

M.I.L.

MISSION. Mil nasce nel 1999 dalla volontà di costituire una realtà indipendente, snella ed efficace. Il team si compone del meglio delle professionalità, profili con connessioni profonde, capaci di riconoscere la pluralità senza dimenticare la propria identità. Mil fornisce gruppi di lavoro ad hoc per ogni evento, nel massimo della flessibilità, e garantisce ai clienti uno studio accurato degli obiettivi di comunicazione, la scelta del progetto giusto, nonché una costante supervisione della parte operativa, per raggiungere i risultati prefissati.

SERVIZI OFFERTI

Mil è in grado di gestire qualunque tipo di evento. Incentive dall'orientamento geografico destinato alla rete di vendita, ai dealer, ai giornalisti, ai promotori o dipendenti, al top management che sperimentano un 'altrove' fatto di idee e di paesaggi reali. Eventi dall'orientamento contenutistico tipico delle conferenze stampa, delle convention, dei roadshow, dei programmi dove il viaggio è inteso come trasferimento di valori e coinvolgimento emotivo. L'evento caratterizzato dal disorientamento emotivo, come la guerriglia e viral marketing, che gioca sullo stimolo inatteso in un luogo improbabile, quasi fossero istantanee di un viaggio che ognuno crea nella propria immaginazione oppure quello dall'orientamento interattivo dove i new media azzerano le barriere di spazio e tempo, trasformando il viaggiatore in navigatore e le emozioni in emoticon. Per alcuni clienti, Mil è un'agenzia di audit check nell'area di comunicazione interna, un consulente della gestione delle risorse umane e dell'ottimizzazione dei costi.

MODALITÀ DI REMUNERAZIONE

Mil propone il success fee come modo innovativo di veder riconosciuta la propria professionalità.

EVENTI PIÙ IMPORTANTI DEGLI ULTIMI 12 MESI

Lo sguardo di un'azienda è volto, oggi più che mai, al futuro e soprattutto ai Paesi del futuro, dove le aziende si geolocalizzano. La meta di un viaggio aziendale diventa sempre più strategica e gli incontri volti a conoscere dall'interno le dinamiche economiche locali. Ecco perché Mil ha scelto Shanghai, città in cui l'azienda ha già una



Milena Mineo, ceo



CHI SIAMO

M.I.L. Srl

Via Carducci, 12 - 20123 Milano
Tel. 02 8051822 Fax 02 72002547
info@m-i-l.it; www.m-i-l.it

APPARTENENZA AD ASSOCIAZIONI

Consulta degli Eventi di AssoComunicazione

NUMERI

Data di fondazione: 1999
Giro d'affari: 8.000.000 euro
Addetti: 8

MANAGEMENT

Milena Mineo, ceo, milena.mineo@m-i-l.it.

PRINCIPALI CLIENTI

EuBea 2006: , 3° premio Incentive (evento 'Premio Contest Gpf); **Bea italia 2011:** 3° posto eccellenza tecnica Miglior Regia (evento 'Azimut 3° Decennio-3° Dimensione')

sede, quale emblema di un Paese che si fa camaleonte per dominare il futuro, quale meta privilegiata per veicolare il messaggio aziendale, simbolo della necessità di predisporre al cambiamento. Per conoscere codici, meccanismi, dati di questo processo, in un noto club esclusivo, con accesso tramite membership, gli ospiti Mil, alla presenza del Console Italiano, hanno avuto la possibilità di incontrare la business community di Shanghai e creare networking. Lasciando il cuore economico cinese, prima di rientrare in Italia con nuove idee e progetti, qualche giorno a Phuket, la terra del sorriso, per liberare la mente e non dimenticare che i business più grandi nascono sempre da una stretta di mano.

CASE HISTORY

Cliente: Cisco

Evento: Cisco Partner Club

Tipologia: Convention.

Location: Palacongressi, Riccione

Data: 9-10 maggio 2012

Target: 700, tra management, principali sistemisti e commerciali Cisco e delle aziende partner.

Obiettivi: Riunire per la prima volta il 'Cisco Partner Club' raccogliendo i principali partner per dar vita a una matrice di valori d'ispirazione comune.

Idea creativa: realizzare una grande convention di carattere formativo e commerciale. Primo evento di una serie nato dall'idea di incontrarsi per comunicare strategie, scambiarsi 'best practice' e confrontare soluzioni volte a sviluppare quei valori positivi che proprio grazie al senso di community possono manifestarsi. L'attenzione all'ambiente è stata comunicata tramite la scelta di realizzare gli stand degli sponsor con materiale totalmente in carta riciclata ecocompatibile e dal design innovativo, mentre quella per il sociale attraverso una lotteria benefica a favore di Emergency e Peter Pan e la performance della Donation Bay Band, creata da alcuni dipendenti a scopo benefico. Durante la fase di ricevimento nel Palacongressi è stata utilizzata la tecnologia come strumento di diffusione di aromi e profumi per una più coinvolgente accoglienza degli ospiti. 'Preferisco Cisco' non è più solo uno slogan, ma un modo di essere del Cisco Partner Club.



In un Club esclusivo gli ospiti di Mil hanno incontrato la business community di Shanghai



Nel maggio 2012 Mil ha firmato una grande convention (Riccione, Palacongressi) che ha visto riuniti, per la prima volta, i rappresentanti del Cisco Partner Club

