



# Rapport annuel

## 2018



Autorité  
luxembourgeoise  
indépendante de  
l'audiovisuel

<b>L'agenda internationale de l'Autorité</b> .....	5
Préface du président	
<b>Qui a peur d'une loi moderne des médias ?</b> .....	7
Le mot du directeur	
<b>Équitable et pluraliste</b> .....	13
La responsabilité éditoriale des chaînes communales	
<b>L'opportunité des choix rédactionnels</b> .....	15
Bilan de la surveillance et de la régulation des services de médias électroniques	
<b>Surveillance des programmes</b> .....	15
<b>Protection des mineurs</b> .....	15
<b>Dignité humaine</b> .....	17
<b>Communications commerciales</b> .....	17
<b>Autres sujets</b> .....	19
<b>Mission de régulation</b> .....	20
<b>Statistiques</b> .....	20
<b>Relations internationales</b> .....	23
<b>Ressources financières</b> .....	31
<b>Annexes</b> .....	34
<b>Compositions des organes de l'ALIA</b> .....	34
<b>Nouvelle législation</b> .....	35
<b>Services de télévision soumis à la surveillance de l'ALIA</b> .....	35
(au 31 décembre 2018)	
<b>Services de radio soumis à la surveillance de l'ALIA</b> .....	39
(au 31 décembre 2018)	

Le terme remonte à l'écrivain et homme de théâtre Antonin Artaud qui, en 1938, évoquait dans sa collection d'essais *Le théâtre et son double* une réalité virtuelle. Aujourd'hui, on pense surtout à des casques que l'on met sur la tête pour s'immerger ensuite dans un monde imaginaire qui se dégage devant les yeux du spectateur. Depuis 2016, la réalité virtuelle fait partie intégrante du *Luxembourg City Film Festival* ; entretemps, elle a droit, pendant la durée du festival, à sa propre programmation au Casino Luxembourg - Forum d'art contemporain. Patrick Galbats a observé quelques visiteurs qui ont tenté l'expérience.

Patrick Galbats, né en 1978, partage son temps entre Bruxelles et le Luxembourg. Après sa formation à l'École supérieure des arts de l'image à Bruxelles, il devient photographe de presse et il réalise, en parallèle, des reportages à l'étranger pour le compte de différentes ONG. Avec le temps, il s'éloigne du reportage social, et les paysages prennent de plus en plus d'ampleur dans ses séries. Avec *Hit Me One More Time*, un travail sur la Hongrie nationaliste, il publie sa première monographie chez Peperoni Books, en collaboration avec le Centre national de l'audiovisuel.



## L'agenda internationale de l'Autorité

Préface du président



Le Brexit affectera également les travaux de l'ALIA.

sances se font lors des assemblées plénières semestrielles organisées à tour de rôle par les membres de l'EPRA.

L'ALIA s'était portée candidate pour coordonner la réunion de printemps 2018 et a eu l'honneur de se voir confier cette charge. La conférence s'est tenue du 23 au 25 mai 2018 à Luxembourg. Le secrétariat de l'EPRA prend en charge la mise en place des débats de fond, mais il appartient à l'autorité-hôte d'assurer la logistique qui entoure un tel événement accueillant plus de 160 délégués. Les agents de l'Autorité se sont pleinement investis dans cette tâche, à côté de leurs devoirs normaux, et ont été récompensés de leurs efforts à travers la reconnaissance par les instances dirigeantes de l'EPRA et des participants à la conférence de la haute qualité de cet encadrement. Bien que la charge de travail assumée au cours de la période préparatoire, et aussi pendant les trois jours de conférence, est importante pour une équipe restreinte, j'estime qu'il est important que les autorités de régulation dites petites s'investissent aussi dans une telle organisation afin de montrer leur implication dans le travail de concertation, de coordination et d'échange entre régulateurs, qui constitue un aspect essentiel d'une bonne régulation du secteur des médias audiovisuels. En effet, ces derniers ne s'embarrassent pas, quelle que soit leur voie de distribution, des frontières géographiques.

L'année 2018 a été marquée par une forte activité de l'Autorité au niveau international. Trois points méritent d'être particulièrement relevés à cet égard.

L'ALIA, prenant la suite du Conseil national des programmes, est membre de l'EPRA (*European Platform of Regulatory Authorities*), créée en 1995 au sein de l'Observatoire européen de l'audiovisuel basé à Strasbourg et regroupant actuellement 42 membres. L'EPRA contribue par ses activités et travaux de recherche à une meilleure compréhension du phénomène régulateur du monde audiovisuel et permet des échanges importants entre instances de surveillance des États membres. Une grande partie de ces partages de connais-

Les deux autres événements que j'aimerais citer nous ont été imposés de l'extérieur.

Il y a tout d'abord la réforme de la directive dite SMA (service de médias audiovisuels) de 2010 qui a abouti, après presque trois ans de travaux préparatoires, à l'adoption de la Directive (UE) 2018/1808 du Parlement européen et du Conseil du 14 novembre 2018 modifiant la directive 2010/13/UE visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels (directive « Services de médias audiovisuels »), compte tenu de l'évolution des réalités du marché. Alors même que l'ALIA n'était pas directement impliquée dans les négociations menant à cette directive (ce qui incombe aux gouvernements nationaux et au Parlement européen), ces travaux ont cependant nécessairement occupé l'Autorité, tant à travers les contacts et discussions qu'elle a pu avoir dans ce contexte avec les instances étatiques luxembourgeoises qu'à travers les travaux menés au sein de l'ERGA (*European Regulators Group for Audiovisual Media Services*) en tant qu'organe consultatif de la Commission européenne.

Dorénavant, il s'agit de transposer cette directive en droit luxembourgeois, et le directeur présente dans les pages suivantes un certain nombre de points qu'il paraît important à l'Autorité d'aborder dans ce cadre. Je me permets d'y renvoyer le lecteur intéressé. L'ALIA suivra en tout cas avec intérêt et fort de ses compétences dans le secteur de l'audiovisuel ces travaux de transposition.

Le dernier dossier à relever nous est finalement entièrement imposé de l'extérieur sans intervention de notre part. Les électeurs britanniques ont voté en 2016 pour la sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne (Brexit). Cette démarche affecte aussi le secteur des médias audiovisuels, dans la mesure où la directive SMA est construite sur le système du pays d'ori-

gine, qui permet à tout fournisseur d'un service de média audiovisuel qui dispose d'une concession ou licence d'un pays de l'Union européenne à librement diffuser ses programmes dans tous les pays de l'Union européenne. Cette liberté ne bénéficie cependant, sauf autre accord commercial, qu'aux seuls États membres de l'Union européenne, parmi lesquels ne figurera plus le Royaume-Uni après achèvement du processus de sortie, ce qui confronte les fournisseurs de services de médias audiovisuels établis au Royaume-Uni à un problème d'implantation.

Face à cette réalité, ces fournisseurs cherchent des solutions alternatives pour pouvoir s'établir au sein de l'Union européenne et entreprennent un important travail d'information sur les régimes juridiques et l'environnement social et économique dans les différents États susceptibles de les accueillir. D'importantes ressources ont été affectées par l'ALIA pour répondre à ces demandes de renseignement tout à fait légitimes, qui se sont faites de plus en plus nombreuses et pressantes au fur et à mesure que la date initiale de sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne (31 mars 2019) s'approchait.

Ces trois exemples, même si on peut estimer qu'ils ne sont que conjoncturels et ne sont pas de nature à perdurer dans le temps, illustrent néanmoins parfaitement l'environnement international dans lequel s'inscrit l'activité de l'Autorité, qui n'est pas toujours maître de son agenda et se doit néanmoins de faire face aux contraintes qui viennent de l'extérieur. D'autres externalités, comme la participation aux réunions des différents réseaux (ERGA, EPRA, REFRAM), sont structurelles et la crédibilité internationale de l'Autorité requiert qu'elle s'y implique à mesure de ses possibilités. Le Conseil d'administration, le directeur et les agents permanents de l'ALIA s'efforcent de répondre, tant sur ce niveau international qu'un niveau purement interne, aux défis qui les attendent.

**Thierry Hoscheit**, président

## Qui a peur d'une loi moderne des médias ?

Le mot du directeur



La directive de 2018 tient compte des plateformes de partage de vidéos et des médias sociaux.

Les années 1980 voyaient l'introduction de la télévision commerciale en Europe, d'abord au niveau national dans le cadre de la libéralisation des ondes, puis au niveau transfrontalier grâce à la diffusion des programmes par satellite. En même temps, les députés européens menaient une réflexion sur l'introduction d'une chaîne télévisée européenne dont l'objectif serait une meilleure intégration des peuples. Pour réussir ce pari (difficile et en fin de compte jamais réalisé), il fallait un cadre légal harmonisé.

Ainsi est née, après la publication, en 1984, d'un livre vert de la Commission sur la télévision sans frontières, la directive 89/552/CEE « visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion télévisuelle ». Une telle régulation n'était pas évidente lors de la création de la Communauté économique européenne en 1957 parce qu'à l'époque elle ne faisait pas partie des prérogatives européennes. Les médias sont entrés dans le champ de compétence par le biais des libertés fondamentales, à savoir la libre circulation des marchandises, du capital, des personnes et des services. Dans l'arrêt Sacchi du 30 avril 1974, le Cour de justice européenne a tranché que la diffusion d'émissions de télévision constitue un service au sens du traité de Rome.

Le 6 novembre 2018, alors que se tenait la dixième réunion plénière de l'ERGA (*European Regulators Group for Audiovisual Media Services*), une nouvelle s'affichait sur les écrans des *smartphones* des participants : le texte de la nouvelle directive sur les services de médias audiovisuels venait d'être approuvé par les instances européennes, deux ans et demi après la proposition de la Commission européenne de lancer un exercice dit Refit (*Regulatory Fitness and Performance*). La directive (UE) 2018/1808 constitue la cinquième mouture des dispositions européennes relatives à la télévision depuis leur première adoption il y a trois décennies.



Une première révision de la directive sur la télévision sans frontières a eu lieu en 1997. La directive 97/36/CE avait notamment comme but de tenir compte des nouvelles technologies et de l'évolution dans le secteur de la publicité (en introduisant la notion de télé-achat). Autre nouveauté : le public doit être en mesure de suivre les événements de majeure importance pour une société sur une chaîne à accès libre. Dix ans plus tard, une révision de la directive s'avérait nécessaire. La directive 2007/65/EC introduisait la différence entre télévision linéaire et télévision non linéaire (c.-à-d. les services de vidéo à la demande), et elle remplaçait la notion de radiodiffusion télévisuelle par la notion des services de médias audiovisuels. Ce texte a finalement été remplacé par de la directive 2010/13/UE « *relative à la fourniture de services de médias audiovisuels (directive 'Services de médias audiovisuels')* ».

C'est cette directive de 2010 qui vient de faire l'objet d'une révision partielle. La grande nouveauté de la directive (UE) 2018/1808 est l'inclusion des plateformes de partage de vidéos (VSP) et des médias sociaux, plus précisément leur contenu audiovisuel et uniquement lorsque celui-ci constitue une fonctionnalité essentielle du service en question. De façon générale, les services doivent veiller à ce que leurs programmes n'incitent pas à la violence, à la haine ou au terrorisme et les VSP à ce que les vidéos ne contiennent pas d'infractions liées à la pédopornographie, au racisme et à la xénophobie.

La pornographie et la violence gratuite sont dorénavant admises dans les programmes, mais nécessitent les mesures de protection des mineurs les plus strictes. Les données à caractère personnel de mineurs collectées par les SMA ne peuvent pas être utilisées par ceux-ci à des fins commerciales. Les règles régissant la diffusion des communications commerciales sont assouplies : le plafond de douze minutes de publicités par heure horloge est

aboli et le placement de produit autorisé ; les VSP sont tenues d'indiquer si une vidéo contient une forme de communication commerciale. Après les services linéaires, les catalogues des services à la demande doivent également respecter un quota d'œuvres européennes, à savoir 30%.

Dorénavant, les États membres ont l'obligation de transposer en droit national la directive révisée (UE) 2018/1808 pour le 19 septembre 2020 au plus tard. Au Luxembourg, il serait tentant de soumettre au vote des députés un projet de loi qui ne se limite pas à un simple toilettage du texte existant dont la première mouture date de 1991. La loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques tient compte d'un monde dans lequel l'internet est encore absent et qui ignore, pour des raisons évidentes, les plateformes intermédiaires (*Intermediäre*) comme les réseaux sociaux, les VSP, les moteurs de recherche ou les messageries instantanées.

En même temps, alors que la législation connaît une panoplie de concessions et de permissions, elle ne contient pas la moindre disposition pour régler la diffusion des télévisions communales dont il existe une dizaine de programmes au Luxembourg (voir l'analyse p. 13). Dans ce contexte, il y a lieu de se demander si la tâche d'émettre les licences et d'accepter les notifications ne devrait pas revenir au régulateur plutôt qu'au ministère en charge des médias, à l'instar de nombreux États européens. Et de confier dans le même ordre d'idées la responsabilité de superviser le service public, à savoir la *radio 100,7*, en général, et le respect des missions de service public déléguées aux programmes commerciaux de *RTL Letzebuerg*, en particulier, également à l'*ALIA*, comme c'est le cas au Royaume-Uni, en France ou en Belgique.

Un autre volet de la loi sur les médias électroniques qui a besoin d'une sérieuse re-fonte concerne la protection des mineurs.



## Pourquoi ne pas confier au régulateur le monitoring des missions de service public ?

qui dépendent, en plus, largement de pratiques culturelles qui ne sont pas les siennes. En même temps, cette disposition vide de son sens le principe du pays d'origine qui reste, jusqu'à nouvel ordre, la pierre angulaire de la directive sur les SMA.

Une suggestion pour clore le chapitre sur la protection des mineurs : Comme les journaux télévisés ne tombent pas dans une classification d'âge particulière, il serait opportun d'obliger le fournisseur à avertir le public, oralement ou par tout autre moyen propice et en temps utile, que le reportage à suivre contiendra des images particulièrement accablantes ou violentes.

Évidemment, il reste d'autres aspects auxquels une version actualisée de la loi sur les médias électroniques pourrait toucher. En général, un instrument pour remédier à beaucoup de lacunes dans la loi désuète consisterait à donner au régulateur le pouvoir d'élaborer des lignes directrices qui serviraient d'orientation aux fournisseurs. (La solution alternative, à savoir plus de précision et de critères dans la loi et les règlements ne semble pas être à l'ordre du jour.)

Pour terminer, deux points précis qui joueront un rôle important dans les années à venir :

1° Dans le domaine des communications commerciales, il conviendrait d'inclure l'activité des influenceurs dans la surveillance et d'établir des règles qu'ils devront suivre pour permettre au public de distinguer entre contenu éditorial et publiereportage (*advertorial*). Pour que les citoyens et consommateurs puissent se faire leur propre idée sur un produit ou un service dont un influenceur vante les mérites, il est indispensable d'être transparent sur la relation exacte entre cet influenceur et le fournisseur du produit ou du service respectivement.

2° Dans le domaine des campagnes électorales, le régulateur des médias électroniques est bien placé pour organiser la répartition des spots publicitaires dans les services de radio et de télévision qui ont une obligation de diffuser ces messages, d'une part, et de surveiller la communication et les activités publicitaires en particulier des partis et candidats politiques dans les médias traditionnels et sociaux, de l'autre. Il va de soi que le régulateur devra porter un regard particulier sur d'éventuels efforts de désinformation de tous genres.

En résumé : le texte modifié de la directive version 2018 est désormais connu ; au législateur luxembourgeois de le transposer dans les mois à venir et de combler les lacunes qu'affronte le régulateur dans l'exécution de ses missions de surveillance.

**Romain Kohn**, directeur

Pour l'instant, il existe des dispositions, d'un côté, pour la télévision contenues dans la loi modifiée du 27 juillet 1991 et, de l'autre, le cinéma, détaillées dans la loi modifiée du 20 avril 2009 relative à l'accès aux représentations cinématographiques publiques. La conséquence principale de ce dualisme : il existe deux modèles différents de catégories d'âge, une situation difficile à communiquer et qui risque en plus de déconcerter le public. Aligner les classes d'âge serait la solution la plus facile et la plus efficace. Un système unique permettrait en même temps d'étendre la classification à d'autres supports comme les disques DVD ou BluRay et l'offre dans le domaine de la réalité virtuelle (VR) qui échappent actuellement à toute mesure de protection des mineurs.

Dans le même ordre d'idées, il y a lieu de constater que l'ALIA fait partie du Conseil de l'instance autorégulatrice *Pan-Euro-*

*pean Game Information* (PEGI). Alors que le régulateur luxembourgeois joue un rôle actif au sein de ce système d'évaluation de jeux vidéo, il n'existe pas de législation spécifique au Grand-Duché. Adopter officiellement la classification PEGI permettrait aux utilisateurs et aux parents en particulier de s'informer sur les jeux vidéo évalués et de les guider dans leurs choix de consommation.

Toujours dans le domaine de la protection des mineurs, le règlement grand-ducal modifié du 8 janvier 2015 relatif à la protection des mineurs dans les services de médias audiovisuels prévoit qu'un fournisseur dont le programme vise principalement un autre pays que le Grand-Duché peut opter pour le système de protection des mineurs de ce pays. Cette disposition impose, inutilement, un fardeau supplémentaire au régulateur qui doit appliquer non seulement des règles externes mais



## Équitable et pluraliste

À propos de la responsabilité éditoriale des chaînes de télévision communales

La loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques prévoit un certain nombre de concessions ou permissions : services radiodiffusés luxembourgeois à rayonnement international, services radiodiffusés non luxembourgeois, services radiodiffusés visant un public résidant regroupant les services de télévision, de radio sonore à émetteur de haute puissance et à émetteur(s) de faible puissance ainsi que de radio sonore et de télévision diffusés en multiplex numérique.

Par contre, le texte ne fait aucune mention d'une concession ou permission en relation avec des chaînes communales, alors qu'elles prennent une importance grandissante dans la vie publique et politique des municipalités. Les conséquences pratiques sont évidentes.

**La loi prévoit tous genres de permissions - sauf une pour les chaînes communales.**

D'un côté, le régulateur n'est pas en possession des instruments nécessaires pour assurer que ces programmes ne deviennent pas un instrument de propagande pour la majorité en place de façon générale et plus particulièrement en période de campagne électorale. De l'autre, en cas d'une plainte, le régulateur n'est pas toujours en position d'identifier le responsable éditorial à qui il pourrait demander des explications ou, dans le pire des cas, infliger une sanction.

Avec l'appui du président du Syndicat des villes et communes luxembourgeoises (Syvicol), Emile Eicher, l'Autorité a demandé en mai 2018 aux 102 administrations municipales du pays de remplir un questionnaire. Il s'agissait de faire un premier état des lieux pour découvrir combien de mairies exploitent « *un programme diffusé sur une plateforme ou un réseau câblé dont le contenu se focalise sur la vie politique, sociale, culturelle, sportive...* » de la commune. Ensuite, l'ALIA voulait savoir qui en est l'éditeur responsable, c.-à-d. qui est la personne ou entité qui prend en dernier lieu les décisions concernant le contenu diffusé. Finalement, l'Autorité a demandé de connaître la durée du programme ainsi que sa fréquence et le(s) mode(s) de diffusion et éventuellement la société productrice des émissions.

En analysant les réponses, l'ALIA a retenu huit chaînes qui remplissent les conditions exigées par la loi pour définir un service de médias audiovisuels, peu importe si la commune s'est dotée d'une concession ou non. Le tableau à la page suivante renseigne sur les chaînes communales actives au 31 décembre 2018.



## L'opportunité des choix rédactionnels

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

L'Autorité a pour mission de veiller au respect des dispositions légales et réglementaires par les fournisseurs de services de médias audiovisuels et sonores relevant de sa compétence.

Dans le cadre de cette mission, l'ALIA a rendu, au cours de l'année, des décisions à onze reprises. Ces décisions ont touché de manière plus ou moins égale aux thématiques de la protection des mineurs, de la dignité humaine ainsi que de la forme et du contenu des communications commerciales diffusées à l'écran. D'autres décisions plus marginales et ne rentrant dans aucune des catégories citées ont aussi été rendues.

L'Autorité a eu notamment l'occasion d'évoquer à nouveau l'usage des *skyscrapers* dans les communications commerciales (décision n° 1/2018) et celui du parainage (décision n° 10/2018), rendant plus claires les décisions antérieures relatives à ces sujets.

Par ailleurs, l'ALIA a eu l'occasion de notifier qu'à l'instar de la jurisprudence des cours et tribunaux, sa pratique décisionnelle peut varier et évoluer au fil du temps (décision n° 5/2018).

### Surveillance des programmes

#### Protection des mineurs

L'Autorité a eu à traiter trois plaintes relatives à la protection des mineurs. Pour chacun des cas, les fournisseurs incriminés se sont vu remettre un blâme.

La première plainte concernait des images violentes diffusées lors d'un reportage du journal télévisé de RTL TVi. En l'espèce avaient été diffusées à plusieurs reprises des images extraites d'une vidéo privée réalisée sur un téléphone portable et témoignant de violences répétées sur un jeune homme par d'autres adolescents.

Au cours de son instruction, le directeur a estimé que le sujet méritait d'être traité du fait de sa « valeur éducative », mettant cependant en avance certains éléments inappropriés. Premièrement, bien qu'un avertissement « *en bonne et due forme* » ait précédé le lancement dudit reportage, l'espace temporel entre l'annonce et la diffusion du reportage litigieux était trop court. En ce sens que « *le spectateur soucieux d'écartier des enfants [n'avait] aucune chance de le faire en temps utile* ».

Par ailleurs, le directeur a été d'avis que la répétition successive de la scène d'agression n'apportait aucune information supplémentaire au reportage incriminé. L'Assemblée consultative de l'ALIA a confirmé les craintes du directeur et critiqué encore davantage les deux points susmentionnés.

Dans ses discussions ultérieures, le Conseil a réaffirmé l'exigence d'un espace temporel entre l'avertissement oral et le début du reportage. Cet espace de temps étant « *consubstantiel afin de garantir l'efficacité de la mesure de protection tenant au prononcé d'un avertissement* ». En l'espèce, le spectateur du reportage litigieux « *pouvait à peine détourner son regard étant donné que l'avertissement précédait immédiatement la diffusion des scènes concernées* ».

Commune	Nom du programme	Responsabilité éditoriale
Hesperange	Hesper TV	Collège des bourgmestre et échevins
Hobscheid	Habscht TV	Collège des bourgmestre et échevins
Kehlen	D'Gemeng Kielen informéiert	Dok TV s.a.
Mamer	MATV	Luxembourg Movie Production a.s.b.l.
Mersch	De Mierscher Info-Kanal	Collège des bourgmestre et échevins
Pétange	Pétange Info TV	Collège des bourgmestre et échevins
Steinfort	Stengefort News	Collège des bourgmestre et échevins
Steinsel	Televisioun Steesel	Luxembourg Movie Production a.s.b.l.

Au cours de la campagne pour les élections communales du 8 octobre 2017, l'Autorité avait adressé un courrier aux bourgmestres des municipalités exploitant un programme d'information. Elle les invitait « *à être vigilant[s] afin de garantir une présence équitable et pluraliste sur votre antenne, en particulier si vous avez l'intention d'organiser des émissions à caractère politique ou des débats entre candidats* ».

L'ALIA se féliciterait si au cours de la transition de la nouvelle version de la directive sur les services de médias audiovisuels des dispositions sur les télévisions communales pouvaient être intégrées dans le texte de la loi sur les médias électroniques.



En ce qui concerne la répétition des scènes d'agression, le Conseil a considéré que ce reproche ne relève d'aucun des aspects du domaine de compétence de l'Autorité (décision n° 5/2018).

La seconde affaire concernait la diffusion du film *The Call* sur *RTL II* avec une signalétique inappropriée. Le Conseil a alors retenu que « *compte tenu du nombre de scènes violentes et de son dévouement répréhensible au plan moral, une classification dans la catégorie d'âge supérieure [...] aurait été de mise* » (décision n° 6/2018).

Une troisième plainte touchant à la thématique de la protection des mineurs concernait la diffusion d'un épisode de la série *NCIS* qui contenait des scènes inappropriées pour un jeune public.

Au cours de l'instruction, il a été établi que certaines scènes diffusées en première

partie de soirée reflétaient en effet « *un climat d'angoisse* » susceptible de nuire à l'épanouissement mental de jeunes téléspectateurs. Fait plus problématique encore, le directeur a constaté que les quatre épisodes diffusés au cours de la soirée, dont celui pour lequel la plainte a été déposée, l'avaient été avec la classification « *tous publics* », alors que selon lui, une signalétique plus élevée aurait été de mise.

Le Conseil a estimé que les scènes incriminées étaient effectivement « *de nature à pouvoir nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs* », et a ensuite rappelé que l'absence de signalétique spécifique suffit à caractériser la violation de la loi.

Au vu de la bonne foi du fournisseur et de sa volonté de redresser la situation qui a posé problème, l'Autorité s'est limitée à prononcer un blâme au fournisseur (décision n° 8/2018).

## La dignité humaine

Au cours de l'année 2018, l'Autorité n'a eu à traiter qu'une seule plainte concernant la dignité humaine au sens large du terme, plainte qui a par ailleurs été classée sans suite.

L'ALIA a en effet été saisie d'une plainte relative au contenu du site internet du service *Eldorado* et, par ricochet, au contenu de la radio elle-même. Une plaignante s'est dite choquée de l'utilisation d'un terme qu'elle jugeait péjoratif pour désigner les sans-abris. Le Conseil a cependant constaté que le terme en question n'était pas prononcé dans le reportage à l'origine de la plainte et que par ailleurs, ce terme luxembourgeois, à savoir *Heescherten*, n'est « *manifestement pas de nature à constituer à une atteinte à la dignité humaine* » (décision n° 4/2018).

## Communications commerciales

L'Autorité s'est autosaisie à deux reprises de sujets concernant respectivement l'usage d'une technique publicitaire appelée *skyscraper* et du parrainage. Elle a également tranché dans le cas d'une publicité liée au domaine médicale.

### Skyscraper

Selon le directeur, le procédé appelé *skyscraper*, toléré en principe par l'ALIA (décision n° 35/2016) et utilisé de nouveau en 2017 par *RTL Télé Lëtzebuerg* dans le cadre de la retransmission du Tour de France, posait problème à deux niveaux. Premièrement, la technique d'insertion publicitaire litigieuse n'aurait pas respecté l'obligation de séparation entre publicité et contenu éditorial telle que préconisée par l'article 28(1) de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques. Deuxièmement, étant donné que les téléspectateurs étaient obligés de regarder la publicité défiler à l'écran, le directeur a mis en cause une atteinte à l'intégrité du programme au sens de l'article 2(1) du ré-

glement modifié du 5 avril 2001 fixant les règles applicables en matière de communications commerciales dans les services de médias audiovisuels.

En l'espèce la publicité mise en cause se présentait sous la forme d'une sorte de panneau vertical mouvant, occupant environ un quart de la largeur de l'écran et présentant dans sa partie inférieure la mention « *pub* ».

Suite à une audition du fournisseur ainsi qu'à la prise en compte de l'avis d'un régulateur allemand sur la technique employée, le directeur a révisé sa position initiale en ce qui concerne le premier reproche. Toutefois, dans la mesure où la publicité avait « *pour effet de cacher aux yeux des spectateurs une partie de la course cycliste, à savoir le contenu éditorial pour lequel les spectateurs se trouvent devant leur poste de télévision* », le directeur a réaffirmé que la publicité litigieuse porterait « *atteinte à l'intégrité des programmes, nonobstant la question de savoir si l'événement sportif retransmis présentait à ce moment un intérêt, un attrait ou une tension particulière* ».

Dans ses discussions, le Conseil a défini l'intégrité des programmes comme étant « *la propriété qui s'attache à un programme qui n'a pas fait l'objet de modifications ou de transformations, qui n'a pas été altéré ou dégradé en son contenu* ». Au regard de cette définition, le Conseil a considéré que ce concept d'intégrité des programmes ne doit pas être considéré « *comme une valeur absolue qui interdit toute insertion publicitaire* », encore moins dans le cadre d'un événement sportif comme une course cycliste « *qui ne connaît pas d'interruptions naturelles ou objectives* ». En ce sens, le Conseil a suivi la volonté du législateur européen « *d'assouplir la réglementation applicable aux communications commerciales* ».

Le Conseil a encore considéré que même si « *dans le cadre d'une retransmission*

en direct d'un événement sportif [...] le fournisseur ignore à l'avance si, pendant la diffusion de la publicité sous forme de Skyscraper, un incident ou événement d'intérêt particulier va se produire, cette circonstance ne doit pas l'empêcher de diffuser une publicité répondant par ailleurs aux normes ».

Un fournisseur utilisant cette technique « à ses risques et périls » devrait toutefois en répondre dans le cas où la diffusion d'une publicité porterait, en effet, atteinte à l'intégrité du programme. Le Conseil a rappelé enfin que « chaque situation doit faire l'objet d'une appréciation autonome », au cas par cas. L'affaire a été classée sans suite par l'Autorité (décision n° 1/2018).

### Parrainage

Selon le directeur, la présentation de la météo sur le service *RTL Télé Lëtzebuerg* avait violé à plusieurs reprises les dispositions légales et réglementaires en vigueur en matière de parrainage.

Dans une décision antérieure, l'Autorité avait déjà délimité la différence entre publicité et parrainage en précisant que « le parrainage se distingue de la publicité en ce que la publicité consiste pour le fournisseur à vendre à l'annonceur de l'espace publicitaire que ce dernier remplit à sa guise sans qu'il n'en découle une responsabilité éditoriale à charge du fournisseur, autre que celle de prévenir la diffusion de messages publicitaires interdits, tandis que le parrainage consiste pour le parrain à (co)financer un élément de programme (et non d'établir un lien sémantique avec l'élément de programme), engendrant à charge du fournisseur une responsabilité éditoriale et l'interdiction d'inciter le spectateur à l'achat ou la location d'un produit ou d'un service dans le cadre d'un parrainage » (décision n° 11/2017).

Dans son instruction, le directeur a notamment pointé du doigt certaines pratiques qui ne s'apparentaient non pas à

du parrainage mais à des spots publicitaires isolés, rendant floue, pour les téléspectateurs, la frontière entre message de parrainage et message publicitaire.

Le fournisseur, compte tenu de la reconnaissance de ses torts, a reçu un blâme. Dans sa décision, l'ALIA a retenu que le fournisseur avait enfreint les dispositions de l'article 5(1)(c) du règlement grand-ducal modifié du 5 avril 2001 fixant les règles en matière de communications commerciales dans les services de médias audiovisuels, en omettant à plusieurs reprises d'informer clairement les téléspectateurs de l'existence d'un accord de parrainage ou bien en omettant de requalifier un prétendu parrainage en publicité (décision n° 10/2018).

### Publicités liées au domaine médical

L'Autorité a dans un premier temps traité une plainte transmise par le *Commissariaat voor de Media* des Pays-Bas. En l'espèce, la plainte concernait un format journalier de divertissement diffusé sur *RTL 4*. Le passage incriminé par une plaignante présentait l'interview d'une chirurgienne plasticienne sur les implants mammaires. La plaignante a ainsi émis des soupçons de publicité clandestine et de placement de produit concernant lesdits implants.

Après visionnage de l'interview, traduite en langue française, le Conseil n'a constaté aucun placement de produit prohibé violant les dispositions luxembourgeoises en matière de communications commerciales. Les membres du Conseil sont arrivés à cette conclusion en constatant notamment qu'aucun nom d'un produit ou d'un producteur d'implant mammaire n'était cité. La plainte, manifestement non fondée, a été classée (décision n° 3/2018).

Dans une autre décision, faisant suite à une autosaisine, l'Autorité a traité le cas d'une publicité qui violait potentiellement les dispositions légales et réglementaires tant au niveau européen que



luxembourgeois en vigueur dans le domaine de la diffusion de publicités pour médicaments. En l'espèce, la publicité en question, diffusée sur le service *2ten RTL Télé Lëtzebuerg*, vantait les mérites d'une thérapie par injections d'un produit à base d'enzymes de venin de serpent.

De fait, plusieurs éléments posaient problèmes. Au cours de l'instruction, la Direction de la Santé a confirmé qu'aucun médicament aux spécificités telles que détaillées dans le spot n'était enregistré au Luxembourg et que, par ailleurs, un médicament par injection nécessite une ordonnance. Le directeur a encore relevé que le spot publicitaire incriminé violait plusieurs dispositions de l'article 20(b) du règlement grand-ducal relatif à la mise sur le marché de médicaments.

Dans ses discussions, le Conseil a synthétisé le tout en disposant que le service a contrevenu aux règles afférentes en faisant de la

promotion pour un produit qualifié par l'annonceur de « médicament » dans un spot publicitaire, alors que le médicament en question ne remplissait pas les qualités requises pour être qualifié par les autorités luxembourgeoises comme tel. À cela s'est encore ajouté l'absence d'informations sur les effets secondaires au sein du spot, légalement requises. Compte tenu de la reconnaissance de ses torts par le fournisseur, l'Autorité n'a prononcé qu'un blâme (décision n° 9/2018).

### Autres sujets

L'Autorité s'est encore prononcée sur trois sujets plus marginaux dont un concernant le contenu et l'éthique d'une communication commerciale.

Parmi ces affaires, le cas d'une plainte visant le contenu d'une publicité diffusée dans les salles de Kinopolis Luxembourg dans laquelle l'image d'une célèbre ac-

trice récemment décédée aurait été « instrumentalisée » à des fins publicitaires. L'Autorité a considéré que la question ne relevait d'aucun des aspects du domaine de la législation des médias dont le respect est assuré par elle. Toutefois, avec le consentement de la plaignante, l'ALIA a transmis le dossier à la Commission luxembourgeoise pour l'éthique en publicité (décision n° 2/2018).

Suite à la diffusion d'une émission consacrée à Marc Dutroux sur la chaîne *RTL TVI*, un plaignant avait encore reproché au fournisseur le choix du sujet, le jugeant « pénible pour l'ensemble de la population belge ». L'Autorité a rappelé ne pas avoir pour mission de « juger de l'opportunité des choix rédactionnels effectués » par les fournisseurs. L'affaire a ainsi été classée (décision n° 7/2018).

Enfin, l'Autorité a encore décidé d'ouvrir une instruction à l'encontre du service de radio *Antenne Luxemburg* relative au non-respect de plusieurs dispositions de son cahier des charges. Le Conseil estimait notamment que le traitement de l'actualité luxembourgeoise (politique, économique, sociale, culturelle et sportive) était quasiment inexistant dans le programme. Cependant, suite à l'intention de la société exploitante de la radio de faire dans les meilleurs délais l'aveu de la faillite de la société et de renoncer ainsi aux fréquences exploitées, l'Autorité a décidé de ne pas poursuivre l'instruction (décision n° 11/2018).

## Statistiques

<b>Décisions</b>	12
Surveillance	11
Régulation	1

## Mission de régulation

Dans le cadre de sa mission de régulation, l'Autorité a décidé de faire droit à une demande de modification de la grille de programmes par l'a.s.b.l. Country Radio Gilsdorf (décision n° 12/2018).

En tant que régulateur du secteur des médias électroniques, l'ALIA peut être appelée à donner son avis à titre consultatif lors d'une demande de concession pour un service de médias audiovisuels (programme télévisé et service à la demande).

En l'occurrence, l'Autorité s'est exprimée sur la demande d'octroi d'une concession pour le nouveau service de télévision luxembourgeois par satellite *Skylink 7* au profit de la société anonyme M7 Group. Au vu d'un ensemble d'imprécisions au sein de la demande ainsi que la présentation d'un système commercial difficilement compréhensible, l'ALIA n'a pas pu donner son « aval inconditionnel » (avis n° 1/2018).

Concernant une autre demande, en l'occurrence de la s.à r.l. United Media, visant l'octroi d'une concession pour le service de télévision luxembourgeois par satellite *Top*, il en est ressorti que la demande portait sur un programme diffusé en trois langues (serbe, croate et macédonien). L'ALIA a donné son aval à condition qu'il soit « assuré que le service obtiendra trois concessions différentes » (avis n° 4/2018).

## Dossiers reçus et dossiers traités en 2018

	Plaintes reçues	Interpellations reçues	Autosaisines
Protection des mineurs	2	/	/
Dignité humaine	4	/	1
Communications commerciales	2	/	3
Autres	9	/	3
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>/</b>	<b>7</b>

	Plaintes traitées	Interpellations traitées	Autosaisines
Protections des mineurs	3	/	/
Dignité humaine	1	/	/
Communications commerciales	2	/	2
Autres	1	/	2
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>/</b>	<b>4</b>

	Plaintes	Autosaisines	Interpellations	Total
Reçues	17	7	/	24
Traitées	7	3	/	10
Décisions reportées à 2019	21*	4	/	25

\* Parmi ces plaintes reportées, une plainte datant de 2016 relative à la protection des mineurs n'a pas encore été traitée, elle est donc reportée à l'année 2019.

## Décisions de plaintes reportées en 2019

Protection des mineurs	3
Dignité humaine	3
Communications commerciales	6
Autres	9

## Sanctions

Blâme	5
Blâme avec lecture obligatoire d'un communiqué à l'antenne	/
Amende	/

Outre les trois formes de sanctions prévues par la loi, à savoir le blâme, le blâme avec lecture obligatoire d'un communiqué d'antenne et l'amende, l'ALIA peut procéder à un constat de violation lorsqu'une

faute a été démontrée mais qu'elle n'a pas donné lieu à une sanction. Une absence d'antécédent peut ainsi permettre au fournisseur d'éviter une sanction officielle (décision n° 11/2017).

Constat de violation	/
----------------------	---



## Relations internationales

L'ALIA est membre auprès de plusieurs instances européennes et internationales dont :

- ERGA (European Regulators Group for Audiovisual Media Services),
- EPRA (European Platform of Regulatory Authorities),
- Comité de contact pour la directive Services des médias audiovisuels,
- REFRAM (Réseau francophone des régulateurs des médias),
- PEGI (Pan European Game Information) et
- International Classifiers Conference.

### Groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels (ERGA)

**9<sup>e</sup> réunion à Zagreb (Croatie), le 23 mars 2018** : Les termes de référence des sous-groupes ont été présentés et approuvés. En 2018, l'ERGA continuera ses travaux sur l'auto- et la co-régulation et l'échange entre régulateurs des diverses expériences et meilleures pratiques. Le Groupe commencera également à explorer le sujet du pluralisme interne et lancera les préparations pour les nouvelles missions qui l'attendent dès que la nouvelle directive sur les services de médias audiovisuels sera adoptée.

Lors de son intervention, la commissaire européenne à l'Economie et la Société numériques Mariya Gabriel a parlé du rôle des femmes dans les médias et de la lutte contre la désinformation en ligne.

**10<sup>e</sup> réunion à Bruxelles, le 6 novembre 2018** : Le jour même de la réunion, les institutions européennes ont définitivement adopté la version modifiée de la directive sur les services de médias audiovisuels. L'ERGA, de son côté, a adopté un rapport détaillé sur les conséquences des nouvelles dispositions pour les régulateurs et notamment son propre rôle en tant que conseiller de la Commission européenne. Etant donné que le groupe est de plus en plus sollicité pour avis dans des délais très courts, son fonctionnement devra évoluer ; un groupe de travail étudiera cette question. Karim Ibourki, président du CSA belge, a été élu vice-président de l'ERGA ; le trio qu'il forme avec le président Lubos Kuklis (CBR slovaque) et le vice-président Tobias Schmid (DLM allemande) pilotera désormais le groupe.

**Réunions du sous-groupe 1 à Bruxelles, les 15 mai et 6 septembre 2018** : Le sous-groupe 1 s'occupe du pluralisme interne et externe des médias considérant que la diversité des voix est une condition essentielle pour le bon fonctionnement de la démocratie. Alors que la transparence relative aux bénéficiaires effectifs et à la concentration des services de médias est d'une importance croissante, le sous-groupe 1 s'est concentré, en 2018, sur le deuxième volet, notamment en vue des élections européennes du 26 mai 2019. Un questionnaire a dégagé les instruments existants des régulateurs leur permettant de déterminer dans quelle mesure le pluralisme interne est assuré, notamment dans les journaux télévisés, les magazines d'information ou encore au cours des campagnes électorales. Les résultats de cette analyse ont été publiés dans un rapport intitulé *Internal Media Plurality in Audiovisual Media Services in the EU: Rules & Practices*.



**ERGA Workshop : The Effectiveness of Age Verification and Media Literacy à Bruxelles, le 3 octobre 2018**

Cet atelier faisait suite au rapport du sous-groupe de l'ERGA sur la protection des mineurs dans les services de médias audiovisuels et de l'atelier sur le même sujet organisé en novembre 2017 intitulé *Current and Future Measures*. Cette manifestation s'est concentrée sur l'efficacité de deux mesures identifiées l'année précédente : la vérification d'âge et l'éducation aux médias. Les présentations sur les instruments qui tombent dans le giron du règlement européen *Electronic Identification Authentication and Trust Services* (eIDAS) se révélaient très instructifs pour les régulateurs. Il s'agit d'un ensemble de normes pour l'identification électronique et les services de confiance pour les transactions électroniques. Une eID permet de vérifier électroniquement la catégorie d'âge d'un jeune qui aimerait regarder

un programme sans révéler l'identité ou toute autre donnée à caractère personnel sur ce mineur. Ceci est particulièrement intéressant pour les services de vidéo à la demande (VOD) et les plateformes de partage de vidéos (VSP).

**Plate-forme européenne des instances de régulation (EPRA)**

**47<sup>e</sup> réunion à Luxembourg du 23 au 25 mai 2018** : Quelque 160 délégués (représentant 51 autorités membres), observateurs permanents et experts des médias ont mis l'accent sur les défis clés du service public dans l'ère numérique, la réglementation de la communication politique et les enjeux des médias sociaux. Un autre sujet était l'émergence de la désinformation qui affecte de plus en plus le système médiatique dans son ensemble, celui-ci ayant été conçu pour soutenir la recherche de la vérité. Dans un tel contexte,

une responsabilité particulière reviendrait aux régulateurs de l'audiovisuel qui devrait se traduire par l'utilisation de tous les outils à leur disposition, comme leurs avis en matière de politiques publiques, la publication d'études ou encore la participation active au débat public. C'était la première fois que les délégués de la plateforme se retrouvaient à Luxembourg. La réunion se tenait à l'Hémicycle du *European Convention Center* Luxembourg, qui a accueilli les premiers membres directement élus, en 1979, au Parlement européen pour quatre réunions de juin 1980 à février 1981.

**48<sup>e</sup> réunion à Bratislava (Slovaquie) du 10 au 12 octobre 2018**

Suite au lancement de la question de la légitimité du service public lors de la réunion précédente à Luxembourg, les débats se concentraient cette fois-ci sur la façon dont les régulateurs peuvent aborder le sujet des pressions sociales et politiques auxquelles sont exposés les médias de service public. Par ailleurs, la conférence était l'occasion de présenter en détail les changements qu'apportera la nouvelle directive sur les services de médias audiovisuels au niveau des communications commerciales. Le directeur a participé au groupe de travail sur l'éducation aux médias en amont de la réunion officielle et il a dirigé une séance au cours de l'atelier sur les principes et modalités d'une future coopération renforcée entre régulateurs.

**Comité de contact pour la directive Service des médias audiovisuels**

**48<sup>e</sup> réunion à Bruxelles, le 30 mai 2018** : Les discussions portaient en grande partie sur des sujets en relation avec la révision de la directive sur les services de médias audiovisuels (SMA). Le critère permettant d'établir la compétence pour un service utilisant une liaison satellitaire montante ne sera pas affecté par le nouveau texte. Mais les États membres devront à l'avenir

fournir à la Commission européenne une liste des fournisseurs de SMA relevant de leur juridiction et les critères sur lesquels se fonde cette compétence. Comme l'application du critère satellitaire pose parfois problème, deux opérateurs de satellites (SES et Eutelsat) ont fait une présentation en exposant notamment les difficultés particulières qu'ils peuvent rencontrer. La Commission de son côté a réitéré son objectif d'élaborer des lignes directrices pour aider à la mise en œuvre pratique du critère satellitaire. Par ailleurs, la Commission a exposé sa communication *Lutte contre la désinformation en ligne : une approche européenne* qu'elle a adoptée en avril 2018. Dans ce document, elle propose un plan d'action et des outils d'autorégulation pour faire barrage à la propagation des fausses nouvelles. Avec les acteurs concernés, notamment les plateformes en ligne, le secteur de la publicité et les grands annonceurs, elle cherchera à développer un code de bonnes pratiques.

**49<sup>e</sup> réunion à Bruxelles, le 12 novembre 2018**

Après l'adoption définitive de la directive révisée sur les services de médias audiovisuels, les discussions ont tourné autour de sa transposition dans les législations nationales respectives. Une partie des États membres désirent introduire une législation dépassant le strict cadre des dispositions contenues dans la directive ; d'autres prévoient de lancer des consultations publiques avant de rédiger un projet de loi. En raison de la complexité de certaines questions, il ne sera pas évident d'assurer une transposition partout dans les délais prévus, c.-à-d. jusqu'au 19 septembre 2020. Pour rendre le travail des législateurs plus efficace, le Commission européenne proposera des lignes directrices concernant les plateformes de partage de vidéos (notion de « *fonctionnalité essentielle* » - considérant 5), le calcul de la part d'œuvres européennes (article 13, paragraphe 7) et, plus tard, la portée des rapports sur l'éducation

aux médias (article 33bis). Pour ce faire, la Commission enverra des questionnaires aux délégations pour intégrer leur ligne de pensées dans une première ébauche des lignes directrices.

### Réseau francophone des régulateurs des médias (REFRAM)

**Conférence internationale Réseaux sociaux, régulation et processus électoraux à Tunis (Tunisie) du 17 au 18 octobre 2018** : Les citoyens des pays africains sont des consommateurs avides de médias sociaux, également en périodes électorales. Les participants de la conférence ont discuté e.a. des enjeux et défis que posent désormais les nouveaux moyens numériques de communication pendant les périodes électorales et la façon de mesurer l'utilisation et l'impact des messages électoraux par les partis et candidats politiques. Raphaël Kies, membre de la Chaire de recherche en études parlementaires de l'Université du Luxembourg, y a présenté le projet *smartwielen.lu* fortement utilisé par les citoyens au Luxembourg lors des élections parlementaires du 14 octobre 2018.

### Pan European Game Information (PEGI)

**Réunion du Conseil à Bruxelles, du 6 au 7 décembre 2018** : L'aspect santé psychique des *gamers* a été un des sujets abordés lors de cette réunion. Antonio Xavier assure dès à présent la présidence du Conseil du réseau dont le site web a été entièrement revisité.

### Bee secure

**Réunion du Conseil consultatif à Luxembourg, le 21 juin 2018** : La campagne « Big Data » (« Wer macht was mit meinen Daten ? »), en collaboration avec la Commission nationale de la protection des données, a connu un grand succès. La prochaine campagne se concentrera sur

les relations sociales en ligne et mettra l'accent également sur des aspects positifs du sujet. Un souci majeur reste la mobilisation des parents. Pour les motiver, des initiatives devront être prises, surtout au niveau de l'enseignement fondamental. Par ailleurs, la peur des jeunes devant des phénomènes tels que le discours de haine et le *cyber grooming* (à savoir le harcèlement sexuel de mineurs sur Internet) persistent.

### Media Literacy Expert Group

**Réunions à Bruxelles, les 15 juin et 11 décembre 2018** : En avril 2016, la Commission européenne a adopté une communication intitulée *Lutter contre la désinformation en ligne : une approche européenne* dans laquelle elle identifie l'éducation aux médias comme un instrument essentiel de sa stratégie. Un de ses objectifs est de « favoriser la diversité des informations, pour permettre aux citoyens de prendre des décisions éclairées guidées par l'esprit critique, en soutenant le journalisme de qualité, l'éducation aux médias et le rééquilibrage de la relation entre les créateurs et les diffuseurs d'informations. » Les services de la Commission et les experts nationaux ont présenté plusieurs de leurs activités phare dans ce domaine. Les deux réunions servaient de *brainstorming* entre les participants en vue de la journée européenne sur l'éducation aux médias qui se déroulera du 18 au 22 mars 2019. L'ALIA se proposait d'assurer la coordination de la journée au Luxembourg. Actuellement, des experts venant de 22 États membres (dont le directeur de l'ALIA pour le Luxembourg) et d'autres organisations sont représentés au groupe d'experts en éducation aux médias dirigé par la Commission.

### Conférences

**Safeguarding European Core Values Online à Bruxelles, le 11 avril 2018** : Sur invitation de la *Direktorenkonferenz*



der Landesmedienanstalten (DLM) allemande, les participants issus des autorités de régulation et des différents secteurs de l'industrie des médias cherchaient des réponses à la question : Comment garantir une protection efficace des mineurs et des consommateurs, de la dignité humaine et du pluralisme – considérés comme valeurs européennes fondamentales –, alors que l'internet permet de distribuer les contenus au-delà des frontières nationales ? Tous s'accordaient pour dire que le principe du pays d'origine reste la meilleure réponse, mais que les régulateurs devraient coopérer plus étroitement face à l'environnement en ligne.

**Hilflose Eltern - hilflose Regulierung? Jugendmedienschutz im Praxiseck à Berlin, le 17 avril 2018** : Cette conférence du cycle *medien impuls*, organisée par les deux institutions d'autorégulation allemandes *Freiwillige Selbstkontrolle*

*Fernsehen* (FSF) et *Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter* (FSM), était placée sous le signe de l'étude *Jugendmedienschutzindex - Umgang mit onlinebezogenen Risiken*. Sur base d'un sondage représentatif réalisé parmi des jeunes entre 9 et 16 ans et des parents, les experts ont trouvé que tous s'accordent pour dire qu'il existe des risques dans l'utilisation des médias en ligne (*Online-Nutzung*) et que des mécanismes de protection des mineurs sont indispensables. L'étude montre également le rôle prééminent que jouent les parents pour rendre efficace la protection des mineurs dans la vie quotidienne.

**Plateformes de partage de vidéos : partage de revenus, partage de responsabilités ? à Paris, le 5 juin 2018** : Les plateformes de partage de vidéos (VSP) seront-elles de simples diffuseurs de contenus ou des créateurs de programmes originaux, autre-



ment dit : s'agit-il de « simples » hébergeurs ou devront-elles être considérées comme étant des éditeurs ? Telles étaient les principales questions auxquelles experts, professionnels et décideurs européens ont essayé de donner une réponse lors de cette conférence, organisée conjointement par le ministère de la Culture français et l'Observatoire européen de l'audiovisuel. A l'heure actuelle, les plateformes tirent profit de la création d'œuvres, mais n'y contribuent pas financièrement. Or, les revenus publicitaires que génèrent les plateformes (qui se résument à une poignée d'acteurs) sont considérables. Les experts constataient en même temps qu'il y a asymétrie au niveau de la régulation. Si les plateformes ont été intégrées dans le texte révisé de la directive sur les services de médias audiovisuels, leurs obligations allégées par rapport aux SMA traditionnels ne rencontrent pas l'approbation de chaque acteur. Entretemps, plateformes

et télévisions classiques se rapprochent : les responsables du petit écran essaient à leur tour de conquérir l'univers des VSP en créant leurs propres plateformes et en installant des coopérations avec les VSP. L'enjeu est de donner accès aux contenus de télévision partout.

**Lutter contre le discours de haine dans les médias : le rôle des autorités réglementaires et du pouvoir judiciaire à Zagreb, du 6 au 7 novembre 2018** : Cette conférence internationale, organisée par le Conseil de l'Europe en partenariat avec l'Agence croate pour les médias électroniques AEM, dressait un tableau détaillé des textes normatifs internationaux et de la jurisprudence, en particulier celle de la Cour européenne des droits de l'Homme, relatifs au discours de haine. Les réseaux sociaux étaient représentés par un délégué de Facebook qui a donné un aperçu sur les mécanismes de contrôle interne à

l'entreprise. L'autorégulation, la corégulation et la régulation étatique ont été largement abordées. Les interventions des régulateurs de l'audiovisuel devraient se multiplier à l'avenir, étant donné les délais trop longs auprès des tribunaux.

**Medie kritesch a bewosst wover hvelen à Marienthal, le 13 novembre 2018** : Sur demande du Service national de la jeunesse, deux agents de l'ALIA ont présenté une conférence et animé un atelier au Centre Marienthal ; la formation intitulée *Dat heescht net Reklammen, mir maachen Publiciteit* s'adressait en premier lieu à des éducateurs. Il s'agissait de donner d'abord un aperçu général de la législation en vigueur en matière de publicité radio et télévisée pour ensuite présenter quelques cas précis que l'Autorité a traités et d'analyser les tenants et aboutissants des décisions prises avec les participants.

**Brexit - impact, challenges and chances for the European audiovisual sector à Bruxelles, le 27 novembre 2018** : La conférence, organisée par l'Observatoire européen de l'audiovisuel, était l'occasion de faire le point sur la situation économique et régulatrice relative à la diffusion et la production des œuvres européennes et

à la juridiction des licences telle qu'elle se présentera probablement en période post-Brexit, une situation qui inquiète fortement les professionnels du secteur. La représentante du régulateur britannique a insisté sur l'importance future d'une bonne collaboration entre régulateurs même si celle-ci prendra des contours différents, selon la devise : « *Play the same game but not in the same court.* »

## Entrevues

**Landesmedienanstalt Saarland (LMS) à Saarebruck, le 19 novembre 2018** : Afin d'être en mesure de poursuivre en 2019 le projet transfrontalier *Media & Me* (qui donne aux jeunes l'occasion de connaître les métiers existants dans les médias), l'autorité de régulation de la Sarre LMS a sollicité l'appui financier de l'ALIA pour 2019. La rencontre avec les dirigeants de la LMS a par ailleurs été l'occasion de faire le point sur les dossiers préoccupant les autorités de part et d'autre. Une brève présentation du *MediaLab* qui introduit le grand public aux nouveaux médias, a complété la visite d'une délégation de l'ALIA à Sarrebruck.



## Ressources financières

L'Autorité bénéficie d'une dotation annuelle à charge du budget de l'Etat. De plus, l'Etat met à la disposition un certain nombre de biens immobiliers et assume d'autres frais nécessaires au bon fonctionnement et à l'exercice des missions de l'ALIA. Depuis 2015, 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 2018 tels qu'audités par le réviseur d'entreprise et approuvés par le Conseil de gouvernement en date du 31 janvier 2020 se présentent comme suit :

Bilan (exercice du 01.01.2018 au 31.12.2018)

ACTIF	
<b>A. Actif immobilisé</b>	<b>13.180,47</b>
I. Immobilisations incorporelles	2,00
1. Concessions, brevets, licences, marques ainsi que droits et valeurs similaires	2,00
s'ils ont été acquis à titre onéreux	2,00
II. Immobilisations corporelles	13.178,47
1. Autres installations, outillage et mobilier	13.178,47
<b>B. Actif circulant</b>	<b>1.621.216,77</b>
II. Créances	11.871,49
1. Créances résultant de ventes et prestations de service	11.871,49
a) dont la durée résiduelle est inférieure ou égale à un an	10.358,61
b) dont la durée résiduelle est supérieure à un an	1.512,88
IV. Avoirs en banques, avoirs en compte de chèques postaux chèques et en caisse	1.609.345,28
<b>C. Comptes de régularisation</b>	<b>24.940,50</b>
<b>Total du bilan (actif)</b>	<b>1.659.337,74</b>

Passif	
<b>A. Capitaux propres</b>	<b>1.296.206,98</b>
I. Résultats reportés	1.248.800,68
II. Résultat de l'exercice	47.406,30
<b>B. Provisions</b>	<b>26.500,00</b>
1. Autres provisions	26.500,00
<b>C. Dettes non subordonnées</b>	<b>336.630,76</b>
1. Dettes sur achats et prestations de services	366,00
2. Dettes fiscales et dettes au titre de la sécurité sociale	336.264,76
a) Dettes fiscales	327.911,11
b) Dettes au titre de la sécurité sociale	8.353,65
<b>E. Comptes de régularisation</b>	<b>0,00</b>
<b>Total du bilan (passif)</b>	<b>1.659.337,74</b>

### Compte de profits et pertes (exercice du 01.01.2018 au 31.12.2018)

1. Chiffre d'affaires net	134.159,20
2. Autres produits d'exploitation	772.898,01
3. Matières premières consommables et autres charges externes	346.153,97
a) Autres charges externes	346.153,97
4. Frais de personnel	394.528,82
a) salaires	364.936,97
b) charges sociales	29.591,85
5. Corrections de valeur	3.572,46
a) sur frais d'établissement et sur immobilisations corporelles et incorporelles	3.572,46
6. Autres charges d'exploitation	115.057,53
7. Autres intérêts et autres produits financiers	250,57
8. Intérêts et autres charges financières	588,70
<b>Résultat de l'exercice</b>	<b>47.406,30</b>



## Annexe 1

### Composition du Conseil d'administration au 31 décembre 2018

Thierry Hoscheit, président

Valérie Dupong, Claude Wolf, Jeannot Clement, Luc Weitzel, membres

Carole Kickert, secrétaire

### Composition de l'équipe administrative au 31 décembre 2018

Romain Kohn, directeur

Carole Fonck, Carole Kickert, Loredana Rinaldis, Jill Rollinger

### Composition de l'Assemblée consultative au 31 décembre 2018

Organisation	Représentant
Groupe parlementaire CSV	Diane Adehm
Groupe parlementaire LSAP	Brigitte Chillon
Groupe parlementaire DP	Françoise Schlink
Groupe parlementaire Déi Greng	Abbes Jacoby
Sensibilité politique ADR	Roland Houtsch
Sensibilité politique Déi Lenk	David Wagner
Chambre de commerce	Patrick Ernzer
Chambre d'agriculture	Camille Schroeder
Chambre des métiers	Marc Gross
Chambre des salariés	Denise Steinhäuser
Chambre des fonctionnaires et des employés publics	Max Lemmer
Syvicol	Serge Hoffmann
Commission consultative des droits de l'Homme	Anamarija Tunjic
Ombuds-Comité fir d'Rechter vum Kand	Michel Donven
Conseil national des femmes du Luxembourg	Laury Molling-Bisenius
Conseil national pour étrangers	Franco Avena
Union luxembourgeoise des consommateurs	Luc Muller
Ligue médico-sociale	Jean Rodesch
Université du Luxembourg	Mark Cole
Union Grand-Duc Adolphe	Robert Köller
Conseil de presse	Fernand Weides
Security made in Lëtzebuerg	Debora Klein
ICTLuxembourg	Nico Binsfeld

## Annexe 2

### Nouvelle législation

Directive (UE) 2018/1808 du Parlement européen et du Conseil du 14 novembre 2018 modifiant la directive 2010/13/UE visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres rela-

tives à la fourniture de services de médias audiovisuels (directive « *Services de médias audiovisuels* »), compte tenu de l'évolution des réalités du marché (voir *Le mot du directeur* p. 7).

## Annexe 3

### Services radiodiffusés à rayonnement international

Nom du service	Fournisseur de service
RTL TVi Club RTL Plug RTL	RTL Belux s.a. & cie s.e.c.s. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg
RTL 4 Teleshop 4 RTL 5 Teleshop 5 RTL 7 Teleshop 7 RTL 8 Teleshop 8 RTL Telekids RTL Lounge RTL Crime Film+ RTL II RTL+ RTL Gold Sorozat Musika TV RTL Z	CLT-Ufa s.a. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg

## Annexe 4

### Services radiodiffusés visant le public résidant

Nom du service	Fournisseur de service
RTL Télé Lëtzebuerg 2ten RTL Télé Lëtzebuerg	CLT-Ufa s.a. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg

## Annexe 5

### Services luxembourgeois par satellite

Nom du service	Fournisseur de service
Cool	CLT-Ufa s.a. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg
Nordlicht TV	Nordlicht a.s.b.l. 22, route de Diekirch L-9381 Moestroff
Euro D	Osmose Media s.a. 1, rue Pletzer L-8080 Bertrange
Libido Exotica Life in Red	Groupe 555 s.à r.l. 1, rue Pletzer L-8080 Bertrange
Luxe TV (version internationale) Luxe TV (version États-Unis)	Opuntia s.a. 43, op Zaemer L-4959 Bascharage
N 1 (version serbe) N 1 (version slovène) N 1 (version monténégrine) N 1 (version macédonienne) N 1 (version croate) N 1 (version bosnienne)	Adria News s.à r.l. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg
SportKlub 1 (version serbe) SportKlub 1 (version croate) SportKlub 1 (version slovène) SportKlub 2 SportKlub 3 (version serbe et croate) SportKlub 3 (version slovène) GolfKlub SportKlub HD LiR Cinemaniam SportKlub 7 SportKlub 8 SportKlub 9 SportKlub 10 Pikaboo Vavoom	United Media s.à r.l. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg
MyCuisine TV Altice Studio	Altice Entertainment News & Sport s.a. 5, rue Eugène Ruppert L-2453 Luxembourg
TVN24 International	Scripps Media Luxembourg s.à r.l. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg
Skylink 7 (version anglaise) Skylink 7 (version slovaque) Skylink 7 (version tchèque)	M7 Group s.a. 2, rue Albert Borschette L-1246 Luxembourg

## Annexe 6

### Services relevant de la compétence du Luxembourg par l'utilisation d'une liaison montante luxembourgeoise ou d'un satellite luxembourgeois

Nom du service	Fournisseur de service
NHK World - Japan	NHK (Japan Broadcasting Corporation) NHK Broadcasting Center Jinnan, 2-2-1, Shibuya-ku Tokyo 150-8001 Japan
Deutschland Vozrozhdenie	Pershij TV Avenue Nauky, 54-B Office 2 03083 Kyiv Ukraine
PMC TV	Kiamax Group FZ-LLC Al Thuraya Tower 2 1501 Dubaï United Arab Emirates
Agro TV	R Media Group d.o.o. Francuska 16 1 11000 Beograd Serbia
Zenska TV	R Media Group d.o.o. Francuska 16 1 11000 Beograd Serbia
Film Klub	Film Klub d.o.o. Kneza Višeslava 88 11030 Beograd Serbia
Balkan Hot Balkan Hot 2	Corona Media d.o.o. Sutjeska 29/4 40000 Severna Mitrovica Kosovo

## Annexe 7

### Services luxembourgeois par câble

Nom du service	Fournisseur de service
Nordlicht TV	Nordlicht a.s.b.l. 22, route de Diekirch L-9381 Moestroff
Uelzechtkanal	Uelzechtkanal a.s.b.l. c/o Lycée de garçons Esch 72, rue du Fossé L-4002 Esch/Alzette
.dok den oppene kanal	Dok TV s.a. 36, rue de Kopstal L-8284 Kehlen
Kanal 3 (anc.Test)	Luxembourg Movie Production a.s.b.l. 5, rue des Jardins L-7325 Heisdorf
Luxe TV (version française) Luxe TV (version européenne)	Opuntia s.a. 43, op Zaemer L-4959 Bascharage
Top TV Store	TEK Distributions s.a. 5, rue Eugène Ruppert L-2453 Luxembourg
RTL 9	RTL 9 s.a. & cie s.e.c.s. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg
RTL Shopping	RTL Shopping s.a. & cie s.e.c.s. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg
Lucky Jack Golf Channel Ultra Nature Crime District	AB Entertainment s.a. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg
KombatSport (Portugal, Afrique...) RMC Sport 4 (Belgique, France, Luxembourg...)	Altice Entertainment News & Sport s.a. 5, rue Eugène Ruppert L-2453 Luxembourg
SportKlub 4 SportKlub 5 SportKlub 6	United Media s.à r.l. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg
AparTV	Steve Nilles 28, rue du Kiem L-4976 Bettange
LordTV	Luxorr a.s.b.l. 7, rue Alcide de Gasperi L-1615 Luxembourg

## Annexe 8

### Services de médias audiovisuels à la demande

Nom du service	Fournisseur de service
PostTV (VOD)	Post Télécom s.a. 1, rue Emile Bian L-1235 Luxembourg
Tango TV (VOD)	Tango s.a. Boîte postale 32 L-8005 Bertrange
RTL.be RTL à l'infini RTL Play	RTL Belux s.a & cie s.e.c.s. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg
RTL XL Telekids RTL nieuws	CLT-Ufa s.a. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg
Horse Lifestyle	Horse Lifestyle s.à r.l. 3, ZARE L-4384 Ehlerange
SFR Play	Altice Entertainment News & Sport s.a. 5, rue Eugène Ruppert L-2453 Luxembourg
vod.lu	UniversCiné Luxembourg s.à r.l. 238C, rue de Luxembourg L-8077 Bertrange

## Annexe 9

### Services radiodiffusés à rayonnement international

Nom du service	Fournisseur de service	Fréquences
RTL (France)	CLT-Ufa s.a. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	234 kHz OL 5990 KHz OC en numérique
RTL Radio Deutschlands Hit-Radio	CLT-Ufa s.a. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	93,3 FM 97,0 FM 1440 kHz OM 6095 kHz OC en numérique par satellite

## Annexe 10

### Services de radio à émetteur de haute puissance

Nom du service	Fournisseur de service	Fréquences
RTL Radio Lëtzebuerg	CLT-Ufa s.a. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	92,5 FM 88,9 FM
Radio 100,7	Etablissement de radiodiffusion socioculturelle, établissement public 21a, avenue John F. Kennedy L-2143 Luxembourg	100,7 FM 95,9 FM
L'essentiel Radio	Radiolux s.a. 115a, rue Emile Mark L-4620 Differdange	107,7 FM 97,5 FM

## Annexe 11

### Services de radio à réseau d'émission

Nom du service	Fournisseur de service	Fréquences
Radio Latina	Société européenne de communication sociale s.à r.l. 2, rue Christophe Plantin L-2339 Luxembourg	101,2 FM 103,1 FM
Radio Ara	Alter Echos s.à r.l. 4, place des Rotondes L-2448 Luxembourg	102,9 FM 105,2 FM
Eldorado	Luxradio s.à r.l. 43, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	95,0 FM 105,0 FM 107,2 FM

## Annexe 12

### Services de radio locale

Nom du service	Fournisseur de service	Fréquences
Radio Lora	Association pour la création et l'exploitation d'émissions radiophoniques par antenne et par câble a.s.b.l. 32, avenue de la Gare L-9233 Diekirch	102,2 FM
Radio LNW	Coraly Wooltz a.s.b.l. c/o Lycée du Nord Wiltz 19, rue général Patton L-9551 Wiltz	102,2 FM
Radio Diddeleng	Radio locale de la Ville de Dudelange a.s.b.l. Boîte postale 179 L-3402 Dudelange	103,6 FM
Radio Interculturelle	Radio interculturelle de Gilsdorf a.s.b.l. 4, rue Principale L-9370 Gilsdorf	103,9 FM
LRB	Radio locale Réiserbann-Betebuerg a.s.b.l. 4, rue St-Benoît L-3391 Peppange	103,9 FM
Radio Gutt Laun	Radio Gutt Laun a.s.b.l. Boîte postale 24 L-4001 Esch-sur-Alzette	96,6 FM
Radio Aktiv	Infoisir a.s.b.l. Rue du Pont L-6471 Echternach	106,5 FM
Radio ROM	Radioorganisatioun Miedernach a.s.b.l. 28, rue Savelborn L-7660 Medernach	101,5 FM
Radio Belle Vallée	Association culturelle Local Radio Bieles, Suessem, Zolver, Eilereng a.s.b.l. 6, rue des Alliés L-4412 Belvaux	107,0 FM
Country Radio Gilsdorf	Country Radio Gilsdorf a.s.b.l. 29, Schëllecksqaass L-9372 Gilsdorf	94,7 FM
Péiteng on Air	Radio-Tele Gemeng Péiteng a.s.b.l. 44, rue du Moulin L-4882 Lamadelaine	102,2 FM

