

ΈΚΘΕΣΗ ΠΑΝΩ ΣΤΙΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΓΛΩΣΣΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΚΑΙ ΤΙΣ ΒΕΛΤΙΣΤΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΣΤΙΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΜΜΕ: ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ PIMLICO

ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΚΑΙ ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ

Η Γενική Διεύθυνση εκπαίδευσης και πολιτισμού εγκαινιάζει το 2011 μια ενημερωτική πρωτοβουλία που αποσκοπεί στην ενθάρρυνση της ευρύτερης χρήσης των στρατηγικών γλωσσικής διαχείρισης (ΣΓΔ) από τις ευρωπαϊκές μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις. Η παρούσα έκθεση αποτελεί προϊόν του σχεδίου PIMLICO, το οποίο συνιστά την πρώτη φάση της πρωτοβουλίας και σημαίνει *Promoting, Implementing, Mapping Language and Intercultural Communication Strategies* (Πρώθηση, Εφαρμογή, Αποτύπωση των Γλωσσικών και Διαπολιτισμικών Επικοινωνιακών Στρατηγικών). Η έκθεση PIMLICO εστιάζει στον προσδιορισμό και την περιγραφή των προτύπων βέλτιστης πρακτικής σε 40 ευρωπαϊκές ΜΜΕ, που επιλέχθηκαν λόγω της σημαντικής αύξησης των συναλλαγών τους χάρη στη διαμόρφωση και χρησιμοποίηση *στρατηγικών γλωσσικής διαχείρισης*. Η έκθεση προσφέρει επίσης μια ανασκόπηση ενός φάσματος οργανισμών και δικτύων γλωσσικής υποστήριξης στις 27 χώρες της ΕΕ, τα οποία λειτουργούν σε διάφορα επίπεδα: υπερεθνικό, εθνικό, περιφερειακό και τοπικό. Κατά το Στάδιο 2 θα υπάρχουν ένας δικτυακός τόπος και οδηγοί, που θα παρέχουν λεπτομερείς πληροφορίες για τους φορείς από όπου οι εταιρείες θα μπορούν να αντλήσουν περισσότερα στοιχεία, καθώς και ιδέες και συμβουλές για το πώς θα διαμορφώσουν στρατηγικές γλωσσικής διαχείρισης και θα δημιουργήσουν νέες τεχνικές, προκειμένου να αυξήσουν τις διεθνείς εμπορικές προοπτικές τους, ώστε να αναπτυχθούν σε ξένες αγορές όπου αντιμετωπίζουν γλωσσικά εμπόδια.

ΠΑΛΑΙΟΤΕΡΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ

Στο πλαίσιο της έρευνας των ΜΜΕ από την έκθεση ELAN (2006), που παρουσιάζεται στο κεφάλαιο 2, διαπιστώθηκε σημαντική απώλεια επιχειρηματικής δραστηριότητας από την Ευρώπη, εξαιτίας της έλλειψης γλωσσικών δεξιοτήτων. Από το δείγμα των 1964 επιχειρήσεων, 11% των ερωτηθέντων (195 ΜΜΕ) είχε χάσει κάποιο συμβόλαιο ως συνέπεια ανεπάρκειας γλωσσικών δεξιοτήτων. Η έρευνα επισήμανε καταστάσεις όπου οι εταιρείες είχαν επίγνωση της απώλειας ή της ενδεχόμενης απώλειας συναλλαγών λόγω των γλωσσικών και/ή πολιτισμικών εμποδίων, ωστόσο η πραγματική της έκταση είναι πιθανότατα μεγαλύτερη από την αναφερθείσα. Τέσσερα εταιρικά χαρακτηριστικά συσχετίστηκαν με υψηλότερες επιδόσεις στο διεθνές εμπόριο: συγκεκριμένα, η χρησιμοποίηση φυσικών ομιλητών, η πρόσληψη εργαζομένων που διαθέτουν γλωσσικές δεξιότητες, η χρησιμοποίηση επαγγελματιών διερμηνέων και μεταφραστών, και η υλοποίηση ενός σχεδίου (ή στρατηγικής) γλωσσικής διαχείρισης. Οι ΜΜΕ που είχαν επενδύσει στα τέσσερα αυτά στοιχεία πέτυχαν εξαγωγικές πωλήσεις 44,5% υψηλότερες σε σχέση με εκείνες που δεν είχαν προβεί σε καμία τέτοια επένδυση. Τα ευρήματα της ELAN χρησιμοποιήθηκαν από το PIMLICO ως βάση για τον καθορισμό και την ανάπτυξη προτύπων υποδειγματικών εταιρειών ως περιπτωσιολογικές μελέτες.

ΣΤΑΔΙΑ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Το σχέδιο διαρθρώνεται σε δύο σημαντικά στάδια:

- **Στάδιο 1: Η έρευνα του σχεδίου PIMLICO** – αντικειμενικοί στόχοι της οποίας είναι η συλλογή πληροφοριών πάνω στις ορθές πρακτικές και τις γλωσσικές στρατηγικές που χρησιμοποιούνται από τις ΜΜΕ και τις δομές υποστήριξης, και η εύρεση στοιχείων για την υποστήριξη της ενημερωτικής εκστρατείας κατά το δεύτερο στάδιο του σχεδίου.
- **Στάδιο 2: Η ενημερωτική εκστρατεία** – με στρατηγικό στόχο την περαιτέρω ευαισθητοποίηση των ΜΜΕ για τις δυνατότητες και τα πλεονεκτήματα που μπορούν να τους αποφέρουν οι γλωσσικές δεξιότητες στις παγκόσμιες αγορές, και την αύξηση του αριθμού των ΜΜΕ που προχωρούν σε μεθοδική χρήση των στρατηγικών γλωσσικής διαχείρισης.

ΚΥΡΙΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ

Τα ευρήματα από τις περιπτώσιολογικές μελέτες καταδεικνύουν ότι οι επιτυχημένες εταιρείες χρησιμοποιούν διάφορες μορφές στρατηγικών γλωσσικής διαχείρισης (ΣΓΔ), προκειμένου να διαχειριστούν τα ποικίλα επικοινωνιακά περιβάλλοντα των διεθνών δραστηριοτήτων τους.

Η ΣΓΔ, που συχνά απαντάται με τη συντομευμένη μορφή της «γλωσσικής στρατηγικής», ορίζεται ως «η βάση σχεδίου υιοθέτηση ενός φάσματος τεχνικών για τη διευκόλυνση της αποτελεσματικής επικοινωνίας με πελάτες και προμηθευτές στο εξωτερικό» (ELAN, 2006). Μια στρατηγική γλωσσικής διαχείρισης συνήθως συγκροτείται από ένα πακέτο προληπτικών μέτρων, τα οποία διευκολύνουν την είσοδο και επέκταση μιας εταιρείας σε μια νέα αγορά πέραν των συνόρων, όπου υφίστανται γλωσσικά και/ή πολιτισμικά εμπόδια.

Η ΣΓΔ μπορεί να περιλαμβάνει οποιονδήποτε συνδυασμό των ακόλουθων μέτρων:

- χρησιμοποίηση τοπικών παραγόντων για την επίλυση γλωσσικών προβλημάτων
- δημιουργία δικτυακών τόπων με ειδικές πολιτισμικές και/ή γλωσσικές προσαρμογές
- χρήση γλωσσικών δοκιμασιών
- χρησιμοποίηση επαγγελματιών μεταφραστών/διερμηνέων
- μετάφραση διαφημιστικού υλικού, τεχνικού υλικού και/ή υλικού πωλήσεων
- προγράμματα γλωσσικής κατάρτισης και πολιτισμικής κατατόπισης
- εκμάθηση γλωσσών μέσω διαδικτύου, πολιτική επιλογής και πρόσληψης προσωπικού
- κινητικότητα προσωπικού
- φιλικές σχέσεις με αλλοδαπούς συναδέλφους και προγράμματα διασυνοριακών αποσπάσεων
- σφυρηλάτηση δεσμών με τοπικά πανεπιστήμια
- υποδοχή αλλοδαπών φοιτητών για πρακτική άσκηση
- πρόσληψη φυσικών ομιλητών
- ηλ-εμπόριο με πολυγλωσσικές λειτουργίες
- ευθυγράμμιση προϊόντων ή συσκευασιών με τις τοπικές προτιμήσεις και συνήθειες.

Όλες οι εταιρείες που μελετήθηκαν περιπτώσιολογικά μπόρεσαν να αποτιμήσουν ή να μετρήσουν τον αντίκτυπο της στρατηγικής γλωσσικής διαχείρισής τους.



- Οι 40 επιλεγμένες εταιρείες εμφανίζουν σημαντικά οφέλη: το 43% ανέφερε ότι αύξησε τον κύκλο εργασιών του κατά περισσότερο από 25%, με την εισαγωγή στρατηγικής με νέες γλώσσες. Ένα πρόσθετο 30% εκτίμησε την αύξηση του κύκλου εργασιών στο 16%-25%.
- Για το 73%, ή σχεδόν τρεις στις τέσσερις εταιρείες, ο κύκλος εργασιών των πωλήσεων έχει αυξηθεί κατά τουλάχιστον 16%.
- Σε πολλές περιπτώσεις, μια συγκεκριμένη αύξηση πωλήσεων αποδίδεται σε ένα ή περισσότερα μεταξύ τριών συγκεκριμένων μέτρων: *πολυγλωσσική προσαρμογή δικτυακού τόπου, πρόσληψη φυσικών ομιλητών ή χρησιμοποίηση τοπικών παραγόντων για την επίλυση γλωσσικών προβλημάτων*. Αυτά τα τρία αποτελούν επίσης εκείνα, τα οποία αναφέρονται συχνότερα ως συστατικά μιας στρατηγικής γλωσσικής διαχείρισης, στις περιπτώσεις όπου έχει αναφερθεί συγκεκριμένη ποσοστιαία αύξηση των πωλήσεων στο εξωτερικό.

ΚΟΙΝΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ

Οι 40 εταιρείες που μελετήθηκαν από το PIMLICO τείνουν προς ένα πλέγμα κοινών χαρακτηριστικών σε ό,τι αφορά τη γλωσσική διαχείρισή τους:

- *Ικανότητα λειτουργίας σε ένα φάσμα γλωσσών*

Οι περισσότερες από τις εταιρείες διαθέτουν γλωσσική ευχέρεια, που χαρακτηρίζεται από την ικανότητα συναλλαγής σε τουλάχιστον τρεις ξένες γλώσσες, μεταξύ των οποίων απαραίτητως τα αγγλικά. Αναγνωρίζεται ωστόσο από όλες ότι η πολυγλωσσική και πολυπολιτισμική ικανότητα τους προσφέρει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

- *Υψηλού επιπέδου ικανότητα στα αγγλικά*

Η υψηλού επιπέδου ικανότητα στα αγγλικά θεωρείται δεδομένη κατά τις εταιρικές συναντήσεις, και από τους εργαζομένους προσδοκείται να διατηρούν υψηλού επιπέδου δεξιότητες στα αγγλικά.

- *Ικανότητα λειτουργίας σε παγκόσμια κλίμακα και προσαρμογής σε διαφορετικές γλωσσικές απαιτήσεις*

Διαφορετικές γλώσσες χρησιμοποιούνται σε διαφορετικές αγορές ή παράλληλα. Τρίτες γλώσσες χρησιμοποιούνται στις συναλλαγές σε διάφορες αγορές όπου οι εταιρείες δεν διαθέτουν την τρέχουσα γλωσσική ικανότητα π.χ. γερμανικά στην Ουγγαρία.

- *Χρησιμοποίηση τοπικών παραγόντων για την επίλυση γλωσσικών και πολιτισμικών προβλημάτων*

Οι εταιρείες διαπιστώνουν μια σαφή συσχέτιση ανάμεσα στη χρήση τοπικών παραγόντων για την επίλυση γλωσσικών προβλημάτων και τον όγκο των συναλλαγών τους.

- *Διάχυτη διεθνοποίηση στηριγμένη σε στρατηγική ανθρώπινων πόρων*

Οι εταιρείες ακολουθούν πρακτικά βήματα ως προς τη χρησιμοποίηση των γλωσσικά ικανών μελών του προσωπικού τους και την καλλιέργεια των διεθνών, πολιτισμικών και γλωσσικών ικανοτήτων των εργαζομένων τους. Για παράδειγμα:

- Διατηρούν με επιμέλεια αρχεία των γλωσσικών ικανοτήτων του προσωπικού τους και τα αξιοποιούν κατάλληλα
- Προσλαμβάνουν *φυσικούς ομιλητές*
- Αναλαμβάνουν τη *γλωσσική και πολιτισμική κατάρτιση του προσωπικού*
- Αναπτύσσουν τη *βαθύτερη διαπολιτισμική κατανόηση*

- Χρησιμοποιούν επαγγελματίες μεταφραστές και διερμηνείς
- Προσαρμόζουν τους δικτυακούς τους τόπους με γνώμονα άλλους πολιτισμούς
- Συμπράττουν με τοπικά πανεπιστήμια για τη σύναψη βραχυπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων συμβάσεων γλωσσικής υποστήριξης, περιλαμβανομένης της αποδοχής φοιτητών για πρακτική άσκηση.

Από τις 40 περιπτώσεις, επιλέχθηκαν δέκα περιπτωσιολογικές μελέτες «σούπερ-MME», λόγω των εξαιρετικών τους επιδόσεων στο διεθνές εμπόριο χάρη στις στρατηγικές γλωσσικής διαχείρισής τους. Για την επιλογή τους εκτιμήθηκαν τα ακόλουθα κριτήρια:

- Ο μοναδικός και καινοτόμος συνδυασμός ή σύνολο ποικίλων γλωσσικών μέτρων, που έχουν ενσωματώσει στη στρατηγική γλωσσικής διαχείρισής τους
- Η πολιτισμική και/ή γλωσσική πολυπλοκότητα ή απαιτήσεις των αγορών στις οποίες συναλλάσσονται με επιτυχία
- Ο όγκος και η βιωσιμότητα των συναλλαγών τους στις ξένες αγορές, ειδικότερα στις αγορές εκτός Ευρώπης
- Η ποιότητα και η υποστήριξη της πολυγλωσσίας ως πολιτική της εταιρείας.

Εκτός από μία ιδιαίτερη περίπτωση, όλες οι «υπερ-MME» σημειώνουν σημαντική επιτυχία όσον αφορά τις εξαγωγικές πωλήσεις ως ποσοστό επί των συνολικών πωλήσεων, γεγονός που μπορεί να αποδοθεί ευθέως στη στρατηγική γλωσσικής διαχείρισής τους. Οι υπερ-MME κατά κανόνα εξάγουν τουλάχιστον 60% των αγαθών ή των υπηρεσιών τους, ενώ σε μερικές περιπτώσεις το ποσοστό ανέρχεται στο 90%.

ΚΥΡΙΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΠΑΡΟΧΗ ΣΤΗΡΙΞΗΣ

Η στήριξη των επιχειρήσεων προσφέρεται σε πολλά διαφορετικά επίπεδα, προκειμένου οι εταιρείες να βελτιώσουν τις διεθνείς συναλλαγές τους. Σε αυτά συγκαταλέγονται τα βιομηχανικά και εμπορικά επιμελητήρια, καθώς και τα εκπαιδευτικά ιδρύματα και οι κυβερνητικοί φορείς στα διαφορετικά κράτη μέλη. Το διακριτό επίπεδο βοήθειας όσον αφορά τις γλώσσες διαφέρει εντούτοις μεταξύ των κρατών και των διαφορετικών ενδιάμεσων φορέων.

- Και τα 27 κράτη μέλη της ΕΕ διαθέτουν είτε υπουργείο εμπορίου ή οικονομικών, είτε ισοδύναμο φορέα, που εποπτεύει τους εμπορικούς οργανισμούς της χώρας.
- Ο εθνικός εμπορικός φορέας μπορεί να είναι εθνικό εμπορικό επιμελητήριο, το οποίο παρέχει εθνικά κίνητρα για τη στήριξη των γλωσσικών αναγκών των εταιρειών.
- Ορισμένες χώρες διακρίνονται λόγω της ιδιαιτερότητας των μορφών στήριξης των υποδομών, των εθνικών πολιτικών ή του όγκου των μέτρων γλωσσικής στήριξης που διαθέτουν στις MME: ειδικότερα, αυτά εντοπίζονται σε Αυστρία, Δανία, Ισπανία και Ηνωμένο Βασίλειο, ενώ άλλες χώρες, όπως η Βουλγαρία, η Κύπρος και η Ιρλανδία δείχνουν να μη διαθέτουν κάποια σημαντική εθνική πολιτική ή γλωσσική στήριξη για επιχειρήσεις που να αφορά το σύνολο της επικράτειας.
- Όταν οι εθνικές υποδομές παρέχουν ελλιπή γλωσσική πρόνοια για τις επιχειρήσεις, εμφανίζονται συχνά τοπικές πρωτοβουλίες σε επίπεδο επιμελητηρίου ή περιφερειακό, οι οποίες προσφέρουν ειδική στήριξη.
- Τα διμερή επιμελητήρια και υποκαταστήματα ορισμένων εθνικών επιμελητηρίων στο εξωτερικό δείχνουν να προσφέρουν ένα μέρος της καλύτερης εξειδικευμένης γλωσσικής και πολιτισμικής στήριξης στις εταιρείες. Συνήθως εμφανίζονται όπου υφίστανται καθιερωμένοι εμπορικοί δεσμοί, π.χ. το γαλλογερμανικό εμπορικό και βιομηχανικό επιμελητήριο, το γερμανοσλοβενικό εμπορικό και βιομηχανικό επιμελητήριο και το βρετανικό εμπορικό επιμελητήριο (στην Ισπανία).



ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ

Οι ακόλουθες συστάσεις θα μπορούσαν, εφόσον υιοθετηθούν, να ενισχύσουν σημαντικά τις προοπτικές αποτελεσματικότερης λειτουργίας των εταιρειών σε ένα ολοένα ανταγωνιστικότερο παγκόσμιο και πολύγλωσσο εμπορικό περιβάλλον. Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, οι προτάσεις αυτές θα μπορούσαν να έχουν σημαντικό αντίκτυπο στην αύξηση του εσωτερικού και εξωτερικού ευρωπαϊκού εμπορίου.

ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

- Να διασφαλίσει μέσω της ενημερωτικής πρωτοβουλίας και της επιχειρηματικής γλωσσικής πλατφόρμας την πλατιά διάδοση της έκθεσης PIMLICO και των ευρημάτων της (στον κόσμο των επιχειρήσεων, το εκπαιδευτικό σύστημα και απευθείας σε εταιρείες)·
- Να προωθήσει την ανάπτυξη ενός προγράμματος ευρωπαϊκών βραβείων και ενός συστήματος σήμανσης ποιότητας, για να αναδεικνύει την επιτυχή χρήση από τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις στρατηγικών γλωσσικής διαχείρισης στο διεθνές εμπόριο, π.χ. με την ονομασία *Αριστεία στη Διεθνή Επικοινωνία* (ή ΑΔΕ)·
- Να προωθήσει «πρότυπα βέλτιστων πρακτικών» ΣΓΔ στους ενδιάμεσους επιχειρηματικούς φορείς·
- Να εξασφαλίσει ότι η ανάπτυξη των προτύπων βέλτιστων πρακτικών ως προς την υποστήριξη της γλωσσικής υποδομής και την εφαρμογή στρατηγικών γλωσσικής διαχείρισης μπορεί να χρηματοδοτηθεί από ευρωπαϊκά προγράμματα διαφόρων συναφών Γενικών Διευθύνσεων·
- Να προβεί στην ανάθεση ενός επόμενου και συναφούς ερευνητικού έργου για την ενημέρωση των ευρημάτων της ELAN, ώστε να διασφαλιστεί η συνέχεια στη συλλογή στοιχείων, περιλαμβανομένης διαχρονικής ανάλυσης σε βάθος πενταετίας·
- Να συμπεριλάβει τα δεδομένα γλωσσικής υποδομής και τον κατάλογο επαφών στα ευρωπαϊκά κέντρα πληροφόρησης·
- Να εντάξει το ζήτημα «γλώσσες και επιχειρηματική επικοινωνία» στα θεματολόγια των αρμόδιων ευρωπαϊκών επιτρόπων και του αρμόδιου Ευρωπαϊκού Συμβουλίου·
- Να εξασφαλίσει ότι η έρευνα στη γλωσσική τεχνολογία και τις εφαρμογές της στο διεθνές εμπόριο και διπλωματία συμπεριλαμβάνεται στο Πλαίσιο 8 και άλλα προγράμματα E&A.

ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ ΠΡΟΣ ΤΙΣ ΕΘΝΙΚΕΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΙΣ

- Να συνεχίσουν να εργάζονται για την επίτευξη του κοινού στόχου, για τον οποίο συμφώνησαν αμοιβαία στη σύνοδο κορυφής της Βαρκελώνης το 2002: κάθε πολίτης θα πρέπει να μαθαίνει δύο γλώσσες, εκτός της μητρικής του·
- Να διασφαλίσουν τη σύνδεση μεταξύ των γλωσσικών αναγκών των εταιρειών τους και τη διαθέσιμη υποστήριξη υποδομών·
- Να εξετάσουν το ενδεχόμενο δημιουργίας ενός προγράμματος εθνικών βραβείων, το οποίο θα αναδεικνύει και θα προωθεί την αριστεία τόσο στην υποστήριξη υποδομών (περιλαμβανομένης της υποστήριξης από ενδιάμεσους φορείς) για τις ΜΜΕ όσο και στη χρήση από αυτές στρατηγικών γλωσσικής διαχείρισης·
- Να διοργανώσουν εθνική εκστρατεία ευαισθητοποίησης·
- Να αναθεωρήσουν και να εφαρμόσουν ένα σύνολο πρωτοβουλιών υποστήριξης·
- Να ασκήσουν επιρροή σε σχολεία και πανεπιστήμια, ώστε να λαμβάνουν περισσότερο υπόψη τα γλωσσικά ζητήματα στο πρόγραμμα σπουδών·



- Να εξετάσουν την παροχή φορολογικών κινήτρων για την υιοθέτηση ΣΓΔ από τις ΜΜΕ (θεσπίζοντας, λόγω χάρη, φορολογική έκπτωση για τη γλωσσική κατάρτιση)·
- Να δημιουργήσουν δικτυακούς τόπους με συμβουλές προς τις ΜΜΕ για τον τρόπο υιοθέτησης στρατηγικών με πληροφορίες ανά χώρα, ώστε να διευκολύνονται οι συναλλαγές στις αντίστοιχες αγορές·
- Να επενδύσουν στην έρευνα στη γλωσσική τεχνολογία και τις εφαρμογές της στις διεθνείς συναλλαγές.

ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ ΕΝΔΙΑΜΕΣΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥΣ ΦΟΡΕΙΣ

- Να προωθήσουν τη γνώση των ορθών πρακτικών όσον αφορά τη χρήση των στρατηγικών γλωσσικής διαχείρισης στα μέλη των υπερεθνικών επιχειρηματικών δικτύων (π.χ. Eurochambres, ICC, ITA ή EEN), τα οποία καταλαμβάνουν ισχυρή θέση, και έχουν επαφές με επιλεγμένους προμηθευτές ή παρέχουν πληροφορίες πάνω στις γλώσσες στο σύνολο των ευρωπαϊκών χωρών·
- Να υποστηρίξουν τους ενδιάμεσους επιχειρηματικούς φορείς στη διοργάνωση εκδηλώσεων, εκστρατειών και άλλων πράξεων δημοσιοποίησης, σχεδιασμένων για την προώθηση της ευρύτερης χρήσης και κατανόησης των στρατηγικών γλωσσικής διαχείρισης·
- Να συνδράμουν στην υιοθέτηση της γλωσσικής τεχνολογίας προωθώντας τις συμπράξεις βιομηχανίας και έρευνας, και καταβάλλοντας μεγαλύτερη προσπάθεια για τη μεταφορά της γλωσσικής τεχνολογίας στις διεθνείς εταιρείες·
- Να συνδέσουν τους δικτυακούς τόπους των ενδιάμεσων επιχειρηματικών φορέων με τον δικτυακό τόπο του σχεδίου, προκειμένου να προωθήσουν την καλύτερη κατανόηση των βέλτιστων πρακτικών από τις διεθνείς ΜΜΕ σε ολόκληρη την Ευρώπη·
- Να διευκολύνουν την ανταλλαγή βέλτιστων πρακτικών ανάμεσα στους οργανισμούς υποστήριξης·
- Να προσφέρουν νέες μορφές υποστήριξης στις ΜΜΕ σύμφωνα με τις βέλτιστες πρακτικές αλλού·
- Να εξετάσουν το ενδεχόμενο της παροχής υπηρεσιών που δεν παρέχονται ήδη, όπως οι γλωσσικές δοκιμασίες.

ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ ΠΡΟΣ ΤΙΣ ΜΜΕ

- Να παραδειγματιστούν από τις βέλτιστες πρακτικές των εταιρειών με τις καλύτερες επιδόσεις, όταν αυτές κρίνονται κατάλληλες·
- Να επανεξετάσουν τις γλωσσικές τους ανάγκες σε συγκεκριμένες αγορές υπό το φως των καταλόγων ελέγχου της έκθεσης PIMLICO·
- Να δραστηριοποιηθούν για να εφαρμόσουν μια στρατηγική γλωσσικής διαχείρισης κατάλληλη για τις αγορές τους·
- Να έλθουν σε επαφή με τους πολυάριθμους οργανισμούς υποστήριξης που υφίστανται σε ολόκληρη την Ευρώπη, προκειμένου να λάβουν περισσότερες χρήσιμες πληροφορίες·
- Να αξιολογήσουν τη σχέση κόστους-αποτελέσματος των διάφορων τεχνικών γλωσσικής διαχείρισης, όπως η πολιτισμική κατατόπιση, οι επαγγελματίες μεταφραστές κ.λπ.·
- Να σχηματίσουν ομάδες μαζί με άλλες εξαγωγικές ΜΜΕ και να μοιραστούν λειτουργικούς πόρους.



ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ

- Να συνδεθεί με ΜΜΕ και ενδιαμέσους επιχειρηματικούς φορείς, και να προσφέρει υπηρεσίες υποστήριξης π.χ. γλωσσική κατάρτιση·
- Να εξετάσει το ενδεχόμενο παροχής υπηρεσιών πρακτικής άσκησης για αλλοδαπούς φοιτητές, αν δεν το πράττει ήδη·
- Να έλθει σε επαφή με τοπικές ΜΜΕ με διεθνή δραστηριότητα, με σκοπό την ανταλλαγή γνώσης, και ειδικότερα για να ζητήσει τη συνδρομή τους στην ανάπτυξη νέων προγραμμάτων γλωσσικών σπουδών προσαρμοσμένων στο διεθνές εμπόριο, ή συναφών υπηρεσιών για τις τοπικές επιχειρήσεις, όπως η κατάρτιση των ατόμων που διενεργούν τις γλωσσικές δοκιμασίες·
- Να διασφαλίσει την καλή κατανόηση της στρατηγικής γλωσσικής διαχείρισης και την εισαγωγή της σε προγράμματα MBA και άλλα προγράμματα εκπαίδευσης στελεχών.