



**Céline Mazza, Planneuse stratégique, Buzzman
Catégorie Direct**

Que retiens-tu de ta catégorie, de ton palmarès ? Une tendance ?

On a été, d'une certaine façon, traumatisés par les derniers mois. Il en ressort une sorte d'humilité, voire de sobriété dans les campagnes, avec beaucoup de justesse, d'empathie, de bienveillance.

La tendance de fond, c'est la présence de beaucoup de campagnes très engagées, soit parce qu'elles font de la prévention, qu'elles responsabilisent, ou encore qu'elles soutiennent des personnes vulnérables.

En tant que planneuse stratégique, j'ai été rassurée de voir que beaucoup de campagnes étaient construites autour d'un insight, toujours très people centric. Le métier de planeur a de beaux jours devant lui !

Notre véritable sujet de débat a été de déterminer si l'on était dans du direct ou pas. C'est le filtre que l'on s'est imposé. Le direct est la catégorie la plus difficile mais aussi la plus intéressante. Elle nous ramène à la base de notre métier. Car c'est l'interaction finale qui compte le plus, davantage même que le chemin. Comment réussit-on à emmener les gens dans une direction qu'ils n'avaient pas prévu de prendre.

Les débats ont permis de forger un avis général juste. A l'arrivée, la justesse de notre palmarès témoigne de la noblesse du prix.

On peut regretter une petite faiblesse sur le craft où, de manière générale, on aurait aimé que ça aille un cran plus loin.

Un conseil à donner aux jeunes ?

Ces journées de réunion de jury montrent à quel point, nous avons la chance d'être entourés au quotidien de personnalités créatives, inspirantes, talentueuses, et avec des points de vue. On travaille au quotidien avec des gens intéressants : c'est toute la beauté de ce métier.

Le conseil que je donnerais aux jeunes, c'est de ne pas fonctionner en silo, de s'intéresser à toute la chaîne, car on peut apporter de la valeur à tous les niveaux. C'est un métier que l'on peut bien faire si on a une vision et un engagement global.