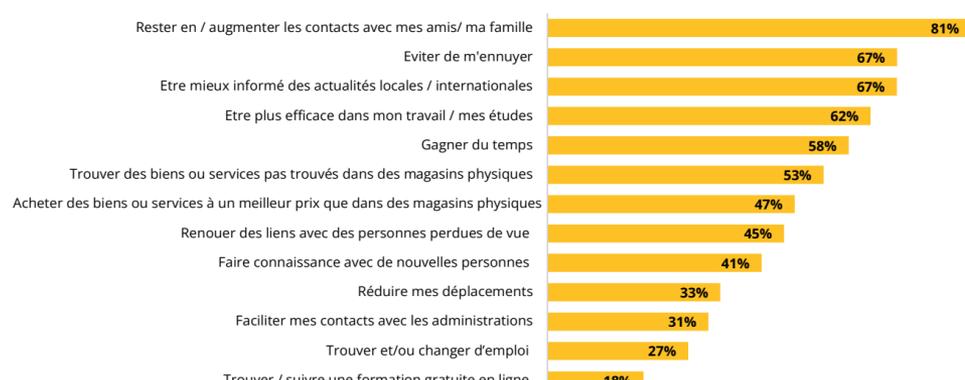


USAGES D'INTERNET CHEZ LES 16-24 ANS

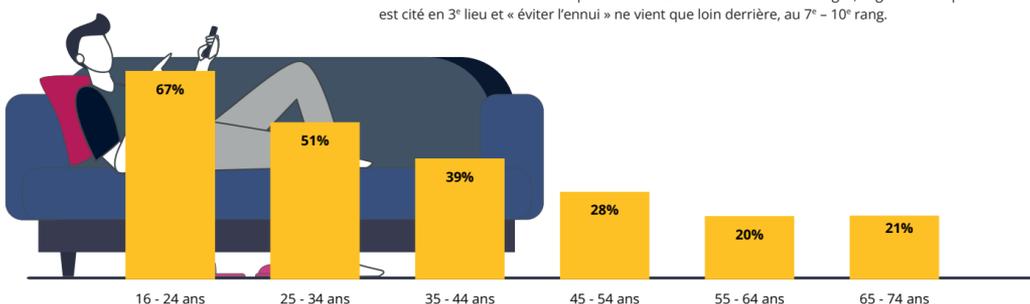
16-24 ans : Internet pour combattre l'ennui

En 2022, on a demandé aux enquêtés, quel(s) avantages ils retireraient de l'usage d'Internet. Chez les 16 - 24 ans, on retrouve, comme pour les autres classes d'âges, d'abord la possibilité qu'offre Internet de rester en contact ou d'augmenter le contact avec la famille ou les amis puis un meilleur suivi de l'information locale et internationale.



Eviter de m'ennuyer

Fait frappant : chez les jeunes on retrouve au 2^e rang, ex aequo avec la meilleure information, le combat contre l'ennui offert par Internet. Dans les autres classes d'âges, le gain de temps est cité en 3^e lieu et « éviter l'ennui » ne vient que loin derrière, au 7^e - 10^e rang.



L'activité modifie fortement les centres d'intérêt

La perception des avantages d'Internet varie fortement selon le statut du jeune. Ainsi, le contact avec les amis ou la famille n'apparaît même pas dans le top 5 des jeunes au chômage et « éviter l'ennui » est cité par 100% des jeunes chômeurs contre 68% de ceux en études et 64% de ceux en emploi.



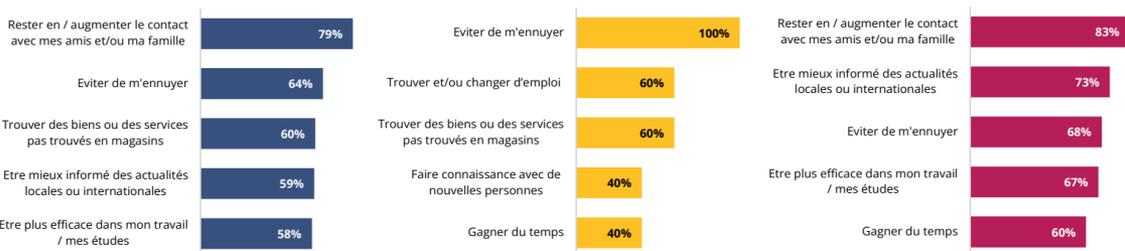
16 - 24 ans en emploi



16 - 24 ans au chômage

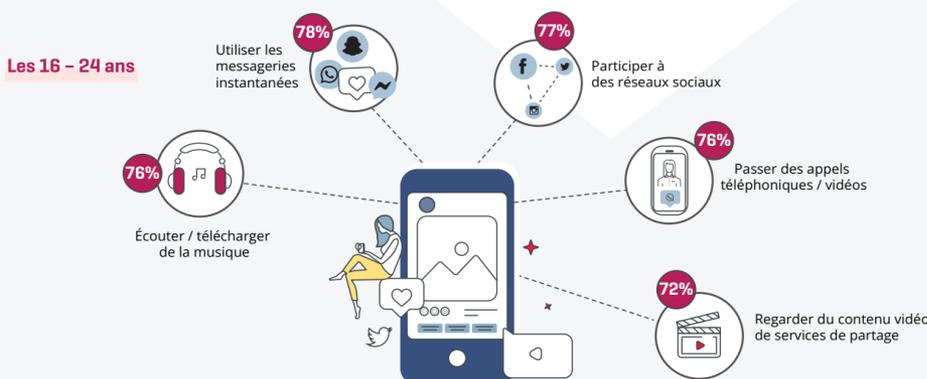


16 - 24 ans étudiants / élèves

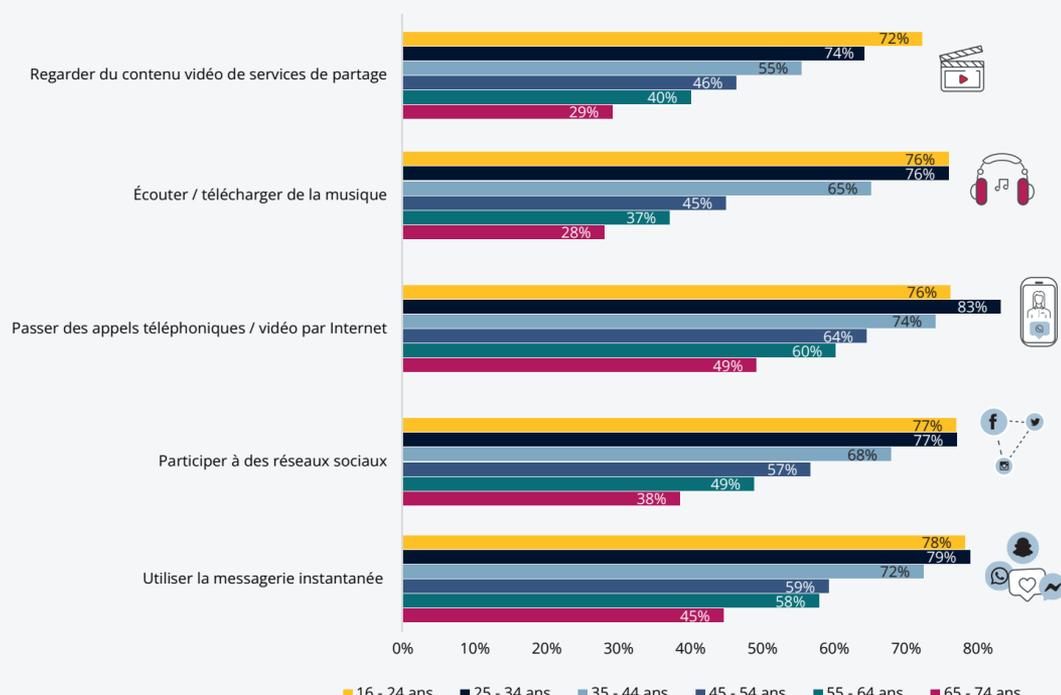


Les activités préférées des jeunes sur Internet

Les 5 activités de prédilection des jeunes sur Internet sont les messageries instantanées, les réseaux sociaux, les appels téléphoniques / vidéos en ligne, la musique et le contenu vidéo des services de partage type Youtube.

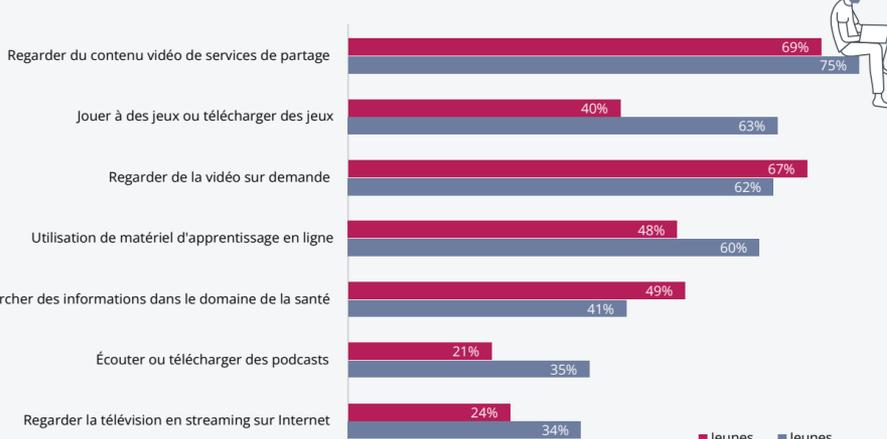


Ces activités préférées des jeunes diminuent fortement avec l'âge...



...et certaines varient nettement selon le genre

En effet, les jeunes hommes sont beaucoup plus nombreux à utiliser jouer en ligne ou à télécharger des jeux (63% contre 40%), à écouter ou télécharger des podcasts (35% contre 21%) à utiliser du matériel d'apprentissage en ligne (60% contre 48%) et à regarder la télé en streaming (34% contre 24%) que les jeunes femmes. Elles recherchent plus souvent des infos liées à la santé qu'eux (49% contre 41%).



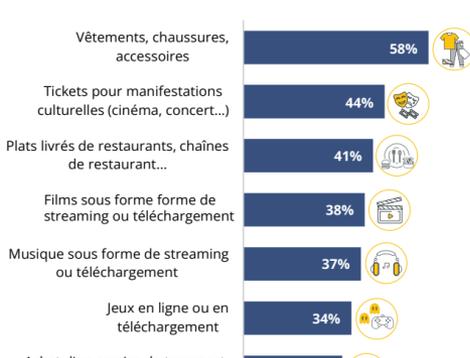
Les hommes sont un peu plus nombreux à regarder du contenu vidéo de partage type Youtube (75% contre 69%) que les femmes. Elles sont plus axées sur la « video on demand » type Netflix, Apple TV... qu'eux (67% contre 62%).

Le commerce électronique

70%

des jeunes achètent des biens et services en ligne

16- 24 ans : les biens et services de prédilection



Pour en savoir plus

Bureau de presse

+352 247-88455

press@statec.etat.lu

www.statistiques.lu

Cette publication a été réalisée par **Armande Frising**. Le STATEC tient à remercier tous les collaborateurs qui ont contribué à la réalisation de cette parution.

La reproduction totale ou partielle du présent bulletin d'information est autorisée à condition d'en citer la source. Source : STATEC, enquête TIC 2022