

Le budget minimum des adolescents

PANIER MULTIMÉDIA

EN CHIFFRES

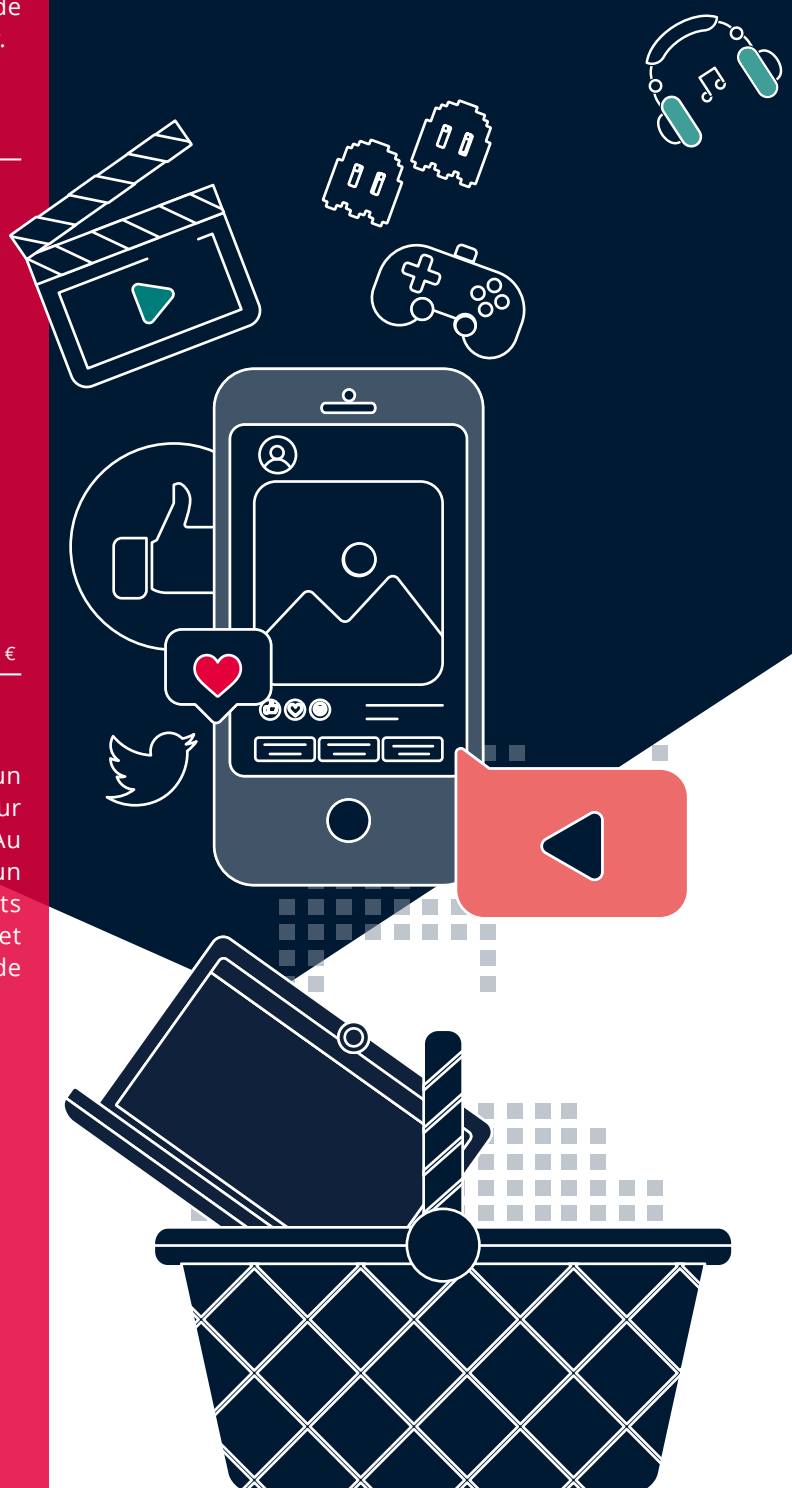
L'ensemble des coûts pour produits multimédias revient à 19.7 EUR par mois et par jeune, quel que soit son âge. Ce budget lui est directement attribué et lui permet de rester connecté avec ses amis, d'écouter de la musique, de travailler et également de se divertir.

GRAPHIQUE 1 LE BUDGET MULTIMÉDIA SE CHIFFRE À 19.7 EUR PAR MOIS

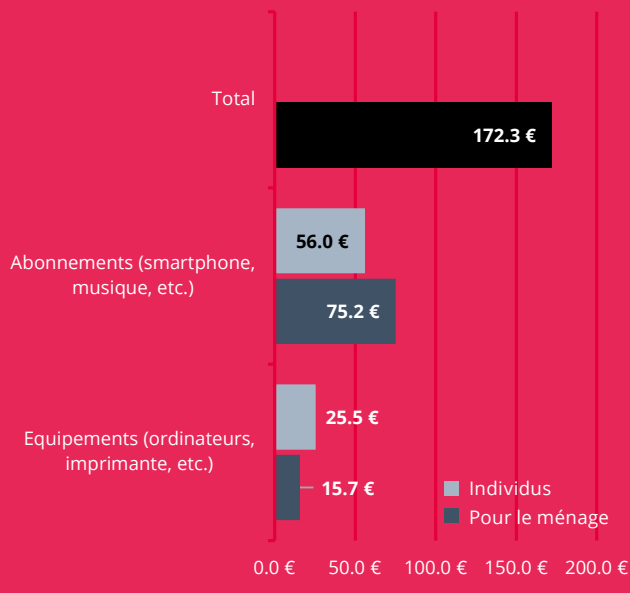


Source : STATEC

Au total, le panier multimédias représente un budget non négligeable de 172.3 EUR par mois pour la famille de deux adultes et deux adolescents. Au budget multimédias des jeunes s'ajoutent d'un côté les abonnements et équipements des parents pour le smartphone et de l'autre les produits et services partagés du ménage (Internet, services de streaming, etc.)



GRAPHIQUE 2 AU TOTAL, UN COUPLE AVEC DEUX JEUNES A BESOIN DE 172.3 EUR PAR MOIS POUR COUVRIR SES BESOINS EN ÉQUIPEMENT ET SERVICES MULTIMÉDIA



Source : STATEC

CONTENU

Les produits multimédias sont indispensables aujourd'hui. Que ce soit pour écouter de la musique, se détendre ou rester en contact avec ses amis, les articles que nous présentons sont importants dans la vie des jeunes de 15 à 18 ans. En effet,

« si l'accès à Internet est significatif, par l'intermédiaire de la possession de son propre ordinateur portable ou de son smartphone, c'est aussi parce que ces objets permettent de visualiser des films, d'écouter de la musique et regarder des « séries » qui sont souvent le matériel premier d'échange entre adolescents. »¹

Nous avons dès lors intégré un nombre de produits afin de permettre aux jeunes de vivre à l'air du temps avec un minimum de produits multimédias. Ce panier intègre les articles suivants pour les jeunes : un ordinateur portable pour chaque jeune, un smartphone avec un abonnement mensuel et un casque audio.

Au niveau du ménage, le contenu du panier a également changé par rapport au budget de référence d'origine (Franziskus, 2016). Ces changements sont dus à la fois à la présence des jeunes dans le ménage et aux changements sociétaux. À titre d'exemple, des services de streaming pour la musique et pour les films et séries sont désormais intégrés dans le budget du ménage, ce qui n'était pas le cas auparavant. Nous avons également complété ce panier par un abonnement Microsoft Office 365 Famille.

Produit	
	Smartphone
	Abonnement smartphone
	Ordinateur portable
	Casque audio
	Ordinateur portable
	Abonnement streaming musique
	Abonnement streaming vidéo
	Abonnement combiné Internet et téléphone fixe
	Licence Office
	Téléphone fixe
	Imprimante laser et toner
	Chaîne hifi

¹ Lachance, 2014 :168

SOURCES ET NOTES MÉTHODOLOGIQUES

La majorité des produits inclus dans ce panier a été l'objet de discussions lors de focus groups réalisés auprès de jeunes de 15 à 18 ans. Lors de ces rencontres, nous avons pu nous rendre compte de l'importance primordiale des produits multimédias pour les jeunes et du poids pris par ceux-ci dans leur vie quotidienne. Les focus groups ont confirmé la place du multimédia et son expansion constante. Nous avons donc pris en compte celle-ci, ce qui diffère des résultats obtenus en 2016 (Franziskus, 2016).

L'importance budgétaire prise par les produits multimédias reflète l'importance qu'ils ont pris dans la société au cours des années. En effet, le budget de référence de base (Franziskus, 2016) ne prévoyait pas encore de montant mensuel aussi élevé pour cette catégorie de produits. Néanmoins, en quelques années, la donne a changé. La méthodologie du budget de référence permet d'adapter les produits à la réalité sociétale et à son évolution, dans un sens comme dans un autre. Par ailleurs, nous avons retiré certains produits, moins présents dans les foyers qu'auparavant, comme par exemple le lecteur de DVD. Nous avons également basé notre sélection de produits sur les résultats de l'enquête [Budget des ménages](#), afin de vérifier la présence ou non de certains produits multimédias.

POUR ALLER PLUS LOIN

Sites Internet :

- gouvernement.lu
- web.ilr.lu
- [Etude des tarifs des services de telecommunications au Luxembourg 2019](#)

Articles scientifiques :

- Lachance Jocelyn, « Le rôle de la marque chez l'adolescent hypermoderne », [Revue du MAUSS 2014/2 \(n° 44\)](#), pages 159 à 172
- Airoidi Marie-Jo, « [Le comportement des Luxembourgeois face aux nouvelles technologies de l'information et de la communication depuis le début des années 60](#) », décembre 2012
- Frising Armande « [Regards sur l'utilisation des TIC par les particuliers](#) », janvier 2017

- Frising Armande, Regards n°12 « [Utilisation des technologies selon les générations](#) », juillet 2019
- Frising Armande, « [Les internautes résidents préoccupés par leur sécurité et protection en ligne](#) », juillet 2021

AINSI QUE LES PUBLICATIONS SCIENTIFIQUES SUIVANTES :

- Franziskus, A. (2016). [Quels besoins pour une vie décente?](#) Vers un budget de référence pour le Luxembourg. Luxembourg : STATEC.
- Franziskus, A. et Pirenne, E. (2020). [Économie et statistiques N° 115](#) : Les besoins fondamentaux des enfants de 0 à 6 ans : un budget de référence pour la petite enfance

[Lire le rapport intégral sur le budget minimum des jeunes](#)