

COVER STORY

MIL
**Più spazio alle idee
e al capitale umano**



Più spazio alle idee e al capitale umano

L'agenzia di comunicazione e incentive milanese allarga i propri confini, fisici e creativi, con uno staff più numeroso e giovane e due nuovi uffici in Corso Garibaldi: 600 metri quadrati al servizio dell'innovazione. Dove anche la tecnologia ricomincia dall' "human". Intervista all'imprenditrice Milena Mineo **di Giulia Broggi**



Milena Mineo, titolare dell'agenzia Mil

Siamo così abituati all'idea che la tecnologia sia parte integrante del nostro quotidiano, che, quasi quasi, rimaniamo stupiti di come certe cose continuino (per fortuna) a rimanere intraducibili nel digitale. È il caso, per esempio, del viaggiare. È vero che, anche in questo ambito, la tecnologia sta rivoluzionando un bel po' di cose, ampliando l'esperienza del viaggio attraverso nuovi sistemi di prenotazione, di fruizione di idee e di servizi e nuove modalità di condivisione... Ma è altrettanto vero che, per quanto smart possa essere, la tecnologia non potrà mai sostituirsi all'emozione, per esempio, di vivere di persona in Lap-

ponia lo spettacolo dei *revontulet* (letteralmente, "fuochi della volpe", il nome con cui gli antichi finlandesi chiamavano l'aurora boreale), o quella di trovarsi, di notte, nel deserto dei Gobi, nel cuore della Cina, l'ultima frontiera del pianeta, un'altra dimensione del viaggiare che evoca l'esperienza dei primi esploratori in nuovi mondi. O, ancora, quella di riscoprirsi catapultati al centro di una fiaba, nella "Terra di Mezzo" di J.R.R. Tolkien: l'incantevole Fiordo di Milfort in Nuova Zelanda, tra boschi, cascate, laghi e ghiacciai.

Tutte emozioni che nessun device artificiale potrà mai decodificare, né tanto meno restituire sotto forma di esperienze, e che sono ancora più fortemente partecipate se vissute in gruppo, dove l'energia complessiva è molto più di quella scaturita dalla somma degli individui riuniti.

Una verità, questa, che l'imprenditrice milanese Milena Mineo e la sua agenzia di comunicazione e incentive MIL conoscono molto bene e, sulla quale, hanno fondato la loro mission, nonché la loro vision.

«Credo che il viaggio, così come l'evento motivazionale, abbia bisogno sì di spazi creativi e di scenari unici in grado di emozionare, ma che sia la qualità dell'aggregazione del gruppo a fare da agente trasformatore dell'esperienza, conferendo all'incentive quel valore aggiunto capace di farsi ricordare nel tempo». Dice Milena Mineo, identificando quel valore aggiunto nell'human factor. Elemento che, nella sua agenzia, si declina in una modalità personalissima di realizzare incentive, assai più vicina al concept formativo del Gran Tour, piuttosto che a



Il team Mil sulla spiaggia di Mauritius

quello di una classica società di organizzazione eventi. «Ciò che rende viva, stimolante e mai uguale a se stessa la realtà di Mil è il passaggio continuo di know how professionale ed esperienziale tra di noi e i partecipanti dei nostri incentive ed eventi. Non c'è un viaggio uguale all'altro perché non c'è un gruppo uguale all'altro. Così come lo stesso luogo cambia e sorprende ogni volta se si è capaci di guardarlo e mostrarlo agli altri con occhi sempre nuovi. Sono convinta che il

futuro, più che con le tecnologie, lo si disegni con uno sguardo giovane».

E uno sguardo giovane è sicuramente quello Alex Mineo, il 24enne italofrancese, nipote di Milena, recentemente aggiuntosi allo staff di Mil con tante idee fresche e una forte competenza sui nuovi modi di fruire dell'experience travel maturata in aula ma, anche e soprattutto, sul campo, in giro per il mondo con zia Milena. «Zia è stato un mentor preziosissimo. Da lei ho imparato la professionalità

Milena Mineo in riunione negli uffici di via Garibaldi a Milano





Nella foto Alex Mineo, che da dicembre sarà il nuovo direttore dell'agenzia.

Sotto e nella pagina a fianco, alcuni momenti dell'incentive Mil a "Le Château de Bel Ombre" sull'isola di Mauritius

tà e l'approccio open mind, senza preconcetti, al mestiere: tante volte è facile confondere il vedere con il giudicare, mentre è solo quando si smette di giudicare che si è realmente in grado di vedere. Di mio ci ho messo, invece, oltre a una grande passione per i viaggi e per la conoscenza in generale, la capacità di in-

tercettare nuovi target, bisogni e linguaggi. Per la generazione 4.0 "vivere", "condividere" e "comunicare" sono in pratica un sinonimo, vanno in contemporanea», dice Alex che, da dicembre 2019, assumerà ufficialmente la direzione dell'agenzia, portando avanti il suo ruolo di trait d'union tra la vecchia e nuova era di Mil, alla continua ricerca di stimoli, risorse, sinergie e nuove tecnologie, ma puntando sempre sul capitale umano eccellente e sullo scambio interculturale e interprofessionale, il vero driver di ogni cambiamento. «In questo senso, le nuove tecnologie sono uno strumento utilissimo per favorire l'inclusione e l'interazione di alte professionalità», dice Alex, perfettamente d'accordo con Milena nel sostenere che è solo mettendo a sistema le menti eccellenti che si costruisce il futuro. Non a caso, tra gli obiettivi di Alex c'è quello di implementare sempre più joint venture strategiche, mentre Milena intensificherà le relazioni internazionali e studie-





rà nuovi prodotti, come è, dopotutto, iscritto nel suo dna professionale di trend setter del settore. D'altra parte, come diceva, il filosofo Hillman, quando si ha la fortuna (o la sfortuna, ma non è questo il caso) di trovare il proprio daimon, ovvero la propria vocazione, non si può fare altro che viverla fino in fondo.



“I sogni diventano luoghi”

«Le idee, per realizzarsi, hanno bisogno di spazio. In senso metaforico ma anche fisico. Motivo per cui l'agenzia Mil, dall'anno della sua fondazione (1999) ad oggi, non si è mai fermata, continuando a crescere in progetti, staff e in metri quadrati. Oggi, all'elegante e vivace sede di via Garibaldi 104 – hot spot trendy cittadino, punto di cerniera tra il quartiere degli artisti di Brera, la movida di Corso Como e la futuristica piazza Gae Aulenti – si aggiungono due nuovi uffici, come racconta l'imprenditrice milanese: «per noi lo spazio è importante. Va di pari passo con la creatività e ne deve rispecchiare le prerogative: deve essere ampio, luminoso, senza barriere, pieno di energia, e soprattutto fucina di ispirazione e innovazione. I due uffici accoglieranno nuove leve e nuove tecnologie. In tutto, saranno 600 metri quadrati al servizio delle idee», dice Milena Minea, che – vale la pena ricordarlo – grazie alla sua esperienza e alla sua innata curiosità per *l'inconnu*, non è solo anticipatrice di mood nel settore dei viaggi incentive e degli eventi, ma anche ispiratrice di nuovi format e modi di fare business. «Il modello premiante di impresa», conclude Milena Mineo «sarà sempre di più quello flessibile e circolare, basato su sinergie d'eccellenza, in grado, cioè, di favorire un continuo scambio tra alte professionalità, in un circuito virtuoso di collaborazione, dove, al centro, ci siano i valori di responsabilità individuale, valorizzazione della diversità e sostenibilità. Ragione per cui, oggi, MIL si propone sul mercato degli eventi sempre più come “aggregatore” di talenti e professionalità, piuttosto che come tradizionale agenzia, mettendo a network diversi professionisti del settore, in modo da garantire all'azienda una consulenza a 360 gradi di alto livello, nel massimo rispetto della trasparenza e della chiarezza».