



Autorité
luxembourgeoise
indépendante de
l'audiovisuel

2025

Rapport annuel

ALIA



ISSN 3088-5779

Autorité luxembourgeoise
indépendante de l'audiovisuel
18, rue Erasme
L-1468 Luxembourg

+352 247 70 105
info@alia.etat.lu
www.alia.lu

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



Surveillance : L'ALIA veille à ce que les médias audiovisuels et sonores sous sa compétence respectent la dignité humaine, interdisent toute incitation à la violence, à la haine ou au terrorisme, protègent les mineurs et respectent les règles en matière de communications commerciales. Elle s'assure également que les contenus susceptibles de nuire au développement des mineurs ne soient pas accessibles sur les plateformes de partage de vidéos (VSP).



Garantie du pluralisme, de la liberté d'expression et attribution de fréquences : L'ALIA garantit le pluralisme et la transparence du paysage médiatique, veille à l'accessibilité à l'information et accorde les autorisations pour les services de radios locales et régionales. Le Ministre ayant les médias dans ses attributions consulte l'ALIA pour les autres permissions et concessions (ex : DAB+). L'EMFA introduit de nouvelles obligations en vue notamment d'évaluer les concentrations sur les marchés des médias, d'améliorer la transparence et la liberté des médias.



Éducation aux médias : L'ALIA sensibilise le public à l'esprit critique et à une consommation responsable des médias, en développant des compétences adaptées aux évolutions numériques et en renforçant la résilience face aux fausses informations et aux messages haineux.



Encadrement de l'information politique : L'ALIA organise la diffusion des tribunes libres hors période électorale, encadre les campagnes électorales médiatiques des médias de service public et veille à la transparence des sondages politiques.



Coopération internationale : L'ALIA collabore avec des organismes européens notamment au sein de l'European Board for Media Services et de la Plateforme européenne des instances de régulation (EPRA).



Intelligence artificielle (IA) : Dans le cadre du règlement européen sur l'intelligence artificielle, le projet de loi en cours prévoit de désigner l'ALIA comme autorité de surveillance de marché pour les domaines relevant de ses compétences. Elle veillerait notamment au respect des obligations de transparence applicables aux contenus générés ou manipulés par IA, en particulier les *deepfakes*, afin qu'ils soient clairement identifiables comme tels.

Sommaire

Avant-Propos.....	2
Surveillance et régulation des services de médias électroniques.....	4
Étude de cas : Protection des mineurs et principe du pays d'origine.....	7
Nouvelles règles pour la publicité politique.....	10
Intelligence artificielle.....	12
Éducation aux médias.....	13
L'Accessibilité des services de médias audiovisuels au Luxembourg.....	17
Affaires européennes et relations internationales.....	21
Partenariats institutionnels et coopération nationale.....	28
Cinéma.....	30
Communication.....	31
Ressources financières.....	33
Annexe.....	35

Avant-Propos

2025 – Une année de bascule

L'année 2025 marque un tournant pour l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel. Elle restera comme l'année où l'ALIA a commencé à changer d'échelle.

Changer d'échelle européenne, avec le début des travaux du European Media Board en février et l'entrée en vigueur, en août, du European Media Freedom Act.

Changer d'échelle nationale, avec le dépôt du projet de loi « Médias », qui élargit profondément notre périmètre de compétence.

Changer d'échelle technologique, avec l'émergence des obligations liées à l'intelligence artificielle générative.

D'une autorité audiovisuelle à une autorité des médias

Le projet de loi déposé en 2025 consacre une évolution majeure : l'ALIA ne sera plus uniquement l'autorité du secteur audiovisuel, mais celle du secteur des médias au sens large, incluant les influenceurs, les podcasts et la presse écrite.

Cette transformation ne se résume pas à un changement de vocabulaire.

Elle implique une adaptation de nos méthodes, de nos outils et de nos expertises.

Protéger les mineurs

L'année 2025 a également été marquée par des décisions concrètes.

La décision relative à la plateforme de partage de vidéos pornographiques a constitué une étape importante dans l'affirmation de nos compétences en

matière de protection des mineurs en ligne. La mise en place de systèmes de vérification d'âge adaptés constitue une avancée importante, dans un domaine qui s'inscrit au cœur des priorités nationales et européennes en matière de sécurité en ligne et de protection des mineurs.

Dans la même logique de protection et de pédagogie, l'ALIA a publié une brochure explicative sur la classification d'âge au cinéma, désormais disponible dans l'ensemble des cinémas nationaux. Informer, accompagner et responsabiliser restent au cœur de notre mission.

Anticiper les nouvelles obligations liées à l'intelligence artificielle

En mars 2025, l'ALIA a rendu son avis sur le projet de loi national relatif à l'intelligence artificielle. Si l'entrée en vigueur du texte est encore attendue, nous avons d'ores et déjà engagé un travail de sensibilisation aux obligations de transparence applicables aux contenus générés artificiellement.

L'anticipation est essentielle : la régulation ne peut être uniquement réactive.



Structurer l'action et clarifier la trajectoire

La publication de notre programme de travail 2025–2027¹ a permis de formaliser nos priorités stratégiques pour les années à venir. Il constitue un cadre structurant pour l'action de l'Autorité, notamment en matière de régulation des plateformes numériques, d'intelligence artificielle et de protection de l'espace informationnel.

Dans le même temps, l'ALIA a contribué au développement du DAB+ en rendant des avis sur les radios candidates au premier multiplex national, participant ainsi à une étape importante pour l'avenir et le pluralisme du paysage radiophonique luxembourgeois.

Sur le plan administratif, la signature de la convention avec les Archives nationales de Luxembourg² a renforcé la solidité de notre cadre organisationnel.

Une institution en transformation

L'année 2025 n'a pas été une année ordinaire. Elle a été exigeante, structurante et fondatrice.

Elle a confirmé que la régulation des médias, aujourd'hui, ne se limite plus à l'audiovisuel. Elle touche à la liberté des médias, à la protection des mineurs, à la transparence des contenus politiques, à l'intelligence artificielle et aux nouvelles formes d'expression numérique.



Face à ces évolutions, l'ALIA s'est préparée à assumer pleinement ses responsabilités élargies.

Nous abordons cette nouvelle étape avec détermination, en veillant à préserver les principes qui fondent notre action : indépendance, rigueur juridique et sens de l'intérêt général.

Cindy Bauwens – Directrice

Marc Glesener – Président du Conseil d'administration

¹ [ALIA - Publication du programme de travail 2025-2027 de l'ALIA](#)

² [ALIA - Signature de la convention entre l'ALIA et les Archives nationales de Luxembourg](#)

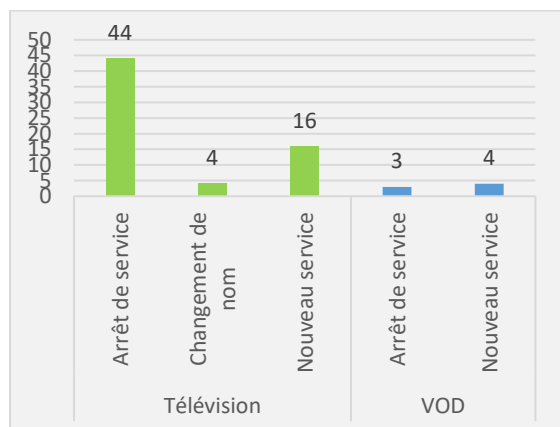


Surveillance et régulation des services de médias électroniques

Évolution du nombre de services sous la compétence de l'ALIA

En 2025, le paysage des services audiovisuels relevant de la compétence de l'ALIA se caractérisait par une offre diversifiée, comprenant 296 services de télévision, 87 services de vidéo à la demande (VOD), 19 services de radio et 16 plateformes de partage de vidéos (VSP).

Au cours de l'année, les services placés sous la surveillance de l'ALIA ont connu de nombreux changements, incluant l'ajout de nouveaux services, des changements de dénomination, ainsi que l'arrêt de certains services.



Un nombre significatif de services a cessé ses activités en 2025, dont 44 services de télévision, principalement axés sur le sport et le divertissement général.

Ces arrêts concernent principalement des services relevant de United Media S.à r.l., de CLT-UFA S.A., ainsi que de divers fournisseurs établis hors de l'Union européenne.

Il convient toutefois de préciser que les 12 services de CLT-UFA S.A. destinés à un public néerlandophone, bien qu'ayant cessé leurs activités, n'ont pas disparu du paysage audiovisuel. Ces services ont fait l'objet d'un changement de fournisseur et sont désormais proposés en tant que nouveaux services sous la responsabilité de RTL Nederland Media Services S.A.

Arrêts de service		
Nom du service	Nom du fournisseur	Catégorie de service
Consdorf en vidéo	Administration communale de Consdorf	VOD
N1 (version macédonienne)	Adria News S.à r.l.	Télévision
N1 (version monténégrine)	Adria News S.à r.l.	Télévision
Brit Asia	Brit Asia TV	Télévision
Direct One	Canal+ Luxembourg S.à r.l.	Télévision
RTL 4	CLT-UFA S.A.	Télévision
RTL 5	CLT-UFA S.A.	Télévision
RTL 7	CLT-UFA S.A.	Télévision
RTL 8	CLT-UFA S.A.	Télévision
RTL Crime	CLT-UFA S.A.	Télévision
RTL Lounge	CLT-UFA S.A.	Télévision
RTL Telekids	CLT-UFA S.A.	Télévision
RTL Z	CLT-UFA S.A.	Télévision
Teleshop 4	CLT-UFA S.A.	Télévision
Teleshop 5	CLT-UFA S.A.	Télévision
Teleshop 7	CLT-UFA S.A.	Télévision
Teleshop 8	CLT-UFA S.A.	Télévision
Craft Extra	Hochanda Global Ltd	Télévision
Create and Craft	Hochanda Global Ltd	Télévision
High Street TV 4	HSTV Media Ltd	Télévision
Ayozat TV	Information TV Ltd	Télévision



ION TV	ION TV Ltd	Télévision
Utsav Bharat	Jiostar India Private Limited Jiostar India Private Limited	Télévision
SAMAA TV	SAMAA TV	Télévision
Siraj TV	Siraj TV Limited	Télévision
Peacock	SKY UK Ltd	VOD
Sky Kids (App)	SKY UK Ltd	VOD
Sky Replay (SD)	SKY UK Ltd	Télévision
Nova Max (version croate)	United Media S.à r.l.	Télévision
SportKlub 1 (version serbe)	United Media S.à r.l.	Télévision
SportKlub 10 (version serbe)	United Media S.à r.l.	Télévision
SportKlub 2 (version serbe)	United Media S.à r.l.	Télévision
SportKlub 4 (version serbe)	United Media S.à r.l.	Télévision
SportKlub 5 (version serbe)	United Media S.à r.l.	Télévision
SportKlub 6 (version serbe)	United Media S.à r.l.	Télévision
SportKlub 7 (version serbe)	United Media S.à r.l.	Télévision
SportKlub 8 (version serbe)	United Media S.à r.l.	Télévision
SportKlub 9 (version serbe)	United Media S.à r.l.	Télévision
SportKlub Esports (version serbe)	United Media S.à r.l.	Télévision
SportKlub Golf (version serbe)	United Media S.à r.l.	Télévision
SportKlub HD (version serbe)	United Media S.à r.l.	Télévision
Vavoom (version croate)	United Media S.à r.l.	Télévision
Vavoom (version macédonienne)	United Media S.à r.l.	Télévision
Vavoom (version serbe)	United Media S.à r.l.	Télévision
Vavoom (version slovène)	United Media S.à r.l.	Télévision
Colors Cineplex	Viacom18 Media Private Ltd	Télévision
Colors Rishtey	Viacom18 Media Private Ltd	Télévision

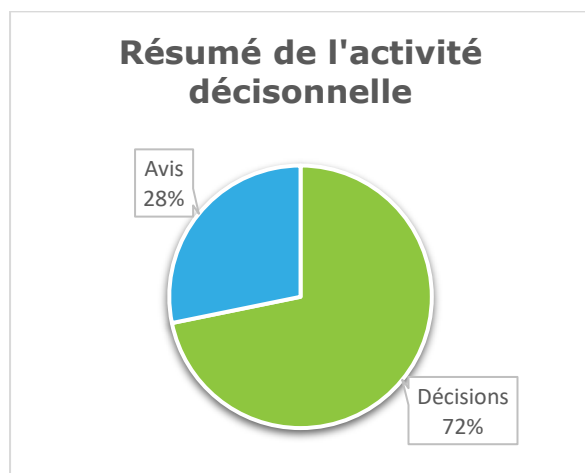
En 2025, parmi les 20 nouveaux services répertoriés, seuls deux visent le public luxembourgeois, douze s'adressent à un public néerlandophone, tandis que les autres sont destinés à un public international.

Nouveaux services		
Nom du service	Nom du fournisseur	Catégorie de service
Canal+ Action (Hungary)	Canal+ Luxembourg S.à r.l.	Télévision
NessmaTV	Horizon Media International S.à r.l.	Télévision
MENTAL TV!	Mental Médias S.à r.l.	VOD
LuxRegDrafts	Mr Kumar Sushil	VOD
PANJAB TV	PANJAB TV LIMITED	Télévision
RTL 4 (NL)	RTL Nederland Media Services S.A.	Télévision
RTL 5 (NL)	RTL Nederland Media Services S.A.	Télévision
RTL 7 (NL)	RTL Nederland Media Services S.A.	Télévision
RTL 8 (NL)	RTL Nederland Media Services S.A.	Télévision
RTL Crime	RTL Nederland Media Services S.A.	Télévision
RTL Lounge	RTL Nederland Media Services S.A.	Télévision
RTL Telekids	RTL Nederland Media Services S.A.	Télévision
RTL Z	RTL Nederland Media Services S.A.	Télévision
Teleshop 4	RTL Nederland Media Services S.A.	Télévision
Teleshop 5	RTL Nederland Media Services S.A.	Télévision
Teleshop 7	RTL Nederland Media Services S.A.	Télévision
Teleshop 8	RTL Nederland Media Services S.A.	Télévision
Football Daily	SKY UK Ltd	VOD
Sky News (Fast Channel)	SKY UK Ltd	Télévision
Sky Sports WSL	SKY UK Ltd	VOD

Au total, l'année 2025 a été marquée par une dynamique de réorganisation et de réajustement du secteur, avec 71 changements recensés.



Activités décisionnelles de l'ALIA en 2025

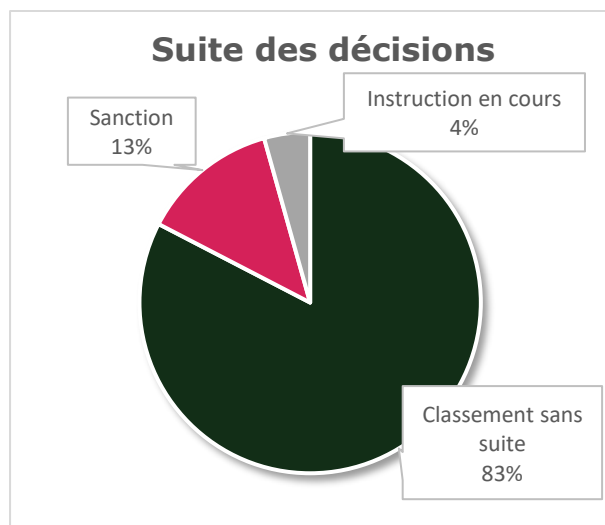


En 2025, l'ALIA a rendu 24 décisions :

- 22 décisions ont été prises à la suite d'une plainte
- 2 décisions d'autosaisines pour des faits susceptibles de constituer une violation de la loi.

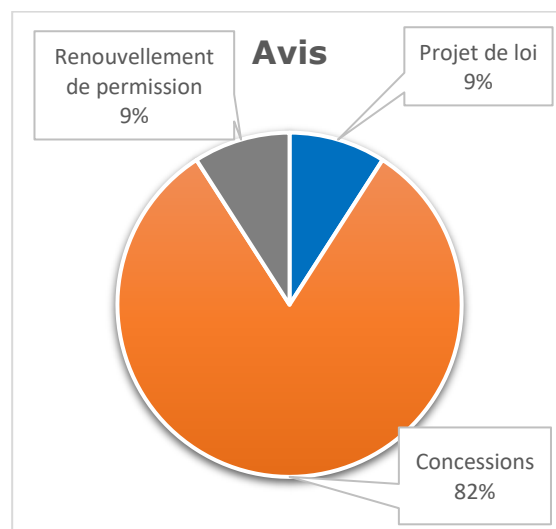
Parmi ces décisions :

- Deux décisions ont donné lieu à une amende respectivement de 20.000 et 25.000 euros (montant maximal).
- Une décision a donné lieu à un blâme.
- Vingt décisions ont été classées sans suites.
- Une instruction est toujours en cours.



Les principales thématiques décisionnelles ressortant des décisions de l'ALIA :

- L'absence de notification d'un fournisseur.
- La protection de la dignité humaine.
- La protection des mineurs, notamment par la restriction de l'accès à des contenus pornographiques.
- L'interdiction de l'incitation à la haine et son articulation avec la liberté d'expression.
- La réglementation des communications commerciales.



En dehors des décisions déterminant une violation de la loi, l'ALIA a émis 11 avis :

- L'ALIA a émis un avis concernant le projet de loi n°8476 mettant en œuvre le règlement européen sur l'IA.
- Un avis concernait l'octroi des concessions pour les services de radio sonore diffusés en multiplex numérique (DAB+)
- Huit avis concernaient l'octroi de concessions pour des services luxembourgeois diffusés par satellite et par câble
- Un avis a été émis concernant le renouvellement de la permission accordée à l'Établissement de radiodiffusion socioculturelle.

Étude de cas : Protection des mineurs et principe du pays d'origine

L'affaire *LiveJasmin*

La protection des mineurs constitue l'une des obligations centrales du cadre juridique applicable aux plateformes de partage de vidéos (*Video-Sharing Platforms* - VSP). Conformément à la directive 2010/13/UE sur les services de médias audiovisuels, telle que modifiée, et à l'article 28septies de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques, les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos relevant de la compétence du Luxembourg doivent prendre les mesures appropriées pour protéger les mineurs contre les contenus susceptibles de nuire à leur épanouissement physique, mental ou moral. Ces mesures consistent notamment à mettre en place et à utiliser des systèmes permettant de vérifier l'âge des utilisateurs, ainsi qu'à prévoir des dispositifs de contrôle parental.

Dans ce contexte, il importe de relever que seize plateformes de partage de vidéos relevant de la compétence du Luxembourg sont exploitées par les sociétés JWS Americas S.à r.l. et JWS International S.à r.l. Compte tenu du fait que ces services diffusent tous du contenu à caractère pornographique, la mise en place de dispositifs efficaces visant à empêcher l'accès des mineurs revêt une importance particulière.

1) *Un dialogue engagé dès 2022*

C'est dans cette perspective que l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel (ALIA) a engagé, dès 2022, un dialogue avec le fournisseur concerné afin d'examiner les dispositifs de protection des mineurs mis en place sur les VSP.

Lors du premier échange, l'ALIA a demandé au fournisseur de lui transmettre un rapport détaillant les mesures de vérification de l'âge appliquées sur l'ensemble de ses plateformes. Le rapport transmis par le fournisseur décrivait un système reposant principalement sur :

1. Une auto-déclaration via une fenêtre pop-up,
2. L'affichage de labels de classification (« RTA », « ICRA »),
3. L'intégration de balises méta destinées aux outils de contrôle parental.

Après analyse, l'ALIA a estimé que ces mécanismes ne constituaient pas des mesures appropriées au sens de l'article 28septies de la loi sur les médias électroniques. Dans une lettre de recommandations, l'Autorité a donc précisé les méthodes qu'elle considère comme appropriées. Elle a notamment indiqué que des solutions reposant sur la vérification de documents d'identité officiels, sur des technologies d'estimation de l'âge fondées sur



l'intelligence artificielle ou sur une combinaison de ces approches pouvaient être considérées comme appropriées. Elle a également insisté sur la nécessité de recourir à des prestataires tiers indépendants spécialisés dans la vérification d'identité. Ces échanges ont été suivis de plusieurs réunions et correspondances au cours desquelles le fournisseur a présenté différentes pistes d'amélioration.

L'ALIA a examiné ces propositions avec attention. Elle a notamment souligné que certaines solutions pouvaient constituer une base acceptable, sous réserve qu'elles soient suffisamment robustes et, le cas échéant, auditées par un organisme indépendant. En revanche, d'autres propositions ont été jugées insuffisantes pour garantir une protection effective des mineurs.

Au fil des échanges, le fournisseur concerné a progressivement introduit des mécanismes plus robustes reposant sur des prestataires tiers indépendants, combinant vérification documentaire et estimation biométrique de l'âge.

Au Luxembourg, ces solutions ont permis d'atteindre un niveau de protection jugé conforme aux exigences légales.

2) Autosaisine et décision du Conseil d'administration de l'ALIA

En 2024, des éléments relatifs à l'accès de mineurs à des contenus pour adultes sur une plateforme exploitée par un fournisseur établi au Luxembourg ont été portés à la connaissance de l'ALIA. Ces éléments mettaient en cause le caractère suffisamment robuste des dispositifs de vérification de l'âge en place pour empêcher un tel accès.

Au regard de ces constats, et en tant que régulateur compétent, l'ALIA, par

décision de son Conseil d'administration, a choisi de s'autosaisir du dossier.

En vertu du principe du pays d'origine, les fournisseurs de VSP établis au Luxembourg relèvent de la compétence des autorités luxembourgeoises. À ce titre, il appartient à l'Autorité de veiller au respect des obligations applicables aux services relevant de sa juridiction sur l'ensemble du territoire de l'Union européenne. Comme le rappelle la décision du Conseil d'administration du 7 août 2025³, les exigences de l'article 28^{septies} de la loi sur les médias électroniques « sont applicables et doivent être respectées sur tout le territoire de l'Union européenne ».

Or, l'instruction a révélé que les fournisseurs avaient déployé dans plusieurs États membres des méthodes de vérification de l'âge ne répondant manifestement pas à ces exigences, en privilégiant une approche fondée sur les cadres juridiques nationaux propres à ces États. Si un système robuste avait été introduit au Luxembourg, les informations transmises au cours de la procédure ont montré que ces mesures n'avaient pas été généralisées dans l'ensemble de l'Union européenne. Il ressort en effet du dossier que, dans plusieurs États membres aucun système de vérification de l'âge robuste et indépendant n'était en place. Dans certains pays, les fournisseurs appliquaient uniquement une configuration dite « globale », susceptible de se limiter à une simple auto-déclaration de l'utilisateur. Une telle méthode avait pourtant été expressément identifiée par l'Autorité, dès les premiers échanges avec le fournisseur, comme inappropriée, dans la mesure où elle est facilement contournable et ne constitue pas une garantie suffisante pour empêcher l'accès des mineurs aux contenus les plus préjudiciables.

³ Décision DEC024/2025 – A001/2025 du 7 août 2025 du Conseil d'administration de l'Autorité

luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel concernant une autosaisine à l'encontre de la plateforme de partage de vidéos LiveJasmin



Dans ces conditions, le Conseil a considéré que le fait de ne pas avoir étendu à l'ensemble des États membres les mesures mises en œuvre au Luxembourg constituait « un manquement manifeste, grave et sérieux » aux obligations découlant de l'article 28septies de la loi sur les médias électroniques.

3) Conclusion

L'affaire *LiveJasmin* illustre les défis auxquels sont confrontées les autorités de régulation dans un environnement numérique transfrontière. La mise en place de systèmes de vérification de l'âge efficaces soulève des questions aussi bien techniques que juridiques, mais elle demeure d'une importance majeure surtout eu égard aux contenus parmi les plus susceptibles de nuire gravement à leur développement.

Elle rappelle également l'importance du principe du pays d'origine. Ce principe constitue un élément central du cadre européen dans la mesure où il permet d'éviter une fragmentation réglementaire et garantit aux fournisseurs ainsi qu'aux utilisateurs une sécurité juridique renforcée.



Nouvelles règles pour la publicité politique

Le règlement (UE) 2024/900 relatif à la transparence et au ciblage de la publicité politique (TTPA) resserre l'étai européen sur la désinformation électorale

L'ALIA en première ligne de surveillance pour plus de transparence dans les campagnes électorales

Le 10 octobre 2025, le règlement de l'Union européenne relatif à la transparence des publicités politiques et à l'encadrement du ciblage, ayant pour objectif de prévenir la manipulation de l'information et les ingérences étrangères dans les processus électoraux, est entré en vigueur.

Ce texte européen, d'application directe dans l'ensemble des États membres, constituera la base de l'élargissement significatif des missions de l'ALIA. Sous réserve de l'adoption en l'état de l'article 44 du projet de loi n° 8625 sur les médias, l'ALIA ne se limitera plus à la surveillance des campagnes électorales sur les médias de service public. Elle sera également habilitée à lutter activement contre la manipulation électorale, notamment dans les espaces où celle-ci se manifeste le plus fréquemment, à savoir la sphère numérique et les plateformes en ligne.

L'ALIA veillera à ce que les publicités politiques indiquent clairement l'identité de leur commanditaire, les montants dépensés ainsi que l'élection concernée. Elle imposera aux acteurs diffusant ces publicités la tenue de registres nationaux

publics, conservés pendant sept ans et interconnectés avec le répertoire européen. Elle assurera également, en coopération avec la CNPD, le contrôle des pratiques de ciblage numérique. Durant les périodes sensibles, soit les trois mois précédant un scrutin, elle pourra enjoindre les plateformes de bloquer les sponsors établis hors de l'Union européenne et prononcera, le cas échéant, des sanctions en cas de non-conformité.

Cette évolution fait de l'ALIA un acteur central dans la lutte contre la désinformation numérique et renforce la transparence, l'équité et la protection des campagnes électorales luxembourgeoises, notamment face aux ingérences étrangères.

Avec la mise en œuvre des nouvelles dispositions du règlement TTPA sur la transparence et la traçabilité des activités politiques, les ingérences étrangères observées lors d'élections européennes passées, comme les élections présidentielles roumaines de décembre 2024 invalidées pour cause de désinformation massive sur TikTok, auraient probablement pu être mieux détectées et encadrées.

Les mécanismes renforcés du TTPA, telles que les obligations de déclaration des financements transnationaux, traçabilité des publicités numériques et contrôle des campagnes en ligne, auraient permis d'identifier et de bloquer précocement les campagnes opaques impliquant des acteurs étrangers, telles que celles ayant conduit à l'annulation du scrutin roumain. Par exemple, l'exigence de transparence sur les



sources de contenus politiques sur les plateformes comme TikTok aurait probablement exposé les messages manipulés avant leur viralité, évitant ainsi une ingérence à grande échelle. De même, les sanctions contre les financements occultes auraient dissuadé les interférences numériques massives observées.

Cette approche préventive est susceptible de renforcer globalement la résilience démocratique de l'UE face aux risques hybrides.

À noter que le règlement TTPA ne concerne pourtant pas que les publicités politiques en ligne. Il s'applique à toutes les publicités politiques, qu'elles soient en ligne, à la télévision, à la radio, dans la presse écrite ou dans l'espace public.

Les nouvelles règles instaurent un débat démocratique plus sain, directement au bénéfice des citoyens. Ces derniers peuvent exercer leur jugement sur la base d'informations transparentes, renforçant leur confiance dans les élections tout en préservant la liberté d'expression et la publicité politique. Il ne s'agit nullement de censure, mais bien de permettre à chacun de prendre des décisions éclairées.

La limitation du micro-ciblage politique et le contrôle renforcé, par l'ALIA et la CNPD, réduisent les campagnes électorales opaques visant à influencer discrètement les publics vulnérables. Toute forme de ciblage basé sur l'âge inférieur à 18 ans est désormais interdite, et les données sensibles, à savoir, opinions politiques, origine ethnique, religion, orientation sexuelle ou santé, restent inaccessibles au micro-ciblage, même avec consentement.

Ces mesures protègent efficacement contre les manipulations invisibles, rendant le processus électoral plus équitable et résilient.

Le public a donc dorénavant la possibilité de mieux voir et comprendre qui parle et qui paie parce que chaque publicité

politique doit indiquer clairement qui la finance, pour quelle élection et avec quelles sommes, ce qui facilite la détection d'intérêts cachés. De plus, les règles sur le ciblage obligent à afficher un avis de transparence précisant les critères utilisés (ex. : centres d'intérêt), permettant à chacun de comprendre pourquoi il voit une telle publicité.

Le revers des avantages pour les citoyens réside dans de nouvelles obligations imposées à tous les acteurs impliqués dans la création, la diffusion ou le financement des publicités politiques : partis politiques, candidats, agences de communication, plateformes numériques, médias et influenceurs. Le TTPA définit ainsi les principales contraintes, notamment la mention claire de l'identité du commanditaire et de l'élection concernée, la publication des montants dépensés par campagne, la tenue de registres publics nationaux interconnectés au niveau européen, ainsi que la limitation stricte du micro-ciblage fondé sur des données personnelles sensibles.

Ces mesures, bien que nécessaires, suscitent des critiques croissantes. Ainsi, Meta a annoncé en juillet 2025 dans un communiqué publié via son newsroom français dans lequel elle a indiqué qu'« à partir du mois d'octobre, Meta, à l'instar d'autres plateformes, n'autorisera plus les publicités portant sur un enjeu politique, électoral ou social sur ses plateformes dans l'Union européenne, en raison d'exigences irréalisables et des incertitudes juridiques introduites par le règlement européen sur la Transparence et le ciblage de la publicité à caractère politique (TTPA) ». La Commission européenne doit désormais engager un dialogue avec les plateformes afin de lever ces ambiguïtés, éviter une limitation de visibilité pénalisant particulièrement les partis, associations et petites structures dépendantes du numérique, et garantir ainsi un équilibre entre transparence et accessibilité démocratique.



Intelligence artificielle

L'ALIA a accordé une attention particulière au respect des obligations de transparence applicables aux systèmes d'IA générative ainsi qu'aux hypertrucages (« deepfakes »). Bien que le projet de loi n'ait pas encore été adopté, l'ALIA a déjà anticipé ses nouvelles compétences pour comprendre, analyser et anticiper les réponses à apporter pour les opérateurs luxembourgeois.

Dans ce contexte, l'ALIA a notamment :

- Élaboré une stratégie interne destinée à anticiper les défis liés à l'IA générative et à garantir une réponse rapide, cohérente et adaptée. Cette stratégie, évolutive et fondée sur une approche par les risques, vise à anticiper les enjeux spécifiques au Luxembourg tout en s'adaptant aux besoins et aux réalités des opérateurs.
- Conduit une analyse du risque concernant le Grand-Duché du Luxembourg et établi une taxonomie des hypertrucages dans le contexte luxembourgeois.
- Précisé les règles applicables à l'IA générative, en conduisant une analyse juridique du règlement européen sur l'IA et en prenant en compte le contexte médiatique luxembourgeois.
- Participé à des conférences et événements sectoriels afin de renforcer les liens avec les acteurs concernés et d'approfondir sa maîtrise des technologies d'IA générative.
- Mené des actions de sensibilisation auprès des opérateurs impliqués dans le développement ou l'utilisation de systèmes d'IA générative et d'hypertrucages.
- Adapté ses procédures internes et de plainte pour permettre une mise en œuvre rapide de ses nouvelles responsabilités.
- Pris part aux réunions de coordination nationale organisées par la CNPD afin de contribuer à une réponse luxembourgeoise cohérente, fondée sur la collaboration institutionnelle.
- Participé aux travaux européens visant à préciser et harmoniser les obligations applicables à l'IA générative.
- Adopté une démarche proactive d'identification des hypertrucages les plus répandus au Luxembourg afin d'anticiper les risques et de développer des réponses adaptées.

Par ailleurs, l'ALIA se positionne à l'avant-garde de la régulation des hypertrucages. Elle a engagé des premières démarches en vue du développement d'un outil de détection d'hypertrucages, destiné à étayer ses décisions et à prévenir les risques de tromperie auxquels le public pourrait être exposé.

Éducation aux médias

Media & Me – Dans les coulisses des métiers des médias

Depuis 2021, l'ALIA est partenaire du projet transfrontalier « Media & Me », initié par la Landesmedienanstalt Saarland. Ce projet offre aux jeunes en Allemagne, au Luxembourg, en Belgique et en France des aperçus concrets des métiers des médias dans les domaines de la télévision, de la radio, de la presse écrite, du journalisme en ligne et du marketing, à travers des ateliers pratiques organisés auprès de plus de 20 organisations partenaires. Aux côtés des partenaires médiatiques, l'ALIA apporte au projet la perspective du régulateur et permet aux participants de découvrir le rôle qu'une autorité de régulation indépendante joue au sein de l'écosystème médiatique.



Les participants se familiarisent notamment avec les missions de l'autorité relatives à la protection de la dignité humaine et au respect du principe de non-discrimination, à la lutte contre l'incitation à la haine ou à la commission d'actes terroristes, ainsi qu'à la protection des mineurs, au respect des règles applicables aux communications commerciales et à la

supervision des mécanismes de protection mis en place sur les plateformes de partage de vidéos. Un accent particulier est mis sur la thématique de l'intelligence artificielle. Dans le cadre de son atelier, l'ALIA présente le cadre réglementaire en vigueur et introduit les responsabilités des autorités de régulation au regard de l'AI Act. Sur cette base, les participants sont invités à réfléchir ensemble aux conditions d'une régulation efficace de l'intelligence artificielle. Les discussions permettent également d'identifier les principaux défis réglementaires liés aux évolutions technologiques, tels que l'identification des contenus générés par l'IA en l'absence d'outils de détection fiables, l'augmentation des besoins en expertise technique spécialisée et la nécessité d'une coopération renforcée entre autorités.

Campagne d'information sur la classification par âge des films en salle

Afin de protéger les mineurs, les films projetés au cinéma font l'objet d'une classification d'âge obligatoire. Celle-ci garantit que les enfants et les adolescents ne soient pas exposés à des contenus susceptibles de leur porter préjudice. L'ALIA veille à l'application uniforme des classifications d'âge dans l'ensemble des salles de cinéma du pays. Afin d'aider les parents à choisir des films adaptés et de soutenir les exploitants de séances cinématographiques dans la mise en œuvre et le respect des dispositions en vigueur, l'ALIA a élaboré une FAQ regroupant les principales informations relatives à la classification d'âge au cinéma. Ce document explique l'objectif des classifications d'âge, les critères sur lesquels elles reposent ainsi que les possibilités prévues pour les parents et

représentants légaux afin de permettre une sortie familiale au cinéma. La FAQ est disponible sous forme de dépliant en luxembourgeois, en français et en anglais et mise à disposition dans les cinémas du pays. En complément, l'ALIA a réalisé une vidéo explicative présentant les principales dispositions. Diffusée sur ses réseaux sociaux afin d'en assurer une large visibilité, elle visait également à informer les spectateurs qu'ils peuvent s'adresser à l'ALIA en cas de doute concernant une classification d'âge. Le dépliant et la vidéo sont disponibles sur le site internet de l'ALIA, où ils peuvent être consultés et téléchargés.⁴

Campagne de sensibilisation sur les hypertrucages (*deepfakes*)

Grâce aux avancées rapides de l'intelligence artificielle et à la démocratisation d'outils basés sur l'IA générative, aujourd'hui abordables, toujours plus accessibles et intuitifs, la création de contenus synthétiques très réalistes n'est plus réservée aux spécialistes. En facilitant la manipulation de l'information, les hypertrucages constituent un risque croissant, tant au niveau individuel qu'au niveau sociétal. Dans un dossier dédié, l'ALIA a analysé les usages abusifs de ces technologies, les risques qu'elles comportent ainsi que les obligations prévues par l'AI Act pour les développeurs de modèles d'IA générative, les plateformes diffusant ces contenus ainsi que les « déployeurs » de ces outils. Le dossier examine également la difficulté croissante à identifier de manière fiable les hypertrucages, tout en proposant des recommandations pratiques pour adopter une attitude critique face à ce type de contenu.⁵ Parallèlement, l'ALIA a mené une campagne de sensibilisation sur les réseaux sociaux afin de promouvoir la transparence et l'étiquetage clair des contenus générés par l'IA. Dans le cadre

de cette campagne, l'ALIA a été invitée à intervenir dans un reportage de RTL Luxembourg, en sa qualité d'autorité de régulation compétente, afin d'expliquer le cadre juridique applicable.⁶ La campagne abordera en 2026 d'autres enjeux liés à l'intelligence artificielle.

Formation continue destinée aux enseignants du secondaire

« Comprendre le 4^e pouvoir »

La désinformation altère la base informationnelle sur laquelle reposent les décisions individuelles et fragilise ainsi les fondements des sociétés démocratiques, qui dépendent de citoyennes et citoyens informés. Dans ce contexte, l'éducation aux médias et plus particulièrement la compétence informationnelle (« news and information literacy ») dans l'environnement numérique, renforce la capacité à évaluer de manière critique les informations et la fiabilité de ses sources et constitue un levier essentiel pour accroître la résilience des sociétés face à la manipulation de l'information, aux contenus trompeurs et à la désinformation. Dans cette perspective, l'ALIA, le Conseil de presse et le Zentrum für politisches Bildung (ZpB) ont uni leurs efforts afin de développer des initiatives communes visant à renforcer la littératie de l'information et de l'actualité. Celles-ci visent notamment à approfondir la compréhension des droits et devoirs liés à la liberté d'expression et de ses limites, à favoriser la distinction entre information, opinion, publicité et désinformation dans l'espace numérique, à clarifier la différence entre les principes déontologiques du journalisme professionnel et la création de contenu. Afin d'atteindre les multiplicateurs, une

⁴ <https://alia.public.lu/medias/cinema/>

⁵ <https://alia.public.lu/sujets/deepfakes/>

⁶ <https://www.rtl.lu/news/tech-world/spaass-gefor-a-wat-helleft-2351677>

formation continue destinée aux enseignants de l'enseignement secondaire a été conçue, à laquelle ceux-ci peuvent s'inscrire via l'Institut de formation de l'Éducation nationale (IFEN). Cette formation vise à aider les enseignants à mieux comprendre le rôle des médias dans une démocratie et à développer des repères pour évaluer la fiabilité de l'information dans un paysage médiatique complexe. Elle leur fournit des connaissances sur les acteurs du paysage médiatique actuel et des outils pour encourager leurs élèves à adopter un regard critique face aux contenus médiatiques. La formation se compose d'une première séance théorique à l'IFEN, suivie d'une visite d'une rédaction avec rencontre et échange avec des journalistes professionnels.⁷

Media Literacy Expert Group

En 2025, le *Media Literacy Expert Group* (MLEG) s'est réuni à deux reprises, le 20 février à Bruxelles et le 13 octobre en ligne. La réunion de février, organisée en présentiel, a été consacrée aux enseignements des élections européennes de 2024, dans un contexte marqué par une intensification des campagnes de désinformation et de manipulation en ligne ciblée dans plusieurs pays d'Europe centrale et orientale. Les échanges ont notamment porté sur des stratégies préventives telles que le « prebunking », ainsi que sur des projets soutenus par l'Union européenne mobilisant des outils d'intelligence artificielle, notamment des *chatbots*, des outils d'analyse permettant de détecter des mécanismes récurrents de désinformation ainsi des modules d'apprentissage numériques destinés à renforcer l'esprit critique et à promouvoir une utilisation éclairée de l'information en ligne. La réunion virtuelle d'octobre a exploré le rôle de l'éducation aux médias dans le renforcement de la résilience

démocratique. Les échanges ont également porté sur le rôle de l'éducation aux médias comme levier stratégique du « European Democracy Shield », conçue comme une mesure préventive pour renforcer la résilience démocratique en développant les compétences critiques des citoyens face à la désinformation et aux théories complotistes.

PEGI Council Meeting

Le PEGI Council s'est réuni le 18 novembre 2025 à Malaga afin d'examiner notamment les achats intégrés dans les jeux et applications ainsi que l'utilisation de monnaies virtuelles (telles que *coins*, *gems* ou *tokens*). Les discussions ont porté sur les pratiques commerciales susceptibles d'encourager chez les enfants et les adolescents des dépenses excessives ou involontaires, une utilisation intensive, voire des comportements compulsifs assimilables à une forme de dépendance. Une attention particulière a été accordée aux stratégies de tarification opaques ou trompeuses, notamment lorsque le montant réellement dépensé, la nature précise de l'achat ou la valeur effective du bien acquis ne sont pas clairement identifiables. Les échanges ont également abordé les objets virtuels payants reposant sur des mécanismes aléatoires (« random paid items »), (tels que les « loot boxes », les « packs de cartes » ou les systèmes de type « gacha »), dont le contenu n'est pas connu au moment de l'achat et qui peuvent inciter à des achats impulsifs en s'appuyant sur des mécanismes de récompense aléatoires, la création d'un sentiment de rareté ou des mécanismes de pression sociale entre joueurs. Au cœur des discussions figurait la nécessité d'apporter une réponse

⁷<https://ssl.education.lu/ifen/catalog/course/294573?s=4e+pouvoir>

adaptée aux besoins spécifiques de protection des mineurs face à des modèles de monétisation de plus en plus complexes.

EPRA Media Literacy Taskforce – EMIL

EMIL a accordé en 2025 une attention particulière aux approches fondées sur des données probantes dans l'élaboration de stratégies d'éducation aux médias. Les discussions ont porté sur la manière d'utiliser de façon systématique les connaissances scientifiques et les données empiriques afin de concevoir des mesures plus efficaces et ciblées. Cette thématique a également été abordée lors de la 61^e réunion de l'EPRA en Moldavie (14-16 mai 2025). Plusieurs projets ont illustré comment les initiatives peuvent s'appuyer sur différentes sources de données, telles que des études longitudinales qualitatives, des enquêtes représentatives, des consultations structurées avec des experts ou encore des évaluations de projets éducatifs. En septembre, EMIL s'est penché sur le rôle des créateurs de contenu et leur influence croissante sur la formation de l'opinion et les pratiques informationnelles des jeunes, une évolution qui soulève également des enjeux importants pour les processus démocratiques. Les échanges ont notamment porté sur les moyens de renforcer leurs compétences médiatiques et informationnelles et de les sensibiliser à leurs responsabilités en matière de traitement de l'information, notamment en ce qui concerne les normes éthiques, la vérification des faits et la transparence des contenus à caractère commercial. Les discussions ont également exploré comment les créateurs de contenus peuvent être davantage mobilisés comme relais dans les stratégies de promotion de l'éducation aux médias.

EDMO BELUX Public Authority Forum

L'ALIA est membre du Public Authority Forum d'EDMO BELUX, qui réunit semestriellement les autorités publiques du Luxembourg et de Belgique afin d'échanger sur les évolutions récentes, les initiatives en cours ainsi que les tendances en matière de recherche et de politiques publiques dans les domaines de la désinformation et de l'éducation aux médias. L'ALIA participe également aux activités de mise en réseau organisées par le hub, notamment à l'événement du 28 octobre 2025 à Luxembourg. Les discussions ont porté sur le rôle du fact-checking dans la lutte contre la désinformation ainsi que sur les défis structurels qui y sont liés. Ceux-ci tiennent notamment à la difficulté de définir la notion même de « vérité » dans l'espace public, ainsi qu'au fait que les critères scientifiques et sociétaux de vérification évoluent au fil du temps. Les échanges ont également porté sur les stratégies mises en œuvre par les milieux journalistiques, la recherche et la communauté du fact-checking pour faire face à des phénomènes tels que le déni scientifique, les récits dits « post-vérité » et les accusations récurrentes de partialité dont ces acteurs font l'objet, dans un contexte marqué par une polarisation croissante du débat public et une défiance accrue envers les institutions médiatiques et scientifiques.



L'Accessibilité des services de médias audiovisuels au Luxembourg

Garantir un accès effectif aux technologies de l'information constitue une condition essentielle de la participation démocratique et sociale. Pour les personnes en situation de handicap, cet accès dépend néanmoins directement de la mise en œuvre de mesures techniques et organisationnelles adaptées par les fournisseurs de services de médias audiovisuels.

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

Par ailleurs, en vertu de l'article 27^{quater} de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques, les fournisseurs relevant de la juridiction luxembourgeoise sont tenus d'adopter

une démarche d'amélioration continue et progressive en matière d'accessibilité.

Dans ce contexte, l'ALIA a procédé en 2025 à un nouvel exercice de collecte d'informations auprès de ses fournisseurs afin d'évaluer l'état d'avancement des mesures mises en place par leur(s) service(s) afin de rendre ces derniers accessibles aux personnes handicapées.⁸

Le présent chapitre offre donc une vue actualisée de l'accessibilité des services de médias audiovisuels au Luxembourg pour la période 2022–2025. Il s'inscrit dans la continuité du rapport national publié en 2022, qui constituait la première cartographie des mesures d'accessibilité mises en œuvre au titre de l'article 7 de la directive « Services de médias audiovisuels » (SMA). Cette nouvelle évaluation permet d'apprécier les progrès réalisés depuis lors, d'identifier les difficultés persistantes et de dégager les axes d'amélioration pour les prochaines années.

Avant d'aborder plus en détail les résultats de l'évaluation, il convient de rappeler le contexte linguistique particulier dans lequel s'inscrit le paysage audiovisuel luxembourgeois.

⁸ Le rapport complet peut être consulté sur le [site de l'ALIA](#)

Contexte général et cadre linguistique

Le régime linguistique luxembourgeois repose sur un cadre juridique spécifique défini par la loi modifiée du 24 février 1984 sur le régime des langues. Celle-ci établit le luxembourgeois comme langue nationale, prévoit que les actes législatifs et réglementaires sont rédigés en français et autorise l'usage du luxembourgeois, du français ou de l'allemand en matière administrative et judiciaire. En pratique, le luxembourgeois, le français et l'allemand coexistent dans les communications officielles et la vie publique. Cette diversité linguistique constitue à la fois une richesse et un défi en matière d'accessibilité : elle influence le choix de la langue de sous-titrage, la faisabilité de l'interprétation en langue des signes allemande ainsi que la disponibilité et la performance des outils technologiques automatisés.

Si, dans le cadre des programmes d'information et des diffusions en direct, les fournisseurs proposent généralement une transcription dans la langue effectivement parlée, les prestataires s'adressant principalement à un public luxembourgeois sont confrontés à des difficultés supplémentaires. Les programmes sont souvent diffusés, au moins en partie, en luxembourgeois. Or, certaines personnes en situation de handicap, notamment des personnes souffrant d'une déficience auditive sévère, se sentent généralement, en raison de leur parcours scolaire, plus à l'aise pour lire des textes en allemand qu'en luxembourgeois. Au Luxembourg, la langue des signes officiellement reconnue est d'ailleurs la langue des signes allemande.

Afin de garantir une accessibilité réelle et effective, il est dès lors fréquemment nécessaire de proposer, pour des émissions en luxembourgeois diffusées en direct, des sous-titres en allemand, en luxembourgeois et/ou en français.

État des lieux

Sur les 132 fournisseurs contactés par l'ALIA, 62 fournisseurs, représentant 390 services, ont répondu à l'enquête. Parmi ceux-ci, 120 services déclarent mettre en œuvre au moins une mesure d'accessibilité.

Parmi les 62 fournisseurs ayant répondu au questionnaire, 29 (48,3 %) indiquent ne mettre en œuvre aucune mesure d'accessibilité, tandis que 33 (51,7 %) déclarent avoir instauré au moins un dispositif. Le sous-titrage pour sourds et malentendants constitue de loin la mesure la plus répandue : 22 fournisseurs, soit plus d'un tiers de l'ensemble des répondants (35,5 %), y ont recours.

L'audiodescription et l'interprétation en langue des signes sont présentes dans des proportions nettement plus limitées. Les formats plus spécifiques, tels que le sous-titrage en langage facile à lire ou les sous-titres parlés, demeurent marginaux.

Comparativement au précédent exercice, la situation globale apparaît relativement stable. L'écart observé entre les deux périodes de référence ne résulte pas principalement d'un changement méthodologique, mais plutôt d'une évolution dans la composition du marché. Certains services ayant précédemment mis en place des mesures d'accessibilité ont cessé leurs activités, tandis que des services nouvellement créés ou récemment enregistrés n'ont pas encore développé de dispositifs comparables.

Principaux défis identifiés par les fournisseurs

Les difficultés identifiées en 2025 s'inscrivent dans la continuité de celles relevées lors de l'exercice de 2022. Comme précédemment, les fournisseurs mettent en avant le coût élevé des mesures d'accessibilité, ainsi que le caractère parfois disproportionné de ces

obligations pour les opérateurs de petite taille au regard de leur audience et de leurs ressources. La complexité technique, notamment pour les diffusions en direct ou les chaînes diffusant en continu, demeure également un défi majeur.

Les contraintes liées au contexte multilingue luxembourgeois continuent par ailleurs de jouer un rôle central. En 2022 déjà, l'absence d'outils automatisés performants pour le luxembourgeois était identifiée comme un frein significatif. En 2025, cette problématique persiste, même si elle s'inscrit désormais dans un contexte marqué par le développement de solutions fondées sur l'intelligence artificielle.

Développements et améliorations depuis 2022

Depuis 2022, plusieurs évolutions positives ont été signalées par les fournisseurs de services de médias audiovisuels. Les améliorations observées peuvent être regroupées en cinq catégories principales :

1. Extension du sous-titrage et du sous-titrage pour sourds et malentendants : le sous-titrage poursuit sa progression de manière constante, bien que différenciée. Les grands groupes audiovisuels ont atteint des niveaux de couverture très élevés, tandis que les services luxembourgeois de plus petite taille poursuivent la mise en place progressive d'outils de sous-titrage de base.

2. Innovation technologique et automatisation fondée sur l'intelligence artificielle : les fournisseurs investissent de plus en plus dans des solutions automatisées et des outils d'intelligence artificielle adaptés aux spécificités linguistiques, reflétant les besoins d'un environnement audiovisuel multilingue.

3. Amélioration de l'accessibilité des interfaces numériques (web, mobile, applications) : on observe une mise en œuvre plus large des standards d'accessibilité numérique et une attention accrue portée à l'ergonomie et à l'expérience utilisateur, tant dans le secteur public que privé.

4. Partenariats et collaborations : les coopérations entre diffuseurs, institutions académiques et acteurs technologiques s'affirment comme des leviers essentiels d'innovation en matière d'accessibilité au Luxembourg.

5. Adaptations techniques et des équipements utilisateurs : les améliorations apportées aux décodeurs, plateformes et interfaces renforcent concrètement l'utilisabilité des contenus audiovisuels pour les personnes sourdes, malentendantes ou malvoyantes.

Ces initiatives témoignent d'une évolution des pratiques, en particulier chez les acteurs disposant d'une capacité d'investissement technologique plus importante.

Information des utilisateurs sur les dispositifs d'accessibilité

En 2025, un peu plus d'un tiers des fournisseurs ayant répondu (36,2 %) indiquent fournir des informations claires sur l'accessibilité de leurs services dans leurs conditions générales ou guides utilisateurs, tandis qu'une majorité (63,8 %) ne communique pas systématiquement sur ces dispositifs. Si la qualité des informations fournies par les acteurs concernés est généralement satisfaisante, leur diffusion demeure limitée. Par rapport à 2022, une légère amélioration en matière de transparence peut être constatée, mais les résultats mettent en évidence la persistance d'un déficit d'information et la nécessité d'encourager une communication plus systématique à destination des utilisateurs.

Suggestions pour améliorer l'accessibilité

Les réponses recueillies en 2025 mettent en évidence une demande marquée de soutien structuré afin d'améliorer l'accessibilité des services de médias audiovisuels. Les fournisseurs expriment en priorité l'accès à des solutions technologiques, notamment fondées sur l'intelligence artificielle, susceptibles d'améliorer le sous-titrage, l'audio-description et les processus d'automatisation, ainsi que le besoin d'orientations claires sur les standards et bonnes pratiques. Une part significative des répondants souligne également l'importance d'une coopération renforcée avec les associations représentant les personnes en situation de handicap, afin de tester et valider les dispositifs avec les utilisateurs concernés.

Dans l'ensemble, ces résultats traduisent une prise de conscience accrue des enjeux et un intérêt croissant pour des solutions collectives, harmonisées et proportionnées. Les petits opérateurs insistent toutefois sur la nécessité d'un cadre adapté à leurs capacités et, le cas échéant, sur la mise en place d'infrastructures techniques partagées.

Intelligence artificielle et innovation

Une part encore limitée des fournisseurs (19 %) ont recours à des outils d'intelligence artificielle afin d'améliorer l'accessibilité des services. La majorité des fournisseurs luxembourgeois ou ceux de petite taille n'ont quant à eux pas encore intégré d'outils fondés sur l'intelligence artificielle, principalement en raison de contraintes financières ou de difficultés liées aux spécificités linguistiques. Lorsque ces solutions sont utilisées, elles concernent principalement la génération automatique de sous-titres. La plupart des fournisseurs ayant recours à des outils d'intelligence artificielle, maintiennent une approche prudente et orientée vers la qualité des

contenus en gardant un contrôle éditorial humain. L'intelligence artificielle ne reste qu'un outil d'appui. L'IA offre des perspectives intéressantes en matière de réduction des délais et d'optimisation des coûts. Néanmoins, la précision linguistique, la protection des données et l'adaptation aux spécificités nationales demeurent des points d'attention.

Conclusion

L'analyse met en évidence le rôle déterminant de la dimension linguistique dans la mise en œuvre de l'accessibilité. Les fournisseurs diffusant principalement en anglais bénéficient d'outils technologiques plus développés et de processus établis, tandis que les services s'adressant au public luxembourgeois font face à des contraintes techniques et financières accrues. Plus largement, le marché demeure marqué par un clivage entre grands groupes ou acteurs institutionnels, davantage alignés sur les standards européens, et opérateurs de plus petite taille disposant de ressources limitées. La spécificité du paysage audiovisuel luxembourgeois, caractérisé par le trilinguisme et par la présence de nombreux services établis au Luxembourg mais visant des marchés étrangers, pose des défis particuliers. L'application uniforme d'obligations nationales plus strictes pourrait s'avérer disproportionnée et juridiquement complexe au regard du principe du pays d'origine consacré par le droit de l'Union européenne.

Dans ce contexte, le Luxembourg privilégie une approche pragmatique et progressive, fondée sur la sensibilisation, la diffusion de bonnes pratiques, le dialogue avec les parties prenantes et un renforcement ciblé des exigences applicables aux missions de service public. Cette démarche vise à promouvoir une amélioration durable de l'accessibilité, adaptée aux réalités nationales tout en respectant le cadre juridique européen.

Affaires européennes et relations internationales

Coopération au sein de l'UE : le comité européen pour les services de médias (*European Board for Media Services*)

Une évolution majeure de la coopération européenne en matière de régulation des médias a marqué l'année 2025 : la transition du Groupe des régulateurs européens pour les services de médias audiovisuels (ERGA) vers le Comité européen pour les services de médias (*European Board for Media Services*), également appelé « Media Board ». L'ALIA, qui participe aux travaux de l'ERGA depuis sa création en 2014, a accompagné activement cette transformation institutionnelle et est désormais membre de cette nouvelle structure européenne.

Le Media Board a été institué par le règlement européen sur la liberté des médias (*European Media Freedom Act – EMFA*), adopté en mai 2024. Ce texte constitue une étape importante dans le renforcement du cadre européen visant à garantir la liberté des médias, le pluralisme et l'indépendance éditoriale au sein de l'Union européenne. Il introduit de nouvelles règles destinées à accroître la transparence dans le secteur des médias, à protéger les journalistes et à renforcer le rôle des autorités nationales de régulation dans la préservation d'un environnement médiatique libre et pluraliste.



Dans ce contexte, la création du Media Board marque un tournant dans l'architecture institutionnelle de la régulation des médias en Europe. Succédant à l'ERGA, qui avait été établi par la Commission européenne en 2014 afin de soutenir la mise en œuvre de la directive sur les services de médias audiovisuels (directive SMA – AVMSD), ce nouvel organe dispose d'un mandat élargi et d'un rôle renforcé. Il constitue désormais l'instance européenne de coopération entre les autorités nationales indépendantes chargées de la régulation des médias.

Le Media Board est un organe consultatif indépendant au niveau de l'Union européenne, composé de représentants des autorités nationales de régulation du secteur des médias et de l'audiovisuel des États membres. Sa mission principale est de promouvoir une application cohérente et efficace du cadre législatif européen applicable aux médias, en particulier la directive SMA et le règlement EMFA. À travers ses travaux, il apporte notamment une expertise indépendante à la Commission européenne, contribue à l'élaboration d'orientations relatives à l'application du

droit européen des médias et favorise la coopération ainsi que l'échange de bonnes pratiques entre les régulateurs nationaux. Par rapport à l'ERGA, le champ d'action du Media Board s'étend au-delà des seuls services de médias audiovisuels. Il prend désormais en compte un éventail plus large d'acteurs et d'enjeux liés à l'écosystème médiatique contemporain, incluant notamment certains aspects relatifs aux plateformes en ligne et à l'intégrité de l'espace informationnel. Cette évolution reflète les transformations profondes du paysage médiatique et la nécessité d'adapter les mécanismes de coopération européenne à ces nouvelles réalités.

Dans cette perspective, les autorités nationales de régulation, dont l'ALIA, jouent un rôle essentiel dans la mise en œuvre du nouveau cadre européen. Par leur participation active aux travaux du Media Board, elles contribuent à renforcer la cohérence de l'application des règles européennes et à promouvoir les valeurs fondamentales qui guident la régulation des médias dans l'Union : la liberté et l'indépendance des médias, le pluralisme, la transparence, la protection des publics – en particulier des mineurs – ainsi que l'accès à une information fiable et de qualité.

La participation de l'ALIA à cette nouvelle instance européenne s'inscrit dans la continuité de son engagement au sein de l'ERGA et témoigne de l'importance croissante de la coopération européenne dans le domaine de la régulation des médias. Elle permet également de faire valoir l'expertise et l'expérience du Luxembourg dans les discussions européennes relatives à l'évolution du cadre réglementaire et aux défis auxquels est confronté l'écosystème médiatique.

Réunions plénières

L'année 2025 a été marquée par plusieurs réunions plénières liées à la transition institutionnelle entre l'ERGA et le nouveau Comité européen pour les services de médias (European Board for Media Services – Media Board). Dans ce contexte, un nombre plus important de réunions plénières a été organisé afin d'accompagner la mise en place de cette nouvelle structure européenne et d'assurer la continuité des travaux.

Une réunion plénière extraordinaire de l'ERGA s'est tenue en format virtuel le 27 janvier 2025 afin de préparer les étapes finales de la transition vers le Media Board. La réunion constitutive du Media Board a ensuite eu lieu le 10 février 2025 à Bruxelles, marquant officiellement le lancement de cette nouvelle instance européenne de coopération entre régulateurs des médias.



Au cours de l'année, les membres se sont également réunis lors d'autres réunions plénières, notamment à Bruxelles le 30 juin et à Barcelone le 10 décembre 2025. Ces réunions ont permis d'examiner l'avancement des travaux relatifs à la mise en œuvre du règlement européen sur la liberté des médias (EMFA) ainsi que de la directive sur les services de médias audiovisuels (SMA). Elles ont également conduit à l'adoption de plusieurs documents stratégiques et rapports destinés à soutenir l'application cohérente du cadre législatif européen des médias et à définir les orientations de travail pour l'année suivante.



Ces rencontres constituent un moment clé pour assurer une coordination efficace entre les autorités nationales de régulation des médias et favoriser l'échange d'expériences sur les évolutions du paysage médiatique européen.

L'ALIA a participé activement à l'ensemble de ces réunions plénières, contribuant ainsi aux discussions stratégiques et à la coopération européenne en matière de régulation des médias.

Contact Network meeting

Les réunions du Contact Network du Media Board réunissent les représentants des autorités membres et observatrices sous la coordination de l'équipe de présidence. Elles visent à préparer les travaux soumis aux réunions plénières et à faciliter les échanges entre les membres sur les dossiers stratégiques en cours.

En 2025, deux réunions du Contact Network ont été organisées, respectivement le 5 juin à Bruxelles et le 7 octobre en format virtuel. Ces réunions ont notamment permis de faire le point sur l'avancement du programme de travail 2025 du Media Board et d'engager les discussions relatives à l'élaboration du programme de travail pour l'année 2026.

Les échanges ont porté sur plusieurs priorités liées à la mise en œuvre du règlement EMFA ainsi qu'à l'évolution du cadre réglementaire européen, notamment dans le contexte de l'évaluation de la directive SMA. Les membres ont également discuté de la coordination entre les différentes activités du Media Board, de la participation des autorités nationales de régulation aux consultations européennes en cours et des modalités de coopération entre les régulateurs.

L'ALIA a pris part à ces réunions et a contribué aux discussions relatives à la définition des priorités de travail et à la

coordination des activités du Media Board.

Groupes de travail du Media Board

Les groupes de travail du Media Board rassemblent des représentants des autorités nationales de régulation des médias ainsi que des observateurs autour de thématiques clés liées à l'évolution du cadre réglementaire européen. Ces groupes permettent d'approfondir des sujets spécifiques, de favoriser l'échange de bonnes pratiques entre régulateurs et de préparer les analyses, recommandations et rapports soumis à l'approbation des membres lors des réunions plénières.

Dans la continuité des travaux menés au sein de l'ERGA, le Media Board s'appuie en 2025 sur six groupes de travail chargés de mettre en œuvre son programme de travail annuel et de contribuer à l'application cohérente du règlement européen sur la liberté des médias (EMFA) ainsi qu'à la mise en œuvre de la directive sur les services de médias audiovisuels (SMA).

Groupe de travail 1 : Questions relatives aux médias audiovisuels

Ce groupe se concentre sur les questions liées à l'application de la directive SMA et sur l'échange de bonnes pratiques entre les régulateurs nationaux. Ses travaux portent notamment sur la promotion des œuvres européennes, la protection des mineurs dans l'environnement numérique, ainsi que la régulation des influenceurs et créateurs de contenu en ligne. Le groupe contribue également aux réflexions relatives à l'évaluation et à l'éventuelle révision de la directive SMA.

Groupe de travail 2 : Pluralisme et marchés des médias (EMFA)

Ce groupe examine les questions liées à la mise en œuvre du règlement EMFA dans les États membres, notamment en matière de pluralisme des médias et de fonctionnement du marché intérieur. Ses travaux portent entre autres sur les



concentrations dans le secteur des médias, la transparence de la propriété des médias ainsi que les mesures nationales susceptibles d'affecter l'activité des fournisseurs de services de médias.

Groupe de travail 3 : Environnement économique des médias

Ce groupe analyse les aspects économiques du secteur des médias dans le contexte du nouveau cadre réglementaire européen. Les travaux portent notamment sur la mesure d'audience, les relations entre les fournisseurs de services de médias et les très grandes plateformes en ligne, ainsi que sur les questions liées à la personnalisation de l'offre médiatique dans l'environnement numérique.

Groupe de travail 4 : Évolution du cadre réglementaire des médias

Ce groupe suit les évolutions du cadre réglementaire européen applicable aux médias et analyse les interactions entre les différents instruments législatifs, notamment la directive SMA, le règlement EMFA et le règlement sur les services numériques (DSA). Il contribue également aux réflexions relatives à l'évolution du cadre juridique européen et aux défis émergents, notamment liés aux nouvelles technologies.

Groupe de travail 5 : Intégrité de l'espace informationnel

Ce groupe adopte une approche globale des enjeux liés à la désinformation et à l'intégrité de l'espace informationnel. Ses travaux portent notamment sur la coopération avec les initiatives européennes visant à lutter contre la désinformation, sur la promotion de l'éducation aux médias ainsi que sur la mise en œuvre de nouvelles réglementations européennes en matière de transparence de la publicité politique.

Groupe de travail 6 : Coopération interne et externe

Ce groupe vise à renforcer la coopération entre les autorités nationales de régulation membres du Media Board et à développer le dialogue avec les acteurs du secteur des médias et d'autres organisations internationales. Il contribue également à la mise en place des mécanismes de coopération prévus par le règlement EMFA, notamment en matière de coordination entre régulateurs et de traitement des demandes d'avis.

L'ALIA a participé activement aux travaux de l'ensemble de ces groupes de travail, contribuant ainsi aux échanges entre régulateurs européens et au développement d'une approche coordonnée de la régulation des médias au sein de l'Union européenne.

Participation aux groupes d'experts de la Commission européenne

En complément de sa participation aux structures de coopération entre régulateurs européens, l'ALIA prend également part à plusieurs groupes d'experts mis en place par la Commission européenne afin de soutenir l'élaboration et la mise en œuvre de politiques publiques dans le domaine des médias et du numérique.

Ces groupes réunissent des représentants des autorités nationales compétentes, des institutions européennes et d'autres parties prenantes afin d'apporter une expertise technique sur des thématiques spécifiques liées à l'évolution du cadre réglementaire européen.

Dans ce contexte, l'ALIA participe notamment aux travaux d'un groupe d'experts consacré aux enjeux liés à l'intelligence artificielle, qui examine les implications de l'essor des technologies d'IA pour les médias, l'information et les plateformes numériques.

L'ALIA contribue également aux travaux d'un groupe d'experts relatif au règlement européen sur la transparence et le ciblage de la publicité politique (*Transparency and Targeting of Political Advertising – TTPA*). Ce groupe accompagne la mise en œuvre de ce nouveau cadre réglementaire visant à renforcer la transparence de la publicité politique et à garantir un environnement informationnel plus sûr et plus transparent pour les citoyens.

La participation de l'ALIA à ces groupes d'experts permet de suivre de près les évolutions réglementaires au niveau européen et de contribuer aux réflexions sur les nouveaux défis liés à la transformation numérique et à l'intégrité de l'espace informationnel.

Contact Committee de la Commission européenne

L'ALIA participe également aux travaux du Contact Committee de la Commission européenne, institué dans le cadre de la directive sur les services de médias audiovisuels (SMA). Ce comité, présidé par la Commission européenne et composé de représentants des autorités compétentes des États membres, constitue un forum d'échange sur l'application et l'évolution du cadre réglementaire européen dans le domaine des médias audiovisuels.

Le Contact Committee a notamment pour mission de faciliter la mise en œuvre effective de la directive SMA à travers des consultations régulières sur les questions pratiques liées à son application, ainsi que sur les évolutions du secteur audiovisuel et les développements technologiques susceptibles d'avoir un impact sur la régulation des médias.

Les réunions du comité permettent également d'échanger des points de vue sur les initiatives et consultations menées par la Commission européenne, ainsi que sur les rapports périodiques relatifs à l'application de la directive

dans les États membres. Ce cadre de dialogue contribue ainsi à assurer une mise en œuvre cohérente des règles européennes dans l'ensemble de l'Union et à renforcer la coopération entre les autorités nationales et la Commission européenne.

Relations internationales

Plateforme européenne des instances de régulation : EPRA

Créée en 1995, la European Platform of Regulatory Authorities (EPRA) répond à un besoin croissant de coopération entre les autorités de régulation européennes. Forte de près de trente ans d'expérience, EPRA constitue aujourd'hui le plus ancien et le plus vaste réseau de régulateurs audiovisuels en Europe. Rassemblant plus de cinquante autorités de régulation issues de près d'une cinquantaine de pays, cette plateforme offre un cadre privilégié pour l'échange d'informations, de cas pratiques et de bonnes pratiques entre les régulateurs du secteur.

L'EPRA favorise un dialogue ouvert et informel entre ses membres, permettant une réflexion approfondie sur les défis et les évolutions de la régulation des médias, tout en respectant l'indépendance des autorités participantes. Les réunions du réseau constituent ainsi un espace d'échange important pour suivre les évolutions du paysage médiatique européen et partager l'expérience des différents régulateurs.

La 61e réunion de l'EPRA, organisée à Chişinău (Moldavie) du 14 au 16 mai 2025 à l'invitation du Conseil de l'audiovisuel, a marqué une étape particulière pour le réseau, coïncidant avec le 30e anniversaire de l'EPRA ainsi qu'avec l'élection du nouveau comité exécutif de l'organisation. Les discussions ont notamment porté sur les défis actuels auxquels sont confrontées les autorités de régulation, à travers



l'échange d'expériences et de cas pratiques entre membres.

Les sessions thématiques ont notamment abordé la protection des mineurs dans l'environnement en ligne, ainsi que les approches de régulation fondées sur l'analyse des données et des preuves empiriques dans le contexte de l'évolution rapide de l'écosystème médiatique.

La 62e réunion de l'EPRA s'est tenue à Erevan (Arménie) du 22 au 24 octobre 2025, à l'invitation de la Commission on TV and Radio of Armenia. Cette rencontre a offert aux membres du réseau l'occasion de poursuivre leurs échanges sur les enjeux actuels de la régulation des médias dans un contexte de transformation rapide du paysage médiatique européen.

Les discussions ont notamment porté sur les défis liés à l'évolution de l'environnement numérique, ainsi que sur le rôle des autorités de régulation face aux nouvelles formes de distribution et de consommation des contenus médiatiques. Les participants ont également échangé leurs expériences nationales et partagé des exemples de bonnes pratiques afin de renforcer la coopération entre régulateurs européens.

L'ALIA a participé à ces réunions, contribuant ainsi aux échanges entre régulateurs européens et au partage d'expériences en matière de régulation des médias.

Réseau francophone des régulateurs de médias : REFRAM

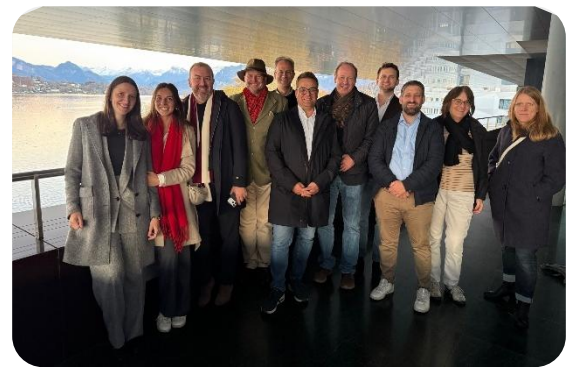
Créé à Ouagadougou en 2007, le Réseau francophone des régulateurs de médias (REFRAM) rassemble aujourd'hui plus de trente autorités de régulation issues de pays partageant la langue française. Ce réseau a pour objectif de favoriser la coopération entre ses membres, notamment à travers l'échange d'informations, de bonnes pratiques et

d'expériences dans le domaine de la régulation des médias.

Les activités du REFRAM contribuent à renforcer les liens entre les autorités de régulation provenant d'Afrique, d'Europe et d'Amérique, tout en promouvant les valeurs communes portées par la francophonie dans le domaine des médias et de la communication.

L'ALIA demeure un membre actif du réseau et participe aux initiatives et échanges menés dans ce cadre, contribuant ainsi au dialogue international entre régulateurs francophones.

Réseau germanophone des régulateurs de médias : Trimediale



L'ALIA participe également au réseau informel Trimediale, qui réunit les autorités de régulation germanophones. Cette plateforme d'échange rassemble cinq régulateurs issus de l'espace germanophone et offre un cadre de discussion sur les défis communs auxquels sont confrontées les autorités de régulation dans un environnement médiatique en constante évolution.

La réunion annuelle du réseau Trimediale s'est tenue à Lucerne en Suisse les 3 et 4 novembre 2025, à l'invitation de l'autorité de régulation suisse. Les discussions ont notamment porté sur plusieurs thématiques d'actualité liées à la régulation des médias, parmi lesquelles l'évolution du cadre réglementaire européen, l'impact des nouvelles législations numériques ainsi que les défis liés à l'environnement



informationnel et aux transformations du paysage médiatique.

La participation de l'ALIA à ces échanges permet de renforcer la coopération avec les régulateurs de l'espace germanophone et de partager des expériences sur les enjeux communs de la régulation des médias.



Partenariats institutionnels et coopération nationale

Coopération dans le cadre du Digital Services Act (DSA)

L'ALIA a signé un accord de coopération avec plusieurs autorités nationales afin d'assurer une mise en œuvre efficace et coordonnée du DSA. Cet accord, conclu sous l'égide de l'Autorité de la concurrence, définit les règles de collaboration entre les différentes instances compétentes en matière de régulation des services numériques au Luxembourg.



Dans le cadre du DSA, l'ALIA contribue activement à la protection des mineurs et à l'intégrité des élections au Luxembourg. À ce titre, elle travaillera en étroite collaboration avec l'Autorité de la concurrence, qui agit en tant que coordinateur pour les services numériques (*Digital Services Coordinator* – DSC).

Grâce à cet accord, les échanges entre les différentes autorités concernées – parmi lesquelles la Commission nationale pour la protection des données (CNPD), la Direction de la protection des consommateurs (DPC), le Haut-

Commissariat à la protection nationale (HCPN) et d'autres partenaires – seront facilités, garantissant une meilleure protection des utilisateurs et une application cohérente des règles du DSA.

Signature de la convention entre l'ALIA et les Archives nationales du Luxembourg

L'ALIA a formalisé sa collaboration avec les Archives nationales de Luxembourg dans le cadre de la mise en place et de la validation de son tableau de tri.



Ce dispositif, prévu par la législation en vigueur, constitue un outil central de gestion documentaire. Il permet de recenser les documents produits ou reçus dans l'exercice des missions de l'Autorité, d'en définir les durées de conservation et d'en organiser le sort final, entre élimination ou versement aux Archives nationales en fonction de leur valeur.

Par cette démarche, l'ALIA contribue à une gestion structurée de ses archives et à la préservation de la mémoire institutionnelle.



Visite d'étudiants du Master en Gouvernance européenne de l'Université du Luxembourg

L'ALIA a accueilli des étudiants du Master en Gouvernance européenne de l'Université du Luxembourg pour un échange consacré au paysage médiatique luxembourgeois dans son contexte européen.

Les discussions ont notamment porté sur la spécificité d'un marché médiatique à la fois national et transfrontalier, ainsi que sur le rôle structurant du principe du pays d'origine dans la diffusion des services au sein de l'Union européenne.



Les étudiants ont également été sensibilisés aux évolutions du cadre réglementaire européen, notamment dans le contexte du règlement sur la liberté des médias (EMFA), ainsi qu'au rôle de l'ALIA au sein du Conseil européen des services de médias.

Enfin, les échanges ont abordé les enjeux émergents liés à l'intelligence artificielle, en particulier les obligations de transparence applicables aux contenus générés par IA dans un environnement informationnel européen.



Cinéma

Interventions de l'ALIA sur la classification des œuvres cinématographiques

Afin d'assurer une protection efficace des mineurs, l'ALIA dispose de la possibilité de résoudre, par une procédure informelle, les divergences constatées en matière de classification d'âge des œuvres cinématographiques. Ces divergences sont généralement identifiées lors des contrôles hebdomadaires des programmations transmises par les exploitants de salles ou signalées par des tiers.

En 2025, l'ALIA n'est intervenue qu'une seule fois dans le cadre d'une telle procédure informelle, ce qui s'explique notamment par une réunion organisée début 2025 avec les exploitants de cinémas. Cette rencontre a permis un échange approfondi sur les pratiques de classification, les responsabilités respectives des acteurs concernés ainsi que sur la manière de prévenir les divergences. À la suite de cette concertation, une meilleure harmonisation des classifications a pu être constatée.

L'intervention informelle de 2025 concernait le film *Slocum et moi* (réalisateur : Jean-François Laguionie, 2024), pour lequel une divergence est apparue en dehors du circuit cinématographique classique. Le film avait été classé « 6 » dans le cadre de sa projection au Luxembourg City Film Festival, tandis qu'il était par ailleurs considéré comme « Enfants admis (EA) ». Après analyse, l'ALIA a estimé que le contenu du film était admissible pour un jeune public et a retenu la classification « Enfants admis ».

À cette occasion, les échanges ont également permis de clarifier certaines pratiques propres aux festivals de cinéma. En pratique, les films y sont souvent finalisés tardivement, sans qu'une classification officielle ou une proposition de classification par le distributeur ne soit encore disponible. Pour le Luxembourg City Film Festival, il a été convenu que toutes les projections en dehors du programme « Jeune public » sont destinées à un public à partir de 16 ans. Les films intégrés au programme « Jeune public » font quant à eux l'objet d'une évaluation par des experts pédagogiques du festival, qui élaborent des dossiers pédagogiques et proposent une classification à titre indicatif pour les parents et le personnel enseignant.

Par ailleurs, à la demande des exploitants de cinémas confrontés à des reproches de caractère arbitraire concernant l'application des classifications d'âge, l'ALIA a lancé en 2025 une campagne d'information à destination du grand public, avec un accent particulier sur les spectateurs de cinéma mineurs accompagnés d'une personne adulte. Cette initiative comprend la diffusion d'une brochure explicative ainsi qu'une vidéo d'information publiée sur le site internet et les réseaux sociaux de l'ALIA. Elle vise à expliquer la manière dont les classifications d'âge sont établies au Luxembourg et à sensibiliser le public à leur rôle essentiel dans la protection des mineurs.

Communication

L'année 2025 a marqué une phase de développement dans la stratégie de communication de l'ALIA. Lancés en grande partie en 2024, les réseaux sociaux de l'Autorité ont connu une forte croissance en termes de taille et d'importance au cours de l'année 2025. Grâce à plusieurs campagnes axées sur la sensibilisation et l'éducation aux médias, l'ALIA a enregistré une augmentation notable du nombre d'abonnés et des retours sur chaque plateforme.



Campagnes sur les réseaux sociaux

Une première grande campagne a été lancée en février 2025 sur le « Addictive Design ». Celle-ci s'inscrit dans la mission d'éducation aux médias de l'ALIA. Elle a été particulièrement réussie, comme en témoigne le nombre élevé de partages et de sauvegardes sur les réseaux, ainsi que le volume important d'interactions et de commentaires positifs.

Une autre campagne, lancée en juin 2025, concernait le rapport sur les élections européennes. Cette campagne visait à expliquer certains chiffres clés du rapport, tout en mettant l'accent sur les résultats présentant un intérêt particulier pour le grand public, comme par exemple la parité entre les sexes des participants aux tables rondes politiques, ainsi qu'une vidéo sur la mission de

l'ALIA en rapport avec les élections en général, accompagnée d'une explication de la « période de réserve » avant le scrutin. On constate que le public s'intéresse à ces éléments et souhaite comprendre, de manière synthétique, le déroulement des élections.

La plus grande campagne, tant en nombre de publications qu'en volume d'interactions, a été celle liée aux hypertrucages (« deepfakes »). La campagne a débuté en octobre 2025 et s'est poursuivie jusqu'en 2026. La première publication était une vidéo truquée, donc un véritable « deepfake », illustrant de manière concrète le réalisme et les dangers associés à ces technologies. L'utilisation de hypertrucages dans la communication de l'Autorité constitue une exception. En règle générale, l'Autorité ne recommande pas le recours à l'IA ni aux hypertrucages dans le cadre d'une communication institutionnelle, afin de garantir un haut niveau de qualité des contenus produits et diffusés. Cependant, dans ce cas, l'ALIA a fait le choix de privilégier une approche de sensibilisation aux risques liés au partage de hypertrucages en ligne. Cette approche s'est révélée pertinente en s'appuyant sur l'exemple lui-même, à savoir la création d'un hypertrucage, tout en mettant en évidence les bonnes pratiques. Un autre objectif était de sensibiliser le public, en amont de l'entrée en vigueur complète du « AI Act », à l'utilité du « labellisation » des contenus générés par l'IA. Ainsi, en présentant un hypertrucage, l'ALIA a montré de manière concrète comment ces contenus devront être identifiés comme étant générés par l'IA.

Autres publications

D'autres publications ayant retenu l'attention du grand public concernaient l'avis de l'ALIA sur le projet de loi IA, la vidéo sur le programme de travail de l'Autorité, l'annonce du lancement de la radio DAB+, ainsi que l'explication de certains chiffres du rapport annuel de l'ALIA. Cela montre que le grand public manifeste un intérêt pour des explications à la fois approfondies et accessibles des missions de l'ALIA, dans un contexte où la notoriété de l'Autorité reste encore limitée au Luxembourg. Le développement de cette notoriété demeure une priorité constante du travail de communication de l'ALIA.

En résumé, ces actions de communication ont permis de mieux informer le grand public sur les missions et activités de l'ALIA, ce qui s'est traduit par une croissance des abonnés, par exemple sur Facebook de +210 %.

Communication avec les acteurs du terrain

Afin de mieux comprendre les besoins et les défis auxquels sont confrontés les acteurs du terrain, la direction a mené plusieurs visites auprès de fournisseurs de médias placés sous la supervision de l'Autorité. En 2025, l'accent de ces visites a été mis sur les services de radio. Ces échanges ont permis d'appréhender plus concrètement la réalité opérationnelle des fournisseurs et de renforcer la qualité du dialogue entre le régulateur et les acteurs supervisés.

Communication interne

Le travail de communication de l'ALIA en 2025 a porté non seulement sur la communication externe, mais également sur la mise en place d'outils favorisant un meilleur échange d'informations entre les collaborateurs des différents services.

Le développement d'une « startpage » personnalisée a constitué une solution pratique pour annoncer des informations importantes, partager des documents utiles et centraliser les liens essentiels pour l'ensemble de l'équipe. En outre, la création de canaux de communication sur la plateforme « Teams » permet désormais de fluidifier les échanges entre les services. Par exemple, un canal dédié au travail de l'équipe de communication permet de recueillir des retours en amont des publications, et ainsi de prendre en compte les différentes perspectives au sein de l'Autorité.

Accessibilité du site web de l'ALIA

Sur son site web, en 2025, l'ALIA a poursuivi et renforcé ses efforts en matière d'accessibilité numérique, conformément à la loi du 28 mai 2019 relative à l'accessibilité des sites internet et des applications mobiles des organismes du secteur public, transposant la directive (UE) 2016/2102.

Cela s'est notamment traduit par la mise en conformité de la majorité des documents PDF disponibles sur le site (décisions, avis, matériel pédagogique, rapports annuels, etc.) publiés depuis 2018, avec la norme européenne EN 301 549, reposant sur les critères d'accessibilité WCAG 2.1 niveau AA.

D'autres adaptations ont également été réalisées, telles que l'ajout de textes alternatifs aux images et l'amélioration générale de la structure et de la navigation du site.

Cet effort s'inscrit dans la volonté de l'ALIA d'être une Autorité pleinement accessible à toutes et à tous.



Ressources financières

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

L'ALIA 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

Bilan (exercice du 1.1.2025 au 31.12.2025)

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 2025 tels qu'audités par le réviseur d'entreprise et soumis à l'approbation du Conseil de gouvernement en sa séance du 22 avril 2026 se présentent comme suit :

ACTIF	Montant (en €)
A. Actif immobilisé	313 949.04
<i>I. Immobilisations incorporelles</i>	116 795.43
1. Cessions, brevets, licences	59 399.40
4. Acomptes versés et immobilisations incorporelles en cours	57 396.03
<i>II. Immobilisations corporelles</i>	197 153.61
1. Installations techniques et machines	178 649.56
2. Autres installations, outillage et mobilier	18 504.05
B. Actif circulant	455 960.09
<i>II. Créances</i>	24 981.63
1. Créances résultant de ventes et prestations de service	21 967.81
a) dont la durée résiduelle est inférieure ou égale à un an	21 967.81
b) dont la durée résiduelle est supérieure à un an	0.00
2. Autres Créances	3 013.82
a) dont la durée résiduelle est inférieure ou égale à un an	3 013.82
<i>IV. Avoirs en banques, avoirs en compte de chèques postaux chèques et en caisse</i>	430 978.46
C. Comptes de régularisation	130 112.55
TOTAL DU BILAN (ACTIF)	900 021.68

PASSIF	Montant (en €)
A. Capitaux propres	842 789.51
<i>I. Résultats reportés</i>	807 470.99
<i>II. Résultat de l'exercice</i>	35 318.52
B. Provisions	12 500.00
1. Autres provisions	12 500.00
C. Dettes non subordonnées	44 353.09
1. Dettes sur achats et prestations de services	22 699.05
2. Dettes fiscales et dettes au titre de la sécurité sociale	21 654.04
a) Dettes fiscales	5 238.69
b) Dettes au titre de la sécurité sociale	16 415.35
3. Autres dettes	0.00
TOTAL DU BILAN (PASSIF)	900 021.68

Compte de profits et pertes (exercice du 01.01.2025 au 31.12.2025)

POSTES	Montant (en €)
1. Chiffre d'affaires net	804 661.05
2. Autres produits d'exploitation	1 850 000.00
3. Matières premières consommables et autres charges externes	- 685 690.33
a) Autres charges externes	- 685 690.33
4. Frais de personnel	- 1 722 140.25
a) salaires	- 1 635 504.96
b) charges sociales	- 86 635.29
5. Corrections de valeur	- 67 865.80
a) sur frais d'établissement et sur immobilisations corporelles et incorporelles	- 67 865.80
6. Autres charges d'exploitation	- 143 646.42
7. Intérêts et produits financiers	0.00
8. Intérêts et autres charges financières	0.00
RÉSULTAT DE L'EXERCICE	35 318.25



Annexe

Composition des organes de l'ALIA

Composition du Conseil d'administration au 31 décembre 2025

Marc Glesener (président), Valérie Dupong, Luc Weitzel, Claude Wolf, Romain Schroeder

Composition de l'équipe administrative au 31 décembre 2025

Cindy Bauwens, directrice

Le nombre de personnes de l'équipe administrative est de 13 personnes au 31 décembre 2025 (directrice non-incluse).

Composition de l'Assemblée consultative pour l'année 2025

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

Annette Welsch (Groupe parlementaire CSV), Marc Gerges (Groupe parlementaire LSAP), Christine Fixmer

(Groupe parlementaire DP), Abbes Jacoby (Groupe parlementaire Déi Gréng), Jelena Marinkovic (Sensibilité politique ADR), André Marques (Sensibilité politique Déi Lénk), Tommy Klein (Sensibilité politique Piraten), Bérengère Beffort (Chambre de commerce), Laurent Schuessler (Chambre d'agriculture), Nicole Allard (Chambre des métiers), Laurent Baumgarten (Chambre des salariés), Max Lemmer (Chambre des fonctionnaires et des employés publics), Laurent Graaff (Syvicol), Laura Carocha (Commission consultative des Droits de l'Homme), Mélanie Rosa Benoit (Ombudsman fir Kanner an Jugendlecher), Laury Molling-Bisenius (Conseil national des femmes du Luxembourg), Sérgio Ferreira (Conseil national pour étrangers), Ben Walisch (Union luxembourgeoise des consommateurs), Jean-Paul Noesen (Ligue médico-sociale), Mark Cole (Université du Luxembourg), André Heinen (Union Grand-Duc Adolphe), Paul Peckels (Conseil de Presse), Jeff Kaufmann (BEE SECURE), Amal Choury (ICTLuxembourg – House of Training)