

# MASTER MEETING®

Communication Agency Int. srl • Anno XIV - N. 1/2008  
Sped. in A.P. 45% Art. 2 comma 20  
Lett. B Legge 23/12/96 N. 662 - Filiale di Milano  
In caso di mancato receipto inviare all'ufficio  
di Milano CMP Roserio, debitore  
del conto per la restituzione al mittente che si impegna  
a pagare la relativa tassa  
Prezzo di copertina € 2,00



**Vincenzo De Luca**  
SINDACO DI SALERNO  
LA NUOVA SALERNO



**Pietro Giuliani**  
AZIMUT  
AZIONI SÌ.  
MA CON PRUDENZA



**Giorgio Novaro**  
IMPRENDITORE  
SENZA PELI SULLA LINGUA



**Nicola Micena**  
MAZZARÒ SEA PALACE  
CHARME A CINQUE STELLE A TAORMINA



**MILENA MINEO**  
MIL

## Il rischio è il mio piacere

**NUOVE TENDENZE**  
PRIGIONI A CINQUE STELLE  
IL MEETING SPOSA L'ECO

**BUSINESS EMERGENTI**  
DIGITAL MOBILE ENTERTAINMENT  
WINE EDUCATOR

**VIAGGI**  
LE LOCALITÀ SCIISTICHE  
PIÙ ESCLUSIVE D'EUROPA



# Il rischio è il mio piacere

Trend setter dei nuovi scenari della comunicazione, **Milena Mineo** ama esplorare territori vergini e rompere gli schemi, sfidando l'establishment. Con la sua agenzia Mil, ieri inventava la formula incentive del long weekend in destinazioni esotiche. E oggi scommette tutto sul digitale. Portando l'ultratecnologia dei concerti rock in convention.

Manuela Mancini

**B**ella, elegante e di charme. Milena Mineo è una vera signora della comunicazione. Sa come fare sentire un interlocutore a proprio agio e conquista subito con la sua dote innata: la simpatia, a cui si aggiungono un'intelligenza non comune e un particolare istinto nell'indovinare, prima di altri, ciò che avrà successo. Nata a Varese quarantasei anni fa, sotto il segno della Bilancia, Milena si definisce una curiosa del mondo che non ha paura di rischiare, a patto però che, vicino a lei, ci siano affetti sinceri su cui contare. «Quando nove anni fa decisi di creare Mil», racconta, «ero giunta a un turning point della mia vita: dovevo scegliere se continuare a lavorare per gli altri o provare il grande salto e trasformare il mio mestiere in un'impresa. Alla fine mi sono buttata, grazie anche alla spinta del mio compagno Pietro, uomo di grande valore e buon senso. Ricordo che, un giorno, alle mie incertezze, lui reagì con la domanda "qual è la cosa più terribile che ti potrebbe succedere?" "Fallire" risposi. "Ecco, questa è la cosa peggiore che ti può accadere" disse. E, in quel momento presi la mia decisione».

Oggi Milena guida il suo staff - composto da 10 giovani collaboratori entusiasti e straordinariamente coesi - verso traguardi sempre nuovi. La sua è una professionalità consolidata nel settore dell'organizzazione degli eventi e viaggi di alta gamma e un punto di riferimento per le aziende che desiderano dare alla propria comunicazione un valore aggiunto in termini di creatività e innovazione.

L'abbiamo incontrata nella sede di Mil, in via Carducci 12 a Milano. Un ufficio solare, con le pareti gialle e il parquet in legno chiaro, che riflette il suo gusto per l'allegria e per il bello.



**Rispetto agli anni Novanta, c'è stata un'evoluzione, in termini di esigenze, nel modo di proporre e realizzare un evento?**

«C'è stato un cambio generazionale. Le persone che lavoravano ieri in azienda erano talvolta meno preparate culturalmente, ma più decise sugli obiettivi da raggiungere. Oggi i giovani, invece, hanno lauree e fior di specializzazioni, conoscono le lingue, guardano al contesto internazionale, parlano web, ma sono anche più confusi, disorientati dall'eccesso di comunicazione e informazione: sanno, per esempio, che una buona comunicazione non può prescindere dal digitale, ma non sempre sono in grado di sfruttare adeguatamente questo mezzo per avere successo».

**E qui entrate in campo voi...**

«Ci proviamo, con proposte studiate rigorosamente su misura che abbinino a format classici elementi innovativi».

**Un esempio?**

«Per promuovere un viaggio non ci limitiamo a inviare il programma dettagliato. Diamo anche tutta una serie di opzioni multimediali interattive, per esempio con link a portali e video che consentono di pregustare in anteprima l'emozione del viaggio vistandone virtualmente i luoghi e le attrattive. Sono convinta che il futuro della comunicazione guardi in questa direzione».

**Non pensa che anche il digitale** ▷

**Brasile. Milena Mineo sorridente e rilassata a Trancoso**



Sopra, Brasile. La natura incontaminata di Trancoso. A destra, Milena Mineo e lo staff di MIL al Blue Note di Milano



**potrebbe trasformarsi in uno sboom come è accaduto per le Dot com?**

«No, perché allora c'era un atteggiamento di esagerato entusiasmo che nasceva anche dalla curiosità per un mondo totalmente nuovo, affascinante di cui, però, non si sapeva ancora molto. Oggi, invece, c'è una maggiore conoscenza e consapevolezza del mezzo e quindi un approccio più cauto e realistico verso le opportunità offerte dalle nuove tecnologie. Io credo che tra una decina di anni, al massimo, il digitale sarà il business prioritario. E, nel nostro campo, vogliamo essere tra i primi».

**Il vostro è un mercato gremito e fortemente concorrenziale, dove è facile perdere la bussola. Come si riconosce un vero professionista?**

«Un bravo professionista chiede innanzitutto all'azienda qual è il suo obiettivo reale. Dopodiché si focalizza su quest'ultimo, cercando gli strumenti più idonei a raggiungerlo, garantisce sempre la massima trasparenza, informando il cliente dei professionisti che coopereranno al progetto, e fornisce un piano di lavoro dettagliato con dead line precise. Il cliente deve avere una visione chiara e corretta di come viene gestito il lavoro in ogni sua fase».

**Mil propone progetti all'avanguardia: siete stati tra i primi a sbarcare su Second life...**

«Sì ma non solo. A gennaio abbia-

mo osato qualcosa che nel settore non era mai stato fatto prima. Il cliente era una nota azienda del settore finanziario che ci aveva chiesto di organizzare la convention di inizio anno. In realtà era abituata a un format estremamente classico, ma noi le abbiamo proposto di rompere gli schemi utilizzando, tra l'altro, una tecnologia giapponese nuovissima, finora usata solo nei megaconcerti: l'*i masb*, in pratica un sistema di schermi 3D in grado di aumentare la luminosità del 30%, su cui, durante l'evento, abbiamo riprodotto loghi, messaggi e filmati dell'azienda con effetti spettacolari da lasciare tutti senza parole.

**Qual è l'evento che le ha dato più soddisfazione?**

«Un incentive safari in Sud Africa destinato ai top manager del settore informatico. Il cliente temeva che nessuno avrebbe mai accettato di intraprendere un viaggio così impegnativo in tre giorni. Abbiamo sudato le sette proverbiali camicie per convincerlo della validità della nostra idea ma alla fine ci siamo riusciti. E indovini? Sono venuti tutti! Il programma prevedeva l'arrivo a Johannesburg, il trasferimento in un lodge extra lusso immerso nella natura selvaggia e una visita a una miniera di diamanti e alle attrattive più interessanti della zona. Al viaggio era abbinata anche un'asta di oggetti di artigianato locale il cui ricavato è stato destinato alla costruzione di un orfanotrofio per i bambini malati di Aids».

**L'evento da dimenticare?**

«Un viaggio in Giamaica dove è successo di tutto: un cliente è stato rapinato, un altro si è sentito male, e il pullman si è rotto a metà strada».



**Quello che avrebbe voluto organizzare?**

«Le Olimpiadi di Torino».

**Cosa non bisogna mai sottovalutare quando si organizza un evento?**

«La gestione logistica e la tempistica: quando c'è anche solo un tempo morto, l'evento è fallito».

**Ci sono delle città che lei ritiene più all'avanguardia di altre per idee e creatività?**

«Sì, New York, Hong Kong, Las Vegas e Londra. In queste città ho visto artisti fantastici realizzare idee originali e di grande effetto. Io stessa se dovessi trovare un intrattenitore per una convention ad alto tasso di spettacolarità lo cercherei lì, e non certo a Zelig».

**Ci racconti di lei...**

«Sono nata a Varese il 15 ottobre del 1961, vivo con Pietro, non ho figli, ma un nipote che adoro».

**Si riconosce nel suo segno zodiacale, la bilancia?**

«Per certi aspetti sì».

**La qualità positiva del suo segno che le appartiene?**

«Il senso estetico e della giustizia».

**E il difetto?**

«L'indecisione. Non vorrei mai dispiacere nessuno».

**Cosa le piace fare quando non lavora?**

«Stare in mezzo alla natura e dedicarmi ai miei sport preferiti: bicicletta e windsurf».

**Il momento più bello della giornata?**

«Quando mi sveglio e quando torno a casa, la sera».

**Da dove prende ispirazione per il suo lavoro?**

«Ovunque. Sono per natura curiosa di tutto».

**A cosa non rinuncierebbe mai?**

«Agli affetti».

**C'è qualcuno che fa la sua stessa professione che stima in modo particolare?**

«Stefano Coffa di K Events».

**L'aspetto più gradevole del suo lavoro?**

«La possibilità di conoscere tante persone diverse e il forte stimolo creativo».

**E quello meno gradevole?**

«Quando un cliente pensa che quello che gli sto proponendo faccia guadagnare me e non lui. A volte il mio entusiasmo nello spingere un progetto in cui credo fortemente viene frainteso e questo mi dispiace moltissimo».

**Le è mai capitato di dover dire di no?**

«Sì, quando mi è stata proposta un'idea che non ero sicura di poter realizzare al meglio».

**Un suo pregio e un suo difetto...**

«Saper ascoltare. E l'irruenza, a volte perdo le staffe, anche se poi mi pento subito...».

**Il sogno nel cassetto?**

«Potermi dedicare di più agli altri, in particolare alle persone meno fortunate».

**Tra dieci anni dove si immagina?**

«In Brasile, su una spiaggia di Trancoso. Ma non lo dica al mio compagno, non me lo perdonerebbe. Lui adora l'Italia».

Alcune mete degli incentivi safari organizzati da MIL. A sin. Vietnam. Il parco marino delle Isole Cham. A destra, Sud Africa. Lodge nel Kruger National Park