

Bruselas, 19.12.2017
COM(2017) 777 final

INFORME DE LA COMISIÓN AL PARLAMENTO EUROPEO Y AL CONSEJO
relativo a la aplicación del artículo 45 del Reglamento (UE) n°1306/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre las medidas de información en el ámbito de la política agrícola común

{SWD(2017) 459 final}

I. INTRODUCCIÓN

El presente informe aborda la aplicación de las medidas de información en el ámbito de la política agrícola común (PAC) en 2015 y 2016, con arreglo al artículo 45 del Reglamento (UE) n.º 1306/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013, sobre la financiación, gestión y seguimiento de la Política Agrícola Común¹ (en lo sucesivo, «el Reglamento»).

Según el artículo 45, apartado 1, párrafo primero, del Reglamento, las medidas de información financiadas han de tener «como objetivo, en particular, contribuir a explicar, aplicar y desarrollar la PAC y sensibilizar a la opinión pública sobre su contenido y objetivos, restaurar la confianza de los consumidores tras las crisis a través de campañas de información, informar a los agricultores y demás agentes del mundo rural, promover el modelo de agricultura europea y ayudar a los ciudadanos a comprenderla». El artículo 45, apartado 2, establece en su último párrafo que «las medidas [...] también contribuirán a la comunicación institucional de las prioridades políticas de la Unión, siempre que estas prioridades estén relacionadas con los objetivos generales del presente Reglamento».

Las medidas de información financiadas se clasifican en dos categorías principales:

- Las presentadas por organizaciones terceras para su cofinanciación con cargo al Fondo Europeo Agrícola de Garantía - FEAGA (subvenciones).
- Las presentadas a iniciativa de la Comisión y financiadas al 100 % por el Fondo Europeo Agrícola de Garantía - FEAGA (acciones directas/contratación pública).

De conformidad con el artículo 45, apartado 5, del Reglamento cada dos años debe presentarse al Parlamento Europeo y al Consejo un informe sobre la aplicación de las medidas de información previstas en el Reglamento. Este es el séptimo informe de este tipo².

En el período 2015-2016, la Comisión siguió desarrollando sus actividades de comunicación institucional sobre la base de sus diez prioridades políticas, con especial hincapié en la inversión, el crecimiento económico y el empleo. Los recursos se obtuvieron de distintos programas de gasto para financiar prioridades de comunicación basadas en los objetivos generales de la Unión Europea. En 2015 (como en 2014), los servicios de la Comisión, incluida la Dirección General de Agricultura y Desarrollo Rural (DG AGRI), contribuyeron a la ejecución de este enfoque común. A partir de finales de 2015 y a lo largo de 2016, se intensificaron los esfuerzos para informar a las partes interesadas y a un público más amplio sobre los beneficios tangibles que aportó la UE a los ciudadanos, haciendo hincapié en la sensibilización de la opinión pública respecto al conjunto de la UE, su papel, sus valores, sus prioridades políticas y su trabajo para responder a los desafíos actuales.

Este enfoque institucional hacia las actividades de comunicación es fundamental para la estrategia de comunicación externa de la DG AGRI en el período 2016-2020. En el marco de esta estrategia, en los planes de acción anuales se definen medidas concretas de información para cada año. A la hora de diseñar sus medidas de información para el período 2015-2016, la

¹ Diario Oficial de la Unión Europea L 347 de 20.12.2013, p. 549.

² COM(2003) 235 final de 8.5.2003; COM(2007) 324 final de 13.6.2007; COM(2009) 237 final de 20.5.2009; COM(2011) 294 final de 25.5.2011; COM(2013) 645 final de 20.9.2013; y COM(2016) 83 final de 23.2.2016.

DG AGRI también tuvo en cuenta las recomendaciones de la evaluación externa de las medidas de información sobre la PAC, de junio de 2015³.

Los anexos mencionados en el texto pueden consultarse en el documento de trabajo de los servicios de la Comisión adjunto al presente informe.

II. PRESUPUESTO

El presupuesto disponible para medidas de información en la línea presupuestaria 05 08 06, previsto inicialmente en la decisión de financiación, fue de 8 millones EUR en 2015 y 8 millones EUR en 2016 (incluida la contribución de 4 millones EUR de la DG AGRI para la campaña de comunicación institucional de la Comisión). El desglose provisional entre los contratos públicos (medidas adoptadas a iniciativa de la Comisión) y las subvenciones (medidas cofinanciadas) fue el siguiente:

2015: contratación pública (5 millones EUR) (62,5 %) — Subvenciones (3 millones EUR) (37,5 %)

2016: contratación pública (1,5 millones EUR) (18,75 %) — Subvenciones (2,5 millones EUR) (31,25 %) — codelegación en la Dirección General de Comunicación (DG COMM) de la campaña de comunicación institucional (4 millones EUR) (50 %).

La ejecución de las medidas de 2015 alcanzó el 91,18 % en términos de compromisos y el 88,60 % en términos de pagos.

La ejecución de las medidas de 2016 alcanzó el 98,29 % en términos de compromisos. Los datos de los pagos correspondientes a las medidas de 2016 todavía no se habían ultimado en el momento de la elaboración del presente informe puesto que los pagos aún podían efectuarse hasta el 31 de diciembre de 2017.

Los principales resultados y los avances hacia la consecución de los objetivos de la Comisión en materia de comunicación y, en particular, sobre las acciones de comunicación institucional, figuran en el informe anual de actividades de 2016 de la DG COMM⁴.

III. DESGLOSE DE LAS ACCIONES FINANCIADAS

La reforma de la política agrícola común acordada en 2013 entró en vigor el 1 de enero de 2015. Se hizo mucho hincapié durante el período de referencia sobre las medidas de información cuyo objeto era mejorar el conocimiento de los ciudadanos en relación con la reforma de la PAC y su contribución a la consecución de los retos identificados en la Estrategia Europa 2020 de la Comisión, en términos de una política más competitiva y sostenible para la agricultura y el desarrollo rural. Se realizaron esfuerzos para difundir información sobre la contribución de la política al empleo en el sector agroalimentario, la aportación de beneficios medioambientales, el impulso del conocimiento y la innovación, y el fomento de la eficiencia de los recursos.

³ http://ec.europa.eu/agriculture/evaluation/market-and-income-reports/information-policy-2015_en.htm

⁴ https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/file_import/aar-comm-2016_en_0.pdf (pp. 24 y ss.)

El sector agrícola de la UE se enfrentó a retos importantes en el período durante el que se negociaba la reforma. La volatilidad de los precios agrícolas y la incertidumbre del mercado, en combinación con desarrollos geopolíticos, animaron un intenso debate público sobre las perspectivas económicas a que se enfrentan la agricultura y las zonas rurales. Los retos, como el papel del sector en la lucha contra el cambio climático, así como su capacidad para sacar partido de las nuevas oportunidades, por ejemplo, en los ámbitos de la salud, el comercio o la bioeconomía, han de examinarse más detenidamente. Abordar los retos futuros a que se enfrenta el sector fue, por tanto, fundamental también para el desarrollo de medidas de información sobre la PAC durante este período.

Se intensificaron los esfuerzos para establecer sinergias con los distintos socios en el ámbito de la comunicación sobre la agricultura y el desarrollo rural, incluidas las partes interesadas. La DG AGRI siguió profundizando la cooperación con otros servicios de la Comisión, las representaciones de la Comisión en los Estados miembros de la UE, otras instituciones de la UE, así como con redes como los centros de información Europa en Directo y la Red Europea de Desarrollo Rural.

En relación con el seguimiento y la evaluación de las medidas de información, la DG AGRI tuvo en cuenta las conclusiones de la evaluación externa de que se deberían mejorar los procedimientos y prácticas en relación con la definición de los objetivos, el seguimiento de los resultados y la evaluación de impacto de las acciones de comunicación llevadas a cabo. A este respecto, se revisaron los procedimientos relativos a la planificación y evaluación de medidas de información, y se actualizaron las directrices para la evaluación de las acciones de comunicación en 2015.

1. Subvenciones (medidas de información cofinanciadas adoptadas a iniciativa de organizaciones terceras)

El artículo 45 (medidas de información) del Reglamento prevé dos tipos de medidas financiadas mediante subvenciones: programas anuales de trabajo u otras medidas específicas presentadas por terceros. Se consideran medidas específicas de información las actividades informativas limitadas en el tiempo y en el espacio y ejecutadas sobre la base de un presupuesto único. Un programa anual de trabajo es una serie de dos a cinco medidas concretas de información. En 2015 y 2016 se decidió (como en años anteriores) cofinanciar únicamente medidas concretas de información con el fin de simplificar el régimen de ayudas y garantizar la coherencia entre las diferentes acciones de comunicación.

Para 2015, la convocatoria de propuestas pretendía proporcionar información sobre la reforma de la PAC y sus tres elementos fundamentales: la seguridad alimentaria, la gestión sostenible de los recursos naturales y el desarrollo de las zonas rurales⁵. Para 2016, ha impulsado acciones de información sobre los retos futuros para la agricultura, como el desarrollo sostenible y la modernización de la agricultura europea y la economía rural en su conjunto⁶. Las directrices políticas de la Comisión son esenciales en el proceso de definición de las convocatorias de propuestas para las subvenciones:

https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/juncker-political-guidelines-speech_es_0.pdf

En ambos años, el público destinatario es el público en general (con especial atención a los jóvenes en zonas urbanas), agricultores y demás agentes del mundo rural.

⁵ Convocatoria de propuestas para 2015, Diario Oficial de la Unión Europea, 2014/C 383/06 de 29.10.2014.

⁶ Convocatoria de propuestas para 2016, Diario Oficial de la Unión Europea, 2015/C 351/09 de 23.10.2015.

El porcentaje máximo de financiación de las medidas antes mencionadas se fijó en el 50 % de los costes subvencionables. En 2015 se cofinanciaron quince medidas a un porcentaje del 50 %. En la convocatoria de 2016 se financiaron dieciocho medidas, lo que supone un total de 33 acciones cofinanciadas durante el período 2015-2016. Se concedieron subvenciones para medidas tales como campañas de información con un importante elemento transnacional y multimedia, así como medidas destinadas a destacar la sostenibilidad con gran atención a las redes de la UE. Otras medidas de sensibilización desarrolladas a nivel nacional o local se identificaron a menudo en gran medida con las necesidades de desarrollo agrícola sobre el terreno. Las medidas centradas en los jóvenes y el público en general hicieron uso de las últimas herramientas en línea y redes sociales para conectar con el público destinatario.

Los proyectos fueron ejecutados por asociaciones nacionales de agricultores y rurales; organizaciones no gubernamentales a escala nacional y de la UE activas en materia de medio ambiente, desarrollo rural y agricultura ecológica; organizaciones de medios de comunicación que operan a nivel regional, nacional, europeo y mundial; autoridades públicas locales y nacionales.

El documento de trabajo de los servicios de la Comisión adjunto al presente informe ofrece información más detallada sobre las subvenciones concedidas durante el período de referencia, incluido el número de solicitudes aprobadas por Estado miembro.

Las convocatorias de propuestas animaban a los solicitantes de subvenciones a buscar una mejor definición de los públicos destinatarios, una mejor difusión de la información y el análisis del impacto de las medidas en términos de cantidad de personas alcanzadas directa e indirectamente. Los solicitantes tenían que presentar planes detallados para sus propuestas de medidas, incluida la ejecución del proyecto, la transmisión del mensaje y la evaluación de la eficacia. En el período de referencia, es importante resaltar que un número considerable de medidas cofinanciadas llegaron a un público más amplio que los participantes directos, gracias al efecto multiplicador de la prensa especializada y los medios, así como a la utilización creciente de Internet y de las redes sociales como instrumentos de difusión.

Las solicitudes se evaluaron a la luz de los rigurosos criterios de admisibilidad, exclusión, selección y adjudicación establecidos en las convocatorias de propuestas. Esta manera de actuar estaba en consonancia con el Reglamento Financiero y reflejaba el objetivo de la Comisión de garantizar un trato equitativo y una competencia leal entre los solicitantes⁷.

2. Acciones directas/contratación pública (medidas de información adoptadas a iniciativa de la Comisión)

Como en años anteriores, en 2015-2016 se ejecutó un número importante de medidas de información a iniciativa de la Comisión.

a) Medios de comunicación en redes

Apoyar los medios de comunicación con información y sesiones informativas sobre la evolución de la PAC y el desarrollo rural siguió siendo una parte muy importante de las acciones de comunicación, con un efecto multiplicador muy significativo. La comunicación basada en las redes sociales y en Internet ha seguido creciendo en importancia en este período. Se realizó un esfuerzo sostenido para difundir información fácilmente accesible

⁷ Puede consultarse información detallada sobre las subvenciones en el sitio web Europa: http://ec.europa.eu/agriculture/grants-for-information-measures_en

sobre la política a los medios de comunicación pertinentes en la materia. El desarrollo continuo y el mantenimiento de la plataforma para periodistas, AG-Press.eu, la organización de viajes de estudio para los miembros de AG-Press, y las actividades de creación de redes para medios de comunicación continuaron fomentando la creación de contactos estrechos e intercambios tanto con periodistas especializados en temas agrícolas como medios de comunicación no especializados. Las herramientas de redes sociales de la DG AGRI (Facebook, Twitter) se desarrollaron más y contaron con un público en rápido crecimiento durante este tiempo. Continúan siendo un instrumento importante tanto para atraer especialistas hacia el sitio web y la información exhaustiva y últimas noticias allí disponibles, como también para llegar al gran público. En general, las actividades de creación de redes para medios de comunicación contribuyeron a aumentar la sensibilización y el entendimiento de los periodistas sobre cuestiones relacionadas con la agricultura y el desarrollo rural en toda la UE.

La red AG-Press, que ya incluye más de 800 periodistas en activo, es una herramienta útil para la Comisión, y la red para sus miembros.

Durante los nueve viajes de estudio, los grupos de periodistas tuvieron la posibilidad de experimentar condiciones agrícolas a menudo muy distintas en otras regiones y Estados miembros. Por lo general, estos ejercicios de «aprendizaje sobre el terreno» incluyen sesiones informativas sobre la innovación en las explotaciones, el relevo generacional, empresas alternativas, medidas de atenuación del cambio climático entre otros temas. Los intercambios con los productores y empresarios rurales han contribuido a promover la sensibilización con respecto a los retos y las oportunidades a los que se enfrentan los agricultores en toda la Unión Europea. El acontecimiento anual de la red AG-Press, que tuvo lugar en enero de 2016 con un programa de expertos de alto nivel, incluida la participación del comisario de Agricultura y Desarrollo Rural, también facilitó un entendimiento mutuo de la PAC.

b) Redes de partes interesadas — conferencias

Las partes interesadas –agricultores, cooperativas, el sector alimentario, ecologistas, las personas que trabajan en las zonas rurales, entre otros– constituyen un importante factor multiplicador de información sobre cuestiones agrícolas y de desarrollo rural.

Durante el período de referencia, las conferencias continuaron siendo un importante foro para el diálogo sobre la aplicación y el futuro desarrollo de la política. En consonancia con las prioridades políticas de la Comisión y el hincapié sobre una amplia consulta con la sociedad civil, hubo un esfuerzo sostenido para acercar las principales prioridades políticas a otras instituciones de la UE, administraciones de los Estados miembros, el sector socioprofesional a escala nacional y de la UE y la comunidad académica e investigadora.

La DG AGRI mantuvo la práctica iniciada en 2014 de presentar a un público más amplio su trabajo emprendido en conjunto con el Centro Común de Investigación sobre las perspectivas a medio plazo para los mercados agrícolas de la UE. El ámbito de aplicación de su conferencia «EU Agricultural Outlook» de 2015 se amplió para incluir los retos a los que se enfrenta la agricultura en la UE y en todo el mundo. Este acto incluyó una importante dimensión política con grupos de alto nivel que se centraron en cuestiones tales como la sostenibilidad y la cadena alimentaria. La edición de 2016 de esta conferencia mantuvo este amplio formato de alto nivel con representantes de las instituciones de la UE, los gobiernos, las organizaciones internacionales y las partes interesadas que intercambiaron puntos de vista y perspectivas sobre temas relacionados con el cambio climático y la disponibilidad de los

recursos. La representación de altos responsables políticos de la UE y de terceros países en las conferencias durante este período contribuyó a generar una considerable cobertura mediática de las cuestiones.

La Conferencia CORK 2.0 sobre Desarrollo Rural fue otro acontecimiento importante en este período. Unas trescientas partes interesadas de la UE, junto con representantes de alto nivel de organizaciones internacionales, debatieron y reevaluaron la situación de las zonas rurales y las consecuencias políticas asociadas para los próximos 20 años. La conferencia adoptó una declaración, «Una vida mejor en las zonas rurales», que esboza una visión común para el futuro de las zonas rurales, incluido el fortalecimiento de las cadenas de valor rural y la inversión en la vitalidad y viabilidad de las zonas rurales mediante la mejora del acceso a la innovación y las tecnologías. Esta visión estratégica para el futuro de las zonas rurales es una importante contribución a la reflexión en curso de la Comisión sobre la simplificación y la modernización de la PAC.

Además, en una serie de talleres, expertos de los sectores público y privado participaron en un ejercicio de reflexión con el fin de definir los principales elementos que deben sustentar un desarrollo saludable del sector ovino de la Unión en el futuro.

c) Actividades destinadas al público en general

Participación en ferias

El énfasis de la Comisión en la mejora de la sensibilización del público en general sobre la PAC y la UE en conjunto siguió siendo fundamental para la participación en ferias. Las acciones continuaron dirigiéndose a los ciudadanos y las partes interesadas, y proporcionaron un foro para el diálogo con los agricultores, la sociedad civil y los ciudadanos sobre temas de la política. Las medidas de información a menudo destacaron los proyectos de desarrollo rural que han obtenido el éxito, y también se encargaron de organizar actividades informativas y educativas diseñadas para atraer las familias y niños en edad escolar. Se intensificó la cooperación con otras DG y las representaciones de la Comisión en los Estados miembros. Por ejemplo, la DG AGRI junto con la Dirección General de Salud y Seguridad Alimentaria (DG SANTE) y la Dirección General de Asuntos Marítimos y Pesca (DG MARE) organizó stands compartidos bajo el lema «De la granja a la mesa» en las grandes ferias como «Grüne Woche», en Berlín, o «Salon International de l'Agriculture» en París.

Material educativo para los niños en edad escolar

El material educativo para los escolares de edades comprendidas entre once y quince años («paquete de entretenimiento educativo») se desarrolló en el período de referencia, y se distribuyó a principios del 2017 a través de los centros de información Europe Direct y de las representaciones de la Comisión en los Estados miembros, con el apoyo de una campaña de información en las redes sociales y medios de comunicación digitales. El objetivo es explicar en un formato pedagógico atractivo el papel del agricultor y de sus familias, su contribución a la sociedad y los retos a los que se enfrentan.

d) Actividades horizontales

Exposición Internacional de Milán de 2015 (Expo)

Entre el 1 de mayo y el 31 de octubre de 2015 se celebró en Milán la Expo 2015, cuyo tema era «Alimentar el planeta: energía para la vida». Este fue un punto importante para la actividad de comunicación de la DG AGRI en 2015. Esta edición de la Expo constituyó una importante plataforma de debate político y de iniciativas estratégicas sobre alimentación y sostenibilidad. Para la UE, en tanto que agente clave en este debate mundial, supuso una oportunidad para trabajar hacia una fructífera colaboración sobre estas cuestiones con otras partes interesadas, tanto públicas como privadas. Con 147 países y organizaciones internacionales participantes, más de 21 millones de visitantes y cientos de millones más a los que se llegó a través de Internet, este fue un foro sumamente útil para la comunicación con ciudadanos de la UE y de terceros países sobre estas cuestiones. La participación de la UE asumía tres objetivos principales: comunicar los principales logros de la UE en el ámbito de la alimentación y la sostenibilidad, ofrecer una plataforma para el desarrollo futuro de políticas y desempeñar un papel educativo mediante la sensibilización sobre cuestiones como la lucha contra el desperdicio de alimentos y el fomento de alimentos más saludables.

La presencia de la UE en la EXPO incluyó a la Comisión, el Parlamento Europeo y otras instituciones, así como una gran participación de las partes interesadas. En cooperación con el Centro Común de Investigación, que coordinó la participación de la UE, y otros servicios de la Comisión, la DG AGRI desempeñó un papel clave para poner de relieve las cuestiones relativas al futuro de la política agrícola y el desarrollo rural. La DG AGRI organizó más de veinte actos: seminarios, conferencias, talleres y acciones de concienciación para los visitantes en los que se trataron, entre otros temas, la seguridad alimentaria y la sostenibilidad agrícola, la investigación y la innovación, la salubridad y calidad de los alimentos, el desarrollo rural, los retos mundiales relacionados con la alimentación. En estos actos se generaron importantes contribuciones de las partes interesadas a los debates sobre los futuros retos para los responsables políticos. La DG AGRI participó también en otros actos relacionados durante la EXPO, en particular, los trabajos del Comité científico, y su definición de recomendaciones para el futuro de la investigación y la innovación en el ámbito de la seguridad alimentaria y nutricional a escala mundial.

El pabellón de la UE recibió más de 650 000 visitantes. La apreciación de los visitantes sobre la exposición central del pabellón, una historia animada sobre el pan, la ciencia y la agricultura, alcanzó un 90 %, mientras que un 74 % señaló que ahora desearían saber más sobre las políticas de la UE relativas a la alimentación y la sostenibilidad.

Las acciones de comunicación se dirigieron a los medios de comunicación, desplegándose la actividad en las redes sociales tanto antes como durante la Expo. La importante representación política de alto nivel en la EXPO (Jefes de Estado y ministros, diputados del Parlamento Europeo, incluido el Presidente, comisarios de la UE junto con el presidente Juncker) generó el interés de los medios de comunicación sobre la EXPO y contribuyó a fomentar la difusión de información sobre sus actividades principales.

Publicaciones

En el período de referencia se mantuvo el interés principal en el desarrollo de las publicaciones en formato electrónico. Como en el pasado, se produjo una serie de publicaciones en cooperación con la Oficina de Publicaciones de la UE, y también la Oficina de infraestructuras y logística de Bruselas (OIB). Algunas de estas publicaciones estaban dirigidas a escolares, y a resaltar los sistemas escolares, que resultaron ser muy populares como material de promoción en ferias y otros eventos. Además, las publicaciones se centraron

en cuestiones de políticas tales como la contribución de la alimentación y de la agricultura al crecimiento económico y al empleo, en las redes de seguridad de los mercados agrícolas.

La publicación del importante informe del Grupo operativo sobre mercados agrícolas, «Mejora de los resultados del mercado: fortalecimiento de la posición del agricultores en la cadena alimentaria» tuvo lugar en noviembre de 2016.

Eurobarómetro

Durante el último trimestre de 2015 se llevó a cabo una encuesta cuantitativa del Eurobarómetro especial sobre la agricultura y la PAC. Los resultados, publicados en enero de 2016, demuestran que la agricultura y las zonas rurales son importantes para los europeos y que una mayoría de la población respalda los principios rectores y objetivos de la PAC. Al mismo tiempo, indican que el 30 % de los europeos no son conscientes de la política que va asociada, la PAC. A la hora de diseñar medidas específicas de información, la DG AGRI tiene en cuenta estos resultados.

Sitio web

El sitio web «Agricultura y Desarrollo Rural» continuó su desarrollo en el periodo de referencia, como importante fuente de información especializada sobre la agricultura y el desarrollo rural. También desempeñó un papel significativo en el proceso de consulta a las partes interesadas y a los ciudadanos sobre la futura dirección de la política agrícola. En el período de referencia se produjeron cambios importantes en la página web de la Comisión, con el fin de facilitar su uso y mejorar su pertinencia para el público en general. El actual proceso de transformación digital incluye la adaptación de los contenidos de la web y su incorporación en la nueva arquitectura de la página web de la Comisión antes de finales de 2017 con el objeto de proporcionar información que se adapte mejor a las necesidades de los usuarios finales. La DG AGRI ha participado activamente en este proceso en 2015-2016 con un refuerzo del equipo de la web, que garantizó el éxito de la migración de Documentum a la plataforma Drupal.

Visitantes

En el período de referencia, la DG AGRI continuó participando en sesiones informativas con grupos de visitantes, compuestos principalmente por agricultores y sus representantes, estudiantes, representantes locales y regionales, periodistas y profesores. El objetivo de esas visitas era explicar y profundizar en la comprensión de la PAC, incluido el desarrollo rural, y también mejorar la sensibilización sobre los grandes desafíos y oportunidades a los que se enfrenta la agricultura en el futuro. Esta actividad de comunicación se llevó a cabo en estrecha cooperación con el centro de visitantes de la DG COMM.

IV. PROPORCIÓN DEL GASTO (COMPROMISOS Y PAGOS) ENTRE LAS ACCIONES COFINANCIADAS A INICIATIVA DE TERCEROS (SUBVENCIONES) Y LAS ACCIONES DE INFORMACIÓN A INICIATIVA DE LA COMISIÓN (CONTRATACIÓN PÚBLICA)⁸

	2015			2016		
	Subvenciones	Contratación pública	Total	Subvenciones	Contratación pública	Total
Presupuesto inicial previsto	3 000 000	5 000 000	8 000 000	2 500 000	1 580 900 (**)	4 000 000
Compromisos en EUR	2 759 449	4 535 172	7 294 621	2 419 099 (**)	1 512 640 (**)	3 931 739 (**)
% de compromisos	91,98 %	90,70 %	91,18 %	96,76 %	95,7 %	98,29 %
Pagos (**) en EUR	2 323 802	4 139 141 (***)	6 462 943	(*)	890 638 (***)	890 638 (***)
% de desembolsos frente a compromisos	84,21 %	91,27 %	88,60 %	(*)	58,88 %	22,65 %

(*) Todas las acciones están pendientes de pago.

(**) A raíz de la modificación del plan de actuación en materia de comunicación externa de DG AGRI en 2016.

(***) Las cifras correspondientes a los pagos de las medidas de 2016 aún no se habían finalizado.

Los pagos son por lo general inferiores a los importes originalmente comprometidos. En el caso de las subvenciones, ello puede explicarse por el hecho de que los costes finales de las acciones son inferiores a los inicialmente previstos por el beneficiario y, en segundo lugar, porque no todos los gastos declarados por los beneficiarios pueden considerarse admisibles. En el caso de las medidas adoptadas a iniciativa de la Comisión, la diferencia entre los pagos y los compromisos reside en el hecho de que, mientras los compromisos son fijos, el gasto real es inferior al previsto debido al ahorro y la utilización de medidas más económicas durante la ejecución.

V. CONCLUSIÓN

En el período de referencia, la Comisión continuó desarrollando sus acciones de comunicación institucional sobre la base de sus diez prioridades políticas haciendo hincapié

⁸ 4 000 000 EUR — codelegación en la DG COMM en 2016 para actividades de comunicación institucional no incluidos en este cuadro

en los beneficios tangibles que aportó la UE a sus ciudadanos. Las medidas de información llevadas a cabo en relación con la política agrícola común y el desarrollo rural pretendían destacar los logros de la PAC a la hora de garantizar un suministro constante de alimentos sanos y su contribución al crecimiento económico y la existencia de zonas rurales dinámicas. Paralelamente, cuestiones esenciales para el futuro, como la eficiencia de los recursos, el relevo generacional y el papel de la agricultura a la hora de abordar el desafío del cambio climático, fueron también claves para las acciones de comunicación. Igualmente se intensificaron los esfuerzos dirigidos a atraer la sociedad civil y una amplia diversidad de partes interesadas, y a fomentar una mayor cooperación en actividades de información, tanto dentro de los servicios de la Comisión como con otras instituciones de la UE y los Estados miembros.