

Programme de travail de l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel

2025 - 2027

Stratégie et programme de travail – Une initiative FP2025



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG

Sommaire

Avant-propos	1
1. L’Autorite Luxembourgeoise Indépendante de l’Audiovisuel : un régulateur dans un secteur en mutation.....	4
1.1 Les missions de l’ALIA	5
1.2 Organes de gouvernance.....	9
1.3 Organigramme.....	10
1.4 Bilan social	11
2. Contexte et enjeux.....	14
2.1 L’analyse du contexte – l’ALIA dans un environnement médiatique en transformation.....	15
2.2 Les parties prenantes.....	18
2.3 L’analyse SWOT	19
2.4 Nos valeurs : les principes qui guident notre action	21
3. Notre vision et nos objectifs	22
3.1 Notre vision : une régulation moderne et proactive.....	23
3.2 Objectifs stratégiques : nos axes prioritaires pour 2025 - 2027.....	24
3.3 Objectifs opérationnels : du cadre stratégique à l’action	28

Liste des abréviations

Abréviation	Signification
ALIA	Autorité luxembourgeoise indépendante de l’audiovisuel
CEDAW	Committee on the Elimination of Discrimination against Women
CNAPA	Centre National de Prévention des Addictions
CNPD	Commission nationale pour la protection des données
DPO	Data Protection Officer
DSA	Digital Services Act
EBMS	European Board of Media Services
EMFA	European Media Freedom Act
EPRA	European Platform of Regulatory Authorities
IA/AI	Intelligence artificielle/Artificial Intelligence
ILR	Institut Luxembourgeois de Régulation
OSPAS	Office de la surveillance de l’accessibilité des produits et services
OS	Objectif stratégique
PPO	Principe du pays d’origine
PRP	Personne à responsabilité particulière
REFRAM	Réseau francophone des régulateurs des médias
RH	Ressources humaines
SMA	Services de médias audiovisuels
SMC	Service des médias, de la connectivité et de la politique numérique
ULIDE	University of Luxembourg Institute of Digital Ethics
VOD	Video on Demand
VSP	Video-sharing Platform
ZpB	Zentrum fir politesch Bildung

AVANT-PROPOS

Madame la Ministre déléguée auprès du Premier ministre, chargée des Médias et de la Connectivité, Elisabeth Margue,

L’Autorité luxembourgeoise indépendante de l’audiovisuel (ALIA) est à un tournant décisif. Face à un paysage médiatique en pleine mutation et à des défis réglementaires grandissants, le rôle de l’ALIA en tant que régulateur doit être repensé et affirmé. Notre priorité est de fédérer l’ALIA autour d’une vision claire et ambitieuse, alignée avec les attentes de la société et les évolutions législatives nationales et européennes.

L’ALIA doit aujourd’hui concilier son rôle historique de régulateur des médias audiovisuels avec les nouvelles responsabilités qui lui incombent dans un environnement numérique en constante mutation. L’accélération de la transformation digitale, la convergence des médias et des usages et la montée en puissance des plateformes numériques imposent une adaptation rapide et une vigilance accrue, notamment dans des domaines aussi cruciaux que la protection des mineurs¹, la lutte contre la désinformation et la régulation des publicités politiques, ainsi que la détection et la lutte contre les discours incitant à la haine.

L’importance de ces enjeux est d’autant plus marquée que les jeunes générations s’informent principalement via Internet, surtout les réseaux sociaux, où le risque d’exposition à la désinformation et aux discours haineux est significatif. Selon l’**Eurobaromètre Jeunesse 2024**, 43 % des jeunes luxembourgeois âgés de 16 à 30 ans considèrent les réseaux sociaux comme leur principale source d’information sur les questions politiques et sociétales, devant les plateformes d’actualités en ligne (37 %) et la télévision (23 %)².

Dans ce contexte, notre action doit être visible, stratégique et tournée vers l’avenir. La **modernisation en cours de la loi sur les médias électroniques**³, portée par le Service des Médias et de la Connectivité (SMC), redéfinira le cadre d’intervention et imposera à l’ALIA de s’adapter rapidement et d’anticiper ses nouvelles missions. Cette évolution représente une opportunité majeure pour renforcer notre rôle en tant qu’autorité de référence, capable d’assurer une régulation efficace et en phase avec les réalités actuelles.

L’intelligence artificielle s’impose également comme un enjeu transversal et structurant. Dans le cadre de l’*AI Act*, l’ALIA se verra confier de nouvelles compétences en tant qu’autorité de surveillance du marché et autorité de protection des droits fondamentaux. Elle sera notamment chargée de veiller au respect des obligations de transparence et de marquage des contenus générés par l’IA, y compris les deepfakes, afin de garantir la transparence de l’information et de préserver la confiance du public.

¹ Accord de coalition 2023 – 2028 « Lëtzebuerg fir d’Zukunft stäerken », page 11.

² Youth survey 2024, Parlement européen, Février 2025

<https://europa.eu/eurobarometer/api/deliverable/download/file?deliverableId=96916>

³ Accord de coalition 2023 – 2028 « Lëtzebuerg fir d’Zukunft stäerken », page 10.

Ces nouvelles missions renforceront le rôle de l’ALIA dans un environnement numérique toujours plus complexe et automatisé.

Anticiper les menaces électorales et protéger la confiance dans l’information

Alors que les élections législatives de 2028 se profilent, il est primordial d’anticiper dès à présent les risques liés à la manipulation de l’information et aux campagnes de désinformation en ligne. Ce que nous observons aujourd’hui aux États-Unis et dans d’autres démocraties — amplification des fausses informations, ingérences étrangères, manipulation algorithmique des contenus — sera un enjeu majeur au Luxembourg en 2028, où le numérique joue un rôle croissant dans le débat public.

La mise en œuvre du **Digital Services Act (DSA)** – un règlement européen visant à encadrer les obligations des plateformes en ligne pour un environnement numérique plus sûr et transparent – relève de l’**Autorité de la concurrence**. De son côté, l’ALIA pourrait voir ses compétences élargies avec la modernisation de la loi sur les médias électroniques, notamment en matière de régulation des **influenceurs** et de surveillance des communications politiques en ligne. Cette évolution exigerait une **coopération renforcée entre régulateurs**, qui se traduira par des actions concrètes détaillées à la fin du programme de travail (voir 3.3).

L’ALIA, en tant qu’autorité de régulation des médias audiovisuels, pourrait également se voir confier un rôle clé dans la mise en œuvre du **règlement sur la publicité politique (Political Advertising Regulation)**, qui vise à renforcer la transparence et la traçabilité des communications politiques en ligne. Il est essentiel que l’ALIA se prépare dès maintenant à ces nouvelles exigences, en développant son expertise et en collaborant activement avec les autres régulateurs européens.

Un programme de travail structurant pour l’avenir

Dans ce contexte de transformation profonde, ce programme de travail est bien plus qu’un plan d’action : il constitue une boussole stratégique pour l’ALIA, définissant ses priorités, ses ambitions et sa vision pour l’avenir. Son élaboration, conduite en étroite collaboration avec l’équipe de l’ALIA entre septembre 2024 et février 2025, s’est appuyée sur une méthodologie participative, impliquant entretiens individuels et ateliers de réflexion collective, sous la coordination de Manuel Huss.

L’ALIA doit être un acteur dynamique, moderne et engagé, à la hauteur des défis d’aujourd’hui et de demain. Il est essentiel d’attirer et de retenir des talents prêts à s’investir dans une mission porteuse de sens, à une époque où le monde du travail évolue et où l’engagement devient un critère clé d’attractivité. Plus que jamais, nous devons faire de l’ALIA une institution inspirante, proactive et en phase avec les attentes du secteur, des citoyens et des collaborateurs.

Veuillez agréer, Madame la Ministre, l’expression de notre considération distinguée.

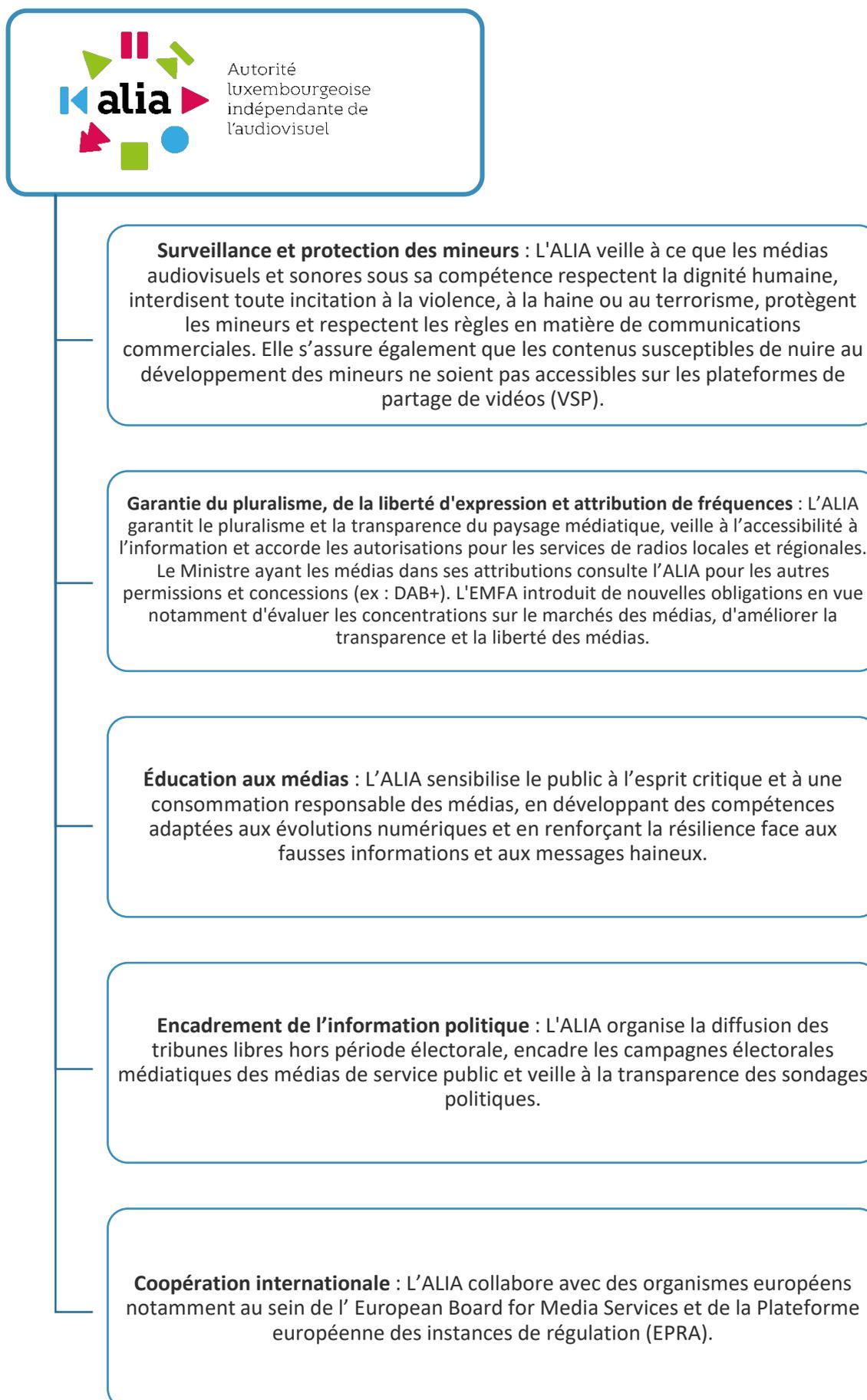
Cindy Bauwens

Marc Glesener

Directrice

Président

Les principales missions de l'ALIA en un coup d'œil



1. L'AUTORITE LUXEMBOURGEOISE INDÉPENDANTE DE L'AUDIOVISUEL : UN RÉGULATEUR DANS UN SECTEUR EN MUTATION

1.1 Les missions de l’ALIA

L’ALIA, un régulateur au service de l’équilibre sociétal

Pour mieux comprendre le rôle d’un acteur dans son environnement, il peut être utile de réduire ses caractéristiques à l’essentiel et de le comparer à d’autres acteurs similaires. Les comparaisons avec des acteurs issus du domaine de la nature se révèlent particulièrement éclairantes, car ceux-ci se sont développés et ont fait leurs preuves de manière efficace et fiable sur de très longues périodes dans des environnements extrêmement complexes. Une analogie particulièrement pertinente pour une autorité de régulation est celle du système immunitaire humain.

Tout comme le système immunitaire protège l’organisme en détectant et neutralisant les menaces, une autorité de régulation veille sur l’équilibre sociétal. Elle surveille, corrige et prévient, non pas pour entraver, mais pour garantir un fonctionnement sain et durable du paysage médiatique.

L’ALIA incarne cette mission :

- ▶ elle **surveille** le secteur des médias et de l’audiovisuel, identifie les risques et intervient lorsque nécessaire ;
- ▶ elle **collabore** avec d’autres acteurs pour assurer une régulation efficace dans le respect de la liberté des médias, en coordination avec les évolutions technologiques et sociétales ;
- ▶ elle **apprend et s’adapte** en permanence, face aux nouveaux défis posés par le numérique, la désinformation ou encore l’intelligence artificielle ;
- ▶ elle **favorise la prévention** en renforçant l’éducation aux médias et la transparence du secteur audiovisuel.

Mais, tout comme un système immunitaire déséquilibré peut nuire à l’organisme – trop faible, il laisse passer les menaces ; trop actif, il attaque ses propres cellules – une régulation mal calibrée peut fragiliser le pluralisme et la liberté d’expression.

L’ALIA doit ainsi garantir un équilibre subtil entre protection et liberté, tout en préservant le débat démocratique et la diversité des médias.

Un cadre légal structurant les missions de l’ALIA

Créée par la loi du 27 août 2013, l’ALIA a repris les attributions du Conseil national des programmes et de la Commission indépendante de la radiodiffusion. Ses missions sont définies à l’article 35 (2) de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques et s’articulent autour de cinq axes majeurs :

1. Surveillance et protection des publics

L’ALIA est chargée de la surveillance des services de médias audiovisuels (SMA) et sonores ainsi que des plateformes de partage de vidéos établis au Luxembourg. Cette mission repose sur plusieurs leviers :

- ▶ **Contrôle des contenus audiovisuels** : l’ALIA s’assure entre autres du respect des dispositions légales en matière de communications commerciales, protection des mineurs, dignité humaine et incitation à la haine. Elle veille également au respect des quotas relatifs aux

œuvres européennes et encourage l’accessibilité des contenus notamment pour les personnes en situation de handicap, les personnes âgées et les minorités linguistiques.

- ▶ **Encadrement des plateformes de partage de vidéos (VSP)** : bien que l’ALIA ne contrôle pas directement leurs contenus, elle veille à ce que les plateformes respectent leurs obligations en matière de protection des utilisateurs, notamment des mineurs.
- ▶ **Supervision de la classification des films dans les salles de cinéma** : L’ALIA encadre le système de classification des films projetés en salle afin de fournir des indications claires sur l’âge approprié pour les spectateurs et de garantir une information transparente pour le public.

Anticiper les nouveaux champs d’application sur la période du programme de travail 2025-2027

Alors que la modernisation de la loi « médias électroniques » est encore en discussion et que le projet de loi sur l’intelligence artificielle – notamment en ce qui concerne la surveillance des deepfakes – a été déposé, le programme de travail anticipe ces évolutions. Il envisage ainsi l’intégration de nouveaux domaines : **podcasts, influenceurs**, surveillance des **fournisseurs et déployeurs utilisant des systèmes d’intelligence artificielle générative pour produire des deepfakes ainsi que leur développeur**. Le projet de loi n°8476⁴ dispose que cette surveillance est fondée sur le contenu généré par l’intelligence artificielle et non sur le secteur de l’audiovisuel (contrairement aux autres autorités, dont la surveillance est fondée sur leur expertise sectorielle pour des entités déjà sous leur surveillance). Cela implique que l’ALIA doive surveiller tous les acteurs qui développent ou utilisent une intelligence artificielle générative, conformément au AI Act. Pour l’exercice de cette compétence, le champ d’application de l’ALIA s’étend donc au-delà des acteurs du secteur de l’audiovisuel.

Si ces évolutions concernent principalement les formats et les contenus, les **plateformes et leurs fonctionnalités**, encadrées par le **Digital Services Act (DSA)**, relèvent de l’**Autorité de la concurrence**. Une **forte collaboration entre régulateurs** sera donc essentielle pour garantir une régulation efficace et cohérente de l’écosystème numérique.

2. Éducation aux médias et résilience sociétale

L’éducation aux médias est un pilier central de la régulation moderne. L’ALIA s’investit activement pour renforcer la capacité des citoyens à :

- ▶ identifier la désinformation et les manipulations et à adopter les réactions appropriées pour y faire face ;
- ▶ comprendre les impacts des algorithmes et de l’intelligence artificielle sur l’accès à l’information ;
- ▶ protéger les plus jeunes contre les dangers du numérique, en collaboration par exemple avec d’autres acteurs tels que BEE SECURE, Respect.lu (Centre contre la Radicalisation Luxembourg), le ministère de l’Éducation et le Centre National de Prévention des Addictions (CNAPA) ;
- ▶ prendre des décisions éclairées et à exercer leurs droits dans l’espace numérique.

⁴ Projet de loi portant mise en œuvre de certaines dispositions du règlement (UE) 2024/1689 du 13 juin 2024 établissant des règles harmonisées concernant l’intelligence artificielle

3. Garantie du pluralisme et attribution des fréquences

L’ALIA contribue activement à préserver la diversité des médias au Luxembourg, en garantissant un accès équitable aux ondes pour les acteurs locaux et régionaux. Elle est responsable de **l’attribution des permissions pour les radios locales et régionales**, un levier clé pour soutenir le pluralisme des médias et permettre une offre médiatique diversifiée. En attribuant ces autorisations, l’ALIA veille à maintenir un équilibre entre les différents acteurs du paysage radiophonique et à assurer une couverture adaptée aux besoins des auditeurs.

Le gouvernement reste compétent pour l’attribution des fréquences au niveau national.

La modernisation de la loi sur les « médias électroniques » devrait prévoir qu’à l’avenir l’ALIA centralisera l’intégralité des licences et notifications. De plus, en vertu de la mise en œuvre du *European Media Freedom Act* (EMFA), l’ALIA devrait évaluer les concentrations dans le secteur des médias.

4. Régulation des campagnes électorales et équité démocratique

La crédibilité du processus démocratique repose sur une couverture médiatique transparente. L’ALIA veille à :

- ▶ gérer les tribunes libres et garantir un accès équilibré aux médias pour les partis politiques ;
- ▶ surveiller la diffusion des sondages d’opinion, en garantissant la transparence des données ayant servi à leur élaboration ;
- ▶ établir les principes directeurs pour assurer une couverture médiatique impartiale des spots des partis durant les campagnes électorales dans les médias ayant des missions de service public.

Avec l’évolution du cadre européen, l’ALIA pourrait **renforcer son rôle dans l’encadrement de la publicité politique et des communications électorales en ligne**, conformément au *Political Advertising Regulation*. Cela impliquerait notamment de **superviser la transparence des éditeurs de publicités politiques** (médias audiovisuels, plateformes numériques, presse en ligne) en s’assurant que chaque publicité est clairement identifiée et accompagnée des informations requises sur son sponsor et son financement. De plus, la mise en œuvre de l’AI Act permettrait à l’ALIA d’assurer que les deepfakes à caractère politique soient correctement marqués et identifiés.

5. Coopération européenne et engagement international

L’ALIA n’agit pas seule. Dans un environnement régulé au niveau européen, elle joue un rôle actif au sein du **Media Board**, nouvel organe de coopération instauré par le EMFA en février 2025. Ce cadre renforce la coordination entre les régulateurs nationaux et la Commission européenne afin d’assurer une régulation harmonisée et efficace au sein de l’Union.

Au niveau européen, la régulation des médias repose sur le principe du pays d’origine (PPO), qui garantit la libre circulation des services de médias audiovisuels (SMA) au sein de l’Union européenne. Ce principe ne fonctionne que dans un cadre fondé sur la confiance mutuelle entre États membres, où chaque régulateur applique rigoureusement des règles et assure un contrôle efficace.

Par ailleurs, l'ALIA s'investit pleinement dans les instances de coopération entre régulateurs, notamment l'**EPRA (European Platform of Regulatory Authorities)**, le **REFRAM (Réseau francophone des régulateurs des médias)** et le **réseau germanophone de la Trimediale**, qui lui permettent d'échanger avec ses homologues sur les bonnes pratiques et les défis émergents du secteur audiovisuel et numérique.

En participant activement à ces différentes enceintes, l'ALIA renforce son expertise, s'aligne sur les meilleures pratiques européennes et contribue à façonner l'évolution du cadre réglementaire des médias.

1.2 Organes de gouvernance

L'ALIA est un **établissement public indépendant à caractère administratif** placé sous la tutelle du ministre ayant les médias dans ses attributions. Ses missions et son fonctionnement sont définis par la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques et encadrés par trois organes : le Conseil d'administration, la Direction et l'Assemblée consultative.

Conseil d'administration

Le Conseil d'administration de l'ALIA est un organe décisionnel collégial composé de cinq membres, nommés pour un mandat de cinq ans, renouvelable. Le Conseil d'administration se réunit aussi souvent que l'exécution de ses missions le requiert, parmi lesquelles l'attribution des permissions et des fréquences pour les radios locales et régionales, ainsi que l'émission d'avis préalables sur toute demande de concession ou de permission pour la fourniture d'un service de médias à partir du Luxembourg. Il se prononce sur la recevabilité des plaintes et l'ouverture d'instructions, et prend les décisions relatives aux dossiers d'instruction. Il arrête également le budget et les comptes annuels de l'Autorité.

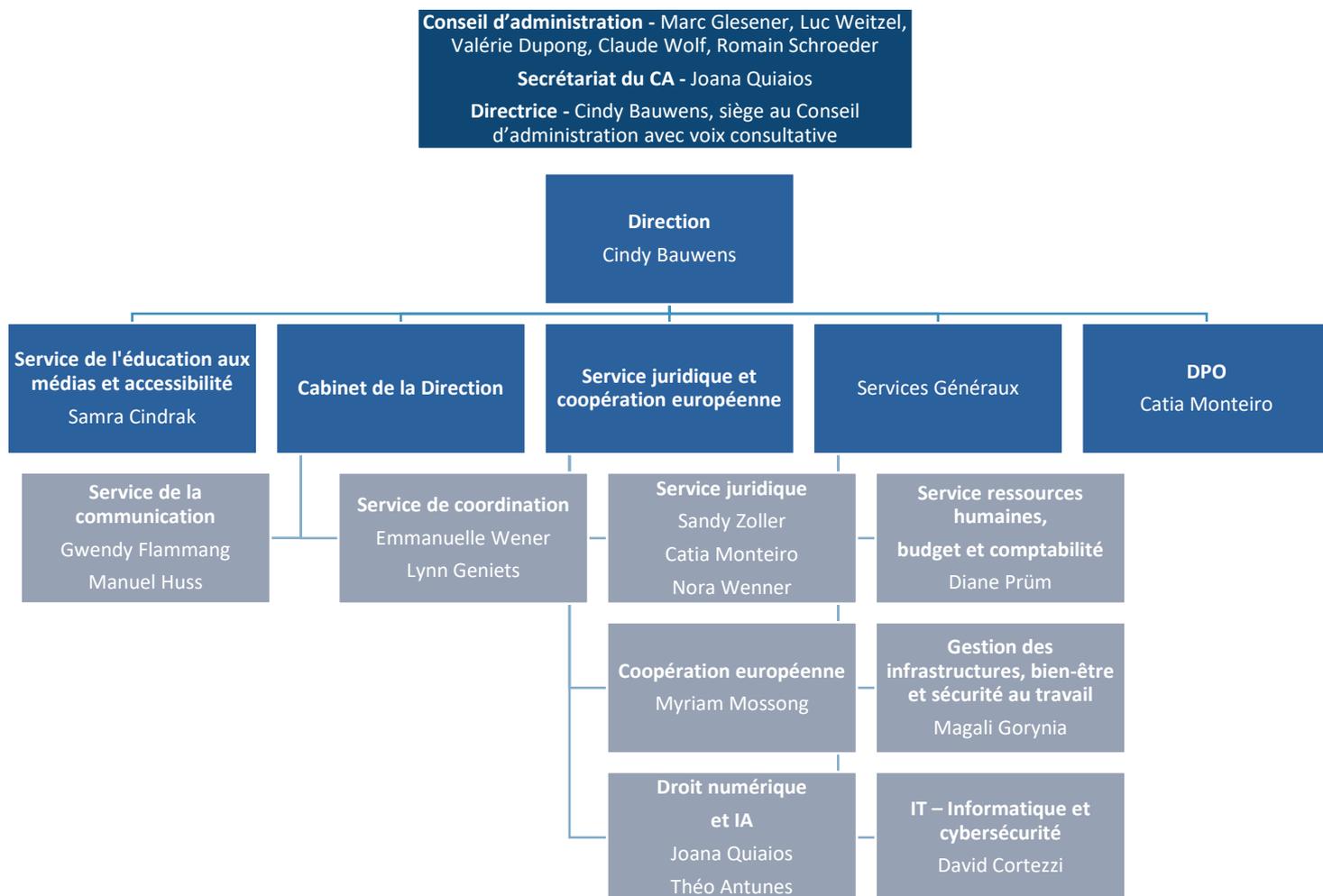
Direction

Le directeur de l'ALIA est responsable de la gestion courante de l'Autorité. Il exerce l'ensemble des actes de gestion nécessaires au fonctionnement de l'institution et assure la supervision du personnel en tant que supérieur hiérarchique. Il veille à la mise en œuvre des missions de l'ALIA et au respect des dispositions légales et réglementaires applicables. Dans le cadre des procédures d'instruction, il en assure la direction et participe aux réunions du Conseil d'administration avec voix consultative. Il est également chargé d'exécuter les décisions prises par le Conseil d'administration.

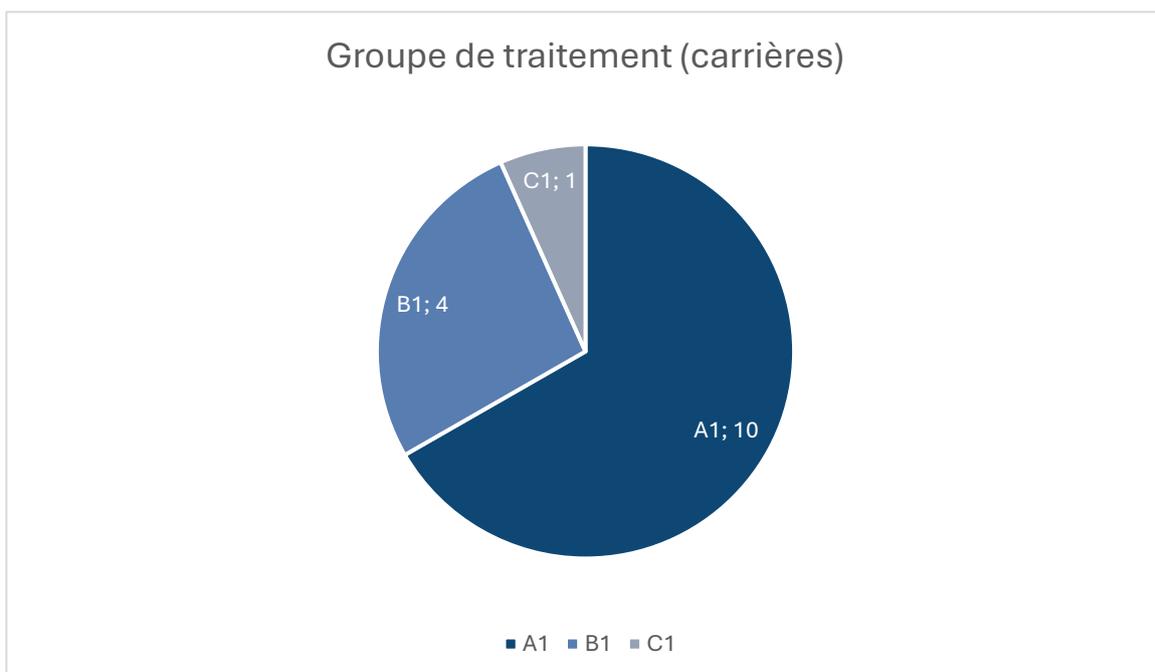
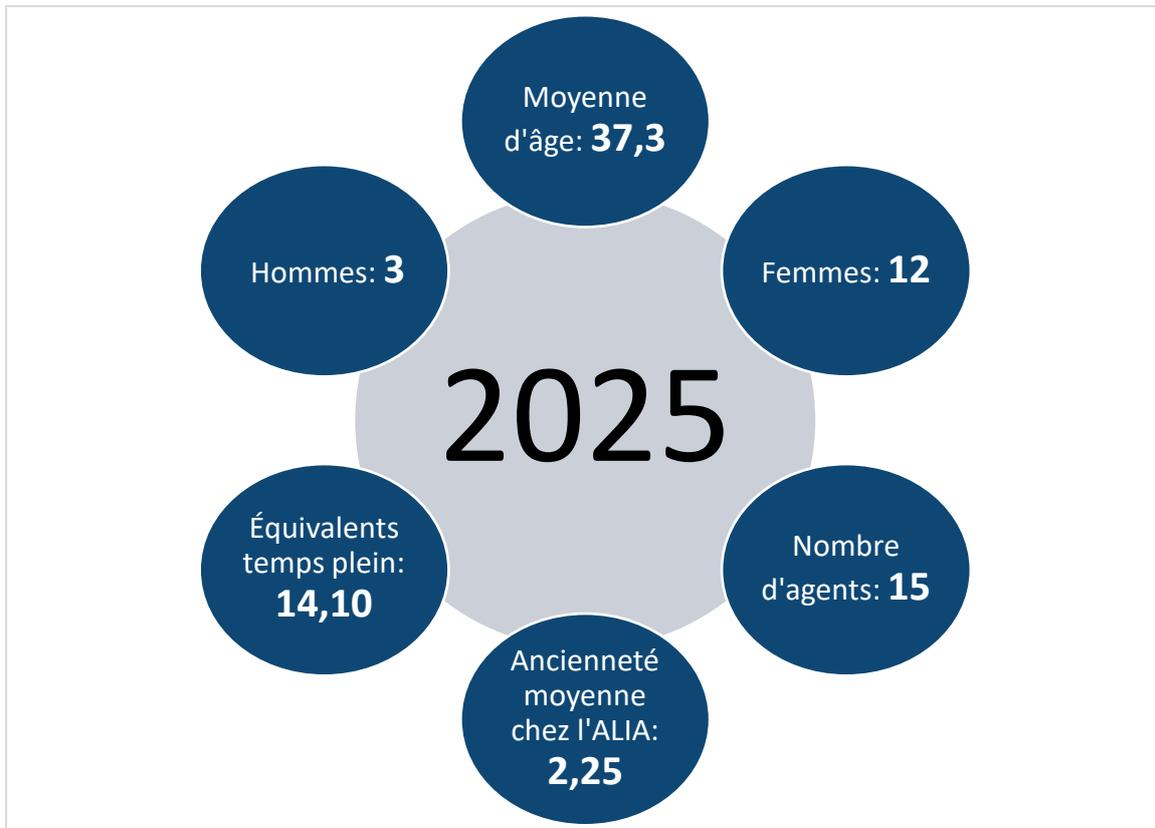
Assemblée consultative

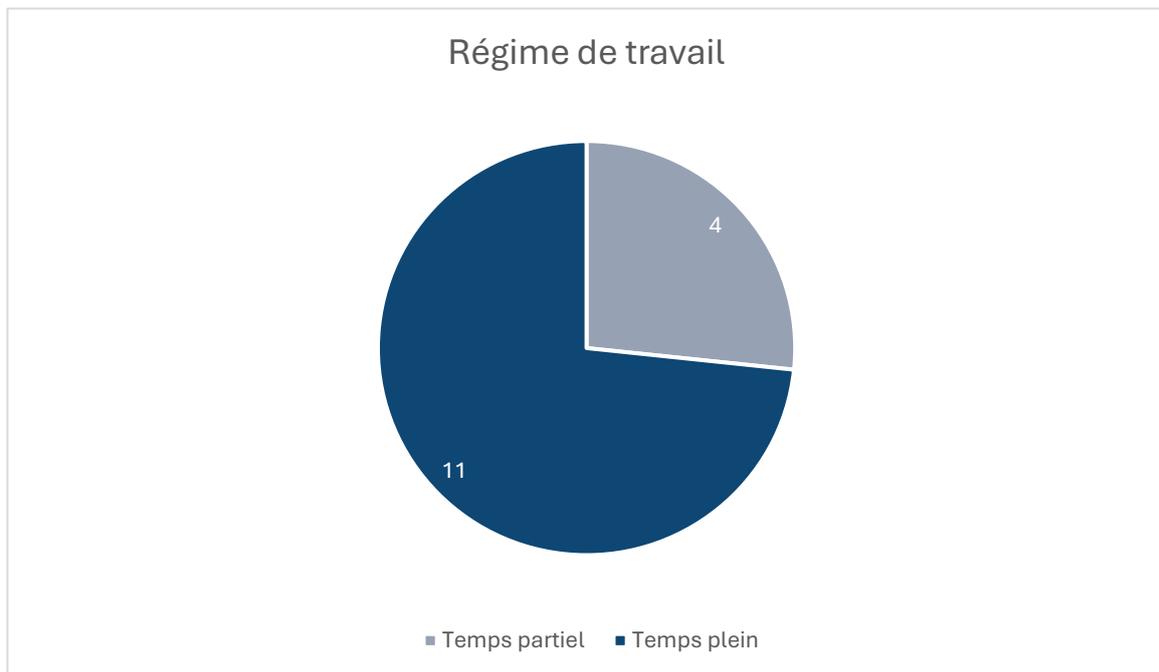
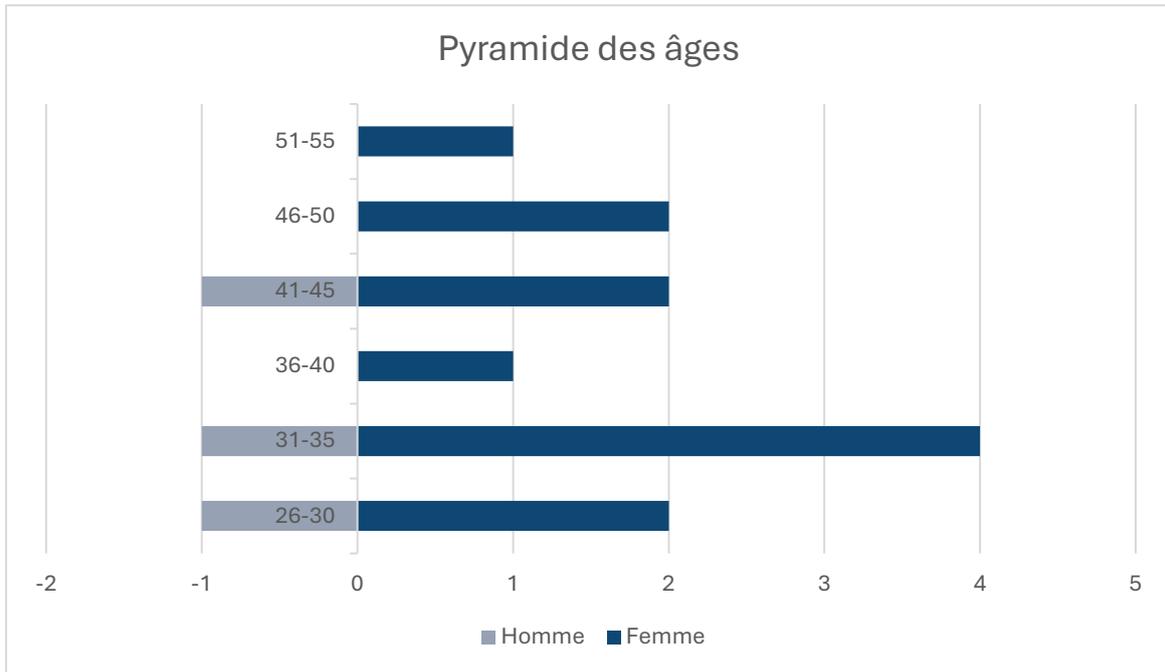
L'Assemblée consultative est un organe consultatif de l'ALIA composé de 24 membres, désignés pour une période de cinq ans par les organisations nationales les plus représentatives de la vie sociale et culturelle. Elle joue un rôle essentiel dans le processus décisionnel de l'Autorité, notamment en matière de protection des mineurs et de lutte contre l'incitation à la haine. Dans ces domaines, l'Assemblée doit obligatoirement être consultée lors de l'instruction d'une plainte ou d'une autosaisine, que ce soit pour les services de radio et de télévision ou pour les représentations cinématographiques. Sur décision du Conseil d'administration de l'ALIA, elle peut également être saisie pour d'autres questions relevant de ses compétences. En apportant son expertise sur ces sujets, l'Assemblée consultative contribue aux décisions de l'ALIA en matière de contenus audiovisuels et sonores.

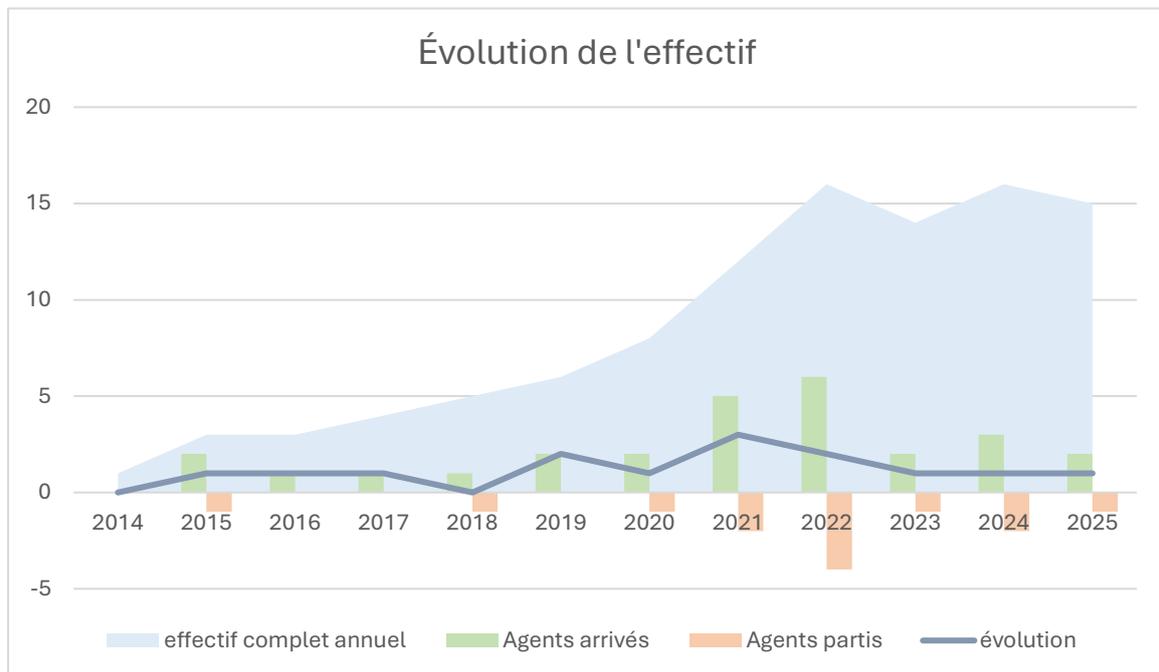
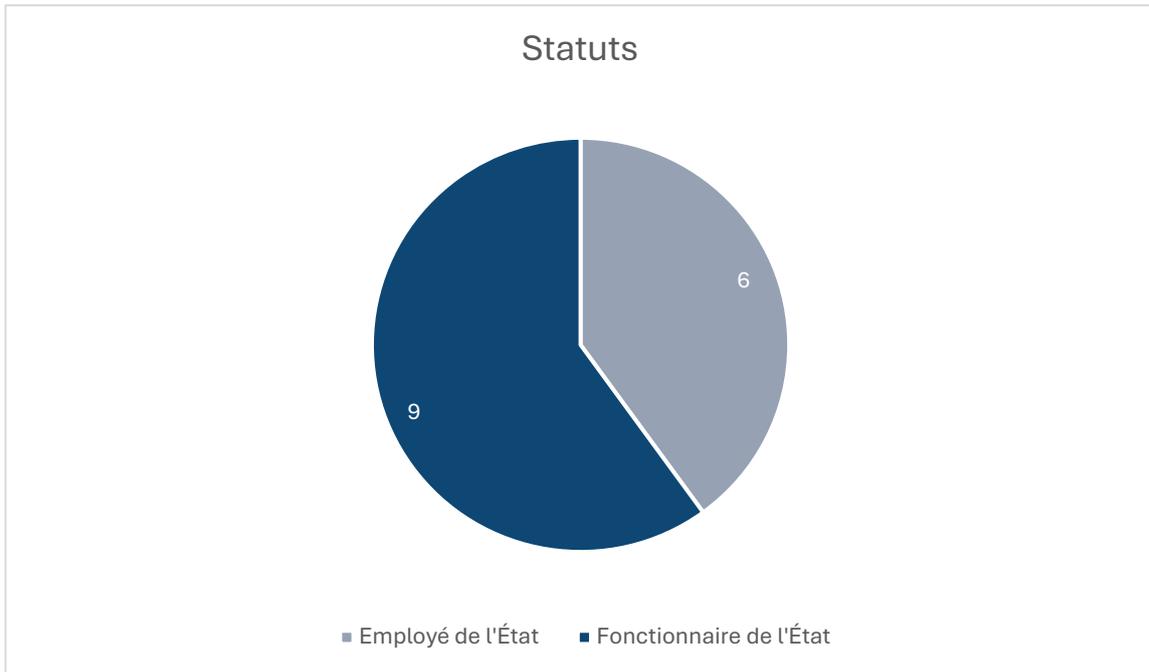
1.3 Organigramme



1.4 Bilan social







2. CONTEXTE ET ENJEUX

2.1 L’analyse du contexte – l’ALIA dans un environnement médiatique en transformation

L’ALIA opère au cœur d’un environnement en transformation permanente, où des facteurs politiques, sociétaux et technologiques influencent profondément le paysage médiatique.

Dans ce contexte, l’ALIA doit s’adapter et faire preuve de réactivité afin d’anticiper et de répondre aux développements et aux répercussions dans le secteur des médias.

Cette **analyse PESTEL** n’est donc pas simplement un exercice de cartographie des influences externes. Elle vise également à identifier les axes stratégiques permettant à l’ALIA de relever efficacement les défis résumés ci-dessous.

TENDANCES POLITIQUES

- ▶ **Engagement du gouvernement luxembourgeois pour adapter le cadre législatif des médias** à travers la réforme de la loi sur les médias électroniques et la mise en conformité avec les réglementations européennes (*AI Act, Political Advertising Regulation, EMFA*)
- ▶ **Renforcement du rôle de l’ALIA** dans la surveillance des médias traditionnels, des plateformes numériques et des influenceurs
- ▶ **Accent mis sur la protection des mineurs et la lutte contre la désinformation et l’incitation à la haine**, avec une attention particulière aux contenus audiovisuels, sonores et aux influenceurs
- ▶ **Évaluation ex post de la directive Services Médias Audiovisuels (SMA) d’ici décembre 2026 par la Commission européenne**, avec une implication du *Media Board* et un rôle clé pour le Luxembourg dans la défense du **principe du pays d’origine**
- ▶ **Pression politique considérable sur la définition et les limites de la liberté d’expression** et sur le rôle des régulateurs dans la modération des contenus

TENDANCES ÉCONOMIQUES

- ▶ **Influence croissante des géants du numérique sur le marché audiovisuel** : la concentration du marché autour des grandes plateformes numériques (YouTube, Netflix, TikTok, Meta, X) renforce le besoin de coopération européenne et nationale pour assurer une régulation efficace et adaptée aux nouveaux acteurs
- ▶ **Concentration des acteurs** : les secteurs de la radio et de la télévision sont dominés par un seul groupe⁵, convergence des entreprises médiatiques (presse écrite et audiovisuelle, en ligne et hors ligne), fragilité des acteurs locaux, risque pour le pluralisme médiatique, dépendance aux financements publics et privés, allocation transparente et équitable des ressources économiques (ex. aide à la presse, publicité d’État)
- ▶ **Pressions budgétaires** : budget limité face à l’élargissement des missions (*AI Act, Political Advertising Regulation, protection des mineurs, etc.*)

⁵ Le Pluralisme des Médias à l’ère numérique, Rapport Pays Luxembourg, Centre for Media Pluralism and Media Freedom, Robert Schuman Centre, Juin 2024, pages 17-18.

- ▶ **Transformation numérique** : nouveaux modèles économiques, influence des algorithmes et de l’IA générative, impact sur la consommation des médias, enjeux de désinformation et de deepfakes

TENDANCES SOCIALES

- ▶ **Évolution de la consommation médiatique et montée des réseaux sociaux** : fragmentation des audiences, baisse d’influence des médias traditionnels, domination des plateformes numériques et apparition de nouveaux vecteurs d’information automatisés tels que les *large language models*
- ▶ **Multilinguisme, inclusion et accessibilité** : nécessité d’un accès équitable à l’information, défis liés aux langues officielles et parlées, prise en compte des publics en situation de handicap et des différentes générations⁶
- ▶ **Impact des médias sur la santé mentale** : hyperconnexion, exposition aux contenus anxiogènes et pornographiques, effets des réseaux sociaux sur le bien-être et l’estime de soi, en particulier chez les jeunes
- ▶ **Désinformation et résilience médiatique** : prolifération des fake news, rôle des algorithmes, nécessité d’un renforcement de l’esprit critique et de l’éducation aux médias
- ▶ **Encadrement éthique et rôle des influenceurs** : influence croissante sur les opinions publiques, absence de cadre réglementaire clair, enjeux liés à la transparence des contenus sponsorisés et publicitaires
- ▶ **Crise de confiance envers les médias et les institutions** : montée du scepticisme, polarisation de l’opinion publique, nécessité de rétablir la crédibilité du paysage médiatique et de favoriser le débat libre et démocratique

TENDANCES TECHNOLOGIQUES

- ▶ **Intelligence artificielle et automatisation** : IA générative, production de contenus automatisés, détection algorithmique des infractions, opportunités pour la régulation des médias
- ▶ **Réseaux sociaux et nouvelles technologies de communication** : influence croissante sur l’information, domination des plateformes privées, nouveaux formats interactifs et immersifs, essor des *bots* automatisés
- ▶ **Propagation rapide et incontrôlable de contenus problématiques** : désinformation, discours de haine, pornographie, défis liés à la modération et aux algorithmes de recommandation
- ▶ **Impact de la digitalisation des médias et du divertissement sur les mineurs** : temps d’écran, contrôle parental, exposition aux contenus inappropriés, impact sur le développement cognitif et social
- ▶ **Influence des technologies sur la culture et la communication politique** : transformation des modes d’interaction, montée des deepfakes et de la manipulation numérique, modification du rapport aux institutions et à l’information

⁶ Le Pluralisme des Médias à l’ère numérique, Rapport Pays Luxembourg, Centre for Media Pluralism and Media Freedom, Robert Schuman Centre, Juin 2024, pp. 26 et 27.

TENDANCES ÉCOLOGIQUES

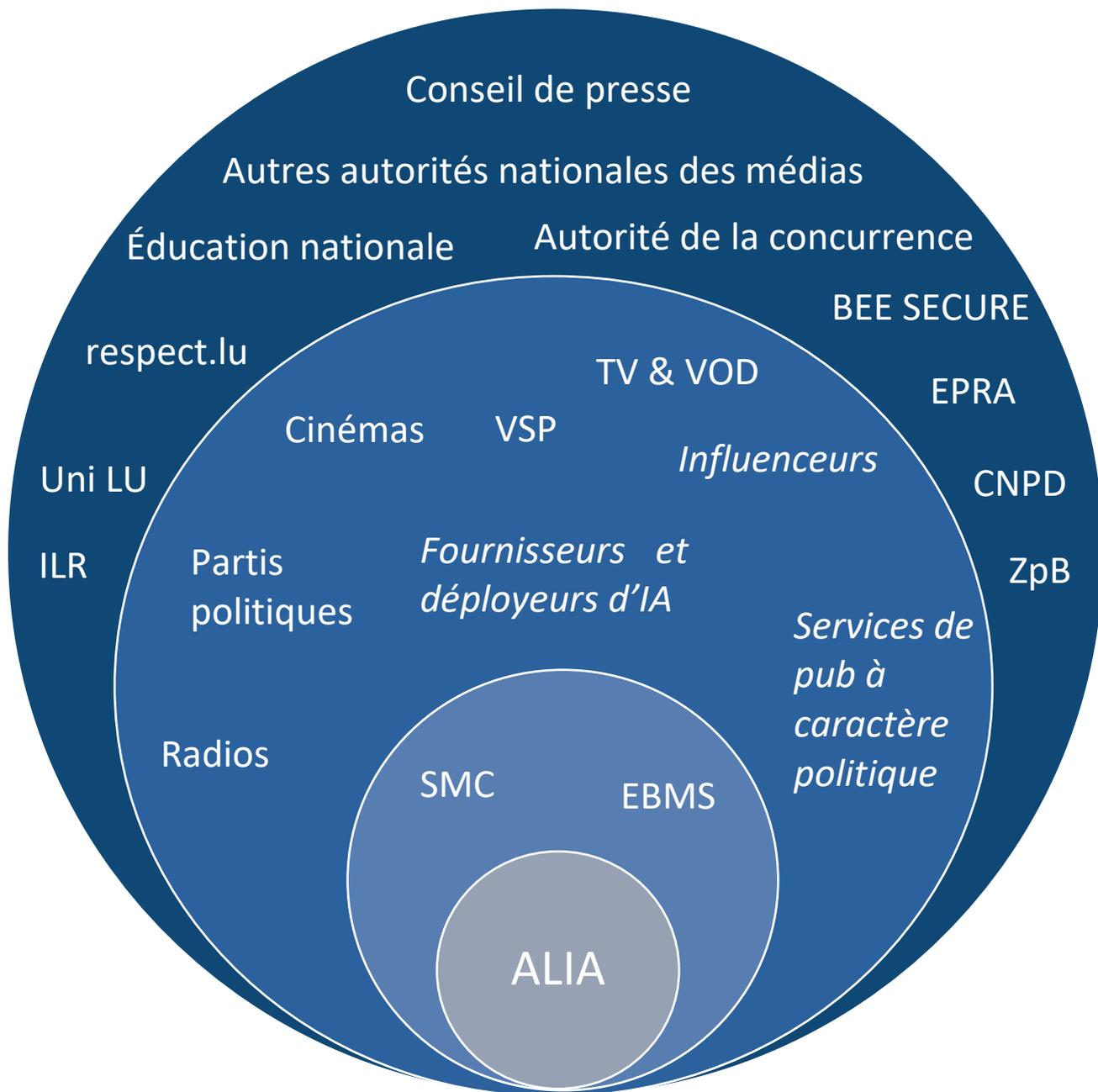
- ▶ **Éducation aux médias et usage responsable des technologies** : transformation des habitudes de consommation liée à l'essor du numérique, au commerce en ligne et au microciblage
- ▶ **Influence des réseaux sociaux** : incitation à des achats impulsifs, exposition accrue des jeunes au risque de surendettement
- ▶ **Besoin de sensibilisation** : importance de l'éducation financière et de la consommation responsable pour encourager des décisions plus conscientes

TENDANCES LÉGISLATIVES

- ▶ **Réforme des médias** : modernisation des règles nationales, garantir la liberté d'expression, le pluralisme, l'indépendance éditoriale et la transparence des médias, adaptation aux défis numériques et aux nouvelles formes de communication audiovisuelle, sonore et numérique, neutralité technologique
- ▶ **Nouveaux textes européens** : AI Act, EMFA, *Political Advertising Regulation*, évaluation de la directive SMA
- ▶ **Renforcement de la lutte contre les stéréotypes de genre et les discours sexistes dans les médias** : évaluation des mécanismes existants, amélioration de la supervision au-delà des seules plaintes individuelles et suivi de l'impact des formations sur l'égalité de genre dans le paysage audiovisuel et numérique, en cohérence avec les recommandations du CEDAW⁷
- ▶ **Suivi de l'affaire C-769/22** : adaptation des pratiques de régulation en matière de traitement des plaintes concernant les chaînes établies au Luxembourg mais diffusant en Hongrie

⁷ Committee on the Elimination of Discrimination against Women : Concluding observations on the eighth periodic report of Luxembourg
tbinternet.ohchr.org/_layouts/15/treatybodyexternal/Download.aspx?symbolno=CEDAW%2FC%2FLUX%2FCO%2F8&Lang=en

2.2 Les parties prenantes



- ALIA (Administration, Conseil d’Administration, Assemblée Consultative)
- Acteurs ayant des liens directs
- Acteurs sous nos missions (effectifs ou *potentiels*)
- Partenaires stratégiques (une sélection)

2.3 L'analyse SWOT

L'ALIA évolue dans un environnement en mutation rapide. Une analyse SWOT met en lumière ses atouts, ses défis internes, ainsi que les opportunités et menaces externes. Cette analyse permet de mieux orienter les priorités stratégiques et d'optimiser les ressources.

Forces

L'ALIA s'appuie sur une équipe engagée et un réseau solide pour assurer ses missions avec agilité et expertise.

- ▶ **Équipe engagée et compétente** : motivation, expertise diversifiée, forte implication dans les projets stratégiques.
- ▶ **Organisation agile** : structure à taille humaine facilitant la collaboration et l'adaptabilité.
- ▶ **Cadre de travail dynamique** : autonomie accordée aux équipes, climat de confiance et de bienveillance.
- ▶ **Ancrage européen** : participation active aux travaux du *Media Board* et aux initiatives de régulation numérique.
- ▶ **Bon réseau de partenaires** : collaborations avec d'autres régulateurs, administrations et acteurs du secteur.

Faiblesses

Certaines contraintes organisationnelles, comme les ressources limitées et la dépendance aux décisions externes, ralentissent parfois l'action de l'ALIA.

- ▶ **Ressources limitées** : effectifs restreints et forte charge de travail impactant la capacité de réaction et la gestion des nouveaux dossiers.
- ▶ **Faible visibilité auprès du grand public** : perception encore floue du rôle et des missions de l'ALIA.
- ▶ **Déficit de crédibilité** : processus décisionnels longs et autorité trop dépendante du Ministère (ex : recrutements).
- ▶ **Moyens technologiques perfectibles** : besoin d'outils adaptés à la surveillance des nouveaux formats audiovisuels, sonores et numériques (IA générative, plateformes numériques, deepfakes).
- ▶ **Risque de surcharge avec l'accumulation de nouvelles missions** (AI Act, EMFA, régulation des influenceurs).

Opportunités

L'évolution du cadre réglementaire européen et la montée des préoccupations sociétales offrent à l'ALIA des perspectives stratégiques de développement.

- ▶ **Régulation en plein essor** : rôle accru avec l'AI Act, l'EMFA et la réforme des médias nationaux.
- ▶ **Intérêt croissant du public et des décideurs pour la régulation du numérique et la protection des mineurs.**

- ▶ **Coopérations renforcées** avec les institutions européennes, d’autres autorités de régulation et les acteurs du secteur audiovisuel.
- ▶ **Montée en puissance de l’éducation aux médias**, offrant à l’ALIA un levier supplémentaire pour accroître son impact.
- ▶ **Positionnement stratégique à renforcer** : valorisation de l’ALIA comme acteur clé de la régulation audiovisuelle au Luxembourg.

Menaces

L’ALIA doit anticiper plusieurs risques et défis externes.

- ▶ **Cadre législatif parfois flou ou contradictoire**, au niveau national et européen, compliquant l’application des règles.
- ▶ **Manque de reconnaissance institutionnelle**, réduisant son influence dans certains débats stratégiques.
- ▶ **Critiques sur une éventuelle “surrégulation”**, nécessitant une communication pédagogique auprès du public et des médias.
- ▶ **Concurrence avec d’autres institutions** (CNPD, Autorité de la concurrence, etc.) sur certaines thématiques, pouvant créer des redondances ou une dilution des responsabilités.
- ▶ **Évolution rapide des technologies et des médias**, rendant la régulation plus complexe (IA générative, deepfakes, influenceurs, plateformes en ligne).

2.4 Nos valeurs : les principes qui guident notre action

Les valeurs fondamentales de l'ALIA guident à la fois ses missions et son fonctionnement interne.

Valeurs liées à nos missions

Dans l'exercice de ses missions, l'ALIA s'engage à appliquer les principes suivants :

- ▶ **Indépendance** : assurer une régulation libre de toute influence extérieure.
- ▶ **Transparence** : garantir une communication claire et accessible sur nos décisions et actions.
- ▶ **Impartialité et équité** : traiter chaque acteur de manière juste et objective.
- ▶ **Intégrité et objectivité** : fonder nos décisions sur des critères rigoureux et des preuves factuelles.
- ▶ **Inclusivité et égalité des chances** : promouvoir un accès équitable aux médias (ex : accessibilité) et une représentation diversifiée.
- ▶ **Collaboration** : travailler avec les acteurs du secteur et s'appuyer sur des analyses factuelles.

Valeurs liées à notre fonctionnement interne

L'ALIA cultive un environnement de travail propice à l'épanouissement professionnel et personnel de ses collaborateurs et collaboratrices, en intégrant les principes suivants :

- ▶ **Respect et honnêteté** : instaurer un climat de confiance et de considération mutuelle.
- ▶ **Empathie et coopération** : encourager l'écoute active et la collaboration pour favoriser une dynamique positive.
- ▶ **Fluidité et flexibilité** : adopter une organisation agile permettant de répondre efficacement aux défis du secteur.
- ▶ **Égalité des genres** : garantir des opportunités équitables pour tous et promouvoir la diversité.
- ▶ **Bien-être et équilibre vie professionnelle-vie privée** : inspirés par les meilleures pratiques européennes, nous valorisons un cadre de travail respectueux des besoins personnels, facilitant la conciliation entre ambitions professionnelles et vie personnelle. Dans un marché du travail marqué par une pénurie de talents, cette approche est un levier essentiel pour attirer et fidéliser des professionnels engagés, en offrant un environnement où épanouissement et performance vont de pair.

3. NOTRE VISION ET NOS OBJECTIFS

3.1 Notre vision : une régulation moderne et proactive

L’ALIA a pour mission de garantir un environnement médiatique pluraliste, transparent et résilient, dans lequel la liberté d’expression, y compris l’accès à l’information, et le pluralisme des opinions peuvent s’épanouir, tout en assurant la protection des publics et l’intégrité du débat démocratique.

Dans un paysage médiatique en constante évolution, marqué par l’essor des plateformes numériques, l’intelligence artificielle et la montée des risques de désinformation, l’ALIA doit être un acteur de référence et un régulateur de confiance, capable d’anticiper, surveiller et accompagner ces transformations.

Notre ambition pour l’ALIA à horizon 2027

▶ **Un régulateur reconnu et respecté en Europe et au niveau national**

L’ALIA constitue un acteur incontournable du paysage audiovisuel européen et national en garantissant une application rigoureuse et équilibrée des régulations européennes et nationales. Sa capacité à assurer la crédibilité du modèle luxembourgeois et à préserver le principe du pays d’origine (PPO) en fait un partenaire clé de la Commission européenne et des autres régulateurs. Au niveau national, l’ALIA doit également renforcer sa visibilité et son rôle afin de mieux faire connaître ses missions et son impact sur le paysage médiatique luxembourgeois.

▶ **Un pilier de la protection des publics et de la démocratie**

L’ALIA renforce son action en matière de surveillance de la publicité politique (sous réserve de la mise en œuvre du règlement sur la transparence et le ciblage de la publicité politique) et de lutte contre les manipulations de l’information (sous réserve de la mise en œuvre de l’AI Act), en s’appuyant sur une approche à la fois préventive (éducation aux médias) et réactive (surveillance). Dans la perspective des élections législatives de 2028, elle pourrait jouer un rôle central pour assurer la transparence du débat démocratique face aux nouveaux risques numériques : deepfakes, influenceurs virtuels et AI bots. Alors que la désinformation et la manipulation trouvent toujours de nouveaux moyens pour ronger la démocratie, l’ALIA devrait en être le bouclier, tout en favorisant le débat démocratique.

▶ **Une autorité pleinement engagée pour la protection des mineurs**

L’ALIA entend renforcer significativement son rôle en matière de protection des mineurs, en adaptant ses outils de régulation à l’évolution des usages numériques. L’ALIA participe activement aux groupes de travail européens visant à mettre en place un système de vérification d’âge harmonisé au niveau de l’Union européenne. Elle entend contribuer à l’élaboration de solutions efficaces, proportionnées et respectueuses des droits fondamentaux, afin de mieux protéger les jeunes publics tout en assurant la cohérence des approches réglementaires à l’échelle européenne.

▶ **Une régulation agile face aux défis du numérique et de l’IA**

L’ALIA adapte ses méthodes aux nouveaux enjeux liés aux contenus audiovisuels et sonores numériques, et à l’intelligence artificielle influençant la manière dont l’information est transmise et comprise par les personnes qui y sont au contact. Elle s’assure que les évolutions technologiques ne

se fassent ni au détriment de la sécurité des citoyens et de leur liberté d’opinion, ni au mépris des principes de pluralisme et de responsabilité éditoriale.

► **Un employeur attractif et un environnement de travail dynamique**

Dans un contexte de pénurie de talents, l’ALIA se positionne comme une administration moderne et agile, qui attire et fidélise des professionnels qualifiés en mettant en place un cadre de travail équilibré et stimulant. L’ALIA mise sur une organisation où l’engagement, l’expertise et la coopération permettent à chacun de contribuer efficacement aux défis de la régulation audiovisuelle et numérique.

► **L’ALIA en action : un régulateur agile, crédible et engagé**

L’ALIA ne se contente pas d’appliquer des règles ; elle accompagne, explique et anticipe. Elle renforce l’éducation aux médias, travaille en collaboration avec les acteurs nationaux et européens et adapte ses mécanismes de contrôle pour rester en phase avec un secteur en pleine mutation. Une régulation efficace ne consiste pas à tout contrôler, mais à assurer un équilibre entre innovation, liberté et responsabilité.

3.2 Objectifs stratégiques : nos axes prioritaires pour 2025 - 2027

Les objectifs stratégiques de l’ALIA traduisent sa vision en actions concrètes à moyen et long terme. Ils orientent les décisions et les priorités de l’autorité dans un contexte de transformation numérique, de défis démocratiques et de régulation en constante évolution.

L’ALIA se fixe des objectifs internes, visant à renforcer son fonctionnement et son attractivité en tant qu’institution, ainsi que des objectifs externes, liés à son rôle dans la régulation du paysage médiatique luxembourgeois et européen.

Les objectifs stratégiques internes

OS 1 : Faire de l’ALIA un employeur attractif et agile face à la pénurie de talents

L’ALIA doit être en mesure d’attirer et de fidéliser des professionnels qualifiés dans un marché de l’emploi compétitif. Pour cela, elle développera un environnement de travail moderne, équilibré et stimulant, favorisant l’engagement des collaborateurs et la montée en compétences.

Actions-clés : mise en place d’une organisation du travail flexible, valorisation de l’expertise interne, renforcement du bien-être au travail, amélioration des parcours de formation.

OS 2 : Moderniser les outils et méthodes de l’ALIA pour une surveillance proactive

Le paysage médiatique évolue rapidement sous l’effet de la transformation numérique et de l’intelligence artificielle. Jusqu’à présent, l’ALIA, faute de moyens suffisants, n’effectue que peu de surveillance active des contenus, se limitant pour l’essentiel à une approche réactive basée sur le traitement des plaintes. Cependant, face à l’augmentation du nombre d’acteurs sous sa compétence et aux défis sociétaux croissants liés aux médias – désinformation, contenus préjudiciables aux

mineurs, incitant à la haine, à la violence ou portant atteinte à la dignité humaine – cette approche doit évoluer pour garantir une régulation efficace et adaptée aux enjeux actuels. Cela implique d’explorer de nouveaux outils permettant non seulement de détecter automatiquement les contenus problématiques dans l’audiovisuel et le numérique, mais aussi d’identifier et d’analyser les deepfakes.

Actions-clés : mise en place de deux outils distincts

▶ Un outil de surveillance basé sur l’IA pour le contrôle des contenus audiovisuels et numériques

L’ALIA envisage la mise en œuvre d’un outil de surveillance basé sur l’IA, inspiré du modèle KIVI déployé en Allemagne⁸, pour améliorer le contrôle des contenus audiovisuels et numériques. Cet outil permettra à l’ALIA d’adopter une approche plus proactive, en identifiant automatiquement des contenus potentiellement problématiques et en renforçant ainsi sa capacité d’action et d’anticipation. Par exemple, un tel outil permettrait de détecter les contenus représentant des abus sexuels sur des mineurs, des deepfakes pédopornographiques, ainsi que des contenus relevant de l’incitation à la haine ou à la discrimination. Par un entraînement fondé sur des données adéquates et fiables, de tels contenus pourraient être repérés, qu’ils soient véhiculés par le biais d’une vidéo, d’une image, d’un texte ou d’un son. Cela nécessiterait une coopération avec un fournisseur d’intelligence artificielle ainsi que des partenaires stratégiques adéquats, suivant une feuille de route préétablie et conforme à l’AI Act. En assurant le développement d’un tel outil, l’ALIA serait capable d’analyser davantage de contenus, d’assurer une surveillance active des entités sous sa surveillance et des contenus générés par l’IA afin de protéger durablement le paysage médiatique luxembourgeois. Toutefois, la mise en place d’un tel système reste conditionnée aux ressources humaines et financières disponibles et fera l’objet d’une évaluation approfondie avant toute implémentation.

▶ Un système dédié à la détection et l’identification des deepfakes

L’intensification du recours aux systèmes d’intelligence artificielle générative produisant des deepfakes nécessite une réponse adaptée et efficace.

L’ALIA doit être équipée d’un système d’intelligence artificielle permettant la détection et l’identification des deepfakes. L’utilisation de ce système devra s’exercer autour de trois actions : 1° L’identification des deepfakes par le système, 2° La démonstration du trucage par le système d’IA sous le contrôle d’un agent de l’ALIA. 3° L’ALIA devra également former son personnel à utiliser adéquatement un tel système, mais également à comprendre les enjeux relatifs à l’intelligence artificielle pour assurer une compréhension précise et permettre une réponse conforme au règlement européen sur l’IA.

⁸ KIVI est un outil d’intelligence artificielle développé par l’entreprise allemande Condat pour le monitoring des contenus en ligne. Utilisé par plusieurs régulateurs, il permet d’identifier des infractions potentielles (discours de haine, violence, pornographie, etc.) sur plus de 10 000 profils publics et sites web. Basé sur le *machine learning*, il s’affine grâce aux retours humains et facilite la coopération entre autorités de régulation et forces de l’ordre.

OS 3 : Renforcer la transparence, la gouvernance et la communication institutionnelle

L'ALIA doit affirmer son rôle en clarifiant ses processus internes, en améliorant la rapidité de ses décisions et en communiquant activement sur ses missions. Une gouvernance renforcée permettra de préserver la crédibilité du Luxembourg sur la scène européenne, notamment pour défendre le principe du pays d'origine (PPO).

Actions-clés :

- ▶ Accélération du traitement des plaintes et simplification des processus décisionnels.
- ▶ Clarification des rôles entre l'administration et le Conseil d'administration.
- ▶ Renforcement de la communication digitale (site web, réseaux sociaux).
- ▶ Publication d'un Programme de Travail et suivi de sa mise en œuvre.

Les objectifs stratégiques externes

OS 4 : Garantir une régulation équilibrée et accompagner la modernisation du secteur médiatique

L'ALIA doit assurer une régulation efficace et proportionnée, garantissant la liberté d'expression tout en protégeant les publics vulnérables, notamment les mineurs exposés à des contenus inappropriés. Parallèlement, l'ALIA accompagne les médias luxembourgeois dans leur adaptation aux défis numériques et réglementaires.

Actions-clés :

- ▶ Renforcement et mise en application des obligations de vérification de l'âge sur les plateformes de partage de vidéos (VSP), notamment dans le cadre des procédures engagées par l'ALIA contre les manquements identifiés.
- ▶ Encadrement des communications commerciales au moyen de recommandations.
- ▶ Élaboration de recommandations sur l'impact de l'IA dans les médias.
- ▶ Organisation d'une journée de réflexion sur l'accessibilité médiatique.
- ▶ Accompagnement des acteurs du secteur, notamment les influenceurs, dans l'application des nouvelles obligations réglementaires (IA Act, EMFA) à travers des actions de sensibilisation et des outils pédagogiques adaptés.
- ▶ Renforcement des initiatives d'éducation aux médias pour sensibiliser les jeunes et les publics vulnérables aux risques liés aux contenus numériques, à la désinformation et aux mécanismes algorithmiques des plateformes
- ▶ Mise en œuvre de l'EMFA (bases de données sur la propriété des médias, publicité d'État, évaluation des concentrations sur le marché des médias, protection de la liberté des médias, etc.)
- ▶ Lancement de campagnes de sensibilisation pour mieux faire connaître les missions de l'ALIA.

OS 5 : Renforcer la surveillance des campagnes électorales et protéger l'intégrité du débat public

Face aux risques de désinformation et de manipulation en ligne, l'ALIA doit anticiper les défis des prochaines élections législatives de 2028 en garantissant une transparence accrue des campagnes politiques et une équité d'accès aux médias.

Actions-clés :

- ▶ Mise en œuvre du *Political Advertising Regulation* et de l'*AI Act*.
- ▶ Développement de recommandations pour encadrer la publicité politique numérique.
- ▶ Sensibilisation des acteurs politiques et des médias aux nouvelles obligations.
- ▶ Développement de programmes d'éducation aux médias sur l'information politique en ligne, afin de sensibiliser les citoyens aux techniques de manipulation et à la transparence des contenus sponsorisés.

OS 6 : Asseoir le rôle de l'ALIA comme régulateur européen de référence

Dans un cadre de régulation fondé sur la confiance mutuelle entre États membres, l'ALIA doit renforcer son positionnement au sein des instances européennes pour garantir le respect du principe du pays d'origine (PPO) et anticiper les futures évolutions législatives.

Si l'ALIA ne s'affirme pas comme un régulateur fort, respecté et crédible, cette confiance pourrait être mise à mal, notamment dans la perspective d'une évolution du cadre législatif européen. Dans l'hypothèse où une révision de la directive SMA serait envisagée, un affaiblissement de cette confiance pourrait conduire certains États membres à remettre en question le PPO, menaçant ainsi un pilier essentiel du modèle luxembourgeois dans le secteur des médias.

Actions-clés :

- ▶ Participation active au *Media Board*.
- ▶ Contribution aux travaux européens sur l'*AI Act*, le DSA et l'EMFA.
- ▶ Développement de relations renforcées avec les régulateurs régionaux et européens.

3.3 Objectifs opérationnels : du cadre stratégique à l’action

Dans un contexte de transformation numérique et d’évolution des cadres réglementaires européens, l’ALIA se positionne comme un acteur proactif et visionnaire. Les objectifs opérationnels définis ci-dessous traduisent concrètement les objectifs stratégiques en actions mesurables et réalisables à court et moyen terme, à côté de l’accomplissement de ses nombreuses activités courantes de surveillance et de mise en œuvre des législations applicables.

Chaque objectif opérationnel (projet/initiative) est rattaché à un ou plusieurs objectifs stratégiques afin d’assurer une cohérence globale du programme de travail.

Projet/Initiative	Objectif(s) stratégique(s) lié(s)	Actions	Indicateurs de suivi
Attractivité et rétention des talents (RH)	OS1 : Faire de l'ALIA un employeur attractif et agile face à la pénurie de talents	Mise en place d'un cadre de travail flexible, développement de parcours de formation spécialisés, mentorat interne, amélioration des conditions de travail	Taux de satisfaction des employés, participation aux formations et mentorat, réduction du turnover
Gouvernance et amélioration du processus décisionnel	OS3 : Transparence, gouvernance, communication – OS6 : Régulateur européen de référence	Audit des délais, révision de l'échéancier, clarification des circuits décisionnels, pertinence des convocations physiques systématiques des fournisseurs, protocole accéléré pour plaintes urgentes, clarifications des compétences et renforcement de la coordination avec le Conseil de Presse.	Réduction du délai moyen de traitement des plaintes, nombre de plaintes traitées rapidement, satisfaction des parties prenantes, renforcement de la coopération avec le Conseil de Presse, nombre de dossiers traités en coopération avec le Conseil de Presse
Renforcer la visibilité et la communication de l'ALIA (sites internet et réseaux sociaux)	OS1 : Faire de l'ALIA un employeur attractif et agile face à la pénurie de talents - OS3 : Transparence, gouvernance et communication	Communication autour de la diffusion du rapport annuel, développement du site Internet et supports pédagogiques, communication active sur les réseaux sociaux dans les domaines d'action de l'ALIA (plaintes, éducation aux médias, activités du <i>Media Board</i>)	Taux de consultation du rapport annuel, mesure de l'audience des réseaux sociaux, couverture médiatique obtenue, nombre de visiteurs du site Internet

Projet/Initiative	Objectif(s) stratégique(s) lié(s)	Actions	Indicateurs de suivi
Participation active au <i>Media Board</i> et notamment aux subgroups 1 et 4	OS6 : Asseoir le rôle de l'ALIA comme régulateur européen de référence	Participation active aux travaux du <i>Media Board</i> , notamment subgroups 1 et 4, contribution à l'évaluation de la directive SMA	Nombre de documents co-rédigés au <i>Media Board</i> , influence des positions luxembourgeoises dans les discussions européennes
Trimediale 2026 organisée par l'ALIA au Luxembourg	OS6 : Asseoir le rôle de l'ALIA comme régulateur européen de référence	Organisation de la Trimediale 2026 avec les régulateurs germanophones	Tenue de l'évènement, participation des régulateurs, retombées politiques/médiatiques
Sensibilisation des influenceurs aux nouvelles obligations réglementaires	OS5 : Régulation des campagnes électorales – OS4 : Garantir une régulation équilibrée et accompagner la modernisation du secteur	Guide interactif pour les influenceurs, évènements de sensibilisation pour les influenceurs (idéalement en coopération avec l'Autorité de la Concurrence, la Direction de la Protection des consommateurs)	Nombre de formations, taux de participation des influenceurs, diffusion du guide
Évènement sur l'encadrement de la publicité politique	OS5 : Régulation des campagnes électorales	Développement de recommandations pour encadrer la publicité politique numérique, dialogue multipartite avec la CNPD, les acteurs politiques et les services de médias	Adoption des recommandations, retours des acteurs impliqués

Projet/Initiative	Objectif(s) stratégique(s) lié(s)	Actions	Indicateurs de suivi
Sensibilisation à l'AI Act	OS5 : Régulation des campagnes électorales – OS4 : Garantir une régulation équilibrée et accompagner la modernisation du secteur	Sessions d'information sur les implications de l'AI Act pour les médias et influenceurs, guides pratiques et accompagnement réglementaire	Nombre de sessions organisées, taux de participation, évaluation des connaissances acquises
Base de données sur la propriété des médias	OS3 : Transparence, gouvernance, communication – OS6 : régulateur européen de référence	Développement et mise à jour d'une base de données sur la propriété des médias, collecte et analyse des données sur la concentration médiatique, alignement avec les exigences européennes (EMFA), publication et accès aux données pour les parties prenantes	Base de données fonctionnelle, taux d'accès aux données par le public et les parties prenantes, conformité avec les obligations de l'EMFA
Améliorer l'accessibilité et l'inclusion dans les médias	OS4 : Garantir une régulation équilibrée et accompagner la modernisation du secteur	Demi-journée de réflexion sur l'accessibilité avec fournisseurs de SMA, Office de la surveillance de l'accessibilité des produits et services (OSAPS), associations, recommandations concrètes sur l'accessibilité des contenus audiovisuels	Nombre de participants, adoption des recommandations

Projet/Initiative	Objectif(s) stratégique(s) lié(s)	Actions	Indicateurs de suivi
<p>Déploiement d'un outil d'IA pour la surveillance des contenus audiovisuels et numériques</p>	<p>OS2 : Adaptations aux défis numériques – OS4 : Garantir une régulation équilibrée et accompagner la modernisation du secteur</p>	<p>Adaptation de l'outil KIVI, développement d'un prototype pour la surveillance des contenus, recherche de financements européens, collaboration avec la Landesmedienanstalt Saarland, le CSA belge, Tech-in-GOV, Luxembourg Institute of Science and Technology (LIST), le University of Luxembourg Institute of Digital Ethics (ULIDE), et le laboratoire sur l'IA de Saarbrücken (DFKI Saarbrücken).</p> <p>Possibilité de recourir à un bac à sable réglementaire de l'IA, afin d'avoir un environnement contrôlé du développement du système d'IA.</p>	<p>Feuille de route détaillant le projet de développement d'un système d'IA et les choix à effectuer (choix du fournisseur, choix de l'objectif du système, choix des données d'entraînement...)</p> <p>Tests et évaluations du prototype sur des données de test, Mise en œuvre du prototype, mobilisation de financements, collaborations internationales (BE, DE)</p>
<p>Éducation aux médias – Projet transfrontalier Media&Me</p>	<p>OS4 : Garantir une régulation équilibrée et accompagner la modernisation du secteur– OS6 : Régulateur européen de référence</p>	<p>Participation au projet Media&Me à travers l'élaboration d'une demi-journée d'ateliers, appels à candidatures aux jeunes luxembourgeois via les réseaux sociaux</p>	<p>Taux de participation aux ateliers, enquête de satisfaction, participation des jeunes luxembourgeois</p>

Projet/Initiative	Objectif(s) stratégique(s) lié(s)	Actions	Indicateurs de suivi
<p>Éducation aux médias - Femmes, médias et discours en ligne (partenariat envisagé avec des acteurs spécialisés dans les questions de genre et de lutte contre les violences en ligne) - désinformation sexiste⁹</p>	<p>OS4 : Garantir une régulation équilibrée et accompagner la modernisation du secteur</p>	<p>Organisation d'un événement sur la désinformation sexiste, production de supports pédagogiques pour sensibiliser à la cyberviolence à l'égard des femmes.</p>	<p>Nombre de participants, diffusion des supports</p>
<p>Éducation aux médias - Lutte contre la radicalisation et les discours extrémistes (en collaboration potentielle avec des acteurs engagés dans la prévention de la radicalisation)</p>	<p>OS4 : Garantir une régulation équilibrée et accompagner la modernisation du secteur</p>	<p>Élaboration d'un module pédagogique visant à promouvoir la connaissance des mécanismes et mesures de régulation, ainsi que le rôle des organes de surveillance, afin de prévenir le repli vers le complotisme et la défiance à l'égard de ces institutions et les médias traditionnels.</p>	<p>Nombre de modules déployés, impact mesuré sur la sensibilisation.</p>

⁹ Recommandations du CEDAW

Projet/Initiative	Objectif(s) stratégique(s) lié(s)	Actions	Indicateurs de suivi
<p>Éducation aux médias – Collaboration avec le Conseil de Presse pour la promotion du journalisme professionnel et la lutte contre la désinformation (promotion via l'IFEN si possible)</p>	<p>OS4 : Garantir une régulation équilibrée et accompagner la modernisation du secteur</p>	<p>Élaboration d'un support pédagogique en collaboration avec le Conseil de Presse pour la promotion du journalisme professionnel et la lutte contre la désinformation ; organisation d'une campagne de promotion via l'IFEN (Institut de Formation de l'Education Nationale)</p>	<p>Taux d'utilisation dans les écoles et médias, impact mesuré sur la compréhension du journalisme professionnel chez les jeunes</p>
<p>Éducation aux médias – Projet Atert-lycée</p>	<p>OS4 : Garantir une régulation équilibrée et accompagner la modernisation du secteur</p>	<p>Deux interventions en classe, une campagne de sensibilisation sur les réseaux sociaux, ainsi qu'une table ronde finale sur les thèmes du « design addictif » et les compétences numériques en matière de santé.</p>	<p>Impact qualitatif renforcé grâce à une offre sur mesure, une portée élargie sur les réseaux sociaux via du contenu sponsorisé sur Meta (Instagram et Facebook), LinkedIn et BlueSky, ainsi qu'une table ronde ouverte au grand public. Effet multiplicateur grâce aux réseaux des partenaires impliqués (ALIA, Hôpitaux Robert Schuman et le Service national de psychiatrie juvénile).</p>

Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel

18 rue Erasme L-1468 Luxembourg

Mail : info@alia.etat.lu

Téléphone : +352 247-70 105

Version mars 2025