ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΟΝΤΑΙ ΟΙ ΜΙΣΘΟΛΟΓΙΚΕΣ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ

Ε.Ε: Ίσος μισθός σε άνδρες και γυναίκες

Λίγες ημέρες πριν από τη διεθνή **Ημέρα της Γυναίκας,** που γιορτάζεται σήμερα, 8 Μαρτίου, η **Ευρωπαϊκή Επιτροπή** έκανε ένα σημαντικό βήμα προς την κατεύθυνση της υπεράσπισης της διαφορετικότητας και την κατάργηση κάθε είδους διακρίσεων και υπέβαλε πρόταση σχετικά με τη μισθολογική διαφάνεια, ώστε να εξασφαλιστεί ότι οι γυναίκες και οι άνδρες στην Ε.Ε. λαμβάνουν ίση αμοιβή για όμοια εργασία. Πρόκειται για πρόταση που έθεσε ως πολιτική προτεραιότητα η Ούρσουλα φον ντερ Λάιεν, πρόεδρος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, και προβλέπει μέτρα μισθολογικής διαφάνειας, όπως η πληροφόρηση των ατόμων που αναζητούν εργασία σχετικά με τις αμοιβές, το δικαίωμα πληροφόρησης σχετικά με τα επίπεδα αμοιβών για εργαζομένους που εκτελούν όμοια εργασία, καθώς και οι υποχρεώσεις των μεγάλων εταιρειών να υποβάλλουν στοιχεία σχετικά με το μισθολογικό χάσμα μεταξύ των φύλων. Η πρόταση ενισχύει, επίσης, τα μέσα που έχουν στη διάθεσή τους οι εργαζόμενοι, ώστε να διεκδικούν τα δικαιώματά τους και διευκολύνει την πρόσβαση στη δικαιοσύνη. Οι εργοδότες δεν θα έχουν τη δυνατότητα να ζητούν από τα άτομα που αναζητούν εργασία το μισθολογικό ιστορικό τους και θα πρέπει να παρέχουν ανωνυμοποιημένα μισθολογικά δεδομένα κατόπιν αιτήματος των εργαζομένων. Οι εργαζόμενοι θα έχουν επίσης το δικαίωμα αποζημίωσης για μισθολογικές διακρίσεις.

Νέα μέτρα που λαμβάνουν υπόψη τις επιπτώσεις από την πανδημία Covid-19, τόσο στους εργοδότες όσο και στις γυναίκες, που επλήγησαν σοβαρά, θα ενισχύσουν την ευαισθητοποίηση σχετικά με τους όρους αμοιβής εντός μιας εταιρείας και θα θέσουν στη διάθεση των εργοδοτών και των εργαζομένων περισσότερα εργαλεία, ούτως ώστε να αντιμετωπιστούν οι μισθολογικές διακρίσεις στο χώρο εργασίας. Έτσι, θα αντιμετωπιστεί μια σειρά από σοβαρούς παράγοντες που συμβάλλουν στο υφιστάμενο μισθολογικό χάσμα και έχουν ιδιαίτερη σημασία κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19, παράγοντες που επιδεινώνουν τις ανισότητες μεταξύ των φύλων και αυξάνουν τον κίνδυνο έκθεσης των γυναικών στη φτώχεια.

Η νέα πρόταση θα υποβληθεί στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και στο Συμβούλιο προς έγκριση. Μόλις εγκριθεί, τα κράτη-μέλη θα έχουν στη διάθεσή τους δύο έτη για να μεταφέρουν την Οδηγία στο εθνικό τους δίκαιο και να κοινοποιήσουν τα σχετικά κείμενα στην Επιτροπή. Η Επιτροπή θα προβεί σε αξιολόγηση της προτεινόμενης Οδηγίας μετά από οκτώ έτη. Η **Ούρσουλα φον ντερ Λάιεν** δήλωσε: *«Η όμοια εργασία αξίζει ίση αμοιβή. Και για να έχουμε ίση αμοιβή, χρειαζόμαστε διαφάνεια. Οι γυναίκες πρέπει να γνωρίζουν αν οι εργοδότες τους τις μεταχειρίζονται δίκαια. Όταν δεν συμβαίνει αυτό, πρέπει να έχουν τη δύναμη να αντισταθούν και να λάβουν την αμοιβή που αξίζουν».*

Αξίζει να σημειωθεί πως στην Ελλάδα αναμένεται να παρουσιαστεί το επόμενο χρονικό διάστημα και το Εθνικό Σχέδιο Δράσης για την Ισότητα των Φύλων, που θα βασίζεται στους πυλώνες-στόχο του Συμβουλίου της Ευρώπης και της Ε.Ε. και πρόκειται να συμβάλει σημαντικά προς την κατεύθυνση της εξάλειψης των διακρίσεων ως προς το φύλο σε κάθε χώρο και, φυσικά, και στον εργασιακό τομέα.

Η στήλη Business Good News αποτελεί συνεργασία της Direction Business Network με το Σύνδεσμο Διαφημιζομένων Ελλάδος και δημοσιεύεται σε εβδομαδιαία βάση στα newsletters Business Today και Retail Today. Στόχος της πρωτοβουλίας είναι να αναδεικνύονται οι επιχειρηματικές ειδήσεις με θετικό και αισιόδοξο πρόσημο από την εγχώρια και διεθνή πραγματικότητα.

ΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΓΙΝΕΙ ΣΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ;

Με αφορμή τη σημερινή ημέρα, αξίζει να εστιάσουμε ειδικά στο χώρο του marketing και της διαφήμισης αναφορικά με την ισότιμη ένταξη των γυναικών. Ο **ΣΔΕ**, άλλωστε, έχει βάλει τα θέματα της διαφορετικότητας και της ισότιμης ένταξης στο marketing και την επικοινωνία στην κορυφή της ατζέντας του και έχει παρουσιάσει τον Οδηγό «Η προσέγγιση των marketers στη διαφορετικότητα και την ισότιμη ένταξη» σε συνεργασία με την **Παγκόσμια Ομοσπονδία Διαφημιζομένων.** Τα ζητήματα **D & I (Diversity & Inclusion)** στο χώρο της επικοινωνίας και του μάρκετινγκ εκτείνονται σε πεδία πολύ ευρύτερα από τις μισθολογικές διαφορές ή την παρουσία γυναικών σε θέσεις ευθύνης και ΔΣ ή ακόμη και την επιλογή συνεργατών. Ένα τέτοιο παράδειγμα είναι ο αποκλεισμός γυναικών μεγαλύτερης ηλικίας από τις εικόνες που χρησιμοποιούν η διαφήμιση και τα Μέσα. Η επικοινωνία μαρκών και υπηρεσιών, με το λόγο και τις απεικονίσεις της, οφείλει να μην αναπαράγει στερεότυπα και να αντικατοπτρίζει την πραγματική ζωή, τις ζωές όλων των ανθρώπων με τους οποίους βρίσκεται σε διάλογο. Για το θέμα αυτό δίνει οδηγίες και το Blueprint του ΣΔΕ Διαφημίσεις χωρίς στερεότυπα.