

MELTY S'ENGAGE EN 2025 : LUTTER CONTRE LA PRÉCARITÉ ÉTUDIANTE AUX CÔTÉS DE L'ASSOCIATION COPI



Alors que les difficultés des jeunes s'aggravent – 1 étudiant.e sur 2 affirme avoir déjà sauté un repas par manque d'argent* –, Melty place la précarité étudiante au cœur de sa mission éditoriale en 2025.

Porte-voix de la génération Z, **Melty lance un programme de sensibilisation et d'accompagnement sur les problématiques quotidiennes des étudiants** : logement, alimentation, accès aux soins ou encore isolement.

Avec près de **3 millions de visiteurs uniques par mois**** et une communauté de **7,3 millions d'abonnés sur ses réseaux sociaux**, Melty se mobilise pour informer, sensibiliser et accompagner les jeunes dans leurs difficultés.

Pour aller encore plus loin, **Melty s'associe à l'association Cop1**, acteur clé dans la lutte contre la précarité étudiante, afin de donner de la visibilité à leurs actions solidaires et de créer un élan d'engagement collectif.

Une mission éditoriale engagée : DIVERTIR, SENSIBILISER, ACCOMPAGNER

Tout au long de l'année, Melty mobilisera ses plateformes – site et réseaux sociaux – pour :

- **Mettre en lumière les défis des étudiants** à travers des reportages, décryptages et témoignages.
- **Diffuser des contenus pédagogiques** pour informer les jeunes des aides disponibles et des démarches à suivre.
- **Les accompagner** sur des sujets cruciaux comme le pouvoir d'achat, la gestion financière ou encore l'isolement social.

Un partenariat solidaire avec Cop1 pour agir ensemble

En collaboration avec Cop1, Melty propose chaque mois des formats exclusifs pour couvrir les temps forts de l'association :

- **Les distributions alimentaires et vestimentaires**, avec des reportages immersifs mettant en avant les témoignages de bénéficiaires et bénévoles.
- **Fest1**, des ateliers culinaires favorisant le lien social entre étudiants.
- **La Cop1ne**, un restaurant solidaire ouvert aux étudiants et au grand public.
- **Le Cop1 Festival**, un événement engagé qui met le sujet de la précarité étudiante au centre des festivités.



Interview d'Isabelle à découvrir :



Des contenus exclusifs pour mettre en lumière les actions de Cop1

Pour sensibiliser encore davantage à la précarité étudiante, Melty propose une série de contenus immersifs tout au long de l'année :

- Une **interview dans ses studios** avec un étudiant bénéficiaire de Cop1.
- Un reportage sur **le quotidien d'un étudiant bénéficiaire**, pour illustrer concrètement les enjeux de la précarité.
- Un format **Info/Intox** pour déconstruire les idées reçues autour de la précarité étudiante.
- Enfin, **une expérience immersive mettra en lumière l'engagement des bénévoles de Cop1, grâce à un créateur de contenu qui vivra une journée dans leur peau.**

Agir pour la jeunesse, aujourd'hui

« Un grand merci à Melty de nous donner l'opportunité de renforcer notre message de solidarité étudiante et de fédérer toujours plus de jeunes autour de nos actions vers un avenir plus solidaire. »
déclare **Benjamin FLOHIC**, Président de Cop1 Solidarités Étudiantes.

Pour **Claire SASSONIA**, Directrice Social Média : « *La précarité étudiante est un enjeu sociétal majeur qui ne peut plus être ignoré. En tant que média de référence pour les jeunes, Melty a une responsabilité : celle d'informer, d'éduquer et d'inspirer des solutions. Ce partenariat avec Cop1 incarne notre volonté d'aller au-delà des mots pour accompagner concrètement les étudiants en difficulté.* »

Avec ce partenariat, Melty affirme son rôle de média engagé, déterminé à offrir à la GenZ bien plus qu'un espace de divertissement : une voix, un soutien et des solutions.

*Source : Baromètre annuel Cop1 x IFOP sur la précarité étudiante

** MNR, décembre 2024

A propos de Reworld Media

Reworld Media est un groupe média international en développement sur deux marchés, BtoC et BtoB.

-Le marché BtoC par le déploiement d'offres de contenus, de services et de produits en affinité avec les centres d'intérêts des lecteurs, disponibles à l'abonnement et en vente à l'acte, auprès d'un bassin d'audiences captives de plus de 37 millions de français qu'il accompagne dans la digitalisation de leurs usages et modes de consommation.

-Le marché BtoB par la monétisation de ses propres audiences et l'accompagnement de ses clients dans la création et l'exécution de leur stratégie de communication et commerciale, grâce à la couverture de tous les leviers de la communication.

Le groupe a à son actif 81 marques médias multi-supports / multiformats (print, digital, vidéo, audio, TV, événements) génératrices d'audiences dans 12 univers thématiques (Maison & Travaux, Marie France, Grazia, Auto Plus, Science & Vie, Marmiton, Gourmand, Top Santé, Doctissimo, Télé Magazine, etc.). Il intègre aussi sa propre plateforme technologique à la performance (180 000 sites affiliés dans le monde). Fondé en 2012, Reworld Media réalise un chiffre d'affaires annuel de 549 M€ en 2023, est présent dans 14 pays et compte 1 388 collaborateurs.

A propos de Cop1 <https://cop1.fr/>

Cop1 est une association qui organise une aide par les pairs visant à lutter contre toutes les formes de précarités étudiantes en proposant notamment des distributions alimentaires gratuites et un accompagnement personnalisé à destination des jeunes partout en France.

Contacts

Sékolène de Saint Martin, Founder | PCE
sdestmartin@p-c-e.fr | 33 (0)6 16 40 90 73

Séverine Templet, Directrice communication | Reworld MediaConnect
stemplet@reworldmedia.com | 33 (0)6 50 46 37 31