



france•tv

S'ENGAGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS

JPO Mayotte la 1ère : Merci aux salariés, mais quelle image pour le public ?

Communication de façade, réalité ignorée.

La CFDT tient à féliciter la direction et l'ensemble des salariés pour leur participation et leur dévouement lors de cette Journée Portes Ouvertes.

Sans vous, rien n'aurait été possible.

À l'occasion de cette Journée, la Direction déploie une grande opération de communication institutionnelle. Stands décorés, discours, slogans vendeurs, photographes... tout est fait pour montrer un service public "moderne, dynamique et proche de la population". Une belle vitrine, images flatteuses, slogans institutionnels.

Mais derrière cette façade, la réalité est toute autre :

Cette Journée Portes Ouvertes aurait pu être l'occasion de montrer la force de notre service public, de marquer notre territoire, de donner une vraie visibilité à Mayotte La 1ère.

Mais soyons clairs : malgré l'implication de toutes et tous, cette journée a révélé un manque criant d'organisation et de vision.

Septembre 2025

Chaque année, on garde les objets de communication au fond d'un placard pour les ressortir périmés l'année suivante... Quelle image donnons-nous ? Et au passage... on peut se demander : **y a-t-il vraiment un budget communication ? Ou bien sert-il uniquement à faire de belles photos souvenirs ?**

C'est une occasion manquée : au lieu de susciter des vocations et de valoriser notre savoir-faire, **nous avons donné l'image d'une institution sans outils, sans préparation, sans vision.**

- Une communication réduite à quelques clichés souvenirs sur le salouva.
- Des visiteurs laissés sans attention particulière, sous un soleil de plomb, sans même un coin de rafraîchissement ni stand de gastronomie mahoraise même payant.

On répète les mêmes erreurs, ce n'est pas un accident isolé, et cela devient un réel problème structurel.

Prenons l'exemple du Salon du tourisme, le constat était identique : hormis un plateau pour la RADIO, la TV, le WEB et une régie, rien n'était pensé pour le public.



Aucune animation, aucun espace d'accueil, aucune valorisation de nos métiers. Résultat, au lieu de renforcer le lien avec la population et d'affirmer notre rôle de service public, **nous donnons l'image d'une institution fermée sur elle-même**, qui ne sait pas se montrer ni partager. Mais, comme trop souvent, que pouvons-nous leur offrir ? Quelques banderoles, deux ou trois panneaux... quand ils existent.

- Aucune carte de visite, plaquette de communication.
- Aucun livret de présentation de l'entreprise.
- Aucun souvenir pour marquer l'expérience de visite.
-

Pour que cela change :

Un véritable service public audiovisuel ne se construit pas avec des slogans, ni des publications WhatsApp, des photos à en devenir du spamming, mais avec :

- Une vitrine de l'entreprise digne et ambitieuse.
- Une communication au plus proche du public, qui valorise nos métiers et nos agents.
- Des outils concrets : livrets, supports, souvenirs, espaces d'accueil et de convivialité.

Septembre 2025

Mayotte la 1ère ne doit pas être qu'une vitrine.

Elle doit être un service public vivant, visible et proche de ses habitants.