchant aux domaines de la protection des mineurs ainsi qu'à l'incitation à la haine fondée sur la race, le sexe, l'opinion, la religion ou la nationalité, l'Assemblée

consultative doit être consultée aussi bien pour des services de radio et de télévision que pour les représentations cinématographiques. Sur décision du Conseil d'administration de l'Autorité, l'Assemblée peut également être consultée dans le cadre de ses autres attributions.

Au cours de l'année 2022, l'organe consultatif a compté 7 réunions plénières, lors desquelles ont été délibérés 3 avis touchant au domaine de la protection des mineurs et de l'incitation à la violence ou à la haine fondée sur la race, le sexe, l'opinion, la religion ou la nationalité.

Sanctions prononcées en 2022



» 2

Blâmes

» /

Blâme avec lecture obligatoire d'un communiqué à l'antenne

» 4

Amendes



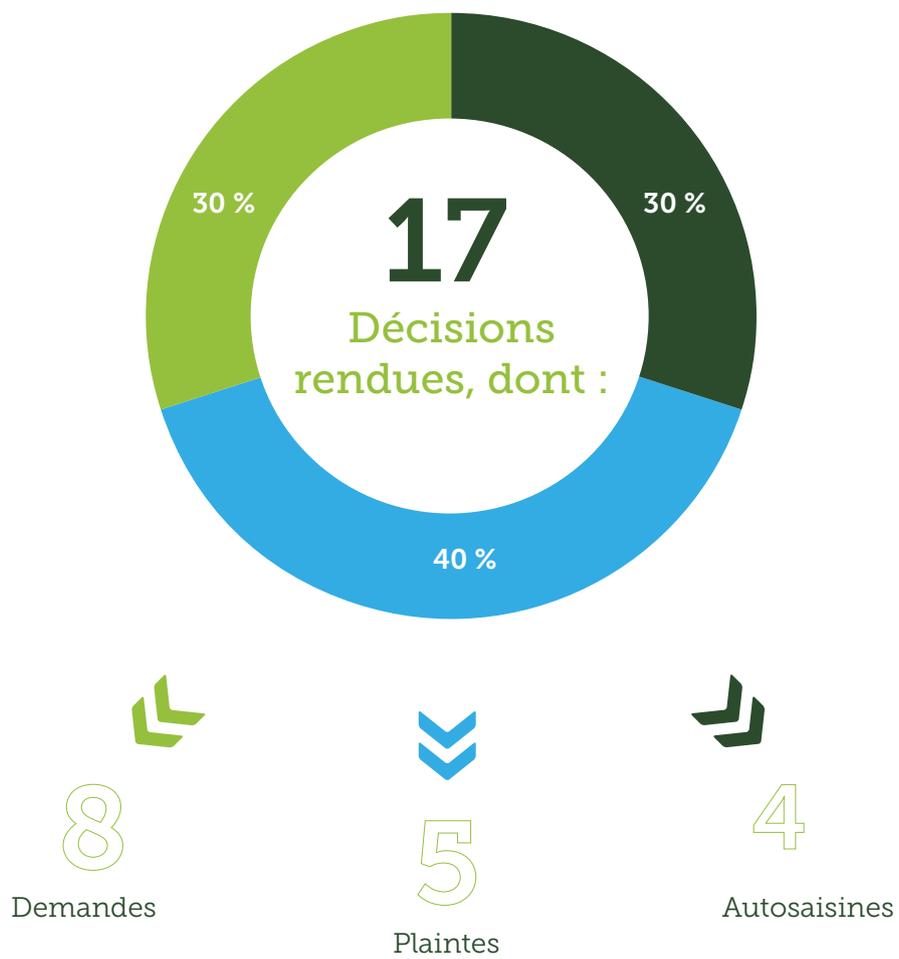
Récapitulatif de l'année 2022

1. Décisions

1	10/01/2022	Automotoshow – by Carlo Miller	.dok	<i>Plainte 2020</i>	Communications commerciales	TV	Surveillance
2	24/01/2022	Future Media Networks Ltd	A1 TV	<i>Autosaisine 2021</i>	Divers (paiement taxe)	TV	Régulation
3	28/02/2022	Radio Latina		<i>Demande 2022</i>	Cahiers des charges	Radio	Régulation
4	14/03/2022	BetOle	SportKlub 1 (version serbe)	<i>Plainte 2021</i>	Communications commerciales Incitation à la haine Discrimination	TV	Surveillance
5	14/03/2022	BasTV	BasTV	<i>Autosaisine 2021</i>	Divers (pas de notification)	VOD	Régulation
6	25/04/2022	Inter nos	Nova S	<i>Plainte 2022</i>	Divers (contenus pré-électoraux)	TV	Surveillance
7	16/05/2022	Théid&co	VOD POST TV	<i>Autosaisine 2021</i>	Communications commerciales	VOD	Surveillance
8	11/07/2022	40 Gvang Secteur BR2 ft. Ljay (émission « Tonrausch local music videos »)	.dok	<i>Plainte 2022</i>	Protection des mineurs	TV	Surveillance
9	19/09/2022	Radio Lora		<i>Demande 2022</i>	Cahiers des charges	Radio	Régulation
10	10/10/2022	Country Radio Gilsdorf		<i>Demande 2022</i>	Cahiers des charges	Radio	Régulation
11	24/10/2022	Good, bad, evil	Nova S	<i>Plainte 2022</i>	Dignité humaine Incitation à la haine	TV	Surveillance
12	14/11/2022	Radio Latina		<i>Demande 2022</i>	Cahiers des charges	Radio	Régulation
13	30/11/2022	Radio Latina		<i>Demande 2022</i>	Cahiers des charges	Radio	Régulation
14	30/11/2022	Radio Positiva		<i>Demande 2022</i>	Cahiers des charges	Radio	Régulation
15	12/12/2022	Radio LRB		<i>Demande 2022</i>	Cahiers des charges	Radio	Régulation
16	12/12/2022	L'Essentiel Radio		<i>Autosaisine 2022</i>	Divers (modification actionnariat)	Radio	Régulation
17	12/12/2022	L'Essentiel Radio		<i>Demande 2022</i>	Cahiers des charges	Radio	Régulation



2. Statistiques (en date du 20/10/2022) :



3. Avis

1	21/02/2022	Projet de règlement grand-ducal modifiant le règlement grand-ducal modifié du 2 février 2015 fixant le montant et les modalités de paiement des taxes à percevoir par l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel en matière de surveillance des services de médias audiovisuels et sonores
2	25/04/2022	Demande de la s.à r.l. Canal+ Luxembourg visant l'octroi de quatre concessions pour des services de télévision luxembourgeois par satellite
3	16/05/2022	Projet de loi n°7749 portant organisation de l'établissement public « média de service public 100,7 » et portant modification de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques
4	27/06/2022	Transfert de douze concessions à la société RTL Nederland Media Services S.A. & Cie S.C.S. pour la poursuite de la radiodiffusion de services luxembourgeois
5	27/06/2022	Projet de règlement grand-ducal 1. déterminant les modalités de détermination de l'opérateur du réseau et les modalités d'octroi de l'autorisation d'émettre en multiplex numérique; 2. déterminant les modalités d'attribution des permissions pour les services de radio sonore diffusés en multiplex numérique ainsi que les règles générales gouvernant ces permissions et les cahiers des charges qui leur sont assortis; et 3. portant modification du règlement grand-ducal modifié du 28 juillet 2014 établissant la liste des fréquences de radiodiffusion luxembourgeoise visée à l'article 4 de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques
6	27/06/2022	Demande de la s.à r.l. Canal+ Luxembourg visant l'octroi de quatre concessions pour des services de télévision luxembourgeois par satellite
7	11/07/2022	Transfert de douze concessions à la société RTL Nederland Media Services S.A. & Cie S.C.S. pour la poursuite de la radiodiffusion de services luxembourgeois
8	11/07/2022	Demandes d'avis portant 1° sur 4 concessions à accorder à Canal+ Luxembourg s.à r.l. pour « Canal+ Sport » et 2° sur 4 concessions à accorder à Canal+ Luxembourg s.à r.l. pour « Canal+ Action »
9	11/07/2022	Demande de la s.à r.l. Network4 Media Group visant l'octroi d'une concession pour le service de télévision luxembourgeois par satellite « Match4 »
10	10/10/2022	Demande de la s.à r.l. Canal + Luxembourg visant l'octroi d'une concession pour les services de télévision luxembourgeois par satellite « Canal+ Sport 2 »



3. Avis

11	24/10/2022	Demande de l'administration communale de Diekirch visant l'octroi d'une concession pour le service de télévision luxembourgeois « Diekirch Infokanal »
12	24/10/2022	Demande de la s.à r.l. MCS Group visant l'octroi d'une concession pour le service de télévision luxembourgeois par satellite « MCS Extrême »
13	24/10/2022	Demande de la s.à r.l. Network4 Media Group visant l'octroi d'une concession pour le service de télévision luxembourgeois « Max4 »
14	24/10/2022	Renouvellement de la concession pour le service luxembourgeois par satellite « Altice Studio » de la s.a. Altice Entertainment News & Sport
15	24/10/2022	Renouvellement de la concession pour le service luxembourgeois par satellite « Skylink 7 » (version tchèque et slovaque) de la s.à r.l. Canal+ Luxembourg
16	24/10/2022	Renouvellement de la concession pour le service luxembourgeois par satellite « dok den oppene Kanal » de la s.a. DOK
17	24/10/2022	Renouvellement de la concession pour le service luxembourgeois par satellite « Kanal 3 » de l'a.s.b.l. Luxembourg Movie Production
18	24/10/2022	Renouvellement de la concession pour le service luxembourgeois par satellite « Nordlicht » de l'a.s.b.l. Nordlicht TV
19	24/10/2022	Renouvellement de la concession pour le service luxembourgeois par satellite « Euro D » de la s.a. Osmose Media
20	24/10/2022	Renouvellement de la concession pour le service luxembourgeois par satellite « Uelzechtkanal » de l'a.s.b.l. Uelzechtkanal
21-22	24/10/2022	Renouvellement de la concession pour le service luxembourgeois par satellite « Golfchannel » / « Lucky Jack » (version française) de la s.a. Mediawan Lux
23-50	24/10/2022	Renouvellement de 28 concessions pour des services luxembourgeois de la s.à r.l. United Media
51	14/11/2022	Demande de la s.à r.l. United Media visant l'octroi de deux concessions pour le service de télévision luxembourgeois « Nova Max »
52	14/11/2022	Demande de la s.à r.l. United Media visant l'octroi de deux concessions pour le service de télévision luxembourgeois « Nova Series »
53	19/11/2022	Octroi d'une concession à l'administration communale de Steinsel pour un service de télévision « Kanal 3 »





07
Affaires
européennes
et relations
internationales

Affaires européennes et relations internationales

L'ALIA s'engage activement dans la coopération européenne et internationale. Depuis sa création en 2014, elle est membre de plusieurs instances de coopération, dont :



ERGA

*European Regulators Group
for Audiovisual Media Services*



EPRA

*European Platform of
Regulatory Authorities*



REFRAM

*Réseau francophone
des régulateurs de médias*

L'Autorité assiste également aux réunions du Comité de contact pour la directive « Services des médias audiovisuels » (directive SMA), qui est présidée par la Commission européenne.

En 2022, l'ALIA a continué à renforcer sa participation au sein des instances européennes de régulation, notamment dans l'ERGA. L'Autorité a contribué à la réflexion sur la mise en œuvre de la législation de l'Union et a fait valoir sa position et ses observations sur l'élaboration de nouvelles propositions législatives. De plus, l'Autorité a concouru activement aux travaux des autres réseaux de régulateurs dont elle est membre, comme l'EPRA et le REFRAM, où l'ALIA a participé à des échanges de vues afin de renforcer la coopération entre régulateurs au niveau international.

Affaires européennes

L'évolution du cadre législatif européen

2022 a été une année cruciale pour le développement du cadre européen des médias. Comme la Commission européenne l'avait déjà annoncé en 2021, elle a présenté une proposition de règlement sur la liberté des médias (European Media Freedom Act, EMFA) afin de préserver la liberté des médias et le pluralisme sur le marché européen des médias. En outre, le paquet législatif sur les services numériques comprenant notamment le Digital Services Act (DSA) et le Digital Markets Act (DMA) est entré en vigueur en 2022, apportant pour la première fois un ensemble de règles communes relatives aux obligations des intermédiaires dans l'ensemble du marché unique, tout

en garantissant un niveau élevé de protection à tous les utilisateurs. Enfin, le règlement sur la transparence et le ciblage de la publicité politique, présenté par la Commission européenne en novembre 2021, a été le sujet de nombreux débats, tout comme la directive SMA, dont la mise en œuvre continue de faire l'objet de discussions entre régulateurs européens, en particulier depuis sa révision en 2018.

Législation européenne sur la liberté des médias – Proposition de règlement et recommandation

Des médias libres sont un pilier essentiel de toute démocratie et sont indispensables à une économie de marché saine. À l'échelle mondiale, l'Union européenne reste un bastion de la liberté des médias et fait figure de référence en tant que continent



démocratique. Pourtant, on observe des tendances de plus en plus inquiétantes. Dans ce contexte, la Commission européenne a présenté en septembre 2022 un projet de législation européenne sur la liberté des médias, destinée à compléter les mesures existantes relatives au marché audiovisuel, l'EMFA. Selon la procédure législative ordinaire, le Conseil a commencé à examiner la proposition de la Commission en septembre 2022 alors qu'au Parlement européen, la proposition est entrée dans une phase préparatoire.



L'EMFA constitue un nouvel ensemble de règles visant à protéger la liberté, le pluralisme et l'indépendance des médias ainsi qu'à assurer le bon fonctionnement du marché intérieur des médias dans l'UE.



L'EMFA constitue un nouvel ensemble de règles visant à protéger la liberté, le pluralisme et l'indépendance des médias ainsi qu'à assurer le bon fonctionnement du marché intérieur des médias dans l'UE. La proposition de règlement met l'accent sur l'indépendance et le financement stable des médias de service public et comprend des garanties contre l'ingérence politique dans les décisions éditoriales et contre la surveillance. Elle vise la transparence de la propriété des médias et de l'attribution de la publicité publique et prévoit également des mesures pour protéger l'indépendance des rédacteurs. Enfin, le règlement créera un nouveau Comité européen indépendant pour les services de médias, qui remplacera le Groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels (ERGA). Le Comité encouragera l'application efficace et cohérente du cadre législatif de l'UE sur les médias, notamment en aidant la Commission à préparer des lignes directrices sur les questions de réglementation des médias. De plus, le Comité coordonnera les mesures réglementaires nationales concernant les médias non européens qui présentent un risque pour la sécurité publique, afin d'empêcher que ces médias contournent les règles applicables dans l'UE. Le Comité organisera également un dialogue structuré entre les très grandes plateformes en ligne et le secteur des médias afin de promou-

voir l'accès à des offres médiatiques diversifiées. L'ALIA représentera le Luxembourg au sein de ce Comité composé d'autorités nationales des médias. De plus, l'ALIA, tout comme l'ERGA dans son ensemble, a suivi de près l'évolution du processus législatif et a partagé son opinion sous forme d'une prise de position soutenant l'initiative, mais appelant en même temps à l'indépendance effective du nouveau Comité.

Cela dit, le Comité doit faire plus qu'assister la Commission et doit pouvoir agir de sa propre initiative ainsi qu'avoir le pouvoir de gérer de manière indépendante ses propres affaires internes. Dans le même ordre d'idées et étant donné que l'indépendance effective du Comité est liée à l'organisation opérationnelle, l'ERGA demande un secrétariat fonctionnant séparément de la Commission. Enfin, il est crucial que le futur conseil et tous ses membres soient dotés des ressources humaines et financières adéquates pour mener à bien toutes leurs nouvelles tâches et appliquer correctement les nouvelles règles.

Le paquet législatif sur les services numériques

Annoncé comme l'une des priorités de la Commission Von der Leyen en 2019, le thème de la régulation des plateformes numériques continue à occuper le haut de l'agenda européen en 2022. À la suite de la





Mettant en œuvre la modernisation du cadre juridique actuel, ces deux législations visent à créer un espace numérique plus sûr et plus ouvert dans lequel les droits fondamentaux des utilisateurs sont protégés et des conditions de concurrence équitables pour les entreprises sont remplies.



publication de deux nouvelles propositions de règlement par la Commission européenne en 2020, le DSA et le DMA, des négociations interinstitutionnelles, dites « trilogues », ont commencé début janvier 2022 et ont abouti à un accord politique au cours du premier semestre 2022. Dans ce contexte, l'ERGA a publié sa prise de position sur le DSA en mars 2022, à laquelle l'ALIA a contribué en représentant les intérêts du Luxembourg.

Mettant en œuvre la modernisation du cadre juridique actuel, ces deux législations visent à créer un espace numérique plus sûr et plus ouvert dans lequel les droits fondamentaux des utilisateurs sont protégés et des conditions de concurrence équitables pour les entreprises sont remplies.

Admettant que les plateformes en ligne sont devenues des parties intégrantes de notre vie quotidienne, le DSA établit des règles pour attribuer une plus grande responsabilité sur la façon dont les plateformes modèrent le contenu, diffusent des publicités et utilisent des processus algorithmiques. En vertu de ces nouvelles règles, les utilisateurs peuvent signaler des contenus illicites et disposent de moyens clairs pour contester la modération de contenus par les plateformes. Compte tenu de l'impact particulier des très grandes plateformes en ligne sur notre économie et notre société, le DSA fixe un standard plus élevé de transpa-

rence et de responsabilité concernant la manière dont les fournisseurs de ces plateformes partagent des informations. Ainsi, les plateformes sont tenues d'évaluer les risques que leurs systèmes présentent, en ce qui concerne non seulement les contenus et produits illicites mais aussi les risques systématiques pour la protection des intérêts publics, des droits fondamentaux, de la santé et de la sécurité publiques. Elles devront développer des outils et des mesures de gestion des risques appropriés pour protéger l'intégrité de leurs services contre l'utilisation de techniques de manipulation.

Le DMA a pour objectif d'assurer que les marchés sur lesquels interviennent les plateformes en ligne restent équitables, contestables et accessibles pour les entreprises innovantes. Dans cette perspective, le DMA introduit des règles pour les plateformes agissant en tant que « contrôleurs d'accès ». Concrètement, ces contrôleurs d'accès doivent s'assurer que les utilisateurs finaux puissent facilement se désabonner des services de la plateforme ou désinstaller les services préinstallés de la plateforme, empêcher l'installation de logiciels par défaut, fournir des données sur les performances publicitaires et des informations sur la tarification de la publicité ou permettre aux développeurs d'utiliser des systèmes de paiement alternatifs intégrés dans des applications.

Services audiovisuels et médias

La directive SMA vise la coordination à l'échelle de l'Union européenne des législations nationales applicables à l'ensemble des médias audiovisuels, en l'occurrence les émissions de télévision traditionnelles dites linéaires, les services à la demande et, depuis sa révision en 2018, les plateformes de partage de vidéos (video-sharing platforms, VSP). La directive SMA encadre notamment les règles portant sur l'incitation à la haine, l'accessibilité pour les personnes handicapées, les principes de compétence juridictionnelle, la promotion et la distribution des œuvres européennes, les communications commerciales ou la protection des mineurs.



Le DMA a pour objectif d'assurer que les marchés sur lesquels interviennent les plateformes en ligne restent équitables, contestables et accessibles pour les entreprises innovantes. Dans cette perspective, le DMA introduit des règles pour les plateformes agissant en tant que « contrôleurs d'accès ».





La directive SMA vise la coordination à l'échelle de l'Union européenne des législations nationales applicables à l'ensemble des médias audiovisuels, en l'occurrence les émissions de télévision traditionnelles dites linéaires, les services à la demande et, depuis sa révision en 2018, les plateformes de partage de vidéos.



Tandis que les fournisseurs des VSP sont tenus de prendre les mesures appropriées pour garantir le respect de toute exigence prévue par la directive SMA, l'ALIA évalue la pertinence des mesures prises en examinant la nature du contenu en question, le préjudice qu'il est susceptible de causer, les caractéristiques de la catégorie de personnes à protéger, ainsi que les droits et intérêts légitimes en jeu, y compris ceux des fournisseurs de VSP et ceux des utilisateurs qui ont créé le contenu ou l'ont mis en ligne, et l'intérêt du grand public.

Comme prévu par la directive, l'ALIA a soumis en 2022 deux rapports à la Commission européenne, à savoir sur

l'accessibilité des services de médias audiovisuels au Luxembourg ainsi que sur la promotion des œuvres européennes. Ces deux rapports servent de base pour fournir une vue d'ensemble du statu quo dans l'UE ainsi que pour évaluer la situation et identifier les domaines où des améliorations peuvent être nécessaires.

La proposition de règlement sur la transparence et le ciblage des publicités à caractère politique

En 2021, la Commission a présenté un ensemble de mesures visant à garantir une plus grande transparence en matière de publicité politique, étant donné que les campagnes politiques en ligne gagnent en importance. Le règlement proposé définit pour la première fois au niveau européen la notion de publicité à caractère politique, prévoit des dispositions pour favoriser la transparence et l'identification de ces contenus et encadre leur ciblage et leur amplification. Cela signifie que toute publicité à caractère politique devra désormais être clairement identifiée comme telle et contenir des informations sur les personnes à l'origine du financement d'une publicité. Les techniques de ciblage et d'amplification politiques devront être interdites si elles utilisent des données à caractère personnel sensibles sans le consentement explicite de la personne concernée et devront

être expliquées publiquement avec un niveau de détail inédit. Cette initiative s'adresse entre autres aux acteurs économiques et aux partis politiques de l'UE. Son objectif est de rendre publiques la source et la finalité de la publicité et de lutter contre la désinformation. En 2022, l'ALIA a suivi le développement de ce projet de texte, aussi bien au

niveau national que dans le cadre de l'ERGA, et a contribué à une déclaration commune ainsi qu'à une prise de position insistant sur le renforcement des définitions de la publicité politique, le niveau de transparence et la limitation des techniques de ciblage et d'amplification.

Coopération au sein de l'UE : Le Groupe des régulateurs européens pour les services de médias audiovisuels (ERGA)

Institué par une décision de la Commission européenne en 2014, l'ERGA réunit les autorités de régulation de l'audiovisuel des vingt-sept États membres de l'Union européenne. Souscrivant aux valeurs démocratiques, économiques, sociales et culturelles fondamentales, le groupe vise à renforcer une coopération plus étroite entre les autorités afin de favoriser une mise en œuvre cohérente et efficace de la réglementation dans l'Union. En 2022, l'ERGA était présidé par Karim Bourki, président du Conseil Supérieur de



l'Audiovisuel (CSA) en charge de la régulation du secteur des médias audiovisuels en Fédération Wallonie-Bruxelles.

L'ERGA a organisé en 2022 deux assemblées plénières, au sein desquelles l'ALIA a été représentée par son président Thierry Hoscheit. Conformément à son programme de travail annuel, l'ERGA a en outre tenu de nombreuses réunions de ses groupes de travail tout au long de l'année. En tant que membre régulier, l'ALIA a suivi de près le travail de ces différents groupes et a accompagné l'élaboration des rapports et autres publications communes de l'ERGA. Le format de trois sous-groupes thématiques, combinés à un groupe d'action de l'année précédente, s'est maintenu en 2022.

Plus précisément, le travail du premier groupe a été essentiellement centré sur le thème de la mise en œuvre du cadre de la directive SMA. Sur base des travaux et des documents d'orientation produits en 2021, notamment en ce qui concerne les nouvelles obligations des fournisseurs de services de médias audiovisuels et des VSP, y compris les vlogueurs, les membres de l'ERGA ont collaboré à l'élaboration de trois rapports. Le premier rapport thématise le contrôle du respect des mesures prises par les VSP à la suite de ces nouvelles obligations et l'évaluation de l'efficacité de ces

mesures. À cela s'ajoute une étude de la manière dont les algorithmes ou systèmes de recommandation pourraient favoriser la production et l'accès aux œuvres européennes. Et enfin un rapport portait sur l'identification des vlogueurs et la réglementation de leur communication commerciale.

Le mandat du deuxième groupe de travail a continué à suivre et à alimenter les discussions relatives à la réglementation des médias et des contenus en ligne, afin de garantir que le rôle et les compétences de l'ERGA sont bien pris en compte. Dans ce contexte, le groupe a suivi et contribué aux discussions politiques de l'UE sur le DSA et, en tant que nouveau domaine de travail, a développé la position de l'ERGA par rapport à la proposition de l'EMFA.

Sur base des orientations et de l'expérience du troisième groupe de travail de 2021, l'ERGA a poursuivi ses travaux concernant la désinformation, la publicité politique et d'autres questions liées au Plan d'action pour la démocratie européenne. À cette fin, le groupe a publié des notes stratégiques et des documents de position pour alimenter les débats européens à cet égard.

Finalement, le groupe d'action a suivi et supervisé étroitement l'application des mesures prévues par le protocole d'accord qui crée un cadre commun pour la coopération

entre les membres de l'ERGA en ce qui concerne les affaires transfrontalières. À cet égard, un rapport d'ensemble a été rassemblé afin d'évaluer quelles parties du protocole d'accord ont bien fonctionné et quelles difficultés concernant son application pratique sont apparues.

L'éducation aux médias a continué également d'être un sujet très important dans les travaux de l'ERGA et a été traitée dans le cadre d'un Groupe de Liaison sur l'éducation aux médias, auquel l'ALIA a participé en tant que membre en 2022. Avec plusieurs réunions au cours de l'année, l'objectif du groupe était de se tenir informé des activités d'éducation aux médias au niveau de l'UE, d'échanger avec les parties prenantes concernées telles que la Commission ou de mettre en place des initiatives de bonnes pratiques.



Relations internationales

La coopération multilatérale *Plateforme européenne des instances de régulation (EPRA)*

Créée à Malte en 1995, l'EPRA est un forum de discussion informelle entre régulateurs de l'audiovisuel en Europe sur des sujets d'intérêt commun. Elle constitue un réseau d'échange d'informations et de bonnes pratiques et permet une coopération renforcée entre ses membres, soit 55 instances de régulation issues de 47 pays.

Au sein de l'EPRA, l'ALIA a pris part aux réunions de travail et événements organisés tout au long de l'année. En 2022, le travail de l'EPRA a été axé sur trois thèmes complémentaires.

Pendant le premier semestre, l'accent thématique a porté sur la responsabilisation et la protection des mineurs, qui constitue une préoccupation réglementaire clé dans toutes les juridictions, afin d'assurer la protection d'un public vulnérable en prenant en compte les droits de l'enfant.

Pendant le second semestre, les thèmes de la dés-/mésinformation, de la pluralité et de la confiance ont dominé le travail de l'EPRA dans le but d'élaborer des stratégies visant à lutter contre la désinformation et de garantir la pluralité des médias et la fiabilité du contenu.

Le troisième thème, à savoir les autorités de régulation dans un environnement numérique, a été évoqué lors d'un échange sur des nouvelles méthodes de travail et les implications pratiques pour les autorités de la (co-) réglementation des contenus en ligne.

Ces thèmes ont notamment été discutés lors de deux réunions de l'EPRA auxquelles l'ALIA a participé en mai à Anvers (Belgique) et en octobre à Antalya (Turquie).

De plus, ayant rejoint, en 2021, la table ronde « AI & Regulators » (« L'intelligence artificielle et les régulateurs ») de l'EPRA, l'ALIA a continué sa collaboration aux réunions de ce groupe qui a pour but de promouvoir un échange approfondi sur les différentes expériences et initiatives en matière d'outils numériques

automatisés entre les régulateurs du secteur de l'audiovisuel.

De même, l'ALIA a fait partie du groupe de travail pour l'éducation aux médias et à l'information (EPRA Media and Information Literacy Taskforce, EMIL), qui œuvre à encourager la coordination et l'apprentissage, à favoriser la création de réseaux et de partenariats et à donner une voix aux réseaux d'éducation aux médias. Quatre réunions du groupe EMIL auxquelles l'ALIA a participé ont eu lieu en 2022 pour discuter d'un large éventail de sujets, dont la désinformation, l'évaluation et l'autonomisation des enfants et des jeunes. S'y ajoutent trois ateliers sur les plateformes de partage de vidéos et la réglementation (« VSP & Regulation ») visant à faciliter l'échange de bonnes pratiques entre les membres de l'EPRA sur la base de leur expérience en matière de restriction d'âge et de discours de haine, par exemple.



REFRAM

L'ALIA s'engage dans le REFRAM, créé à Ouagadougou (Burkina Faso) en 2007 et composé de 31 autorités chargées des médias en provenance de pays d'Afrique, d'Amérique et d'Europe ayant le français en commun. Le réseau vise à concourir à la consolidation de l'État de droit, de la démocratie et des droits humains, par la coopération et l'échange de bonnes pratiques et d'informations. En octobre 2022, M. Roch-Olivier Maistre (président de l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique française, ARCOM) a succédé à M. Nouri Lajmi (président de la Haute Autorité indépendante de la communication audiovisuelle tunisienne - HAICA) en tant que président du REFRAM.

En 2022, l'ALIA a notamment participé à la réunion annuelle qui s'est tenue en octobre 2022 à Paris. La session a permis aux régulateurs

et aux plateformes (dont des représentants des géants Google, Twitter et Meta) d'échanger sur l'adoption du DSA.

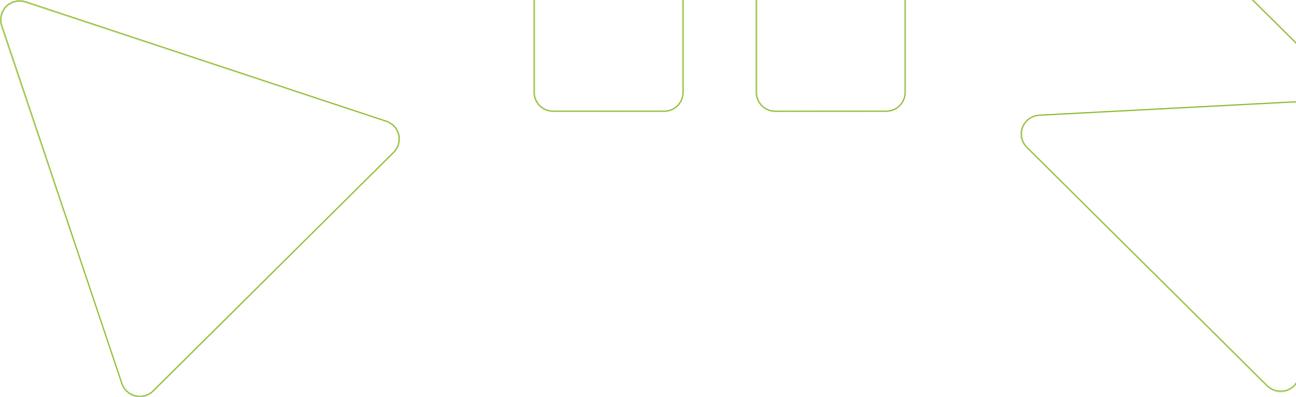
Reconnaissant l'importance d'un dialogue approfondi et régulier sur les sujets d'intérêts communs, le REFRAM vise à établir et à renforcer des échanges entre ses membres et constitue un espace de débats et de coopération.

Échanges bilatéraux / autres événements

Au-delà de ses engagements dans le cadre des réseaux de régulateurs, l'ALIA s'est investie dans le renforcement de ses relations internationales au cours de l'année 2022 sous forme d'échanges informels avec des homologues européens et une visite de la délégation de la « Landesmedienanstalt Saarland » qui s'est tenue dans les locaux de l'ALIA. De plus, l'Autorité a participé à diverses conférences telles que :

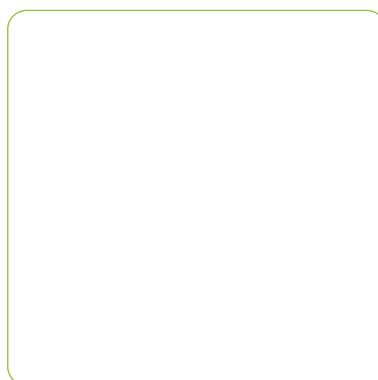
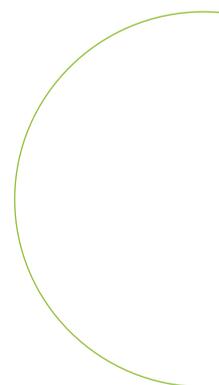
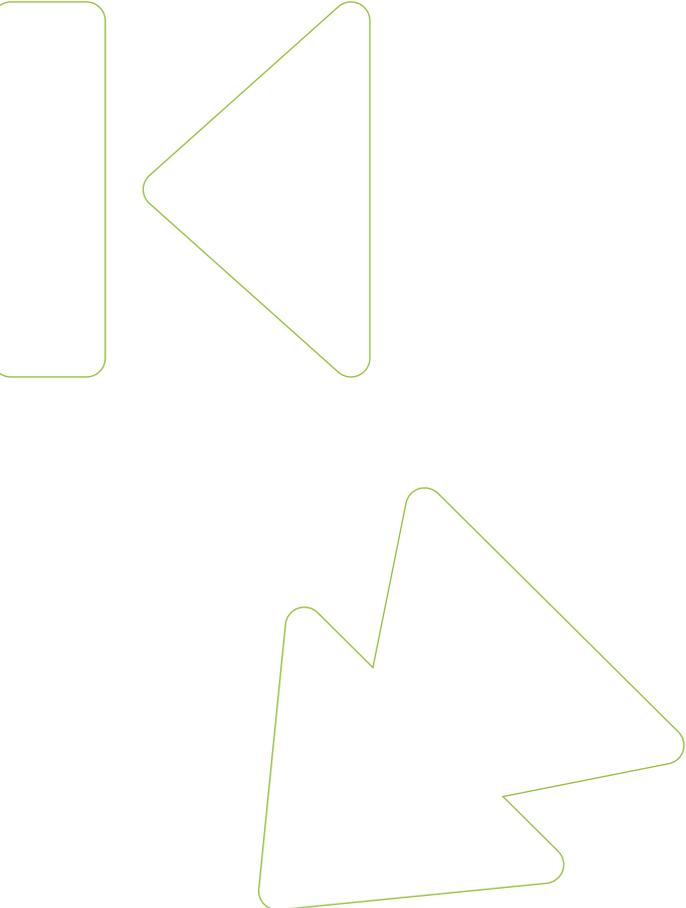
- ▶ la conférence annuelle sur le droit européen des médias organisée par l'Académie de droit européen (ERA) (à distance);
- ▶ la conférence dans le cadre de la présidence tchèque « Opportunities (and limits) for media and copyright regulation and self-regulation » à Prague;
- ▶ la conférence publique sous le titre « Safeguarding Freedom – Protecting Democracy », organisée par « Die Medienanstalten », l'Autorité fédérale allemande chargée des médias, en coopération avec l'Autorité de la Rhénanie du Nord-Westphalie chargée des médias, qui s'est tenu à Bruxelles;
- ▶ la conférence « Tech to keep children safe online » organisée par le Parlement européen à Bruxelles.





08

Ressources financières



Ressources financières

L'Autorité bénéficie d'une dotation annuelle à charge du budget de l'État. L'ALIA encaisse également une taxe annuelle auprès des services de médias audiovisuels qu'elle surveille.

L'Autorité doit tenir une comptabilité conforme aux principes applicables en matière commerciale et elle est soumise au contrôle à la fois d'un réviseur d'entreprises, nommé par son Conseil d'administration et approuvé par le Conseil de gouvernement, et de la Cour des comptes.

Le bilan et le compte de profits et pertes de l'Autorité pour l'année 2022 tels qu'audités par le réviseur d'entreprise et soumis à l'approbation du Conseil de gouvernement en sa séance du 21 avril 2023 se présentent comme suit :

Bilan (exercice du 01.01.2022 au 31.12.2022)

Actif

A. Actif immobilisé	458.497,02
I. Immobilisations incorporelles	8.759,21
II. Immobilisations corporelles	449.737,81
1. Installations techniques et machines	329.785,33
2. Autres installations, outillage et mobilier	119.952,48
B. Actif circulant	991.019,46
II. Créances	19.620,21
1. Créances résultant de ventes et prestations de service	16.087,96
4. Autres créances	3.532,25
IV. Avoirs en banques, CCP, en caisse	971.399,25
C. Comptes de régularisation	116.150,66
TOTAL ACTIF	1.565.667,14



Passif

A. Capitaux propres	1.536.473,75
I. Résultats reportés	1.405.245,65
II. Résultat de l'exercice	131.228,10
B. Provisions	6.000,00
1. Autres provisions	6.000,00
C. Dettes non subordonnées	23.193,39
1. Dettes sur achats et prestations de services	10.376,93
2. Dettes fiscales et dettes sécurité sociale	15.687,25
a) Dettes fiscales	4.767,38
b) Dettes au titre de la sécurité sociale	10.919,87
3. Autres dettes	-2.870,79
D. Comptes de régularisation	0,00
TOTAL PASSIF	1.565.667,14

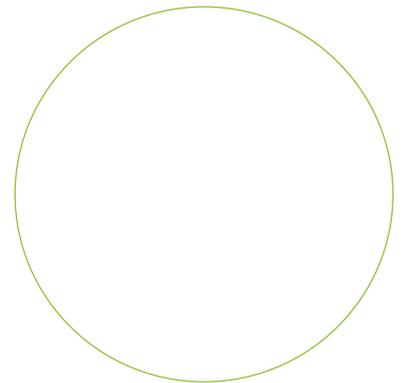
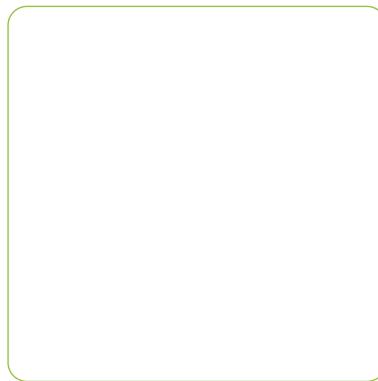
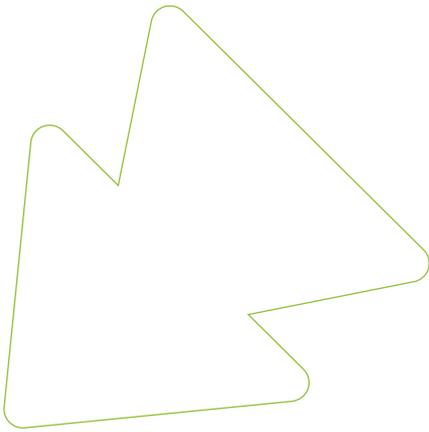
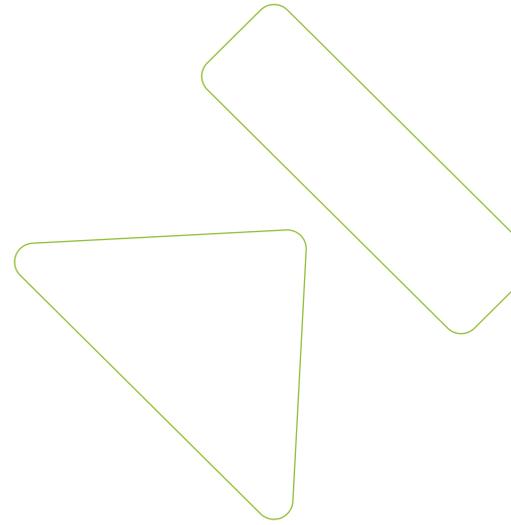
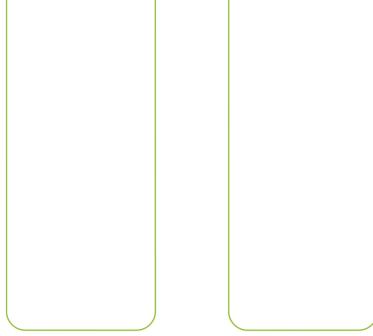
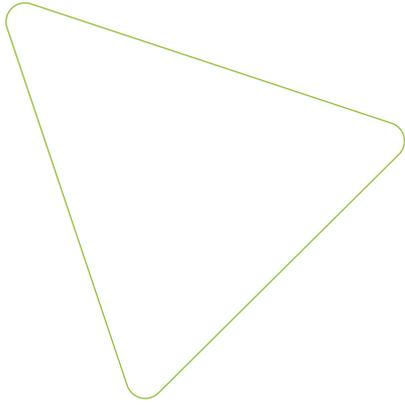


Compte de profits et pertes (exercice du 01.01.2022 au 31.12.2022)

A. Charges	
3. Autres charges externes	673.836,37
a) Autres charges externes	673.836,37
4. Frais de personnel	1.181.595,34
a) Salaires et traitements	1.123.996,76
b) Charges sociales couvrant les salaires et traitements	57.598,58
5. Corrections de valeur	149.780,95
a) sur frais d'établissement et immobilisations corporelles et incorporelles	149.780,95
6. Autres charges d'exploitation	122.356,19
8. Intérêt et autres charges financières	2.159,86
Résultat de l'exercice	131.228,10
TOTAL CHARGES	2.260.947,81
B. Produits	
1. Chiffre d'affaires net	780.500,00
2. Autres produits d'exploitation	1.480.456,81
TOTAL PRODUITS	2.260.947,81



09
Annexes



Annexes

Annexe 1

Composition des organes de l'ALIA

Composition du Conseil d'administration au 31 décembre 2022

Thierry **HOSCHEIT**, président
 Valérie **DUPONG**, Marc **GLESENER**, Luc **WEITZEL**, Claude **WOLF**, membres
 Carole **KICKERT**, secrétaire

Composition de l'équipe administrative au 31 décembre 2022

Paul H. **LORENZ**, directeur
 Samra **CINDRAK**, David **CORTEZZI**, Magali **GORYNIA**, Carole **KICKERT**, Saskia **MANN**, Catia **MONTEIRO**,
 Myriam **MOSSONG**, Diane **PRÜM**, Emmanuelle **WENER**, Nora **WENNER** et Sandy **ZOLLER**.

Composition de l'Assemblée consultative pour l'année 2022

L'organe consultatif de l'ALIA compte 24 membres qui y sont délégués pour une période de cinq ans par les organisations nationales les plus représentatives de la vie sociale et culturelle.

Organisation	Représentant
Groupe parlementaire CSV	Mara BILO
Groupe parlementaire LSAP	Joël ZANGERLÉ
Groupe parlementaire DP	Christine FIXMER
Groupe parlementaire Déi Gréng	Abbes JACOBY
Sensibilité politique ADR	Michel LEMAIRE
Sensibilité politique Déi Lénk	Maurice MAGAR
Sensibilité politique Piraten	Stéphanie SCHINTGEN
Chambre de commerce	Patrick ERNZER
Chambre d'agriculture	Léon WIETOR
Chambre des métiers	Alain SCHREURS
Chambre des salariés	Stéphanie OLINGER
Chambre des fonctionnaires et des employés publics	Max LEMMER



Organisation	Représentant
Syvicol	Laurent GRAAFF
Commission consultative des Droits de l'Homme	Rhéa ZIADÉ
Ombudsman fir Kanner a Jugendlecher	Fernand SCHINTGEN
Conseil national des femmes du Luxembourg	Laury MOLLING-BISENIUS
Conseil national pour étrangers	Hendrika Maria GOSLINGS-KANTERS
Union luxembourgeoise des consommateurs	Agnès REDING
Ligue médico-sociale	Jean RODESCH
Université du Luxembourg	Mark COLE
Union Grand-Duc Adolphe	Gilbert GIRSCH
Conseil de Presse	Fernand WEIDES
Security made in Lëtzebuerg	Jeff KAUFMANN
ICTLuxembourg	Nico BINSFELD

Annexe 2

Nouvelle législation

En 2022, l'arsenal législatif touchant au champ d'activité de l'ALIA a connu quelques adaptations.

La Loi du 22 juillet 2022 portant modification 1^o de la loi électorale modifiée du 18 février 2003; 2^o de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques a créé une base légale pour attribuer deux nouvelles missions à l'Autorité: l'organisation de la cam-

pagne électorale médiatique et celle de l'organisation des programmes d'information politique. L'ALIA est appelée à publier un rapport sur le déroulement pour chaque campagne électorale.

La Loi du 12 août 2022 portant organisation de l'établissement public « Média de service public 100,7 » et portant modification de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques a pour finalité de renforcer la radio

luxembourgeoise de service public en adaptant son cadre légal aux standards internationaux contemporains. La loi concerne l'ALIA en ce que son article 16 nouveau dispose que la surveillance du contenu des programmes de la Radio 100,7 relève de la compétence de l'ALIA, conformément à l'article 35, paragraphe 2, lettre g), de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques.



Le **Règlement grand-ducal du 14 septembre 2022 fixant l'organisation du Service des médias et des communications créé par l'article 29 de la loi du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques** organise le Service des médias, de la connectivité et de la politique numérique (SMC) auprès du ministère des Communications et des Médias. Ce dernier comprend désormais quatre directions :

- ▶ La direction « Administration et Affaires générales » ;
- ▶ La direction « Médias et Société de l'Information » ;
- ▶ La direction « Connectivité » ;
- ▶ La direction « Politique numérique ».

Le règlement donne à l'SMC, dans son article 2.b), la mission d'assister le ministre compétent dans la définition et l'exécution de la politique des médias, y compris les permissions et concessions pour les programmes de radio et de télévision qui ne relèvent pas de l'ALIA. L'article précise également que le SMC est chargé d'assurer le suivi des relations avec l'ALIA, le Conseil de presse et le Fonds national pour la production audiovisuelle.

L'adoption du **Règlement grand-ducal du 28 décembre 2022 modifiant le règlement grand-ducal du 2 février 2015 fixant le montant et les modalités de paiement des taxes à percevoir par l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel en matière de surveil-**

lance des services de médias audiovisuels et sonores s'inscrit dans le contexte de l'agression militaire de la Fédération de Russie contre l'Ukraine et dispose que « les fournisseurs des services de médias audiovisuels sous la supervision du Conseil national de la radiodiffusion et de la télévision de l'Ukraine et tombant sous compétence luxembourgeoise [...] sont exempts de la taxe » à percevoir par l'ALIA .



Annexe 3

Services soumis à la surveillance de l'ALIA

État au 31.12.2022

Nom du service	Nom du fournisseur de service	Catégorie	Système de protection des mineurs
.dok den oppene kanal	DOK S.A. 5, rue des jardins L-7325 Heisdorf	Télévision	LU
2ten RTL (SD & HD)	CLT-UFA S.A. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	Télévision	LU
92 News	Glaxy Broadcasting Network Ltd First Central 200, 6th Floor 2 Lakeside Drive, Park Royal London NW10 7FQ, UK	Télévision	LU
A1 TV	Future Media Network Ltd 76 High Road GB-Ilford, Essex, IG1 1DL UK	Télévision	LU
Aastha	Vedic Broadcasting Network (UK) Ltd 40 Lambhill Street Glasgow, Scotland, G41 1AU UK	Télévision	LU
Adult Channel	MG Global Entertainment (Europe) Ltd The Junction, 4-10 Cowley Road Uxbridge, UB8 2XW UK	Télévision	IRL
Akaal TV	Akaal Channel Ltd 68-82 Soho Hill Hockley Birmingham B19 1AA UK	Télévision	LU
Alibi (SD + HD)	UKTV Media Ltd 10, Hammersmith Grove London W6 7AP UK	Télévision	IRL
Alibi +1			
Altice Studio	Altice Entertainment News & Sport S.A. 5, rue Eugène Ruppert L-2453 Luxembourg	Télévision	LU
Amazon EPG	Amazon Media EU S.à r.l. 38, avenue John F. Kennedy L-1855 Luxembourg	Télévision	LU
Apart TV	Apart TV S.à r.l. 28, rue du Kiem L-4976 Bettange-sur-Mess	Télévision	LU
Arena4	Network4 Media Group S.à r.l. 16a, avenue de la Liberté L-1930 Luxembourg	Télévision VOD	LU
Arise News (anciennement Live 360)	Live Entertainment Ltd / Vision247 Ltd Chiswick Park 2nd Floor, Building 10 566 Chiswick High Road London, W4 5XS UK	Télévision	LU



Nom du service	Nom du fournisseur de service	Catégorie	Système de protection des mineurs
Ary Digital	New Vision TV Ltd AMC House 12 Cumberland Avenue London NW10 7QL UK	Télévision	LU
Ary World			
ATN Bangla	ATN Bangla UK Ltd 3/5 Hillstone Court Empson Street London E3 3LT UK	Télévision	LU
Ayozat TV (<i>anciennement Showcase</i>)	Information TV Ltd 64 Newman Street London W1T3EF UK	Télévision	LU
B4U Movies	B4U Network (Europe) Ltd Transputec House 19, Heather Park Drive Wembley HA0 1SS UK	Télévision	LU
B4U Music			
Babenation	Square World Communications Ltd Wessex House Station Road Westbury Wiltshire, BA13 3JN UK	Télévision	LU
Babes & Brazzers	MG Global Entertainment (Europe) Ltd The Junction, 4-10 Cowley Road Uxbridge, UB8 2XW UK	Télévision	IRL
BasTV	M. Barend Winston Schagen 14a, Maison L-7433 Grevenknapp	VOD	LU
BBC Four (<i>SD + HD</i>)	British Broadcasting Corporation BBC Broadcasting House Portland Place London W1A 1AA UK	Télévision	IRL
BBC News (<i>SD</i>)			
BBC One (<i>SD + HD</i>)			
BBC Three (<i>SD + HD</i>)			
BBC Two (<i>SD + HD</i>)			
BBC World News	British Broadcasting Corporation BBC Broadcasting House Portland Place London W1A 1AA UK	Télévision	LU
Best Direct	Best Direct (International) Ltd Suites 17 & 18 Riverside House Lower Southend Road Wickford, Essex, SS11 8BB UK	Télévision	LU
Bissen TV	Administration communale de Bissen 1, Rue des Moulins L-7784 Bissen	VOD	LU
Blaze	A+E Networks EMEA (AETN UK) 1 Queen Charlotte Street Hammersmith London W6 9YN UK	Télévision	LU



Nom du service	Nom du fournisseur de service	Catégorie	Système de protection des mineurs
Bloomberg Television GB (<i>HD only</i>)	Bloomberg L.P. 3, Queen Victoria Street London EC4N 8BH UK	Télévision	LU
Bloomberg TV Europe (<i>SD only</i>)			
Brit Asia	Brit Asia TV 158 Broad Street Birmingham B15 1DT UK	Télévision	LU
Cameraboys.com	JWS Americas S.à r.l. & JWS International S.à r.l. 44, Avenue J.F. Kennedy L-1855 Luxembourg	VSP	LU
Canal+ Sport 2	Canal+ Luxembourg S.à r.l. 4, rue Albert Borschette L-1246 Luxembourg (enseigne commerciale M7 Group, en abréviation M7)	Télévision	LU
Canal+ Sport 3			
Canal+ Sport 4			
Canal+ Sport 5			
Canal+ Sport 6			
Canal+ Sport 7			
Canal+ Sport flux slovaque			
Canal+ Sport flux tchèque			
CBBC (<i>SD + HD</i>)	British Broadcasting Corporation BBC Broadcasting House Portland Place London W1A 1AA UK	Télévision	IRL
Cbeebies (<i>SD + HD</i>)			
Challenge (<i>SD</i>)	SKY UK Ltd Grant Way Isleworth/Middlesex, TW7 5QD UK	Télévision	IRL
Chamber TV	Chambre des Députés 23, rue du Marché-aux-Herbes L-1728 Luxembourg	Télévision	LU
Channel 4	Channel Four Television Corporation 124-126 Horseferry Road Westminster London SW1P 2TX UK	Télévision	LU
Channel 4 (+1)			
Channel 44	City News Network (SMC) Pvt Ltd London Office 23 Oliver Business Park Oliver Road London NW10 7JB UK	Télévision	LU
CHS TV	CHS TV Ltd Prestige House 36, Clifford Road London E17 4JE UK	Télévision	LU
CI - Crime + Investigation (<i>SD + HD</i>)	A+E Networks EMEA (AETN UK) 1 Queen Charlotte Street Hammersmith London W6 9YN UK	Télévision	LU



Nom du service	Nom du fournisseur de service	Catégorie	Système de protection des mineurs
Cinermania	United Media S.à r.l. 6, rue Jean Monnet L-2180 Luxembourg	Télévision	LU
Club RTL	RTL Belux S.A. & Cie S.E.C.S. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	Télévision	LU
CNBC (SD + HD)	CNBC UK Ltd 10 Fleet Place London EC4M 7QS UK	Télévision	LU
CNN International	Cable News Network Inc One CNN Center Atlanta Georgia 30303 USA	Télévision	LU
Colors (SD + HD)	Viacom18 Media Private Ltd London Office c/o Indiacast UK Ltd Suite 2.11 Regus Building 79, College Road Harrow on Hill, HA1 1BD UK	Télévision	LU
Colors Cineplex			
Colors Gujarati			
Colors Rishtey			
Commune de Wiltz - Mediathèque	Administration communale de Wiltz 2, Grand-Rue L-9530 Wiltz	VOD	LU
Consdorf en vidéo	Administration communale de Consdorf 8, route d'Echternach L-6212 Consdorf	VOD	LU
Cool TV	CLT-UFA S.A. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	Télévision	HUN
Court TV	Scripps Media Inc 312 Walnut Street Suite 2800 Cincinnati, Ohio, 45202 USA	Télévision	LU
Craft Extra	Hochanda Global Ltd Nene House Nene Valley Business Park Oundle Peterborough, PE8 4HN UK	Télévision	LU
Create and Craft			
Crime District	Mediawan Lux. S.A. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg (anciennement AB Entertainment S.A.)	Télévision	LU
Dave (SD + HD)	UKTV Media Ltd 10, Hammersmith Grove London W6 7AP UK	Télévision	IRL
Dave (+1)			
Deen TV	Deen TV Ltd 534 Barking Road Plaistow London E13 8QE UK	Télévision	LU
Diekirch Infokanal	Administration communale de Diekirch 27, Avenue de la Gare L-9233 Diekirch	Télévision	LU
Dikrich TV	Administration communale de Diekirch 27, Avenue de la Gare L-9233 Diekirch	VOD	LU



Nom du service	Nom du fournisseur de service	Catégorie	Système de protection des mineurs
Direct One	Canal+ Luxembourg S.à r.l. 4, rue Albert Borschette L-1246 Luxembourg (enseigne commerciale M7 Group, en abréviation M7)	Télévision	LU
Direct Store TV (anciennement <i>Psychic Today</i>)	Majestic TV Ltd 184 The Terrace The Dell Southampton, SO15 2BU UK	Télévision	LU
Drama (+1)	UKTV Media Ltd 10, Hammersmith Grove London W6 7AP UK	Télévision	IRL
Drama (SD)			
Dudelange Info TV	Administration communale de Dudelange Place de l'Hôtel de Ville B.P. 73 L-3401 Dudelange	Télévision	LU
Dudelange Info TV (<i>Diddeleng Info TV</i>)	Administration communale de Dudelange Place de l'Hôtel de Ville B.P. 73 L-3401 Dudelange	VOD	LU
Dünya TV	Dunya News Ltd Justin Plaza 2 341 London Road Mitcham, Surrey CR4 4BE UK	Télévision	LU
E! (SD + HD)	SKY UK Ltd Grant Way Isleworth/Middlesex, TW7 5QD UK	Télévision	IRL
E4 (+1)	Channel Four Television Corporation 124-126 Horseferry Road Westminster London SW1P 2TX UK	Télévision	LU
E4 (SD)			
E4 Extra			
Earthx TV	Earth Day Texas Inc 4311 Oak Lawn Avenue, Suite 250 Dallas – Texas 75219 USA	Télévision	LU
Eden (+1)	UKTV Media Ltd 10, Hammersmith Grove London W6 7AP UK	Télévision	IRL
Eden (SD)			
Eldo TV	Luxradio S.à r.l. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	Télévision	LU
Eman Channel	Eman Channel Ltd Unit 8 Murihead Quay Barking Birmingham IG11 7BG UK	Télévision	LU
Esch TV	Administration communale de Esch-sur-Alzette Place de l'Hôtel de Ville B.P. 145 L-4002 Esch-sur-Alzette	VOD Télévision	LU
Euro D	Osmose Media S.A. 177, rue de Luxembourg L-8077 Bertrange	Télévision	LU



Nom du service	Nom du fournisseur de service	Catégorie	Système de protection des mineurs
Explore	Mediawan Lux. S.A. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg (anciennement AB Entertainment S.A.)	VOD	LU
Film+	CLT-UFA S.A. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	Télévision	HUN
Film4	Network4 Media Group S.à r.l. 16a, avenue de la Liberté L-1930 Luxembourg	Télévision	LU
Focus Sat TV	Canal+ Luxembourg S.à r.l. 4, rue Albert Borschette L-1246 Luxembourg (enseigne commerciale M7 Group, en abréviation M7)	Télévision	LU
FoodXP	Media Worldwide Ltd 2nd Floor, 2 Warner House Harrovia Business Village Bessborough Road Harrow HA1 3EX UK	Télévision	LU
Galaxy4	Network4 Media Group S.à r.l. 16a, avenue de la Liberté L-1930 Luxembourg	Télévision	LU
Galerie de vidéos Ville d'Echternach	Administration communale d'Echternach B.P. 22 L-6460 Echternach	VOD	LU
Galerie vidéo Ville de Differdange	Administration communale de Differdange 40, avenue Charlotte L-4530 Differdange	VOD	LU
Gemeng Kielen - Videothéik	Administration communale de Kehlen 15, Rue de Mamer L-8280 Kehlen	VOD	LU
Gemporia Craft	Primal Living Ltd (Gemporia Group) Eagle Road Studios Unit 2D, Eagle Road Redditch, Worcestershire B98 9HF UK	Télévision	LU
Gems TV	Gemporia Ltd Eagle Road Studios Unit 2D, Eagle Road Redditch, Worcestershire B98 9HF UK	Télévision	LU
Geo News Geo TV	Geo TV Ltd 1 Sun Street London EC2A 2EP UK	Télévision	LU
Get Lucky	Grandiose Ltd 184 The Terrace The Dell Southampton, SO15 2BU UK	Télévision	LU
Ginx eSports TV	Ginx TV Ltd Unit 8 Acorn Production Centre 105 Blundell Street London, N7 9BN UK	Télévision	LU



Nom du service	Nom du fournisseur de service	Catégorie	Système de protection des mineurs
Gold (<i>SD + HD</i>) Gold <i>+(1)</i>	UKTV Media Ltd 10, Hammersmith Grove London W6 7AP UK	Télévision	<i>IRL</i>
Golf Channel	Mediawan Lux. S.A. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg (anciennement AB Entertainment S.A.)	Télévision	<i>LU</i>
Hi impact TV	Solution Media and Infotech UK Ltd Unit 3 Merchant Evergate Business Park Ashford, Kent TN25 6SX UK	Télévision	<i>LU</i>
Hidayat TV	Hidayat Welfare Society Ltd 9 Birch Street Manchester, M12 5NT UK	Télévision	<i>LU</i>
High Street 2 High Street 3 High Street 4 High Street 5 High Street TV	HSTV Media Ltd Central House, Beckwith Knowle Otley Road, Harrogate North Yorkshire HG3 1UF UK	Télévision	<i>LU</i>
HUM Europe HUM Masala	HUM Network UK Ltd 38-P Alum Rock Road Birmingham, B8 1JA UK	Télévision	<i>LU</i>
Ideal Extra Ideal World	Ideal World Ltd Ideal House, Newark Road Peterborough Cambridgeshire, PE15WG UK	Télévision	<i>LU</i>
Imam Hussein 3	Imam Hussein Media Group Ltd Flat 26 Kenwood Ct.1 Elmwood Crescent London NW9 9AB UK	Télévision	<i>LU</i>
Insomnia	Mediawan Lux. S.A. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg (anciennement AB Entertainment S.A.)	VOD	<i>LU</i>
ION TV	ION TV Ltd 87 Plashet Road E13 0RA London UK	Télévision	<i>LU</i>
Iqra Bangla	Runners TV Ltd 109-119 Cherry Orchard Road Croydon, Surrey CR0 6BE UK	Télévision	<i>LU</i>
Iqra TV (<i>Iqra Urdu</i>)	Channel I UK Ltd 109-119 Cherry Orchard Road Croydon, Surrey CR0 6BE UK	Télévision	<i>LU</i>
Islam Channel Islam Channel Urdu	Islam Channel (Urdu) Ltd Media House 428-432 Ley Street Ilford, Essex, IG2 7BS UK	Télévision	<i>LU</i>



Nom du service	Nom du fournisseur de service	Catégorie	Système de protection des mineurs
ITV3	ITV Broadcasting Ltd 2 Waterhouse Square, Holborn London EC1N 2AE UK	Télévision	LU
ITV4	ITV Broadcasting Ltd 2 Waterhouse Square, Holborn London EC1N 2AE UK	Télévision	LU
Jewellery Maker	Jewellery Maker Ltd (Gemporia Group) Eagle Road Studios Unit 2D, Eagle Road Redditch, Worcestershire B98 9HF UK	Télévision	LU
Joyourself.com	JWS Americas S.à r.l. & JWS International S.à r.l. 44, Avenue J.F. Kennedy L-1855 Luxembourg	VSP	LU
Kanal 3	Luxembourg Movie Production a.s.b.l. 5, rue des jardins L-7325 Heisdorf	Télévision	LU
Kanshi TV	Kanshi TV Ltd 1st floor, Harvills Industrial Estate Harvills Howthorn, Hill top GB-West Bromwich, B70 0ST UK	Télévision	LU
Kayl.TV	Administration communale de Kayl 4, rue de l'Hôtel de Ville L-3674 Kayl	VOD	LU
Kitchen Mania	Mediawan Lux. S.A. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg (anciennement AB Entertainment S.A.)	VOD	LU
KUK.lu	KulturKanal a.s.b.l. 15a, rue de la Gare L-7535 Mersch	VOD	LU
LFC TV - Liverpool FC	Liverpool Football Club TV 20, Chapel Street Liverpool, L3 9AG UK	Télévision	LU
LiR (Lov i Ribolov) (version croate)	United Media S.à r.l. 6, rue Jean Monnet L-2180 Luxembourg	Télévision	LU
LiR (Lov i Ribolov) (version serbe)			
LiR (Lov i Ribolov) (version slovène)			
LiveJasmin.com	JWS Americas S.à r.l. & JWS International S.à r.l. 44, Avenue J.F. Kennedy L-1855 Luxembourg	VSP	LU
Liveprivates.com			
Livesexasian.com			
Lord TV	Luxorr a.s.b.l. 7, rue Alcide de Gasperi L-1615 Luxembourg	Télévision	LU
LoveWorld	Loveworld UK Unit 2, Standard Industrial Estate Henley Road London E16 UK	Télévision	LU



Nom du service	Nom du fournisseur de service	Catégorie	Système de protection des mineurs
Lsawards.com	JWS Americas S.à r.l. & JWS International S.à r.l. 44, Avenue J.F. Kennedy L-1855 Luxembourg	VSP	LU
Lucky Jack	Mediawan Lux. S.A. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg (anciennement AB Entertainment S.A.)	Télévision	LU
LUXE.TV Luxembourg (version anglaise)	Opuntia S.A. 31, rue N.S. Pierret L-2335 Luxembourg	Télévision	LU
LUXE.TV Luxembourg (version française)			
m: SAT TV	Telekom Srbija Takovska 2 11000 Beograd Republic of Serbia	Télévision	LU
Madani Channel	Dawat-e-Islami UK Maudsley Street Bradford BD3 9LE UK	Télévision	LU
Match4	Network4 Media Group S.à r.l. 16a, avenue de la Liberté L-1930 Luxembourg	Télévision	LU
Maturescam.com	JWS Americas S.à r.l. & JWS International S.à r.l. 44, Avenue J.F. Kennedy L-1855 Luxembourg	VSP	LU
MATV (Channel)	MATV National Unit 2 & 3, Stanley House Orchard Close, Alperton Wembley HA0 4JB UK	Télévision	LU
MATV (Mamer)	Administration communale de Mamer B.P. 50 L-8201 Mamer	VOD	LU
MCS Extrême	MCS Group S.à r.l. 8D rue Collart L-8414 Steinfort Luxembourg	VOD	LU
Médiathèque vidéo Gemeng Berdorf	Administration communale de Berdorf 5, Rue de Consdorf L-6551 Berdorf	VOD	LU
Mersch Info TV	Administration communale de Mersch B.P. 93 L-7501 Mersch	VOD	LU
Miersch TV	Administration communale de Mersch B.P. 93 L-7501 Mersch	Télévision	LU
More4	Channel Four Television Corporation 124-126 Horseferry Road Westminster London SW1P 2TX UK	Télévision	LU
Movies 24	SKY UK Ltd Grant Way Isleworth/Middlesex, TW7 5QD UK	Télévision	IRL
Movies 24 +			



Nom du service	Nom du fournisseur de service	Catégorie	Système de protection des mineurs
MUTV (SD + HD)	CLT-UFA S.A. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	Télévision	LU
Muzsika TV	MUTV Ltd Sir Matt Busby Way Old Trafford Manchester M16 0RA UK	Télévision	HUN
Mycams.com	CLT-UFA S.A. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	VSP	LU
Mytrannycams.com	JWS Americas S.à r.l. & JWS International S.à r.l. 44, Avenue J.F. Kennedy L-1855 Luxembourg	VSP	LU
N1 (<i>version bosnienne</i>)	JWS Americas S.à r.l. & JWS International S.à r.l. 44, Avenue J.F. Kennedy L-1855 Luxembourg	Télévision	LU
N1 (<i>version croate</i>)			
N1 (<i>version macédonienne</i>)			
N1 (<i>version monténégrine</i>)	Adria News S.à r.l. 6, rue Jean Monnet L-2180 Luxembourg	Télévision	LU
N1 (<i>version slovène</i>)			
N1 (<i>version serbe</i>)			
N1 BH			
N1 Croatia	Adria News S.à r.l. 6, rue Jean Monnet L-2180 Luxembourg	VOD	LU
N1 Serbia			
N1 Slovenia			
NDTV 24x7	New Delhi Television Ltd B-50 A, 2nd Floor, Archana Complex Greater Kailash – 1 New Delhi - 110048 India	Télévision	LU
Neo News	Up & Coming TV Ltd Grange Interlink Summerville Road Bradford, B07 1PX UK	Télévision	LU
NHK World - Japan	NHK (Japan Broadcasting Corporation) NHK Broadcasting Center Jinnan,2-2-1, Shibuya-ku Tokyo 150-8001 Japan	Télévision	LU
Noor TV	Mohiuddin Digital Television Ltd 14 Victoria Road Aston Birmingham, B6 5HA UK	Télévision	LU
Nordlicht	Nordlicht TV a.s.b.l. 22, route de Diekirch L-9381 Moestroff	Télévision	LU



Nom du service	Nom du fournisseur de service	Catégorie	Système de protection des mineurs
Nova S (<i>version croate</i>)	United Media S.à r.l. 6, rue Jean Monnet L-2180 Luxembourg	Télévision	LU
Nova S (<i>version macédonienne</i>)			
Nova S (<i>version serbe</i>)			
Nova Sport (<i>version croate</i>)			
Nova Sport (<i>version serbe</i>)			
NTD TV Europe	New Tang Dynasty Television (Universal Communications Network Inc.) 229 West 28th Street, Suite 700 New York, NY 10001 USA	Télévision	LU
NTV	Int. Television Channel Europe Ltd Unit 17-18 4 Raven Road London, E18 1HB UK	Télévision	LU
Pétange Info TV	Administration communale de Pétange B.P. 23 L-4701 Pétange	VOD	LU
Pétange Info TV	Administration communale de Pétange B.P. 23 L-4701 Pétange	Télévision	LU
Pick TV (<i>+1 Ireland</i>)	SKY UK Ltd Grant Way Isleworth/Middlesex, TW7 5QD UK	Télévision	IRL
Pick TV (<i>SD</i>)			
Pikaboo (<i>version albanaise</i>)	United Media S.à r.l. 6, rue Jean Monnet L-2180 Luxembourg	Télévision	LU
Pikaboo (<i>version bosnienne</i>)			
Pikaboo (<i>version croate</i>)			
Pikaboo (<i>version macédonienne</i>)			
Pikaboo (<i>version monténégrine</i>)			
Pikaboo (<i>version serbe</i>)			
Pikaboo (<i>version slovène</i>)			
Pitaara	Paul E Commerce Private Ltd 2nd Floor, Warner House Harrobian Business Village Bessborough Road Harrow, HA1 3EX UK	Télévision	LU
Plug RTL	RTL Belux S.A. & Cie S.E.C.S. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	Télévision	LU
Politics Punjab	Politics Punjab Broadcasting Ltd 143 Sandwell Road Birmingham, B21 8PD UK	Télévision	LU
Porndolive.lsl.com	JWS Americas S.à r.l. & JWS International S.à r.l. 44, Avenue J.F. Kennedy L-1855 Luxembourg	VSP	LU
Pornhdlive.com			



Nom du service	Nom du fournisseur de service	Catégorie	Système de protection des mineurs
Post TV	Post Télécom S.A. 1, rue Emile Bian L-2996 Luxembourg	VOD	LU
PTC Punjabi	G Next Media UK Ltd 3.05 1, King Street London EC2V 8AU UK	Télévision	LU
PTV Global	Pakistan Television Corporation Ltd PTV Global Constitution Avenue, F-5/1 Islamabad 44000 Pakistan	Télévision	LU
QVC Beauty	QVC UK Building 8, Chiswick Park 566 Chiswick High Road London W4 3XU UK	Télévision	LU
QVC Extra			
QVC HD			
QVC Style			
Racing TV	RMG Operations Ltd Third Floor Gillingham House 38-44 Gillingham Street London SW1V 1HU UK	Télévision	LU
Republic Bharat	Worldview Media Network Ltd 2nd Floor, 2 Warner House Harrowian Business Village Bessborough Road Harrow HA1 3EX UK	Télévision	LU
Rocklab	Centre de Musiques Amplifiées 5, Avenue du Rock'n Roll L-4361 Esch-sur-Alzette	VOD	LU
RTL 4 (NL)	CLT-UFA S.A. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	Télévision	NL
RTL 5 (NL)			
RTL 7 (NL)			
RTL 8 (NL)			
RTL 9 (FR)	RTL 9 S.A. et Cie S.E.C.S. 43, Boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	Télévision	LU
RTL Crime	CLT-UFA S.A. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	Télévision	NL
RTL Gold	CLT-UFA S.A. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	Télévision	HUN
RTL Három (anciennement RTL+)			
RTL Kettő (anciennement RTL II)			
RTL Lounge	CLT-UFA S.A. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	Télévision	NL
RTL MOST (FOD + SVOD)	CLT-UFA S.A. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	VOD	HUN



Nom du service	Nom du fournisseur de service	Catégorie	Système de protection des mineurs
RTL Nieuws	CLT-UFA S.A. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	VOD	NL
RTL Play (Belgium <i>rtlplay.be</i>)	RTL Belux S.A. & Cie S.E.C.S. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	VOD	LU
RTL Play (Luxembourg <i>rtlplay.lu</i>)	CLT-UFA S.A. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	VOD	LU
RTL Shopping	RTL Shopping S.A. et Cie S.E.C.S. 43, Boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	Télévision	LU
RTL Sport Live Arena	RTL Lëtzebuerg 43, Boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	VOD	LU
RTL Télé Letzebuerg (SD & HD)	CLT-UFA S.A. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	Télévision	LU
RTL Telekids	CLT-UFA S.A. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	Télévision	NL
RTL Tvi	RTL Belux S.A. & Cie S.E.C.S. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	Télévision	LU
RTL XL	CLT-UFA S.A. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	VOD	NL
RTL Z	CLT-UFA S.A. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	Télévision	NL
RTL.be	RTL Belux S.A. & Cie S.E.C.S. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	Télévision	LU
SAMAA TV	SAMAA TV 337 Forest Road London, E17 5JR UK	Télévision	LU
Sanskar	Sanskar Info TV UK Ltd 40, Lambhill Street Glasgow, Scotland G41 1AU UK	Télévision	LU
Schëtter - Médiathèque	Administration communale de Schuttrange 2, place de l'Eglise L-5367 Schuttrange	VOD	LU
SFR Play	Altice Entertainment News & Sport S.A. 5, rue Eugène Ruppert L-2453 Luxembourg	VOD	LU
Shanson TV	« Shanson TV » LLC Marshal Proshlyakov street, 30, Office 307 123458 Moscow Russian Federation	Télévision	LU
Siraj TV	Siraj TV Limited Kemp House 152-160 City Road London EC1V 2NX UK	Télévision	LU



Nom du service	Nom du fournisseur de service	Catégorie	Système de protection des mineurs
SK Fight	United Media S.à r.l. 6, rue Jean Monnet L-2180 Luxembourg	Télévision	LU
Sky Active			
Sky Arts (SD + HD)			
Sky Atlantic (+1)			
Sky Atlantic (SD + HD)			
Sky Barker Service (SD + HD)			
Sky Cinema Action + Adventure (SD + HD)			
Sky Cinema Animation (HD)			
Sky Cinema Comedy (SD + HD)			
Sky Cinema Crime & Thriller (SD + HD)			
Sky Cinema Drama (SD+ HD)			
Sky Cinema Family (SD + HD)	SKY UK Ltd Grant Way Isleworth/Middlesex, TW7 5QD UK	Télévision	IRL
Sky Cinema Greats (SD + HD)			
Sky Cinema Hits (HD)			
Sky Cinema Premiere (SD + HD)			
Sky Cinema Premiere +1			
Sky Cinema ScFi & Horror (HD)			
Sky Cinema Select (HD)			
Sky Comedy (SD +HD)			
Sky Crime (+1)			
Sky Crime (SD+HD)			
Sky Documentaries (SD + HD)			
Sky EPG			
Sky EPG Slate			
Sky History (SD + HD)	SKY UK Ltd Grant Way Isleworth/Middlesex, TW7 5QD UK	Télévision	LU
Sky History 2 (SD + HD)			
Sky Max (HD)			
Sky Nature (SD + HD)	SKY UK Ltd Grant Way Isleworth/Middlesex, TW7 5QD UK	Télévision	IRL
Sky News (SD + HD)			
Sky News International	SKY UK Ltd Grant Way Isleworth/Middlesex, TW7 5QD UK	Télévision	LU



Nom du service	Nom du fournisseur de service	Catégorie	Système de protection des mineurs
Sky Replay (SD)	SKY UK Ltd Grant Way Isleworth/Middlesex, TW7 5QD UK	Télévision	IRL
Sky Sci-Fi (+1)		Télévision	LU
Sky Sci-Fi (SD + HD)			
Sky Showcase (+1)			
Sky Showcase (SD + HD)			
Sky Sports Action (SD + HD) Temporary Name Change to Sky Sports NFL until February 2023			
Sky Sports Arena (SD + HD)			
Sky Sports Box Office (SD + HD)			
Sky Sports Cricket (SD + HD)			
Sky Sports F1 (SD + HD)	SKY UK Ltd Grant Way Isleworth/Middlesex, TW7 5QD UK	Télévision	IRL
Sky Sports Floating Pub			
Sky Sports Football (SD + HD)			
Sky Sports Golf (SD + HD)			
Sky Sports Main Event (SD + HD + UHD)			
Sky Sports Main Event Pub (HD)			
Sky Sports Mix (SD + HD)			
Sky Sports News (SD + HD)			
Sky Sports Premier League (SD + HD)			
SKY Sports Racing (HD)	Attheraces Ltd 14th Floor Millbank Tower 21-24 Millbank London SW1P 4QP UK	Télévision	LU
Sky Witness (+1)	SKY UK Ltd Grant Way Isleworth/Middlesex, TW7 5QD UK	Télévision	IRL
Sky Witness (SD +HD)			
Skylink 7 (version anglaise)	Canal+ Luxembourg S.à r.l. 4, rue Albert Borschette L-1246 Luxembourg (enseigne commerciale M7 Group, en abréviation M7)	Télévision	LU
Skylink 7 (version tchèque)	Canal+ Luxembourg S.à r.l. 4, rue Albert Borschette L-1246 Luxembourg (enseigne commerciale M7 Group, en abréviation M7)	Télévision	CZE
Skylink 7 (version slovaque)	Canal+ Luxembourg S.à r.l. 4, rue Albert Borschette L-1246 Luxembourg (enseigne commerciale M7 Group, en abréviation M7)	Télévision	LU



Nom du service	Nom du fournisseur de service	Catégorie	Système de protection des mineurs
Sony Entertainment Television	MSM Asia Ltd 166, College Road Harrow, HA1 1BH UK	Télévision	LU
Sony MAX			
Sony MAX 2			
Sony SAB			
Sooner Luxembourg (SVOD + TVOD)	UniversCiné Luxembourg S.à r.l. 238 C, Rue de Luxembourg L-8077 Bertrange	VOD	LU
Sorozat	CLT-UFA S.A. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg United Media S.à r.l. 6, rue Jean Monnet L-2180 Luxembourg	Télévision	HUN
Sport Klub Croatia	United Media S.à r.l. 6, rue Jean Monnet L-2180 Luxembourg	VOD	LU
Sport Klub Serbia			
Sport Klub Slovenia			
SportKlub 1 (version croate)	United Media S.à r.l. 6, rue Jean Monnet L-2180 Luxembourg	Télévision	LU
SportKlub 1 (version serbe)			
SportKlub 1 (version slovène)			
SportKlub 10 (version croate)			
SportKlub 10 (version serbe)			
SportKlub 10 (version slovène)			
SportKlub 2 (version croate)			
SportKlub 2 (version serbe)			
SportKlub 2 (version slovène)			
SportKlub 3 (version slovène)			
SportKlub 3 (version croate)			
SportKlub 3 (version serbe)			
SportKlub 4 (version croate)			
SportKlub 4 (version slovène)			
SportKlub 4 (version serbe)			
SportKlub 5 (version serbe)			
SportKlub 5 (version croate)			
SportKlub 5 (version slovène)			
SportKlub 6 (version croate)			
SportKlub 6 (version serbe)			
SportKlub 6 (version slovène)			



Nom du service	Nom du fournisseur de service	Catégorie	Système de protection des mineurs
SportKlub 7 (version croate)			
SportKlub 7 (version serbe)			
SportKlub 7 (version slovène)			
SportKlub 8 (version croate)			
SportKlub 8 (version serbe)			
SportKlub 8 (version slovène)			
SportKlub 9 (version croate)			
SportKlub 9 (version serbe)			
SportKlub 9 (version slovène)			
SportKlub Esports (version bosnienne)			
SportKlub Esports (version croate)	United Media S.à r.l. 6, rue Jean Monnet L-2180 Luxembourg	Télévision	LU
SportKlub Esports (version macédonienne)			
SportKlub Esports (version monténégrine)			
SportKlub Esports (version serbe)			
SportKlub Esports			
SportKlub Golf (version croate)			
SportKlub Golf (version serbe)			
SportKlub Golf (version slovène)			
SportKlub HD (version croate)			
SportKlub HD (version serbe)			
SportKlub HD (version slovène)			
SportyStuff HD	Greyhound TV Ltd 5 Fleet Street London, EC4M 7RD UK	Télévision	LU
Spotlight TV	Keep It Country TV Ltd 2a Ardleigh Green Road Hornchurch, Essex, RM112LN UK	Télévision	LU
Stengefort News	Administration communale de Steinfort 4, Square Patton L-8443 Steinfort	VOD	LU
Story4 (version HUNe, ciblant la République Tchèque et la Slovaquie)			
Story4 (version HUNe, ciblant la Hongrie)	Network4 Media Group S.à r.l. 16a, avenue de la Liberté L-1930 Luxembourg	Télévision	LU
Story4 (version tchèque)			



Nom du service	Nom du fournisseur de service	Catégorie	Système de protection des mineurs
Studio 66 3	965 TV Ltd 201 Haverstock Hill London NW3 4QG UK	Télévision	LU
Takbeer TV	Takbeer TV Ltd 17-21 Ombersley Road Balsall Heath Birmingham B12 8UT UK	Télévision	LU
Talking Pictures TV	Talking Pictures TV Ltd Highcroft Langley Road Kings Langley WD4 9JP UK	Télévision	LU
Tango TV (SVOD + TVOD)	Tango S.A. Boîte postale 32 L-8005 Bertrange	VOD	LU
TBN Ukraine	Russian Broadcasting Network, Inc. 2183 E. Village Road Holland - PA 18966-2932 USA	Télévision	LU
Teleshop 4			
Teleshop 5			
Teleshop 7	CLT-UFA S.A. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	Télévision	NL
Teleshop 8			
Television X	MG Global Entertainment (Europe) Ltd The Junction, 4-10 Cowley Road Uxbridge, UB8 2XW UK	Télévision	IRL
Thane Direct	Thane Direct UK Thanet House 231-232 Strand London WC2R 1DA UK	Télévision	LU
The Craft Store (anciennement « Hochanda »)	Hochanda Global Ltd Nene House Nene Valley Business Park Oundle, Peterborough, PE8 4HN UK	Télévision	LU
Théid&Co	Post Télécom S.A. 1, rue Emile Bian L-2996 Luxembourg	VOD	LU
TJC			
TJC Beauty	Shop TJC Ltd Surrey House Plane Tree Crescent Feltham, Middlesex TW13 7HF UK	Télévision	LU
Together TV	Together TV - The Community Channel 24 Neal Street London WC2H 9QW UK	Télévision	LU
TV One	Light Upon Light Media Ltd 208-212 Romford Road London, E7 9HY UK	Télévision	LU



Nom du service	Nom du fournisseur de service	Catégorie	Système de protection des mineurs
TV Warehouse	TV Warehouse Ltd 6 Square Rigger Row, 1st floor London, SW11 3TZ UK	Télévision	LU
TV4	Network4 Media Group S.à r.l. 16a, avenue de la Liberté L-1930 Luxembourg	Télévision	LU
TVC News	TVC Communications 1 Continental Way Off CMD Road Ikosi-Ketu Lagos Nigeria	Télévision	LU
TVX 40+	MG Global Entertainment (Europe) Ltd The Junction, 4-10 Cowley Road Uxbridge, UB8 2XW UK	Télévision	IRL
Uelzechtkanal	Uelzechtkanal a.s.b.l. c/o Lycée de Garçons Esch 71, rue du Fossé L-4123 Esch-sur-Alzette	Télévision	LU
Ultra Nature	Mediawan Lux. S.A. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg (anciennement AB Entertainment S.A.)	Télévision	LU
Utsav Bharat	Star India Private Ltd London Office c/o STAR TV M/C 706	Télévision	LU
Utsav Gold (SD + HD)	3 Queen Caroline Street Hammersmith London W6 9PE UK		
Utsav Plus (SD + HD)			
Vavoom (version albanaise)	United Media S.à r.l. 6, rue Jean Monnet L-2180 Luxembourg	Télévision	LU
Vavoom (version bosnienne)			
Vavoom (version croate)			
Vavoom (version macédonienne)			
Vavoom (version serbe)			
Vavoom (version slovène)			
Vavoom (version monténégrine)			
Videoland	CLT-UFA S.A. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	VOD	NL
Vox Africa	Vox Africa Ltd Battersea Studio 80 Silverthorne Road GB-London SW8 3HE UK	Télévision	LU
W (+1)	UKTV Media Ltd 10, Hammersmith Grove GB-London W6 7AP UK	Télévision	IRL
W (SD + HD)			



Nom du service	Nom du fournisseur de service	Catégorie	Système de protection des mineurs
Xpanded TV	Visional Media Ltd 28-33 The Quadrant 135 Salisbury Road GB-London NW6 6RJ UK	Télévision	LU
XXX College XXX GirlGirl XXX Public Pickups	MG Global Entertainment (Europe) Ltd The Junction, 4-10 Cowley Road GB-Uxbridge, UB8 2XW UK	Télévision	IRL
Yesterday (+1) Yesterday SD	UKTV Media Ltd10, Hammersmith Grove GB-London W6 7AP UK	Télévision	IRL
Zee Cinema	ASIA TV Ltd (atl.esselgroup) 3rd Floor 14-15 Carlisle Street GB-London W1D 3BS UK	Télévision	LU
TOTAL			399



10

Abbréviations

Abbréviations

	Version anglaise	Version / traduction française
DMA	Digital Markets Act	Règlement européen sur les marchés numériques
DSA	Digital Services Act	Règlement européen sur les services numériques
EDMO	European Digital Media Observatory	Observatoire européen des médias numériques
EMFA	European Media Freedom Act	Règlement européen sur la liberté des médias
EMIL	EPRA Media and Information Literacy Taskforce	Groupe de travail pour l'éducation aux médias et à l'information
EPRA	European Regulators Group for Audiovisual Media Services	Plateforme européenne des instances de régulation
ERGA	European Platform of Regulatory Authorities	Groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels
PEGI	Pan European Game Information	Système d'évaluation européen des jeux vidéo
REFRAM		Réseau francophone des régulateurs de médias
SMA		Service de médias audiovisuels
SMC		Service des médias, de la connectivité et de la politique numérique (auprès du ministère des Communications et des Médias)
VOD	Video-on-demand	Vidéo à la demande
VSP	Video-sharing platform	Plateforme de partage de vidéos





Autorité
luxembourgeoise
indépendante de
l'audiovisuel

18, rue Erasme
L-1468 Luxembourg

www.alia.lu

T +352 247 - 70 105

M info@alia.etat.lu

