



Rapport annuel

2014



Autorité
luxembourgeoise
indépendante de
l'audiovisuel

Vous avez dit ALIA ?	5
Entretien avec Thierry Hoscheit	
Le mot du directeur	9
L'ALIA se présente	13
Organes	13
Conseil d'administration	13
Directeur	13
Assemblée consultative	14
Missions	14
Protection des mineurs	14
Dignité humaine	15
Communications commerciales	16
Régulation	17
Missions d'incitation	17
Sondages politiques	17
Surveillance	19
Plaintes	19
Bilan de surveillance	19
Experts	19
Relations nationales et internationales	21
Entrevues avec les acteurs luxembourgeois	21
Instances internationales	22
Groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels (ERGA)	22
Plateforme européenne des instances de régulation (EPRA)	23
Comité de contact pour la directive SMA	23
Pan European Game Information (PEGI)	24
Conférences	24
Ressources financières	27
Identité visuelle et site internet	29
Perspectives et recommandations	31
Annexes	34



Vous avez dit ALIA ?

Entretien avec Thierry Hoscheit, président de l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel



afin de garantir au public le plus large choix d'informations possible.

L'ALIA a été créée il y a un peu plus d'un an. Pourquoi cette refonte des anciens organes de contrôle et de régulation Conseil national des programmes (CNP) et Commission indépendante de la radiodiffusion (CIR) dont l'Autorité est issue?

Pour deux raisons : le regroupement des compétences de ces deux organes lui permet aujourd'hui d'agir de manière plus cohérente, lui donne une plus grande efficacité. L'ALIA peut aller plus au fond des choses, travailler de manière plus intensive sur les dossiers qui lui sont présentés.

La loi lui a donné également les moyens de sanctionner toute action qui est contraire à la loi et aux règles de la régulation. Les membres de son Conseil d'administration se posent cependant la question de savoir si les sanctions, dont ils disposent par la nouvelle loi, sont suffisamment dissuasives pour être efficaces.

L'ALIA n'a pas de pouvoir réglementaire. Elle est chargée de veiller à ce que les réglementations existantes soient respectées.

La loi donne également une plus grande indépendance au régulateur. Le fait d'être un établissement public lui enlève toute pression politique ou économique, la loi rend bien plus visible le régulateur, son travail est défini de manière plus précise.

Une dénomination mélodieuse, un logo harmonieux pour présenter le nouveau régulateur luxembourgeois ALIA. Qui est cette Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel?

Elle est une autorité qui veille de manière indépendante sur les contenus diffusés par les radios et les télévisions qu'elle contrôle. Elle est chargée de veiller à ce que les diffuseurs respectent les règles fondamentales inhérentes à tout programme audiovisuel ou sonore tels que l'intérêt public, la protection des mineurs, le respect de la dignité humaine ou l'interdiction d'incitation à la haine et à la discrimination. L'ALIA veille au pluralisme des médias ainsi qu'à la liberté d'expression,

Quels sont le rôle et les moyens d'interventions de l'ALIA face au Service des médias et des communications (SMC) du ministère d'Etat et aux instances au niveau de l'Union européenne qui jouent également un rôle dans le monde audiovisuel?

L'ALIA n'a pas de pouvoir réglementaire. Elle est chargée de veiller à ce que les réglementations existantes soient respectées. Ceci est un véritable défi dans le paysage audiovisuel qui abrite un grand nombre de chaînes de télévision. L'ALIA doit rester flexible et s'adapter, tout en veillant au respect de la législation. Elle travaille cependant en étroite collaboration avec le SMC et les instances compétentes au niveau européen.

La nouvelle réglementation, qui lui donne plus de moyens juridiques, financiers et humains pour faire son travail, lui donne également plus de poids pour montrer dans quelle direction le travail du régulateur doit se développer. L'Autorité est cependant encore jeune, elle doit faire ses preuves.

Est-ce que vous avez suffisamment d'autonomie pour sortir de ce double étai?

Au niveau structurel et juridique cette autonomie est donnée. Ce qui nous manque pour l'instant, ce sont les ressources financières et humaines qui sont nécessaires pour aller au fond des choses, pour pouvoir analyser les problèmes sous tous les angles et tirer les conclusions qui s'imposent.

Si vous deviez vous définir? Parleriez-vous d'un lobby, d'une administration ou d'un tribunal?

L'ALIA est les trois à la fois. Elle représente le public et défend sa cause. Elle administre une vaste panoplie de dossiers qui vont de la protection des consommateurs de télévision mineurs à la défense

de certaines valeurs fondamentales de notre société tel que le combat contre les discriminations ou la haine, en disposant de moyens d'action et de sanction pour pénaliser une non-conformité d'un fournisseur de service avec les dispositions en vigueur.

Où intervient la protection du consommateur de télévision?

Le souci premier de l'ALIA concerne les mineurs installés devant la télévision qui doivent être protégés contre toute agression audiovisuelle non adaptée. Ces questions relatives à des séquences trop violentes, horribles, sexuelles ou érotiques, diffusées à des heures où les jeunes regardent encore la télévision, occupent une grande partie du temps et de l'énergie de l'Autorité. Mais elle veille également au respect de la dignité des personnes, à l'égalité des chances. Et nous faisons attention à ce que les règles qui régissent le marché publicitaire soient strictement appliquées.

Chaque téléspectateur qui constate un contrevenant, peut s'adresser directement à l'ALIA. Mais nous analysons également les cas qui sont adressés par les régulateurs d'autres pays ; celles-ci sont beaucoup plus nombreux par le fait que de nombreux programmes, diffusés en Belgique, aux Pays-Bas et même en Turquie, disposent d'une licence luxembourgeoise.

Est-ce que l'ALIA est suffisamment connue par le grand public? Que fait-elle pour attirer l'attention de ce public, pour lui expliquer qu'elle est son porte-parole? Ou son défenseur?

L'Autorité n'est pas encore assez connue. Elle est jeune, il lui a fallu du temps pour se mettre en place, pour se donner des structures, pour trouver sa manière de travailler, pour intégrer les réseaux nationaux et internationaux au sein desquels elle doit coopérer. L'Assemblée consultative dont la mise en place a commencé dès novembre 2014 et dont les 25 membres

sont issus de la société civile, complète le Conseil d'administration.

L'Autorité n'a pas encore assez de moyens - surtout humains - pour faire tout le travail de promotion et de communication requis. Elle a développé son site internet, ce qui lui donne une visibilité supplémentaire. Elle envisage également d'organiser des conférences sur des thèmes qui touchent directement à la consommation des médias et sur des sujets d'actualité.

Entre toutes les obligations qui vous incombent, laquelle est la plus importante?

Sans aucun doute la surveillance des contenus des programmes, avec ses corollaires qui sont la protection des mineurs et le souci de la préservation de la dignité humaine qui implique d'empêcher toute incitation à la haine raciale, religieuse, à dénoncer toute inégalité entre les hommes et les femmes ou envers les minorités.

L'Autorité n'a aucun pouvoir de contrôle ou de réglementation au niveau de la qualité du contenu des programmes et ne voit en aucun cas son rôle à ce niveau.

La surveillance implique également le respect du volume et du genre des publicités, l'honnêteté des communications commerciales et le respect des règles du télé-achat ou des jeux radio et télé.

Cette surveillance se limite cependant à la forme et aux règles. L'Autorité n'a aucun pouvoir de contrôle ou de réglementation au niveau de la qualité du contenu des programmes et ne voit en aucun cas son rôle à ce niveau.

L'Autorité évolue dans un contexte international. Quelle est l'importance que vous attribuez au dialogue européen voire international ?

Les médias audiovisuels n'évoluent plus dans un cadre national depuis fort longtemps, surtout dans un petit pays comme le nôtre. Les moyens techniques de la diffusion ne s'arrêtent pas aux frontières. Les contenus sont tout aussi internationaux, ils proviennent du monde entier, même si l'Europe attache une grande importance à la promotion des œuvres européennes.

Le travail de surveillance se fait également sur un niveau international. Ainsi, l'Autorité luxembourgeoise fait partie d'organisations internationales telles que l'EPRA, une association qui réunit les pays du Conseil de l'Europe, ou l'ERGA, un organisme de coopération qui réunit les autorités de surveillance des médias des Etats membres de l'Union européenne. L'échange interculturel à ce niveau est très important, car il permet d'encadrer les programmes par rapport à des valeurs communes et selon des critères qui sont les mêmes pour tous.

Quels sont les défis qui vous attendent ?

Le défi majeur est de faire notre travail le plus efficacement et le mieux possible dans le cadre de la mission qui nous est impartie. Un des grands défis sera le développement du monde médiatique, aussi bien au niveau des chaînes de télévision qui sont de plus en plus nombreuses et variées qu'en ce qui concerne les offres et programmes en ligne. Pour l'instant ces derniers échappent à notre surveillance, ce qui ne nous empêche pas de réfléchir au moyen de les surveiller et éventuellement les réglementer. C'est un des dossiers que nous suivons de très près.



Le mot du directeur



les ondes hertziennes pour admettre des fournisseurs privés de radio et de télévision, le Luxembourg résistait à cette évolution et préférait garder un monopole pour une seule compagnie, de plus privée. Ce n'est qu'au début des années 1990 que les radios locales pirates ont arrêté leurs activités douteuses pour être remplacées par des stations légales en possession d'une licence d'émettre.

Et pourtant, bien que le monopole soit abandonné à ce moment - et contrairement aux pays limitrophes vers lesquels les programmes produits par la CLT se sont orientés depuis toujours -, le secteur ne connaît pas d'autorité régulatrice unifiée et efficace, alors qu'en France, la Haute Autorité de l'audiovisuel existe depuis 1982 (remplacée en 1989 par le CSA), qu'en Allemagne les premières *Landesmedienanstalten* apparaissent dès 1984 et qu'en Belgique le CSA lance son service en 1987.

Le Luxembourg a toujours été à l'avant-garde dans le domaine des médias audiovisuels. Alors que les autres pays européens misaient sur la radio et ensuite la télévision publique (ou plaçaient l'audiovisuel carrément sous l'égide de l'Etat), le grand-duché donnait dès les années 1930 carte blanche à l'initiative privée en cédant ses fréquences terrestres d'abord à la CLR, puis à la CLT. L'opérateur de la Villa Louvigny a toujours bien monétarisé ce monopole, jusqu'à devenir le premier contribuable du pays dans les années 1980.

C'était au cours de cette même décennie que le Luxembourg se distinguait de nouveau du mouvement européen en matière audiovisuelle. Alors que partout en Europe les gouvernements respectifs commençaient timidement à libéraliser

Evidemment, le Conseil national des programmes surveille à partir de 1992 les chaînes en possession d'une licence luxembourgeoise ; mais il n'a aucun pouvoir de sanction. De son côté, la Commission indépendante de la radiodiffusion s'occupe de l'allocation des fréquences de radio ; mais elle est uniquement en charge des fréquences régionales et locales, les radios à couverture nationale restent dans le giron du gouvernement.

Ce n'est qu'avec la loi du 27 août 2013 que le Grand-Duché se dote d'une régulation indépendante, même si l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel (ALIA) a toujours besoin d'une dotation acceptée par le gouvernement et accordée par le parlement. Evidemment, il reste d'autres étapes à franchir avant de pouvoir opérer sur le même niveau que

les régulateurs des pays limitrophes. Au Luxembourg, l'ALIA tente de remplir ses missions avec une équipe permanente de trois employés, tandis que le CSA belge occupe une trentaine de collaborateurs et le CSA français quelque 300. Et il faut ajouter que les règles régissant les services de médias audiovisuels n'ont pas changé avec la mise en place d'un régulateur.

Les missions de l'ALIA sont relativement modestes si on les compare à d'autres régulateurs. Dans ces conditions, il y a lieu de s'interroger si une surveillance efficace des services de médias audiovisuels qui tombent sous la compétence luxembourgeoise peut être assumée. Il existe des programmes transmis par voie terrestre, par réseau câblé, par satellites et par internet. Il y a des programmes diffusés en clair (*free to air*) et des services de vidéo à la demande (VOD). Mais qu'en est-il par exemple des programmes diffusés par les administrations communales ? En d'autres mots : De nombreux modèles de

diffusion de programmes linéaires et non linéaires ont émergé au fil du temps sans que le législateur n'ait prévu un cadre légal adapté. Ces formats placent l'Autorité devant un important champ de réflexion.

D'autres chantiers existent. Deux missions importantes dans le cadre de la surveillance des programmes sont la protection des mineurs et les communications commerciales. Pour la première, le Luxembourg ne dispose pas en 2014 de mesures d'exécution. Pour la deuxième, les dispositions existantes ne font que reprendre en grande partie les principes fondamentaux exposés dans la directive Service des médias audiovisuels de 2010. Ce qui explique un certain flou artistique et le défaut de prise en compte de nouveaux formats publicitaires dans la législation relative aux communications commerciales.

Côté quantité, les chaînes doivent se limiter à douze minutes de publicité par heure en acceptant en même temps

qu'un film ne peut être interrompu que toutes les 30 minutes. Mais ni le règlement grand-ducal ni la directive SMA ne précisent clairement si cette tranche de 30 minutes se réfère seulement à la diffusion de l'œuvre cinématographique ou à celle de l'ensemble du film et des publicités éventuelles. Ce qui peut faire une différence s'agissant par exemple d'un film de 85 minutes truffé de dix minutes de publicités. Dans un cas de figure, le film peut être coupé deux fois, dans l'autre à trois reprises.

Les missions de l'ALIA sont relativement modestes ce qui rend difficile une surveillance efficace des programmes.

Côté qualité, il y a de nombreuses questions qui se posent pour déterminer ce qui est admissible afin de garder une séparation compréhensible entre le contenu rédactionnel et les communications commerciales. A titre d'exemple, la législation prescrit qu'un parrainage doit être annoncé clairement lorsqu'un élément de programme est soutenu financièrement par un partenaire de la chaîne. Et précise que cette annonce peut se faire avant, pendant et après la diffusion de l'émission. Mais le texte oublie de fixer un cadre précis pour les détails pratiques permettant de jouer la transparence vis-à-vis du citoyen (ou si l'on préfère du consommateur).

Cette difficulté serait beaucoup moins pressante si le législateur avait conféré au régulateur le pouvoir explicite de fixer des lignes directrices au lieu de garder le flou et de risquer qu'un tribunal devra trancher en dernière instance ces questions. Plus généralement, cette remarque ne vaut pas seulement pour toutes les questions relatives aux communications commerciales, elle est valable pour bon nombre d'autres aspects qui découlent

des missions du régulateur. Une telle option ajouterait à la sécurité juridique des fournisseurs de services qui s'orienteraient à ces lignes directrices au lieu de courir le risque de provoquer une plainte d'un téléspectateur ou une autosaisine par les organes de l'ALIA elle-même.

Après moins d'une année de fonctionnement, il est clair que l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel aura besoin d'une période supplémentaire avant de trouver sa vitesse de croisière. Entretemps, l'ALIA continuera d'avancer avec détermination à assumer les missions et prérogatives qui lui sont confiées par la loi.

Romain Kohn, directeur



L'ALIA se présente



Le Conseil d'administration de l'ALIA en 2014 : Jeannot Clement, Valérie Dupong, Thierry Hoscheit (président), Claude Wolf et Marc Thewes (de g. à dr.)

L'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel a été créée par la loi du 27 août 2013. Elle succède au Conseil national des programmes et à la Commission indépendante de la radiodiffusion, institutions dont elle reprend les attributions. Dans le domaine de la publicité, elle a hérité des missions assurées auparavant par le Service des médias et des communications du ministère d'Etat.

Le législateur a investi l'Autorité de nombreuses missions dans le domaine des médias électroniques. Elle est notamment chargée de surveiller, de contrôler et d'assurer le respect des dispositions légales et réglementaires et des dispositions des cahiers des charges des services de médias audiovisuels et sonores qui relèvent de la compétence des autorités luxembourgeoises et elle se trouve dotée d'un pouvoir de sanction.

Le nouveau régulateur dispose du statut d'un établissement public à caractère administratif indépendant doté de la personnalité juridique. Le cas échéant, il lui est possible également d'ester en justice.

Organes

La structure administrative et opérationnelle de l'ALIA est construite autour de trois organes : le Conseil d'administration, le directeur et l'Assemblée consultative.

Conseil d'administration

Le Conseil d'administration est composé de cinq membres qui disposent d'un mandat renouvelable pour cinq ans.

Les membres du Conseil d'administration, nommés par arrêté grand-ducal du 17

janvier 2014, sont Thierry Hoscheit (président), Jeannot Clement, Valérie Dupong, Marc Thewes et Claude Wolf.

Le secrétariat du Conseil d'administration est assuré par Carole Kickert.

Le Conseil d'administration est l'organe de décision de l'ALIA.

Il est chargé de constater les violations aux dispositions légales et réglementaires. Sur base d'un dossier d'instruction qui lui est soumis par le directeur, le Conseil prononce soit le classement de l'affaire, soit une des sanctions prévues par la loi.

Toute demande de concession et de permission pour services de télévision et de radio nationaux et internationaux, sur lesquels décide le gouvernement, nécessite l'avis de l'ALIA.

Le Conseil d'administration accorde lui-même les permissions pour les radios locales et à réseau d'émission.

Les travaux du Conseil sont régis par un règlement d'ordre intérieur.

Le directeur assiste aux séances du Conseil d'administration avec voix consultative.

Le Conseil d'administration s'est réuni 25 fois en 2014.

Directeur

Le directeur assure la gestion administrative et exécute les décisions du Conseil d'administration. Les plaintes individuelles ou institutionnelles (par des régulateurs étrangers ou administrations luxembourgeoises) que l'Autorité reçoit de l'extérieur ainsi que les dossiers sur autosaisine sont vérifiés quant à leur receva-

bilité par le Conseil d'administration ; ce n'est qu'ensuite que le directeur procède à une instruction.

La mission du directeur dépasse celle d'une simple exécution des décisions du Conseil d'administration. Il instruit les dossiers individuels et soumet ses conclusions en toute indépendance. Pour les sujets de politique générale, il nourrit les réflexions du Conseil d'administration par ses propres analyses sans être lié par des instructions préalables.

Le directeur assiste en principe tant aux séances du Conseil d'administration de l'ALIA qu'aux séances de l'Assemblée consultative, à chaque fois avec voix consultative.

La direction de l'ALIA est assurée pour une période de cinq ans par Romain Kohn, nommé à ces fonctions par arrêté grand-ducal du 19 mai 2014. Il est assisté par Carole Fonck et Carole Kickert.

Assemblée consultative

L'Assemblée consultative se compose de vingt-cinq membres qui y sont délégués pour cinq ans par les organisations les plus représentatives de la vie sociale et culturelle du pays. L'arrêté grand-ducal du 21 novembre 2014 fixe la liste des organisations représentées au sein de l'Assemblée consultative. Sur cette base, les membres de l'Assemblée consultative ont été nommés par arrêté ministériel du 4 décembre 2014.

Une liste des organisations constituant l'Assemblée consultative et de leurs représentants est reprise à l'annexe 1.

L'Assemblée doit être consultée lors de l'instruction d'une plainte ou d'une autosaisine touchant à la protection des mineurs ainsi qu'à l'incitation à la haine fondée sur la race, le sexe, l'opinion, la religion ou la nationalité dans un programme de télévision ou une émission à

la radio ainsi que dans un film projeté au cinéma.

Elle peut être consultée, sur décision du Conseil d'administration, dans le cadre des autres attributions de l'Autorité.

Les membres ayant seulement été nommés en fin d'année, l'Assemblée ne s'est pas réunie en 2014.

Missions

L'ALIA surveille la bonne application des règles (lois, règlements, cahiers des charges) en vigueur dans le domaine des médias audiovisuels, à savoir les programmes de télévision et de radio, appelés communément services de médias audiovisuels (SMA). Les missions qu'elle couvre dans ce cadre sont e.a. la protection des mineurs, le respect de la dignité humaine, les communications commerciales, la régulation des fréquences de radio, le pluralisme des médias et les sondages politiques. L'Autorité supervise également le système de classification des films projetés en salle de cinéma. Finalement, elle assume plusieurs missions d'incitation.

Protection des mineurs

L'importance de la protection des enfants et des adolescents ne doit pas être forcément soulignée, elle coule de soi. Pourtant, en 2014, la législation luxembourgeoise ne connaît toujours pas de règles détaillées dans ce domaine pour les services de médias audiovisuels, c.-à-d. les chaînes de télévision ainsi que toutes les radios couvertes par une permission du grand-duché. L'article 27ter de la loi du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques telle que modifiée par la suite exige de façon générale que les programmes ne nuisent pas à « *l'épanouissement physique, mental ou moral* » des jeunes en les exposant notamment à des scènes de violence ou



d'érotisme voire de pornographie. Par contre, la loi modifiée du 20 avril 2009 relative à l'accès aux représentations cinématographiques publiques contient des catégories et des critères précis à cet égard.

Si les exploitants des salles de cinéma agissent d'abord en tant qu'autorégulateur en classant les films selon les catégories d'âge prévues, l'ALIA intervient seulement ex post pour contrôler ce classement ainsi que sa publication et imposer, le cas échéant, une rectification. En fonction du contenu du film, les opérateurs de cinéma doivent classer les œuvres selon une de cinq catégories possibles. Ainsi, un film est accessible respectivement

- à tous,
- aux personnes âgées de 6 ans et plus,
- aux personnes âgées de 12 ans et plus,
- aux personnes âgées de 16 ans et plus,
- aux personnes âgées de 18 ans et plus.

Sauf pour les enfants de moins de 6 ans, un jeune peut accéder à un film d'une catégorie supérieure à sa catégorie d'âge s'il est accompagné par un adulte.

Parmi les éléments à considérer lors de la classification d'un film projeté en salle se trouvent la violence, l'horreur, la sexualité, la discrimination raciale, sexuelle, d'opinion, de religion ou de nationalité, l'incitation à la haine, l'abus de drogues ou d'alcool, le langage impropre, les thématiques sensibles dont le suicide et l'éclatement des familles, l'impact global du film ou des images projetées.

Dignité humaine

A côté de la catégorisation des éléments de programme dans les médias audiovisuels en fonction de leurs contenus afin d'assurer la protection des enfants, jeunes et adolescents, la loi interdit en tout état de cause de façon absolue dans un intérêt supérieur certains contenus. Ainsi, les

programmes des SMA doivent respecter la dignité humaine et ne pas contenir d'incitations à la haine ou à la discrimination fondées sur la race, le sexe, l'opinion, la religion ou la nationalité.

Communications commerciales

A la télévision, toute forme de publicité ainsi que le téléachat doivent être aisément identifiables comme tels et pouvoir être distingués du contenu éditorial. Ces communications commerciales doivent être séparées du reste du programme par des moyens optiques, acoustiques ou spatiaux.

Sont interdits les spots pour les médicaments uniquement disponibles sur prescription et les traitements médicaux, ainsi que toute forme de communication commerciale pour le tabac. La publicité pour les boissons alcooliques est autorisée sous certaines réserves.

Les principes généraux régissant le contenu éditorial s'appliquent également aux messages publicitaires. Par conséquent, les spots ne doivent ni porter atteinte à la dignité humaine ni comporter des scènes de violence ou de pornographie pouvant heurter la sensibilité des mineurs.

L'insertion de communications commerciales ne doit pas porter atteinte à l'intégrité des programmes.

La diffusion des films conçus pour la télévision, des œuvres cinématographiques et des journaux télévisés peut être interrompue par des communications commerciales une fois toutes les trente minutes ; cette restriction ne vaut pas pour les séries, feuillets et documentaires.

Les spots de publicité et de téléachat ne peuvent pas dépasser 12 minutes par heure.

Une autre forme de communication commerciale est le placement de produit ; il

consiste à inclure une marque dans un élément de programme à caractère éditorial (à l'exception des journaux télévisés et des émissions destinées aux enfants) et non pas à l'intérieur des espaces réservés aux messages publicitaires classiques.

Toutefois, le fait de placer un produit dans une émission ne doit pas porter atteinte à l'indépendance éditoriale de la chaîne ou se faire par une mise en avant injustifiée du produit en question.

La publicité clandestine est interdite. On entend par là des biens qui sont présentés à l'écran en dehors des écrans publicitaires et dans un but commercial sans les déclarer en tant que publicité.

Par contre, le parrainage d'une émission est légitime lorsque les téléspectateurs sont clairement informés d'un tel accord et lorsque l'indépendance éditoriale n'est pas touchée. Il se concrétise dans la contribution par exemple d'une marque au financement d'une émission dans le but de promouvoir cette marque et non pas dans celui d'inciter à l'achat d'un produit.

Les journaux télévisés et les programmes d'information politique ne peuvent pas être parrainés.

En ce qui concerne les programmes de radio ayant une permission luxembourgeoise, les messages publicitaires sont limités à 6 minutes par heure d'antenne en moyenne journalière (c.-à-d. à 144 minutes par jour) et à 8 minutes pour une quelconque tranche horaire (si la moyenne journalière n'est pas dépassée).

Les règles concernant le placement de produit, la publicité clandestine et le parrainage dans le domaine de la télévision s'appliquent de la même façon aux services de radio.

Régulation

L'autorisation d'opérer une radio locale ou une radio à réseau d'émission (ou ra-

dio régionale) relève de la compétence de l'Autorité. Ces autorisations sont délivrées pour une durée déterminée, et l'Autorité procède aux renouvellements lors de leur expiration. Cette procédure permet de vérifier régulièrement le respect d'un certain nombre de normes par les bénéficiaires. En cas d'infraction, l'ALIA peut retirer la permission accordée.

La permission pour un service de radio locale, d'une durée renouvelable de cinq ans, ne peut être accordée qu'à une association sans but lucratif. Pour une liste complète des radios locales, voir annexe 2.

La permission pour un service de radio à réseau d'émission doit revenir à une société commerciale ; elle est accordée pour dix ans et est renouvelable. Pour une liste complète des radios à réseau d'émission, voir annexe 3.

Toutes les permissions pour les autres fréquences pour une radio ou pour un service de médias audiovisuels sont accordées par le gouvernement. Dans ce domaine, l'Autorité n'assume qu'une fonction consultative (voir annexes 4 à 11).

En 2014, l'Autorité a reçu cinq demandes venant de radios à réseau d'émission concernant un changement soit de l'actionnariat soit de la nature du programme.

La radio socio-culturelle fait exception à ce régime dans le sens qu'elle fut créée par la loi sur les médias électroniques. Cependant, l'Autorité peut faire des propositions en ce qui concerne la grille des programmes de la *radio 100,7* afin d'assurer un contenu équilibré correspondant aux objectifs socioculturels de la radio.

Dès qu'un service de médias audiovisuels ou sonores dispose d'une permission luxembourgeoise, il tombe automatiquement sous la surveillance de l'Autorité.

Les listes des différentes chaînes de télévision et de stations de radio sous sur-

veillance de l'ALIA au 31 décembre 2014 se trouvent, selon leur mode de diffusion, dans les annexes 2 à 11.

Missions d'incitation

Au-delà des missions de surveillance et de régulation, le législateur a confié quelques missions que l'on pourrait qualifier d'incitation à l'Autorité. Ces missions se caractérisent par le fait que l'ALIA se limite à encourager les fournisseurs de services de médias audiovisuels à respecter volontairement des normes dans trois domaines précis :

- favoriser l'accès aux médias audiovisuels au profit des personnes souffrant de déficiences visuelles et auditives,
- élaborer des codes déontologiques pour la promotion d'aliments sains dans les programmes pour enfants et
- promouvoir les œuvres européennes dans leurs grilles de programmes.

Sondages politiques

La proposition de loi n° 6407 tend à instaurer plus de transparence pour les sondages politiques. Le texte prévoit de donner à l'Autorité la mission d'assurer le dépôt et la mise à disposition des indications essentielles qui ont servi de base à l'exécution de ces sondages. Dans ce contexte, l'Autorité a émis un avis positif en 2014.



Surveillance

L'Autorité surveille le respect des dispositions régissant le contenu des services de télévision sous régime luxembourgeois ainsi que le contenu des radios nationales, régionales (réseaux d'émission) et locales. Ces programmes peuvent être diffusés en mode linéaire (par voie hertzienne, câble ou satellite) ou bien de façon non linéaire (vidéo à la demande).

En plus, l'Autorité surveille le classement des films sortis en salle, ainsi que le respect et la publication de ce dernier par les exploitants de cinéma.

Plaintes

Des plaintes concernant le contenu ou la publicité peuvent être introduites soit par un particulier soit par une organisation, un autre régulateur, un particulier ou, dans le cas d'une autosaisine, par l'Autorité elle-même.

La procédure à suivre est déterminée par le règlement interne concernant les procédures contre un service de médias audiovisuels ou sonores ainsi que par le règlement interne concernant les procédures relatives à l'accès aux représentations cinématographiques publiques.

Après avoir vérifié les exigences formelles d'une plainte adressée à l'Autorité, le directeur procède à l'instruction du dossier. Si le Conseil d'administration, aux termes de la procédure, constate, que le service a transgressé de manière « *manifeste, sérieuse et grave* » (art. 35sexies de la loi modifiée sur les médias électroniques) les dispositions en vigueur, il peut prononcer une sanction disciplinaire.

Cette sanction peut revêtir une des formes suivantes :

- un blâme,
- un blâme avec lecture obligatoire d'un communiqué à l'antenne ou
- une amende d'ordre de 250 euros à 25.000 euros.

Un recours devant le tribunal administratif est ouvert contre les décisions de l'Autorité.

Bilan de surveillance

	Plaintes	Auto-saisines	Total
Reçues	19	1	20
Admissibles	19	/	19
Non fondées	12	/	12
Classées	1	/	1
Sanctions	1	0	1
Décisions reportées en 2015	5	0	5

Experts

L'ALIA peut se faire assister dans l'exercice de ses missions par des experts externes. Ainsi, elle a régulièrement recours à la coopération de consultants lorsqu'il s'agit de surveiller des programmes tant luxembourgeois qu'étrangers qui tombent sous sa compétence, notamment lorsque ces derniers sont diffusés dans une langue qui n'est pas communément parlée au Luxembourg (comme le turc, le néerlandais, l'ukrainien, etc.). En 2014, l'Autorité a fait appel à sept consultants qui lui ont remis 18 rapports, soit suite à une plainte externe, soit dans le cadre d'une mission de surveillance proactive. L'Autorité ne fait pas de visionnage en continu, mais travaille sur base d'échantillons d'éléments de programme.



Relations nationales et internationales

Entrevues avec les acteurs luxembourgeois

L'Autorité entretient des relations continues avec des fournisseurs de services de médias audiovisuels. D'abord dans le contexte des plaintes et autosaisines lorsqu'elle invite les responsables du programme en question pour expliquer leur point de vue. Ensuite pour garder un contact régulier avec les acteurs du secteur et connaître ainsi leurs préoccupations.

Dans ce contexte, le Conseil d'administration s'est rendu à Bruxelles pour un échange de vues avec la direction de RTL Belux ainsi que des responsables de la programmation et de l'information. Cette société exploite les chaînes *RTL TVi*, *Club RTL* et *Plug RTL*, chaînes qui tombent toutes sous la surveillance de l'ALIA.

La visite de RTL House qui abrite l'administration et les installations techniques ont permis au membres du Conseil de mieux comprendre le cadre économique, culturel et juridique dans lequel évoluent les chaînes de télévision dans le paysage audiovisuel actuel.

L'Autorité a également rencontré les exploitants des salles de cinéma Utopia et Utopolis afin de trouver une coopération viable dans le domaine de la protection des mineurs. Contrairement aux services de médias audiovisuels, l'ALIA n'a pas le pouvoir de sanctionner un exploitant de cinéma si celui-ci refuse de relever la classe d'âge pour un film donné. Elle ne peut que porter plainte auprès du Ministère public.

L'ALIA a également été en contact avec plusieurs de radios locales et régionales. Elle a visité les installations notamment de *Radio Ara* et de *Radio Gutt Laun*. Les discussions portaient sur la qualité de réception mais également sur des questions de programmation.

Suite à la demande de l'Autorité, la Société européenne des satellites a accueilli le régulateur pour présenter les activités de l'opérateur de satellites. En 2014, plusieurs programmes utilisant une liaison montante à Betzdorf tombaient de ce fait sous compétence luxembourgeoise.

Les membres du Conseil d'administration, peu après leur nomination, ont rencontré le Premier ministre dans sa qualité de membre du gouvernement en charge des médias. Il s'agissait d'un premier échange de vues sur des questions institutionnelles et politiques en relation avec les missions de l'Autorité. La refonte de certains textes légaux dans le domaine des médias audiovisuels fut également abordée lors de ce rendez-vous.

L'ALIA s'est également rendue à la Chambre des députés où elle a été reçue par les membres de la Commission de l'Enseignement supérieur, de la Recherche, des Médias, des Communications et de l'Espace.

L'ALIA a eu des entrevues régulières avec des représentants du Service des médias et des communications (SMC) et de l'Institut luxembourgeois de régulation (ILR). Elle collabore étroitement avec ces deux institutions en relation avec des questions relatives aux permissions pour le SMC et aux fréquences pour l'ILR. Le ministère de l'Economie était en contact

avec l'ALIA pour lui attribuer une compétence additionnelle en matière de publicité et de téléachat dans le cadre du Code de consommation.

Instances internationales

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

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

Des représentants de l'ALIA ont assisté à bon nombre de réunions de ces organismes.

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

1^{ère} réunion à Bruxelles, le 4 mars 2014 : L'ERGA trouve son origine dans une décision de la Commission européenne du 3 février 2014 instituant le groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels. Sa mission consiste, d'une part, à assister et à conseiller la Commission sur toutes les questions touchant aux services de médias audiovisuels et, d'autre part, à favoriser les contacts et les échanges entre les autorités de surveillance nationales. L'ERGA regroupe les autorités de surveillance indépendantes des Etats membres de l'Union européenne et chaque régulateur y est représenté au plus haut niveau.

Lors de la première réunion, le Groupe a d'abord élu son président et ses deux vice-présidents. Il a ensuite discuté et adopté des règles de procédure qui doivent encadrer ses travaux. Abordant les questions de fond, la Commission a d'abord donné un aperçu sur les travaux et évolutions en cours, notamment en ce qui concerne la transposition, l'application (dans le domaine de la promotion d'œuvres européennes) et la révision de la directive Services de médias audiovisuels.

De son côté, le représentant de l'ERGA a présenté le programme de travail de cet organisme pour 2014. Le Groupe a ensuite discuté de son programme de travail pour les années 2014 et 2015, en faisant le tour des sujets qui paraissent les plus importants ou les plus urgents. Il a été convenu que sur base de cette discussion la présidence proposerait au courant du printemps 2015 un programme de travail qui serait soumis pour approbation aux membres du Groupe.

2^e réunion à Bruxelles, le 21 octobre 2014 : Les sous-groupes créés après la première réunion de l'ERGA ont présenté les débuts de leurs travaux et les projets d'avenir lors de la réunion suivante. Le sous-groupe *Indépendance des autorités de contrôle* a proposé à l'ERGA d'adopter une déclaration commune sur l'importance de cette indépendance et la nécessité de poursuivre les réflexions pour l'ancrer et la préciser dans la directive révisée. Cette déclaration commune a été adoptée après discussion.

Le sous-groupe *Compétence matérielle* a présenté ses projets sur l'analyse de l'implication des évolutions technologiques, les habitudes des consommateurs et des nouvelles offres (engendrant aussi une multiplication des intermédiaires) sur le travail de régulation des SMA, y compris la question de la coordination entre la réglementation des SMA, du commerce électronique et des télécommunications.

Le sous-groupe *Protection des mineurs* a préparé un document de discussion sur les façons d'améliorer les mesures de protection des mineurs suite à l'évolution des habitudes de consommation des téléspectateurs (services linéaires/non linéaires, concepts clefs, auto- et corégulation, éducation aux médias). Les travaux de ces sous-groupes vont continuer sur les trames ainsi dessinées.

Sur proposition de la présidence dans le cadre d'une approche globale des problèmes posés par la convergence des médias, l'ERGA a décidé de compléter le travail des sous-groupes *Compétence matérielle* et *Protection des mineurs* par un sous-groupe additionnel consacré à la *Compétence territoriale* (principe du pays d'origine/pays de destination). L'objectif est de finaliser ces travaux pour la fin de l'année 2015.

La présidence a suggéré encore de prendre sur le métier à plus long terme le volet *big data* et ses implications sur les médias, tout en étant conscient que ce sujet implique d'autres régulateurs compétents dans d'autres domaines.

Sur base d'exemples concrets, l'ERGA a encore discuté sur l'intervention en cas de diffusion de programmes interdits (haine, propagande politique) et les questions de compétence pour intervenir.

Plateforme européenne des instances de régulation (EPRA)

39^e réunion à Budva (Monténégro), du 4 au 6 juin 2014 : Dans un cadre bucolique, l'EPRA a tenu sa 39^e réunion plénière du 4 au 6 juin 2014 à Budva au Monténégro. C'était la première occasion pour les représentants de l'ALIA de participer aux travaux de cette plateforme d'échanges entre autorités de régulation. Sans négliger les contacts personnels et bilatéraux, les participants ont discuté lors de cette réunion de sujets à portée générale

comme les défis posés par la convergence entre différents médias, le combat contre le discours haineux dans les médias et l'indépendance des autorités de régulation. D'un point de vue plus technique ou pratique, des groupes de travail particuliers se sont penchés sur l'éducation aux médias et les droits de diffusion d'événements majeurs.

40^e réunion à Tbilisi (Géorgie), du 8 au 10 octobre 2014 : 140 délégués de plus de 50 entités de régulation étaient représentés. Lors de la session plénière intitulée *Future models of media regulation*, ce fut l'appel des régulateurs à la Commission européenne pour une retouche de la directive SMA ainsi qu'une coopération intensifiée entre régulateurs.

Cette réunion a été également l'occasion pour les membres de l'EPRA de réaffirmer l'attachement aux valeurs de la régulation audiovisuelle, parmi lesquelles la promotion de la diversité culturelle, la concurrence loyale et la protection des mineurs. La discussion a révélé une nouvelle fois la nécessité d'une intensification des débats sur ces thèmes au niveau européen. Si les fournisseurs de services opèrent en tant qu'acteur économique mondial, les régulateurs devront suivre l'exemple. La plateforme de l'EPRA pourrait figurer comme vecteur de la discussion. Plutôt que de viser l'établissement d'un régulateur convergent, les régulateurs privilégient une coopération intensifiée entre les instances existantes.

Comité de contact pour la directive Services de médias audiovisuels

40^e réunion à Bruxelles, le 7 novembre 2014 : Sur l'ordre du jour de la 40^e réunion du Comité de contact pour la directive Services de médias audiovisuels figurait e.a. la protection des mineurs à l'ère numérique qui se caractérise par la convergence croissante des différents

médias. L'institut néerlandais pour la classification des médias Nicam a présenté son initiative *You Rate It*, développée en partenariat avec l'organisme britannique responsable d'évaluer la classification des films *British Board of Film Classification* (BBFC). Elle permet aux internautes d'évaluer eux-mêmes le contenu généré par les utilisateurs (*user generated content*). Un autre sujet concernait le principe du pays d'origine qui est défendu par les uns, en premier lieu par les fournisseurs de services de médias audiovisuels, parce qu'il est essentiel au bon fonctionnement du marché unique. D'autres pensent que ce principe peut faucher la concurrence équitable par une élection de juridiction (*forum shopping*) injustifiée.

Pan European Game Information (PEGI)

Réunion du Conseil de PEGI à Bruxelles, le 1^{er} octobre 2014 : PEGI ou *Pan-European Game Information* est un système d'évaluation européen pour les jeux vidéo. Ce système d'autorégulation de l'industrie des jeux vidéo a été introduit en 2003 et est appliqué entretemps dans plus de 30 pays. L'Autorité représente le Luxembourg au Conseil de PEGI même s'il n'existe pas de législation spécifique pour la classification au grand-duché.

PEGI connaît à présent cinq catégories d'âge (3, 7, 12, 16 et 18) et utilise huit descriptions du contenu (violence, grossièretés de langage, peur, sexe, drogue, jeux de hasard, discrimination, online). Toutes ces informations doivent permettre aux consommateurs et notamment aux parents de s'informer sur les jeux vidéo évalués et les guider dans leurs choix de consommation.

En 2013, plus de la moitié des labels attribués par PEGI sont jugés être appropriés pour des jeunes de 7 ans. Des sondages ont montré qu'en France 60% de la population âgée entre 6 et 64 ans sont des joueurs ac-

tifs par rapport à 50% en Allemagne et 41% en Grande-Bretagne. En moyenne hebdomadaire, les Français passent 6 heures devant leurs consoles, les Allemands 7 et les Britanniques même 8 heures.

Conférences

Au fil de l'année, de nombreuses conférences sont organisées sur différents thèmes touchant aux médias audiovisuels. Parmi cette offre pléthorique, les responsables de l'Autorité choisissent celles qui semblent présenter le plus grand intérêt pour eux.

Conférence sur la protection des mineurs dans l'ère numérique à Athènes, du 13 au 16 avril 2014 (Conference on Audiovisual Affairs : Protection of minors in the digital era) : Cette conférence, organisée par la Présidence hellénique du Conseil de l'Union européenne, a réuni 207 participants, instances régulatrices et représentants gouvernementaux, d'une trentaine de pays.

L'omniprésence de l'internet et le libre flux de toute sorte d'information rendent de plus en plus nécessaire une éducation aux médias coordonnée. Ceci est d'autant plus vrai qu'une harmonisation au niveau des mesures pour une meilleure protection des mineurs semble difficile, les diversités culturelles entre les pays membres de l'Union étant trop prononcées. Ainsi, les limites d'âge pour les différents contenus audiovisuels se distinguent sensiblement en Europe et ne facilitent pas la tâche des régulateurs. Il existe cependant des modèles de classification de contenus audiovisuels qui ont fait leurs preuves et qui sont reconnus par tous les acteurs : le système de classification néerlandais *Kijkwijzer* pour la télévision et le système paneuropéen PEGI pour les jeux vidéo.

Colloque sur le financement des services de médias privés dans un paysage médiatique convergent à Berlin, le 20 avril 2014 (Reichweiten-Inhalte-Regulierung. Wie

finanziert sich der konvergente Rundfunk ?) : Même si la télévision linéaire est toujours la source d'image de loin la plus regardée, l'utilisation de la VOD sur les appareils mobiles augmente de façon significative. Ces évolutions créent de nouveaux défis aux fournisseurs de services traditionnels, aux producteurs de contenus et aux annonceurs : Quels modèles économiques réussiront à l'ère numérique ? Comment le public trouve-t-il le contenu désiré ? Quel avenir pour la *free tv* en présence d'une consommation accrue de VOD ? Comment le cadre réglementaire peut-il suivre le rythme du marché des médias ? Ces questions furent au centre des débats parmi des représentants des services de médias, des régulateurs et des spécialistes du marketing.

3^e atelier relatif aux communications commerciales pour enfants (3rd workshop on audiovisual commercial communications to children) à Bruxelles, le 6 novembre 2014 : Cet atelier, organisé par la Commission européenne, a eu pour objectif de faciliter les échanges de vues entre les parties intéressées qui sont concernées par la directive Services de médias audiovisuels. La troisième édition après 2009 et 2010 se concentrait sur les communications commerciales qui s'adressent aux enfants et concernent les aliments riches en graisses, en sel et en sucres (*high in fat, salt and sugar ou HFSS*).

Il existe deux instruments au niveau européen qui ont pour but de combattre la consommation trop aiguë de ces aliments : le Groupe de haut niveau sur la nutrition et l'activité physique (dont font partie les Etats membres) et la Plateforme de l'Union européenne relative à l'alimentation, l'activité physique et la santé (qui s'adresse à l'industrie alimentaire et aux ONG actives dans le domaine de la protection des consommateurs). L'article 9 (2) de la directive SMA encourage les fournisseurs à élaborer des codes déontologiques relatifs aux aliments HFSS.

Un rapport d'évaluation publié en 2013 montre que les instruments d'autorégulation ont permis, en général, de limiter les publicités pour ce genre de produits, mais que le succès des codes de déontologie varie largement d'un pays à l'autre. Les participants de l'atelier s'accordaient à dire qu'à l'avenir le champ d'action devrait s'élargir ; à côté des programmes de télévision il faut également prendre en compte l'internet.



Ressources financières

L'Autorité bénéficie d'une dotation annuelle à charge du budget de l'Etat. De plus, l'Etat met à la disposition un certain nombre de biens immobiliers nécessaires au bon fonctionnement et à l'exercice des missions de l'ALIA.

L'Autorité doit tenir une comptabilité conforme aux principes applicables en matière commerciale et elle est soumise au contrôle à la fois d'un réviseur d'entreprises, nommé par son Conseil d'administration et approuvé par le Conseil de gouvernement, et de la Cour des comptes. Bien que la loi du 27 août 2013 portant création de l'établissement public Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel soit théoriquement entrée

en vigueur le 1^{er} décembre 2013, on peut dire que l'Autorité n'a réellement débuté ses activités qu'avec la nomination de son Conseil d'administration en date du 17 janvier 2014. Le réviseur d'entreprise, dans son rapport de contrôle, considère de même que d'un point de vue comptable, le premier exercice comptable a commencé au 1^{er} janvier 2014 pour se clôturer au 31 décembre 2014, les frais encourus en 2013 ayant été supportés par diverses administrations étatiques.

Les comptes de l'Autorité pour l'année 2014 tels qu'établis par le réviseur d'entreprise et approuvés par le Conseil de gouvernement en date du 2 septembre 2016 se présentent comme suit :

COMPTE DE PROFITS ET PERTES

Exercice du 01.01.2014 au 31.12.2014

	Exercice courant
A. Charges	317 133,22
1. Autres charges externes	136 380,51
2. Frais de personnel	64 573,38
a) Salaires et traitements	60 246,21
b) Charges sociales couvrant les salaires et traitements	3 667,17
c) Autres charges sociales	660,00
3. Corrections de valeur	3 688,17
a) sur frais d'établissement et sur immobilisations corporelles et incorporelles	3 688,17
4. Autres charges d'exploitation	121 146,24
Profit de l'exercice	263 105,70
Total charges	588 894,00
B. Produits	
1. Autres produits d'exploitation	588 894,00
TOTAL PRODUITS	588 894,00

		Exercice courant
ACTIF		
A. Actif immobilisé		8 666,28
I. Immobilisations incorporelles		3 009,81
1. Concessions, brevets, licences, marques, ainsi que droits et valeurs similaires s'ils ont été acquis à titre onéreux		3 009,81
II. Immobilisations corporelles		5 656,47
1. Autres installations, outillage et mobilier		5 656,47
B. Actif circulant		310 263,84
IV. Avoirs en banques, avoirs en compte de chèques postaux chèques et en caisse		310 263,84
C. Comptes de régularisation		8 005,68
TOTAL DU BILAN (ACTIF)		326 935,80

PASSIF		
A. Capitaux propres		263 105,70
I. Résultat de l'exercice		263 105,70
B. Provisions		6 435,00
1. Autres provisions		6 435,00
C. Dettes non subordonnées		57 395,10
1. Dettes sur achats et prestations de services		15 558,89
2. Dettes fiscales et dettes au titre de la sécurité sociale		41 836,21
a) Dettes fiscales		36 780,97
b) Dettes au titre de la sécurité sociale		5 055,24
TOTAL DU BILAN (PASSIF)		326 935,80

Identité visuelle et site internet

L'Autorité a adopté son identité visuelle qui utilise les couleurs du tube cathodique rouge, vert et bleu et quelques pictogrammes de la télécommande.

La mise en ligne de www.alia.lu est prévue pour 2015.

L'ancien site du Conseil national des programmes (www.cnpl.lu) est toujours en ligne, alors que l'Autorité a entrepris les démarches pour développer son propre site.





Recommandations et perspectives

Recommandations

Depuis son entrée en fonction, l'Autorité a rencontré certains obstacles réglementaires qui pèsent sur son travail de régulateur, méritant dès lors une mise en examen par les autorités politiques :

La réglementation sur les communications commerciales :

De façon générale, on observe partout un développement rapide de nouvelles formes de communications commerciales. Ces formes brouillent de façon croissante les frontières entre communications commerciales et contenus éditoriaux. Les cadres juridiques ne suivant pas les évolutions techniques au même rythme, les régulateurs risquent d'être confrontés à des formats difficilement qualifiables. Dès lors, la protection du consommateur, qui figure parmi les objectifs principaux de la directive sur les services de médias audiovisuels, pose problème.

En ce qui concerne le Luxembourg, l'ALIA a relevé les points faibles suivants :

- *La publicité dans les radios.* La limite de 6 minutes/heure réservée aux espaces publicitaires n'est pas prévue dans les textes réglementaires sur les radios. Par ailleurs, le règlement grand-ducal du 5 avril 2001 sur les communications commerciales qui reprend les modalités à suivre dans le cas d'insertion de publicité dans les programmes vise exclusivement les services de télévision. Les radios ne sont pas concernées.
- *Les notions de parrainage et de placement de produit.* Les modalités pra-

tiques que les radiodiffuseurs doivent observer en cas de recours au placement de produit ou parrainage ne sont pas toujours claires.

- *Certaines formes de communications commerciales.* Les émissions publicitaires de longue durée (*Dauerwerbesendung*) ne trouvent pas leur retombée dans les textes légaux, ni au niveau de leur définition ni au niveau des modalités pratiques à suivre par les chaînes. Les services destinés uniquement à la promotion de produits et services sont mentionnés, le détail sur leur régulation n'est pas prévu. De même, de nouvelles possibilités techniques et technologiques ne sont pas réglées, notamment la publicité virtuelle.

L'harmonisation des régimes juridiques de la protection des mineurs applicables aux différents modes de diffusion (cinéma, télévision, vente et location de supports vidéo et audio, distribution par internet) :

- L'Autorité note que les catégories définies pour le cinéma comprennent une catégorie avec un seuil à 6 ans qui malheureusement fait défaut dans le dispositif proposé pour les services de médias audiovisuels, alors qu'un tel seuil répond à un besoin en termes d'évolution psychologique des enfants. Les deux régimes divergent encore en ce que la catégorie « -10 », proposée pour les médias audiovisuels, n'existe pas au cinéma. Dans son avis n° 2/2014 du 7 mai 2014 concernant l'avant-projet de règlement grand-ducal relatif à



la protection des mineurs dans les séries de télévision et les services de médias audiovisuels à la demande, l'Autorité avait déjà relevé le lien étroit entre représentation cinématographique et diffusion télévisuelle dans la mesure où de nombreux films, suite à leur représentation sur grand écran, sont repris dans les grilles de programmes des chaînes télévisées. L'Autorité est donc convaincue qu'une harmonisation des catégories d'âge pour les services de télévision et les films en salle s'impose, en tenant compte des besoins d'une réelle protection des enfants tels que ces besoins sont actuellement identifiés par les recherches scientifiques en ce domaine.

- Les critères de classification en matière d'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs pour les services de télévision diffèrent de ceux applicables au domaine du cinéma. Alors que pour les représentations cinéma-

tographiques, la personne en charge de l'organisation de la représentation cinématographique publique doit examiner « *le contenu du film notamment eu égard aux éléments critiques suivants: violence, horreur, sexualité, discrimination raciale, sexuelle, d'opinion, de religion ou de nationalité, incitation à la haine, abus de drogues ou d'alcool, langage impropre, thématiques sensibles dont le suicide et l'éclatement des familles, impact global du film ou des images projetées* », l'article 26bis de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques est beaucoup moins exhaustif. Il dispose que « *les services de médias audiovisuels ou sonores ne peuvent contenir aucune incitation à la haine fondée sur la race, le sexe, l'opinion, la religion ou la nationalité.* »

- Si le Conseil constate une infraction aux règles relatives à l'accès aux représentations en relation avec les catégo-

ries d'âge applicables dans le domaine cinématographique, il transmet le dossier au Ministère public. En revanche, pour les services télévisés, la procédure d'instruction et de prise de décision est entièrement dans les mains de l'Autorité.

- Toujours dans le contexte de la protection des mineurs mais de manière plus générale, l'Autorité plaide en faveur d'une politique cohérente et coordonnée en matière d'éducation aux médias et ceci avec tous les partenaires concernés : *BeeSecure*, *Ombuds-Comité fir d'Rechter vum Kand (ORK)*, *Cyberworld Awareness and Security Enhancement Services (CASES)*, ministère de l'Éducation nationale...
- Au niveau européen, l'Autorité est sollicitée dans le domaine des jeux vidéo ; en effet, elle fait partie du *PEGI Council* qui s'occupe de la classification des jeux vidéo. Cette participation de la part de l'ALIA n'a cependant jamais été officialisée et mériterait d'être reconnue par les autorités nationales.

Perspectives

Dans ce contexte, deux sujets essentiels ont préoccupé l'Autorité tout au long de l'année 2014 et continueront à rester parmi ses priorités durant les années à venir.

L'Autorité a effectué, d'une part, une étude détaillée des possibilités qui s'offrent pour assurer au mieux l'exécution de la mission essentielle qui est celle de la surveillance des programmes de télévision et de radio. Il est évident que cette surveillance ne peut pas se faire en direct. Il est vrai que les fournisseurs de service doivent conserver pendant 30 jours un enregistrement de leurs programmes. Mais cette obligation n'est utile que si l'Autorité est saisie par une réclamation individualisée, elle ne lui permet pas de surveiller de façon proactive le contenu des programmes. Il faut

donc un système qui permette d'enregistrer tous les programmes qui relèvent de la surveillance de l'Autorité pour pouvoir les visionner à tout moment en vue de leur évaluation. Le projet *MediaCloud* que l'Autorité cherche à développer avec des partenaires externes a pour objectif de lui fournir cet outil de travail.

L'Autorité a, d'autre part, travaillé sur la communication vers l'extérieur dont un outil essentiel est certainement un site internet attractif et complet. De nombreuses ressources y ont été investies au cours de l'année 2014 en vue du lancement du site en 2015. La communication passe aussi par la présence médiatique, notamment à travers des conférences sur des sujets touchant au travail de l'Autorité, conférences que l'ALIA projette d'organiser à l'avenir.

Annexes

Annexe 1

Composition de l'Assemblée consultative

Organisation	Représentant
Groupe parlementaire CSV	Diane Adehm
Groupe parlementaire LSAP	Brigitte Chillon
Groupe parlementaire DP	Françoise Schlink
Groupe parlementaire Déi Greng	Abbes Jacoby
Sensibilité politique ADR	Fernand Kartheiser
Sensibilité politique Déi Lenk	Justin Turpel
Chambre de commerce	Patrick Ernzer
Chambre d'agriculture	Camille Schroeder
Chambre des métiers	Marc Gross
Chambre des salariés	Denise Steinhäuser
Chambre des fonctionnaires et des employés publics	Steve Heiliger
Syvicol	Raoul Clausse
Commission consultative des droits de l'Homme	Anamarija Tunjic
Ombuds-Comité fir d'Rechter vum Kand	Michel Donven
Conseil national des femmes du Luxembourg	Christiane Haller-Feith
Conseil national pour étrangers	Katharina Jacobs-Putzeys
Union luxembourgeoise des consommateurs	Guy Goedert
Ligue médico-sociale	Jean Rodesch
Université du Luxembourg	Mark Cole
Union Grand-Duc Adolphe	Robert Köller
Conseil de presse	Fernand Weides
Union luxembourgeoise de la production audiovisuelle	Donato Rotunno
Security made in Lëtzebuerg	Yolande Roller-Lang
ICTLuxembourg	Nico Binsfeld
Mouvement écologique	Gérard Faber

Annexe 2

Radios locales

Nom du service	Fournisseur de service	Fréquences
Radio Lora	Association pour la création et l'exploitation d'émissions radiophoniques par antenne et par câbles a.s.b.l. 32, avenue de la Gare L-9233 Diekirch	102,2 FM
Radio LNW	Coraly a.s.b.l. c/o Lycée du Nord 19, rue général Patton L-9551 Wiltz	102,2 FM
Radio Diddeleng	Radio locale de la Ville de Dudelange a.s.b.l. Place de l'Hotel de Ville L-3590 Dudelange	103,6 FM
Radio Interculturelle	Radio interculturelle de Gilsdorf a.s.b.l. 4, rue Principale L-9370 Gilsdorf	103,9 FM
LRB	Radio locale Réiserbann-Betebuerg a.s.b.l. 4, rue St-Benoît L-3391 Peppange	103,9 FM
RCB	Radio classique Bergem a.s.b.l. 19, rue des Champs L-3314 Bergem	106,1 FM
Radio Gutt Laun	Radio Gutt Laun a.s.b.l. Boîte postale 24 L-4001 Esch-sur-Alzette	106,1 FM
Radio Aktiv	Infofoisirs a.s.b.l. Rue du Pont L-6471 Echternach	106,5 FM
Radio ROM	RadioOrganisatioun Miedernach a.s.b.l. 28, rue Savelborn L-7660 Medernach	106,5 FM
Radio Belle Vallée	Lokal Radio Bieles, Suessem, Zolver, Eilereng a.s.b.l. 6, rue des Alliés L-4412 Belvaux	107,0 FM

Mise à jour 31 décembre 2014

Annexe 3

Radios à réseau d'émission

Nom du service	Fournisseur de service	Fréquences
Radio Latina	Société européenne de communication sociale s.à r.l. 2, rue Christophe Plantin L-2339 Luxembourg	101,2 FM 103,1 FM
Radio Ara	Alter Echos s.à r.l. 4, place des Rotondes L-2448 Luxembourg	102,9 FM 105,2 FM
Eldorado	Luxradio s.à r.l. 45, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	95,0 FM 105,0 FM 107,2 FM
DNR (Cette fréquence a fait l'objet d'un abandon par le permissionnaire au cours du premier semestre de l'année 2014)	Société de radiodiffusion luxembourgeoise s.à r.l.	107,7 FM 104,2 FM 102,9 FM

Mise à jour 31 décembre 2014

Annexe 4

Services de radio à émetteur de haute puissance

Nom du service	Fournisseur de service	Fréquences
RTL Radio Lëtzebuerg	CLT-Ufa s.a. 45, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	92,5 FM 88,9 FM
Radio 100,7	Etablissement de radiodiffusion socioculturelle, établissement public 21a, avenue John F. Kennedy L-2143 Luxembourg	100,7 FM

Mise à jour 31 décembre 2014

Annexe 5

Services radiodiffusés à rayonnement international

Nom du service	Fournisseur de service	Fréquences
RTL (France)	CLT-Ufa s.a. 45, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	234 kHz OL 5990 kHz OC en numérique
RTL Radio Deutschlands Hit-Radio	CLT-Ufa s.a. 45, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg	93,3 FM 97,0 FM 1440 kHz OM 6095 kHz OC en numérique par satellite

Mise à jour 31 décembre 2014

Annexe 6

Service radiodiffusé visant le public résidant

Nom du service	Fournisseur de service
RTL Télé Lëtzebuerg 2ten RTL Télé Lëtzebuerg	CLT-Ufa s.a. 45, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg

Mise à jour 31 décembre 2014

Annexe 7

Services radiodiffusés à rayonnement international

Nom du service	Fournisseur de service
RTL TVi Club RTL Plug RTL	RTL Belux s.a. & cie s.e.c.s. 45, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg
RTL 4 Teleshop 4 RTL 5 Teleshop 5 RTL 7 Teleshop 7 RTL 8 Teleshop 8 RTL Telekids RTL Lounge RTL Crime Cool Film+ RTL II RTL+ Film 2 Sorozat Musika TV	CLT-Ufa s.a. 45, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg

Mise à jour 31 décembre 2014

Annexe 8

Services luxembourgeois par câble

Nom du service	Fournisseur de service
Nordlicht TV	Nordlicht a.s.b.l. 22, route de Diekirch L-9381 Moestroff
Uelzechtkanal	Uelzechtkanal a.s.b.l. c/o Lycée de garçons Esch 72, rue du Fossé L-4002 Esch/Alzette
.dok den oppene kanal	Dok TV s.a. 36, rue de Kopstal L-8284 Kehlen
Test (Television Steesel)	Luxembourg Movie Production a.s.b.l. 3, rue Pierre Dupong L-7314 Heisdorf
Luxe.TV (version française) Luxe TV (version européenne)	Opuntia s.a. 43, op Zaemer L-4959 Bascharage
Top TV Store	TEK Distributions s.a. 5, rue Eugène Ruppert L-2453 Luxembourg
RTL 9	RTL 9 s.a. 45, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg
RTL Shopping	RTL Shopping s.a. 45, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg
Lucky Jack Golf Channel	AB Entertainment s.a. 45, boulevard Pierre Frieden L-1543 Luxembourg
KombatSport	Altice Entertainment & SportV s.a. 3, boulevard Royal L-2449 Luxembourg
SportKlub 4 SportKlub 5 SportKlub 6	United Media s.à r.l. 16-18, rue de Strasbourg L-2560 Luxembourg
AparTV	Steve Nilles 28, rue du Kiem L-4976 Bettange

Mise à jour 31 décembre 2014

Annexe 9

Services luxembourgeois par satellite

Nom du service	Fournisseur de service
Nordlicht TV	Nordlicht a.s.b.l. 22, route de Diekirch L-9381 Moestroff
Euro D	Osrose Media s.a. 5, rue Goethe L-1637 Luxembourg
Setanta Sports (1)	Setanta Sports Hibernia s.à r.l. 124, boulevard de la Pétrusse L-2330 Luxembourg
Libido Jacquie et Michel (anc. Amatix) Beur FM TV (anc. Nickel TV)	Groupe 555 s.à r.l. 2, rue Pletzer L-8080 Bertrange
Hot Video	FGC s.à r.l. 2, rue Pletzer L-8080 Bertrange
Luxe TV (version internationale) Luxe TV (version Etats-Unis)	Opuntia s.a. 43, op Zaemer L-4959 Bascharage
N 1 (version serbe) N 1 (version slovène) N 1 (version monténégrine) N 1 (version macédonienne) N 1 (version croate) N 1 (version bosnienne)	Adria News s.à r.l. 16-18, rue de Strasbourg L-2560 Luxembourg
SportKlub 1 (version serbe) SportKlub 1 (version croate) SportKlub 1 (version slovène) SportKlub 2 SportKlub 3 (version serbe et croate) SportKlub 3 (version slovène) GolfKlub SportKlub HD LoR Cinematica	United Media s.à r.l. 16-18, rue de Strasbourg L-2560 Luxembourg

Mise à jour 31 décembre 2014

Annexe 10

Services de médias audiovisuels à la demande

Nom du service	Fournisseur de service
PostTV VOD	Post Télécom s.a. 1, rue Emile Bian L-2996 Luxembourg
iTunes	iTunes s.à r.l. 31-33, rue Ste-Zithe L-2763 Luxembourg
Netflix	Netflix 26, boulevard Royal L-2449 Luxembourg
Tango TV VOD	Tango s.a. Boîte postale 32 L-8005 Bertrange
Jook Video VOD	AB Entertainment s.a. 45, bd Frieden L- 1543 Luxembourg
www.vdio.com	Project WBS Luxembourg s.à r.l. 20, rue Eugène Ruppert L- 2453 Luxembourg
www.livejasmin.com http://community.oranum.com	DuoDecad ITS Luxembourg 44, avenue John F. Kennedy L- 1855 Luxembourg
Horse Lifestyle	Horse Lifestyle s.à r.l. 3, ZARE L-4384 Ehlerange

Mise à jour 31 décembre 2014

Annexe 11

Services relevant de la compétence du Luxembourg par l'utilisation d'une capacité satellitaire luxembourgeoise

Nom du service	Fournisseur de service
RTS Satelit	Radio-télévision de Serbie (Serbie)
VTV	Dobrovidenie (Biélorussie)
Kanal 2000 TV	Tomurcuk-Radyo Televizyon Yayincilik Ve Ticaret (Turquie)
Usak Egem TV	Egem TV (Turquie)
Kazakh TV	Khabar Agency (Kazakhstan)
Dogu TV	Alyanak Yayincilik (Turquie)
47 TV	Kanal 47 (Turquie)

Mise à jour 31 décembre 2014

Annexe 12

Législations nationale et européenne

1. Lois

- Loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques (texte coordonné du 9 septembre 2013)
- Loi du 27 août 2013 portant création de l'établissement public « Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel »
- Loi modifiée du 20 avril 2009 relative à l'accès aux représentations cinématographiques publiques (texte coordonné préparé par l'ALIA; version 2013)
- Texte coordonné du 30 avril 2010 de la loi du 8 juin 2004 sur la liberté d'expression dans les médias

2. Règlements grand-ducaux

- Règlement grand-ducal du 28 juillet 2014 établissant la liste des fréquences de radiodiffusion luxembourgeoises visée à l'article 4 de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques, modifié par le règlement grand-ducal du 25 mars 2015
- Règlement grand-ducal du 13 décembre 2013 portant fixation des indemnités revenant au président et aux membres du conseil d'administration ainsi qu'aux membres de l'assemblée consultative de l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel
- Règlement grand-ducal du 14 novembre 2008 fixant l'organisation du Service des médias et de l'audiovisuel créé par l'article 29 de la loi du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques

- Règlement grand-ducal du 5 avril 2001 fixant les règles applicables en matière de communications commerciales dans les services de médias audiovisuels (dernière modification : RGD du 17 décembre 2010)
- Règlement grand-ducal du 5 avril 2001 fixant les règles applicables en matière de promotion des œuvres européennes dans les services de médias audiovisuels (dernière modification : RGD du 17 décembre 2010)
- Règlement grand-ducal modifié du 17 mars 1993 déterminant les modalités d'attribution des permissions pour les services de télévision et de télétexte diffusé et services y assimilés, ainsi que les règles générales gouvernant ces permissions et les cahiers des charges qui leur sont assortis (dernière modification : RGD du 17 décembre 2010)
- Règlement grand-ducal du 17 mars 1993 fixant les modalités selon lesquelles le Gouvernement accorde les concessions pour services luxembourgeois par câble, ainsi que les règles générales gouvernant ces concessions et les cahiers de charges qui leur sont assortis (dernière modification : RGD du 17 décembre 2010)
- Règlement grand-ducal modifié du 21 janvier 1993 déterminant les modalités d'attribution des concessions pour les services radiodiffusés luxembourgeois à rayonnement international, ainsi que les règles générales gouvernant ces concessions et les cahiers des charges qui leur sont assortis (dernière modification : RGD du 17 décembre 2010)

- Règlement grand-ducal du 21 janvier 1993 fixant les modalités selon lesquelles le Gouvernement accorde les concessions pour les services luxembourgeois par satellite, ainsi que les règles générales gouvernant ces concessions et les cahiers des charges qui leur sont assortis (dernière modification : RGD du 17 décembre 2010)
- Règlement grand-ducal modifié du 15 octobre 1992 déterminant les modalités d'attribution des permissions pour les services de radio sonore à émetteur de haute puissance, ainsi que les règles générales gouvernant ces permissions et les cahiers des charges qui leur sont assortis (dernière modification : RGD du 17 décembre 2010)
- Règlement grand-ducal du 19 juin 1992 fixant les modalités de structure et de fonctionnement de l'établissement public créé par l'article 14 de la loi du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques - *radio 100,7*
- Règlement grand-ducal modifié du 13 février 1992 fixant les limites à imposer au volume des messages publicitaires pouvant être contenus dans les services de radio locale (dernière modification : RGD du 17 décembre 2010)
- Règlement grand-ducal du 17 décembre 1991 fixant l'organisation interne du Service information et presse créé par l'article 32 de la loi du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques
- Règlement grand-ducal du 7 novembre 1991 fixant la composition et les modalités de fonctionnement de la Commission consultative des médias de l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel, complété par l'arrêté ministériel du 19 décembre 2014
- Arrêté grand-ducal du 21 novembre 2014 fixant la liste des organisations représentées au sein de l'Assemblée consultative de l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel
- Arrêté grand-ducal du 19 mai 2014 portant nomination du directeur de l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel
- Arrêté grand-ducal du 17 janvier 2014 portant nomination du Conseil d'administration de l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel (ALIA)

4. Directives européennes

- Directive 2010/13/UE du Parlement européen et du Conseil du 10 mars 2010 « Services de médias audiovisuels »
- Directive 2001/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 22 mai 2001 sur l'harmonisation de certains éléments du droit d'auteur et des droits voisins dans la société de l'information
- Directive 2000/31/CE du Parlement européen et du Conseil du 8 juin 2000 relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur (« directive sur le commerce électronique »)

3. Arrêtés grand-ducaux et ministériels

- Arrêté ministériel du 4 décembre 2014 concernant la nomination des membres de l'Assemblée consultative

