



# 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 progetto, 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.

### TIPOLOGIE DI PRESTAZIONI

Mil è una struttura solida, stabile e capace di gestire qualunque tipo di viaggio. Quello **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. Quello dall'**orientamento contenutistico** tipico delle conferenze stampa, delle convention, dei roadshow, degli eventi dove il viaggio è inteso come trasferimento di valori, e coinvolgimento emotivo. Quello dal **disorientamento emotivo** come la **guerrilla e viral marketing** che gioca sullo stimolo inatteso in un luogo improbabile, quasi fossero istantanee di un viaggio che ognuno crea nella propria immaginazione. 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 è un'agenzia di **audit check** nell'area di **comunicazione interna**, un consulente della gestione delle risorse umane e dell'ottimizzazione dei costi.

### SETTORI MERCEOLOGICI DI SPECIALIZZAZIONE

Finanziario, assicurativo, immobiliare, centri media, tlc, bevande, elettronica, automobilistico, cosmesi e alta tecnologia.

### MODALITÀ DI REMUNERAZIONE

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

### EVENTI PIÙ IMPORTANTI DEGLI ULTIMI 12 MESI

Evento al 31° piano del nuovo Pirellone. Il cliente, un'azienda americana del settore tecnologia, tra i cui valori emerge la sostenibilità e la 'non diversità', si è rivolta a Mil per l'organizzazione del Partner Dinner annuale. Gli amministratori delegati delle aziende partner, destinatari dell'evento, sono stati accompagnati con auto elettriche e accolti da un gruppo di sei anziani dell'associazione Anteas, Associazione Nazionale Terza Età Attiva per la Solidarietà, che aggrega persone di diversa estrazione sociale e culturale che si rimettono in gioco per dare qualcosa di sé agli altri. Momento centrale della serata, un'asta di quadri fatti dai bambini di 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 di euro.  
Addetti: 8.

#### MANAGEMENT

Milena Mineo, ceo.

#### CONTATTI

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

#### PREMI/RICONOSCIMENTI

**EuBea 2006:** Evento 'Premio Contest Gpf', 3° premio Incentive.



Partner Dinner annuale al 31° piano del Pirellone (Milano)

onlus, a favore della onlus stessa. Cibo biologico così come il vino e buffet, degustazione di cioccolato equosolidale: per l'ascolto e l'accoglienza del diverso, perché il cibo ha un gusto diverso se si rispetta la terra e la mano che l'hanno prodotto. Gli allestimenti 'ecologici', come gli alberi di Natale e i sottopiatti realizzati, con materiale riciclato o di scarto, da una ditta che usa solo materiali ecocompatibili. Questa è la vera eleganza. Per l'ascolto e l'accoglienza del nuovo, anzi del rinnovato.

### CASE HISTORY

**Evento:** Contest - Evento motivazionale.

**Location:** Myanmar (Birmania).

**Obiettivi:** Trasmettere valori, recuperare la dimensione umana e l'attenzione verso gli altri, mantenendo altissimo il livello di spettacolarità.

**Idea creativa:** Short break di cinque notti. Un'azienda del settore petrolifero, particolarmente evoluta dal punto di vista tecnologico, delle risorse umane e orientata verso il 'green', ha rinnovato l'appuntamento del contest annuale scegliendo di organizzare un evento motivazionale in Birmania. Yangon, due notti nella capitale d'oro, emozionante sunset-cocktail con visita dell'imponente pagoda Shwedagon, il simbolo del Paese, interamente ricoperta d'oro. Una notte a Bagan per la cerimonia esclusiva che ha visto l'offerta del pasto ai monaci di un monastero da parte dei partecipanti. Una sfilata in perfetto silenzio di centinaia di monaci a piedi nudi nelle loro tuniche rosse, con la ciotola per ricevere il riso. Un'esperienza autentica, per vivere in prima persona lo spirito religioso buddhista della Birmania, attraverso uno dei riti più simbolici della sua gente. Cena al Tempio, chiuso in esclusiva per l'azienda. L'evento si è concluso con due notti nell'incontaminata Ngwe Saung. Un evento motivazionale che può avere anche un risvolto sostenibile: fare 'turismo consapevole' in Myanmar oggi è meno difficile che in passato perché sono aumentate le strutture e i mezzi di trasporto indipendenti, non collegati al governo.



Contest - Evento motivazionale organizzato in Myanmar (Birmania)