

## **L'apprendistato di ricerca parte... dall'ABC!**

Al via la prima esperienza di apprendistato di ricerca a Milano: protagonisti ABC Production e Università Cattolica.

Segno del destino o semplice casualità, è davvero singolare che la prima esperienza di apprendistato di ricerca dell'area milanese veda come azienda promotrice la ABC Production.

Quelle prime tre lettere dell'alfabeto nella sua ragione sociale fanno sperare che saranno numerose le aziende interessate a utilizzare uno strumento – che Assolombarda ha promosso per favorire l'inserimento dei giovani di talento in azienda – in grado di contribuire all'ingresso delle ultime generazioni nel mercato del lavoro e a favorirne la crescita occupazionale.

### **Una *partnership* efficace**

Tutto parte dalla volontà di ABC Production, agenzia leader nel settore della produzione pubblicitaria associata ad Assolombarda, di promuovere un progetto di ricerca, su richiesta e in collaborazione con un proprio cliente, in tema di comunicazione commerciale con contenuti finanziari.

Individuata la risorsa su cui puntare per realizzarlo, restava da scegliere la modalità di inserimento nel contesto lavorativo: grazie al supporto dell'associazione e alla volontà di mettere a frutto il *know how* dell'Università Cattolica in questo campo, si sono create le condizioni per dare vita, 'nero su bianco', alla prima esperienza di apprendistato di ricerca a Milano.

### **Ricerca a misura d'impresa**

Dalla sinergia tra impresa, associazione e università è scaturito un contratto di 24 mesi, con un impegno formativo di 300 ore nell'arco dei due anni che si svolgerà in parte in ambito accademico (con corsi, workshop e moduli di Master) e in parte *on the job*, valorizzando il lavoro in azienda a fianco dei professionisti già esperti.

La ricerca in questione riguarda la comunicazione finanziaria: l'apprendista si dedicherà allo *scouting* e all'analisi delle *best practice* internazionali, con l'obiettivo – tenendo conto della normativa italiana di tutela del consumatore – di identificare interventi e modalità in grado di rendere più originale la pubblicità di un comparto ancora caratterizzato da un'immagine piuttosto tradizionale.

«È importante che oggi il settore pubblicitario trovi nuova linfa a partire proprio da studi e ricerche», ha sottolineato Paolo Necchi, amministratore delegato di ABC e membro del Consiglio del Gruppo Merceologico Comunicazione d'Impresa di Assolombarda.

«L'ambito pubblicitario ha bisogno di ritrovare non solo eccellenze creative, ma anche giovani preparati sui contesti normativi, gestionali e produttivi che sono parte essenziale delle attività di comunicazione di successo. E la formula dell'apprendistato di ricerca», ha sottolineato Necchi, «è un modello ottimale che permette ai giovani di conciliare studi e approfondimenti teorici con la conoscenza dei flussi di lavoro e delle competenze operative necessarie; soprattutto nel campo finanziario, caratterizzato da un complesso ambito normativo».

### **Assolombarda, 'ponte' tra università e impresa**

Nella partita dell'apprendistato di ricerca, Assolombarda è scesa in campo molto prima dell'esperienza di ABC Production ed è, di fatto, tra i soggetti che l'hanno resa possibile, grazie

a un'intesa con le organizzazioni sindacali per disciplinare il quadro normativo e retributivo del contratto (il primo accordo sottoscritto a livello territoriale in materia) e al dialogo costante con il mondo accademico per stimolare una dimensione della ricerca più applicativa e più mirata al contesto produttivo.

La sinergia tra mondo accademico e sistema delle imprese, tra l'altro, è uno dei punti qualificanti del piano strategico dell'associazione, «Far volare Milano», che assegna all'innovazione e alla ricerca un ruolo chiave.

Le premesse, quindi, ci sono tutte. E a livello milanese ci sono le condizioni – come testimonia l'esperienza condivisa da ABC Production e Università Cattolica – perché le imprese possano attivare con successo questa nuova tipologia di apprendistato: una formula interessante proprio perché assolutamente flessibile rispetto ai contenuti e alle modalità della formazione, da concordare caso per caso tra azienda e ateneo.