

CRISI DI CREATIVITÀ? CI VUOLE UN VIAGGIO MOTIVAZIONALE



«Abbandoniamo scrivanie e pc e caliamoci nel tessuto produttivo delle piazze a più alto tasso di crescita, perché è solo dal confronto reciproco sul campo che nasce la voglia di innovare». Questa la ricetta di Milena Mineo, titolare dell'agenzia di incentive M.I.L, per superare l'impasse creativa in cui si trovano oggi molte (troppe) aziende italiane

Giulia Broggi

Mai come in questo momento si avverte il bisogno di ritrovare la spinta emotiva al cambiamento, alla crescita. La difficoltà economica che sta affliggendo una larga fetta del mondo occidentale – Eurozona in testa – non è che il riflesso di una più profonda crisi sistemica di pensiero e di valori che incide anche sulla creatività e

sulle capacità di mettersi in gioco. Cosa fare, allora, per superare lo stallo e innescare processi di trasformazione? «Bisogna innanzitutto uscire dal contesto abituale, dalla routine», esorta Milena Mineo, titolare dell'agenzia M.I.L (Marketing, Incentive, Leisure) «abbandonare per un po' scrivania e pc e partire alla scoperta di quei Paesi e di quelle realtà

aziendali "prodigio", dove il boom economico va di pari passi con il fermento creativo». E poi? «Lasciarsi ispirare», risponde l'imprenditrice milanese, «Non c'è niente in grado di aprire la mente come un viaggio in un altro Paese, a contatto con modelli di cultura e di business differenti: stare insieme, confrontarsi con le eccellenze e le menti creative di un

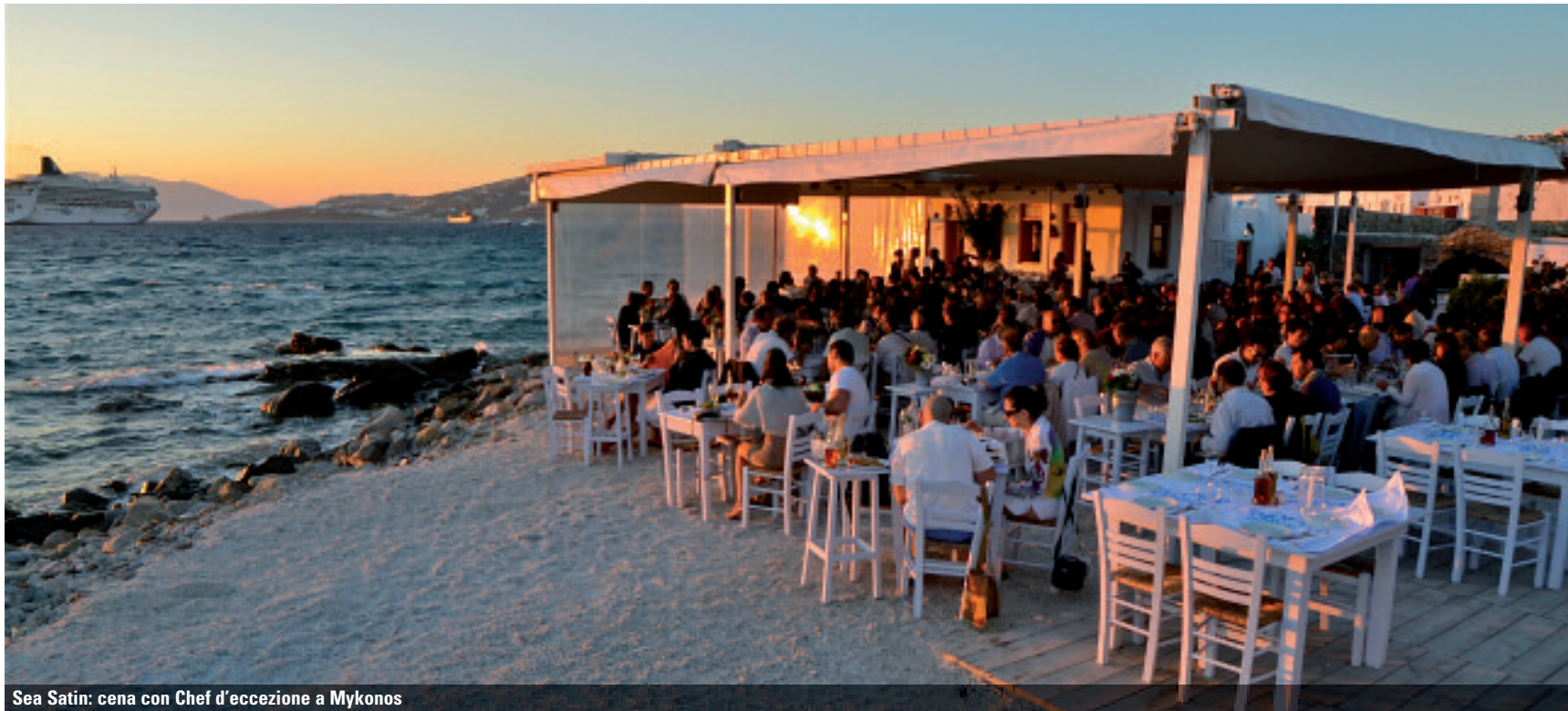
luogo, tutto questo allarga gli orizzonti e fa capire che la trasformazione è possibile». La ricetta dell'incentive motivazionale che l'imprenditrice milanese propone alle aziende è dunque questa: un viaggio di esplorazione, conoscenza e incontro, anche attraverso una full immersion nel tessuto produttivo delle nuove capitali economiche, da Shanghai, a New Delhi, a San Paolo, con la possibilità di incontrare vis à vis i protagonisti di case history aziendali di successo. «Lo stimolo creativo di un viaggio ripensato in questa chiave», spiega Milena Mineo, «consiste nel rendere proattivi i partecipanti che potranno calarsi nel dietro le quinte, per esempio, del made in China, o del made in Turchia, incontrando personaggi "virtuosi" nei più svariati



Shanghai... Una città da conoscere bene



Vue Bar: stupefacente vista a 360° su Shanghai



Sea Satin: cena con Chef d'eccezione a Mykonos

settori merceologici. Da un simile confronto ciascuno potrà uscire con una propria idea, forte e stimolante. Tutto questo, ovviamente, senza rinunciare alla parte ludica ed emozionale dell'incentive classico che resta fondamentale».

Il confronto sul campo vale, però, anche nell'altra direzione, ci tiene a precisare Milena Mineo: «anche i Paesi del Bric hanno molto da imparare dall'Italia. In fondo, si sa, il Pil non

è tutto. La qualità della vita non si misura solo in termini di produttività e competitività, ma anche in termini di cultura, arte, storia, natura e *last but not least* enogastronomia, in questo senso, credo di poter dire, che il nostro sia uno dei Paesi più ricchi del mondo, una miniera d'oro di ispirazione per tutti coloro che lo visitano».

In conclusione, alla domanda «qual è oggi il mix di comunicazione vincente per un'azien-

da?» Milena Mineo risponde: «l'evento geolocalizzato – inteso come strumento creativo sia di formazione che di marketing – senz'altro, non può mancare. Ma lo stimolo alla creatività, oltre che dalla esperienza internazionale, viene anche dalla multidisciplinarietà. Ciò significa che nelle nuove capitali economiche ci si dovrà confrontare con i modelli di business emergenti, ma anche con le espressioni culturali, artistiche,

scientifiche, i modelli aggregativi e di vita quotidiana. È d'obbligo, inoltre tenere conto del web 2.0, strumento dalle grandi potenzialità innovative: oggi tutti parlano di tutto con tutti, in ogni parte del mondo e il ruolo dei social media è imprescindibile. Ma per evitare il rischio "far west", bisogna imparare a mettere dei paletti e creare network internazionali sempre più mirati». Insomma, creatività sì, ma con rigore. ■



Tecnologia 3D per la presentazione al Keeclub di Shanghai



Gara di console per un'esclusiva serata al Paradisee



Set autentico per una serata in stile Miceno



Aperitivo all'esclusivo San Giorgio