INDICE-SOMMARIO

Prefazione di Michele Tiraboschi

Introduzione

La fidelizzazione dei lavoratori: inquadramento del problema e piano della ricerca

di Marco Biagi e Alberto Russo

1. Impostazione del problema
2. La «fidelizzazione» dei lavoratori: inquadramento del fenomeno e individuazione degli istituti giuslavoristici interessati dalla problematica
3. Piano di indagine

Capitolo I

Incentivi economici e strumenti normativi della fidelizzazione

Sezione I. *Incentivi economici*

1. Giusta retribuzione e superminimi
2. I *fringe benefits*: imponibilità fiscale e previdenziale
3. La retribuzione flessibile o incentivante
   3.1. Dalla retribuzione fissa alla retribuzione variabile
   3.2. Le forme di retribuzione variabile: il quadro generale
   3.3. Il premio di risultato tra flessibilità e partecipazione
      3.3.1 I modelli di retribuzione variabile correlati a indici di produttività
      3.3.2. I modelli di retribuzione variabile collegati a indici di redditività: strumento di suddivisione del rischio o strumento di partecipazione?
      3.3.3. I modelli di retribuzione variabile di natura espressamente partecipativa
      3.3.4. I modelli di retribuzione variabile in un approccio di tipo integrato
      3.3.5. I modelli di remunerazione variabile nella prospettiva della fidelizzazione
   3.4. La retribuzione variabile nella disciplina contrattuale e

legislativa
4. Le forme di partecipazione finanziaria dei lavoratori: definizione della fattispecie
4.1. La partecipazione finanziaria nella legislazione italiana
4.2. La partecipazione azionaria nella normativa UE

Sezione II. *Strumenti normativi della fidelizzazione*

1. Clausole di durata minima e di stabilità: definizione della fattispecie
1.1. Caratteristiche e limiti di ammissibilità della clausola di durata minima
1.2. Aspetti formali
1.3. Recesso anticipato dal contratto con clausole di stabilità
2. Ampliamento del periodo di preavviso: considerazioni introduttive
2.1. La disciplina legale delle dimissioni: l'obbligo di preavviso
2.2. La regolamentazione del preavviso nella contrattazione collettiva
2.3. Clausole di prolungamento del periodo di preavviso
3. Il "nuovo" lavoro a termine: da strumento di precarietà a possibile strumento di stabilità della forza lavoro?
3.1. Contratto a termine e clausola di durata minima garantita: le differenze funzionali in tema di strategia della fidelizzazione del personale

Capitolo II

Gli strumenti "difensivi"

Sezione I: *Aspetti generali*

1. La disciplina, legale e contrattuale, della concorrenza tra libertà del lavoro e tutela dell'organizzazione dell'impresa

Sezione II: *Lo storno di dipendenti*

1. Definizione e inquadramento della fattispecie
1.1. Le teorie oggettivistiche
1.2. Le teorie finalistiche
1.3. Profili sanzionatori e orientamenti giurisprudenziali

Sezione III: *Il patto di non concorrenza*

1. La clausola di non concorrenza: strumento di fidelizzazione del lavoratore?
2. Il momento di stipulazione del patto
3. Il diritto di opzione e diritto di recesso nel patto di non concorrenza
4. Requisiti formali: necessità dell'atto scritto
5. I limiti di oggetto
6. *Segue:* i limiti territoriali
7. Onerosità del patto di non concorrenza

8. I limiti temporali
9. Le conseguenze della violazione al patto di non concorrenza
9.1. Il giudice competente
9.2. Il risarcimento del danno
9.3. L'inibitoria giudiziale
10. Applicabilità del patto di non concorrenza ai lavoratori autonomi
10.1 *Segue*: l'obbligo di non concorrenza per i lavoratori a progetto
10.2. *Segue*: la disciplina del patto di non concorrenza per agenti e promotori finanziari

Capitolo III

Gli strumenti "promozionali"

Sezione I: *Il ruolo dell'organizzazione nella strategia della fidelizzazione*

1. Considerazioni introduttive
2. Il clima aziendale: profili definitori e quadro di indagine
3. L'organizzazione aziendale quale strumento di prevenzione del *mobbing*
4. Le iniziative sulla *corporate social responsibility*
4.1. *Segue*: le iniziative sulla RSI in Italia
5. Organizzazione del lavoro e tutela delle competenze: una prospettiva di analisi giuridica
6. La mobilità orizzontale
7. La mobilità verticale
8. La formazione professionale: in particolare il ruolo degli enti bilaterali
9. I sistemi di comunicazione
10. *Segue*: I modelli di comunicazione tra partecipazione istituzionale e ruolo del sindacato

Sezione II: *Profili evolutivi delle strategie promozionali di fidelizzazione del personale alla luce della riforma Biagi del mercato del lavoro*

1. Le prospettive in tema di fidelizzazione del personale aperte con la riforma Biagi del mercato del lavoro: una strategia di valorizzazione della persona
2. *Segue:* una proposta di lettura del decreto legislativo 10 settembre 2003, n. 276, nell'ottica delle tecniche di fidelizzazione del personale
3. Qualità del lavoro e fidelizzazione: considerazioni conclusive in una ottica di analisi unitaria