



EUROPSKA
KOMISIJA

Bruxelles, 20.9.2013.
COM(2013) 645 final

IZVJEŠĆE KOMISIJE EUROPSKOM PARLAMENTU I VIJEĆU

**o provedbi Uredbe Vijeća (EZ) br. 814/2000 o mjerama informiranja u vezi sa
zajedničkom poljoprivrednom politikom**

{SWD(2013) 338 final}

IZVJEŠĆE KOMISIJE EUROPSKOM PARLAMENTU I VIJEĆU

o provedbi Uredbe Vijeća (EZ) br. 814/2000 o mjerama informiranja u vezi sa zajedničkom poljoprivrednom politikom

I. Uvod

Ovo se izvješće odnosi na provedbu Uredbe Vijeća (EZ) 814/2000 (dalje u tekstu „Uredba”) za godine 2011. i 2012.

Ciljevi mjera informiranja definirani Uredbom sljedeći su:

- pomoći objasniti, provoditi i unaprijediti ZPP
- promicati europski model poljoprivrede i pomagati ljudima da ga razumiju
- pružati informacije poljoprivrednicima i drugima koji žive u ruralnim područjima
- podizati svijest javnosti o pitanjima i ciljevima ZPP-a.

Mjere pripadaju u dvije glavne kategorije:

- Mjere koje su dostavile organizacije trećih strana za sufinanciranje iz EFJP-a (bespovratna sredstva)
- Mjere na inicijativu Komisije koje se financiraju po stopi od 100% iz EFJP-a (izravne mjere).

Vijeće je odlučilo (na temelju članka 8. Uredbe Vijeća 814/2000) da izvješće o provedbi Uredbe treba podnositi Europskom parlamentu svake druge godine. Ovo je peto takvo izvješće¹.

Prilozi navedeni u tekstu nalaze se u popratnom Radnom dokumentu osoblja Komisije.

II. PRORAČUN

Proračun na raspolaganju za mjere informiranja iz proračunske linije 05 08 06 bio je 8 milijuna EUR 2011. i 8 milijuna EUR 2012. Privremena raspodjela između mjera koje se poduzimaju na inicijativu Komisije i mjera koje se sufinanciraju (bespovratna sredstva) bila je sljedeća:

¹ COM (2003)235 završna verzija od 8.5.2003.; COM (2007)324 završna verzija od 13.6.2007.; COM (2009)237 završna verzija od 20.5.2009.; (COM (2011) 294 završna verzija od 25.5.2011.

2011.: izravne mjere (4,5 milijuna EUR) (56 %) – Bespovratna sredstva (3,5 milijuna EUR) (44 %)

2012.: izravne mjere (5,8 milijuna EUR) (72 %) – Bespovratna sredstva (2,2 milijuna EUR) (28 %)

Izvršenje proračuna dostiglo je 100 % za 2011. i 99 % za 2012. u pogledu obveza te 80 % u pogledu plaćanja za 2011. Još nije moguće izvjestiti o konačnim brojkama za izvršenje u pogledu plaćanja za 2012. s obzirom na to da plaćanja koja se odnose na proračun za 2012. trebaju biti izvršena do 31. prosinca 2013.

III. RASPODJELA FINANCIRANIH MJERA

Nakon 2013. treba biti provedena reforma zajedničke poljoprivredne politike. Nakon široke javne rasprave, Komisija je 18. studenoga 2010. izdala priopćenje „ZPP ususret 2020.” u kojem se iznose mogućnosti za budući ZPP te je pokrenula raspravu s drugim institucijama i dionicima. Komisija je 12. listopada 2011. iznijela niz zakonskih prijedloga usmjerenih na to da ZPP postane učinkovitija politika za konkurentniju i održiviju poljoprivredu te životnija ruralna područja. Stoga je u izvještajnom razdoblju postojala snažna usredotočenost na mjere informiranja usmjerene na bolje javno razumijevanje prijedloga Komisije o reformiranju zajedničke poljoprivredne politike te na njihov doprinos ostvarivanju ciljeva identificiranih u strategiji Komisije Europa 2020. To je bio glavni element komunikacijske strategije koju je Komisija definirala na temelju Uredbe, a koja se provodi kroz godišnje planove aktivnosti. Ovim prioritetom odražavaju se rezultati niza istraživanja Eurobarometra o poljoprivredi i ZPP-u provedenih posljednjih godina: većina ljudi podržava opća načela i ciljeve zajedničke poljoprivredne politike (ZPP), ali mnogi nisu svjesni što ta politika uistinu jest. Stoga je cilj komunikacijske strategije podići svijest o ZPP-u i pokazati da ona uzima u obzir interese građana.

Osim toga, pedeseta obljetnica stupanja na snagu zajedničke poljoprivredne politike i njezina uloga kao stupa europskih integracija istaknuta je kako u izravnim tako i u neizravnim mjerama 2012. Ova je obljetnica prepoznata kao prilika za podizanje svijesti javnosti o ZPP-u i u pogledu dostignuća te politike i u pogledu mogućnosti budućeg razvoja na temelju predložene reforme.

Planiranje mjera informiranja usmjereno je na zadovoljavanje potreba posebnih ciljanih skupina, bolje definiranje odgovarajućih poruka i strategije diseminacije informacija u skladu s Uredbom te na ocjenjivanje i povratne informacije. Pojačani su napor na daljnjem razvoju sinergija s različitim čimbenicima u području pružanja informacija o poljoprivredi, uključujući dionike i državna tijela. Proširena je suradnja s drugim institucijama EU-a te s mrežama kao što su informacijski centri Europske unije i Europska mreža za ruralni razvoj.

1. Bespovratna sredstva (komunikacijske aktivnosti poduzete na inicijativu organizacija trećih strana)

Uredbom su predviđene dvije vrste mjera koje se financiraju bespovratnim sredstvima, a to su posebne mjere informiranja i godišnji programi rada. Posebna mjera informiranja označava informacijske događaje ograničene u vremenu i prostoru koji se provode na temelju jedinstvenog proračuna. Godišnji programi rada su skupine od dvije do pet posebnih mjera informiranja. Za 2011. i 2012. odlučeno je (kao i za tri prethodne godine) zadržati samo sufinanciranje posebnih mjera informiranja u cilju pojednostavljenja programa dodjele

bespovratnih sredstava i osiguravanja usklađenosti između različitih komunikacijskih aktivnosti. Pojačani su naponi na produbljivanju dijaloga s korisnicima bespovratnih sredstava kako bi se dodatno poboljšala učinkovitost i sinergija između sufinanciranih mjera koje provode treće strane i mjera koje se provode na inicijativu Komisije (izravne mjere). Konkretnije, pozivi za podnošenje prijedloga za sufinancirane mjere u 2011. i 2012. potakli su provođenje mjera informiranja za podizanje svijesti javnosti o prijedlozima Komisije za reformu ZPP-a².

Najviša stopa financiranja za gore navedene mjere iznosi 50 % prihvatljivih troškova. Međutim, u iznimnim slučajevima stopa može biti povećana na do 75 %, kako je navedeno u provedbenoj Uredbi³ i definirano u pozivu na podnošenje prijedloga. Za 2011. odlučeno je da se zadrži 50 % kao maksimalna stopa financiranja za sufinancirane mjere. Za 2012. pozivom na podnošenje prijedloga bila je predviđena najviša stopa od 75 % za mjere informiranja od izuzetnog interesa. Međutim, budući da nijedan prijedlog nije zadovoljavao kriterije utvrđene za takve izvanredne mjere, nijednoj mjeri nije dodijeljena stopa financiranja od 75 % za 2012.

Na temelju poziva na podnošenje prijedloga za 2011. sufinancirane su 44 posebne mjere (Komisija je odabrala još dvije mjere, ali su korisnici bespovratnih sredstava odustali od njih tijekom faze provedbe). Iznos bespovratnih sredstava koji se može zatražiti od Komisije bio je između 20.000 EUR i 300 000 EUR.

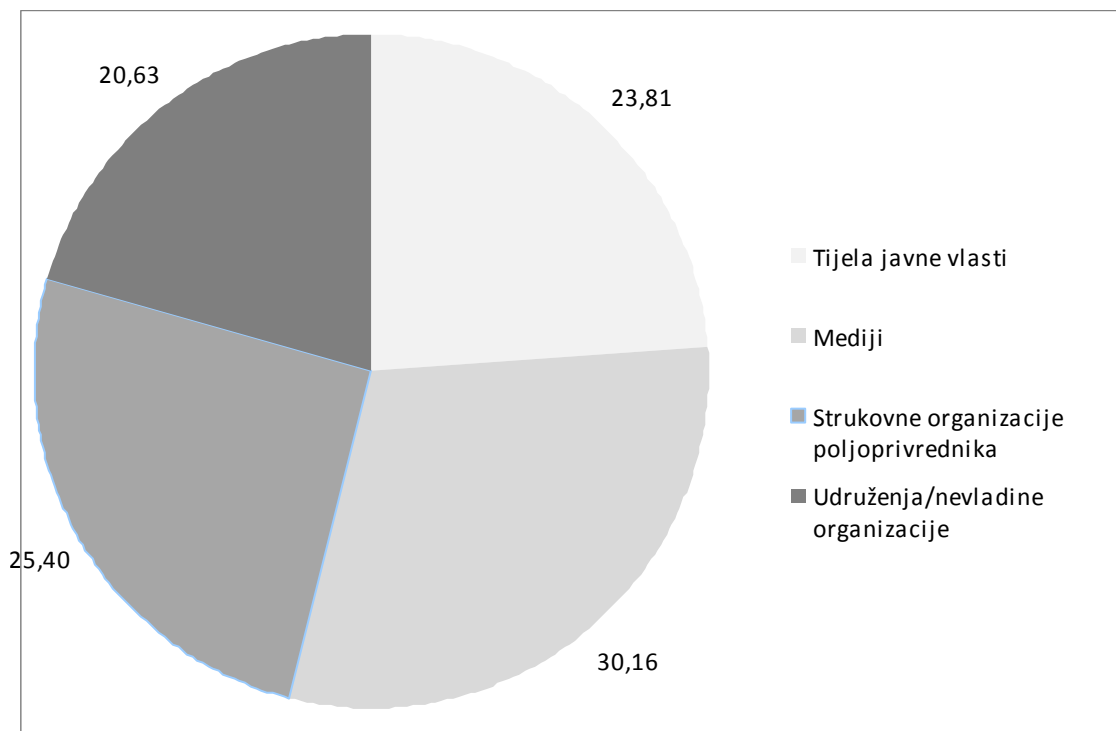
Na temelju poziva na podnošenje prijedloga za 2012. sufinancirano je 11 posebnih mjera (bila je odabrana još jedna mjera, ali se od nje odustalo tijekom godine). Treba napomenuti da je poziv na podnošenje prijedloga za 2012. bio sastavljen tako da daje prednost inovativnim i kreativnim mjerama koje bi mogle imati velik utjecaj u većem broju zemalja. Tako su za 2012. podnositelji zahtjeva bili pozvani da zatraže bespovratna sredstva u iznosu od između 100.000 EUR i 500 000 EUR te je stoga za tu godinu sufinanciran manji broj većih mjera.

Prema tome, tijekom izvještajnog razdoblja sveukupno je sufinancirano 55 mjera. Bespovratna sredstva su prvenstveno dodjeljivana za informacijske kampanje, audio-vizualne produkcije, konferencije, seminare te za niz projekata usmjerenih na informiranje školske djece o ZPP-u. U izvještajnom je razdoblju značajan broj informacijskih kampanja odražavao stalan naglasak u pozivima na podnošenje prijedloga na poticanju sufinanciranih mjera koje koriste višestruke komunikacijske alate s ciljem postizanja maksimalnog učinka i dopiranja do najšire moguće publike. Kao što je prethodno spomenuto, pedeseta obljetnica ZPP-a istaknuta je u pozivima na podnošenje prijedloga kao sredstvo za informiranje građana o doprinosu te politike integraciji EU-a i njezinoj ulozi u suočavanju s budućim izazovima.

² SL C 231/8, 27.8.2010.; SL C 212/22, 19.7.2011.

³ Uredba Komisije (EZ) br. 2208/2002 od 12. prosinca 2002. o utvrđivanju detaljnih pravila za primjenu Uredbe Vijeća (EZ) br. 814/2000 o mjerama informiranja u vezi sa zajedničkom poljoprivrednom politikom (SL L 337/21, 13.12.2002.)

Korisnici bespovratnih sredstava prvenstveno su bili sljedeći: strukovne organizacije poljoprivrednika, druge nevladine organizacije/udruženja, tijela javne uprave (lokalna, regionalna i državna tijela) te medijske organizacije.



Kao i u prošlosti, društveno-strukovne organizacije aktivne u području poljoprivrede i ruralnog razvoja na nacionalnoj razini (često članovi tijela na razini EU-a) isticale su se na popisima korisnika. Pored toga, između ostalog, povećano je sudjelovanje medijskih organizacija – posebno audio-vizualnog sektora. Kod nekoliko sufinanciranih mjera korisnici su iskoristili mogućnost uključivanja drugih organizacija kao partnera u provedbi projekata, na primjer, često su organizacije poljoprivrednika ili druge vrste udruženja/nevladinih organizacija bile partneri ili suorganizatori u mjerama koje se provodile medijske organizacije.

U Prilogu 1. dan je pregled bespovratnih sredstava u izvještajnom razdoblju. Pojediniosti o pojedinačnim bespovratnim sredstvima nalaze se na internetskoj stranici Europa:

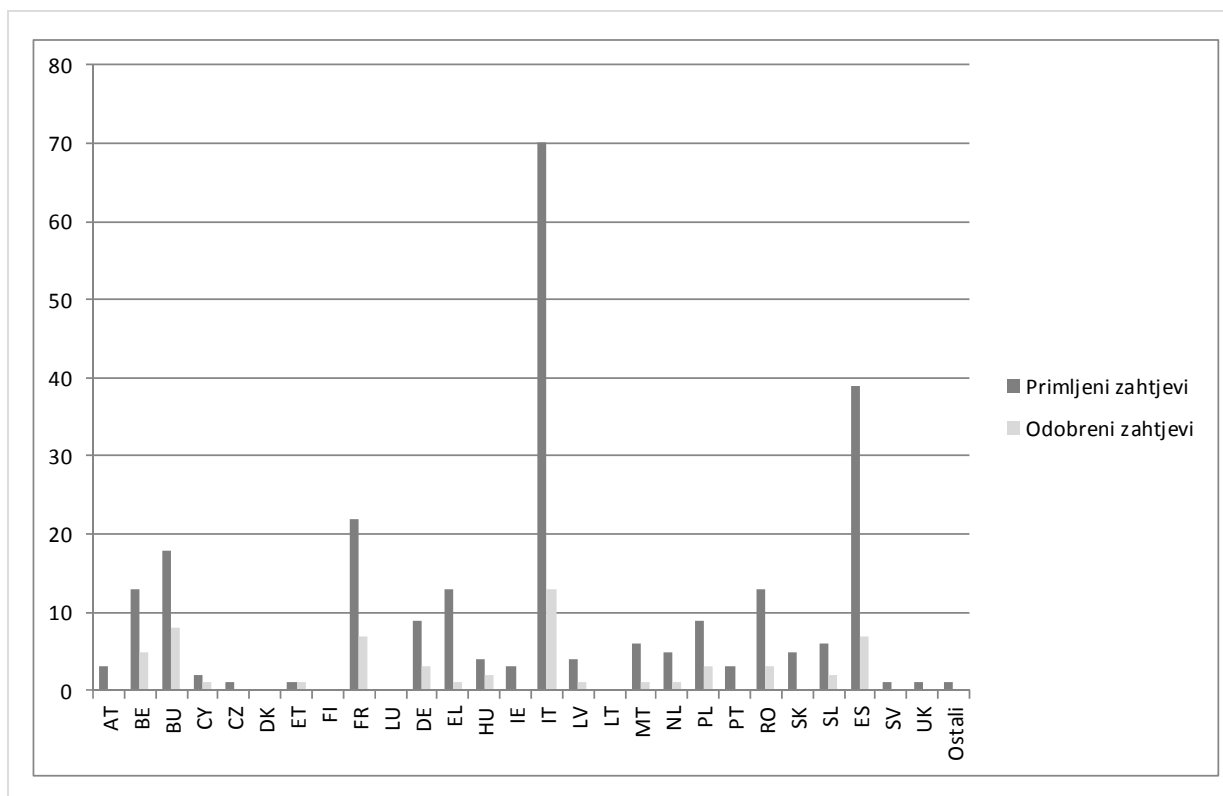
http://ec.europa.eu/agriculture/grants-for-information-measures/index_en.htm

Zahtjevi su ocijenjeni prema strogim kriterijima prihvatljivosti, isključenja, odabira i dodjele kako je utvrđeno u pozivima na podnošenje prijedloga. To je bilo u skladu s Uredbom i odražavalo je cilj Komisije za postizanjem jednakog postupanja i poštene konkurencije među podnositeljima zahtjeva.

Tijekom izvještajnog razdoblja, broj uspješnih zahtjeva za bespovratna sredstva od strane država članica EU12 i dalje se povećavao; 37,3 % ukupnog broja bespovratnih sredstava dodijeljenih 2011. i 2012. dodijeljeno je organizacijama u tim državama članicama. Kao i u prošlosti, i dalje je postojao velik interes iz južnih dijelova EU-a.

U donjoj tablici prikazan je broj primljenih i odobrenih zahtjeva u izvještajnom razdoblju, po državama članicama.

Tablica I.



Važno je naglasiti da je, kao i u prošlosti, značajan broj sufinanciranih mjera, osim do izravnih sudionika, dopro do šire publike, zahvaljujući multiplikacijskom učinku specijaliziranih tiskanih i audio-vizualnih medija, kao i većem korištenju interneta i društvenih mreža kao alata diseminacije.

2. Komunikacijske aktivnosti poduzete na inicijativu Komisije

Tijekom izvještajnog razdoblja, kao i prethodnih godina, značajan broj komunikacijskih aktivnosti proveden je na inicijativu Komisije. One su često bile provedene uz vanjsku tehničku pomoć. Za te je mjere u razdoblju 2011. – 2012. bilo dodijeljeno otprilike 64 % proračuna.

U Prilogu II. iznesene su pojedinosti o inicijativama Komisije u tom razdoblju, uključujući odnosne troškove.

Sudjelovanje na sajmovima

Naglasak Komisije na „lokalnom djelovanju” i podizanju svijesti građana o ZPP-u i općenito o EU-u bio je u središtu organizacije štandova Komisije na sajmovima u razdoblju 2011. – 2012. Aktivnosti na sajmovima su i dalje bile usmjerene na opću javnost i dionike, a kampanja povodom pedesete obljetnice korištena je, između ostalog, za informiranje opće javnosti o tome da su ZPP i ruralni razvoj važni za društvo u cjelini. Sudjelovanje na sajmovima i dalje je predstavljalo forum za dijalog s poljoprivrednicima i općom javnosti o pitanjima poljoprivredne politike. Tijekom aktivnosti stavljan je naglasak na uspješne projekte ruralnog razvoja, politiku kvalitete EU-a te na organiziranje informativnih i obrazovnih aktivnosti s ciljem privlačenja mlađe publike i opće javnosti.

Konferencije

Tijekom ovog razdoblja konferencije su predstavljale važan forum za dijalog i savjetovanje s dionicima o aspektima reforme zajedničke poljoprivredne politike. Na primjer, konferencija održana u srpnju 2012. „ZPP ususret 2020. – duboko promišljanje uz civilno društvo” organizirana je kao nastavak širokog savjetovanja pokrenutog 2010. o izazovima s kojima se suočava europska poljoprivreda. Konferencijom je nevladinom sektoru, predstavnicima država članica i institucijama EU-a pružena mogućnost za raspravu o zakonskim prijedlozima reforme ZPP-a koju treba provesti nakon 2013., a koje je Komisija donijela 12. listopada 2011. Niz događaja bio je usmjeren i na povećanje inovativnosti i rezultata istraživanja u europskoj poljoprivredi. To je uključivalo konferenciju-raspravu organiziranu u suradnji s Predsjedništvom EU-a i Europskim parlamentom u prosincu 2011. te drugu konferenciju na visokoj razini u ožujku 2012. Na još je jednoj konferenciji održanoj 20. travnja 2012. oko četiri stotine dionika istraživalo načine i sredstva za mobiliziranje i razvoj potencijala lokalne poljoprivrede i kratkih lanaca opskrbe kako bi se potaklo zapošljavanje i razvoj u ruralnim područjima.

Ti su događaji pridonijeli procesu komuniciranja te provedbi i razvoju poljoprivredne politike u skladu s Uredbom. Uporaba tehnologije praćenja konferencije internetom osigurala je široku diseminaciju rezultata konferencije.

Publikacije

Tijekom izvještajnog razdoblja, publikacije su i dalje odražavale zakonodavni program. Uključivale su tekstove koji se odnose na prijedloge reforme ZPP-a i politiku kvalitete. Istovremeno s kampanjom povodom pedesete obljetnice ZPP-a, 2012. je izdan velik broj atraktivnih pedagoških publikacija usmjerenih na školsku djecu i opću javnost. One su široko distribuirane u državama članicama i na taj je način kampanja povodom obljetnice pomogla u podizanju svijesti o zajedničkoj poljoprivrednoj politici i ruralnom razvoju.

Internetska stranica

Internetska stranica „Poljoprivreda i ruralni razvoj” razvijana je dalje u izvještajnom razdoblju, prvenstveno kao važan izvor specijalističkih informacija o ZPP-u i ruralnom razvoju. Imala je značajnu ulogu i u procesu savjetovanja s dionicima i općom javnosti u pogledu budućeg usmjerenja poljoprivredne politike. Provedena su dva savjetovanja internetom (jedno o informiranju i promociji poljoprivrednih proizvoda EU-a, a drugo o preispitivanju režima EU-a u pogledu voća i povrća). Izražena stajališta su uzeta ili se uzimaju u obzir prilikom razvoja relevantne politike. Broj pretplata na glasilo i sažetke „Praćenje poljoprivredne i trgovinske politike (MAP)” porastao je na 5 150, danas postoji 1 320 ažuriranja „Ploča s cijenama poljoprivrednih proizvoda”, a 1 180 pretplatnika pretplaćeno je na sažetke „Perspektive poljoprivredne politike”. Prijelaz na potpuno novu verziju internetske stranice (novi korporativni dizajn, tehnologija upravljanja internetskom stranicom, pojednostavljen i ažuriran sadržaj, u skladu s inicijativom Komisije za racionalizacijom i optimizacijom internetskog sadržaja) je pri dovršetku.

Ispitivanja javnog mnijenja

U svibnju 2011. provedeno je posebno istraživanje Eurobarometra o ograničenom broju pitanja u kontekstu priprema zakonskih prijedloga za reformu ZPP-a, uključujući pitanje transparentnosti koje se odnosi na korisnike plaćanja u sklopu ZPP-a. U ožujku 2012. provedeno je dodatno istraživanje o stavovima građana o sigurnosti hrane, kvaliteti hrane i shvaćanju povezanosti između poljoprivrede i očuvanja prirode i krajolika.

Posjeti

U razdoblju 2011. – 2012., primljene su skupine posjetitelja, koje su se prvenstveno sastojale od poljoprivrednika, predstavnika poljoprivrednika, učenika, regionalnih i lokalnih predstavnika, novinara i članova akademske zajednice. Cilj tih posjeta bio je objasniti i omogućiti šire razumijevanje zajedničke poljoprivredne politike, uključujući ruralni razvoj, kao i iznijeti razloge za njezinu reformu.

Medijske aktivnosti

U izvještajnom razdoblju postojala je jaka usmjerenost na daljnji razvoj i produbljivanje veza s medijima zbog njihove važnosti kao multiplikatora u području komunikacija. Uspostavljanje elektroničke platforme („Ag-press.eu”) u rujnu 2011. omogućuje svakodnevnu interakciju između relevantnih službi Komisije i novinara zainteresiranih za poljoprivredu u cijelom EU-u.

Ova europska Ag-Press mreža za novinare koji se bave poljoprivredom danas ima oko 800 članova novinara. E-platforma, koja se svakodnevno ažurira, olakšava pristup vijestima i informacijama o pitanjima vezanima za poljoprivredu, koje uglavnom dolaze od Europske komisije, ali i od drugih institucija. Njome je također omogućena razmjena iskustava među samim novinarima. Kroz aktivnosti kao što su putovanja na mjesto događaja i posjete novinara poljoprivrednim gospodarstvima, seminari i studijska putovanja u Bruxelles i u državama članicama, predstavnici medija se informiraju o ZPP-u i o raznolikosti poljoprivrede u EU-u.

U ovom su razdoblju također ubrzane aktivnosti na društvenim medijima koje se odnose na poljoprivredu i ruralni razvoj.

IV. KOMUNIKACIJSKE KAMPANJE O VAŽNIM PITANJIMA

U ranijim se izvješćima govorilo o širokoj javnoj raspravi o budućnosti politike u pogledu poljoprivrednih gospodarstava u EU-u i o daljnjim komunikacijskim aktivnostima s ciljem stvaranja otvorenog dijaloga u kojem je ZPP objašnjen i raspravljen s općom javnosti, dionicima i drugima. U razdoblju na koje se preispitivanje odnosi, nastavljeni su naponi na poboljšanju razumijevanja zajedničke poljoprivredne politike i ruralnog razvoja od strane dionika i opće javnosti, putem specifičnih komunikacijskih kampanja.

Na primjer, donošenje od strane Komisije zakonskih prijedloga o reformi zajedničke poljoprivredne politike u listopadu 2011. bilo je popraćeno informativnim sastancima za tisak i dionike u svih 27 država članica EU-a. Ti su informativni sastanci privukli preko 2 500 predstavnika medija (specijaliziranih i regionalnih medija, nacionalnih TV i radijskih kuća) i dionika (tijela civilnog društva, regionalnih i nacionalnih uprava). Oni su bili značajno pokriveni u medijima (uključujući preko 500 članaka u tisku u razdoblju od 24 sata nakon

događaja). Ovo je predstavljalo značajan napor u komunikaciji na lokalnoj razini sa svim zainteresiranim stranama uključujući opću javnost.

Još jedna važna aktivnost bila je medijska kampanja organizirana nakon krize vezane uz e-coli u 2011. kako bi se izrazila podrška Komisije naporima proizvođača da vrate povjerenje potrošača i nastave konzumirati voće i povrće. Procjenjuje se da je široka tiskovna i televizijska kampanja u EU-u, koja se sastojala od oglasa u tisku u jednoj publikaciji u svakoj državi članici i od paketa video vijesti za TV, doprla do oko 37 milijuna ljudi.

Kao što je gore navedeno, tema pedesete obljetnice stupanja na snagu zajedničke poljoprivredne politike bila je značajno prisutna u mjerama informiranja u 2012. Tijekom izvještajnog razdoblja, pripremu i provedbu komunikacijske kampanje ZPP@50 obilježio je značajan stupanj suradnje između Komisije, drugih institucija EU-a, država članica i dionika. Ova je kampanja bila značajan katalizator za mjere informiranja o ZPP-u diljem EU-a; tijekom godine je održano oko 150 povezanih događaja u državama članica, organiziranih od strane državnih i regionalnih tijela i organizacija civilnog društva, zahvaljujući stvaranju internetske stranice posvećene tome i interaktivne platforme koja je uključivala, između ostalog, audio-vizualni i arhivski materijal te publikacije i promotivne materijale o povijesnom doprinosu ZPP-a izgradnji Europe i ulozi u odgovaranju na sadašnje i buduće izazove.

Između događaja vezanih uz godišnjicu treba posebno istaknuti promotivne aktivnosti u cijeloj Europskoj uniji putem vrlo interaktivne izložbe usmjerene općoj javnosti – *ZPP – prošlost, sadašnjost i budućnost* – koja je u razdoblju između travnja i prosinca 2012. održana u oko 20 država članica, kao i u drugim institucijama EU-a, i koja je privukla više od 60 000 posjetitelja na 24 mjesta održavanja.

Druge aktivnosti povezane sa ZPP@50 uključivale su sudjelovanje u popularnim događajima kao što je *Poljoprivredno gospodarstvo u gradu* organizirano u Bruxellesu u rujnu 2012. Paviljon Komisije je posjetilo 5 000 ljudi, a 20 000 ljudi je primilo glavne poruke tog događaja putem promocije u medijima. 2012. pokrenuto je prvo izdanje nagrade za komuniciranje o ZPP-u za primjere najbolje prakse u komuniciranju o ZPP-u; cilj je nagrade identificirati posebno učinkovite mjere informiranja i potaknuti razmjenu najbolje prakse među različitim multiplikatorima i partnerima u umrežavanju.

V. UDIO TROŠKOVA (OBVEZE I PLAĆANJA) SUFINANCIRANIH MJERA NA INICIJATIVU TREĆIH STRANA (BESPOVRATNA SREDSTVA) I MJERA INFORMIRANJA NA INICIJATIVU KOMISIJE

	2011.			2012.		
	Bespovratna sredstva	Izravne mjere	Ukupno	Bespovratna sredstva	Izravne mjere	Ukupno
Privremena raspodjela proračuna	3 500 000	4 500 000	8 000 000	2 200 000	5 800 000	8 000 000
Obveze u EUR	3 507 228	4 480 063	7 987 291	2 197 904	5 707 754	7 905 658
% obveza	100 %	100 %	100 %	100 %	98 %	99 %
Plaćanja (**) u EUR	2 440 123	3 939 636	6 379 759	(*)	(*)	(*)
% isplate u odnosu na obvezu	70 %	88 %	80 %	(*)	(*)	(*)

(*) Brojke još nisu dostupne – za najveći broj mjera plaćanja još nisu izvršena

(**) Plaćanja navedena u tablici ne predstavljaju izvršenje samo za godinu N već samo preraspodjelu plaćanja izvršenih u godinama N i N+1 za obveze iz godine N.

Potrebno je napomenuti da je došlo do poboljšanja stopa obveza i isplata u usporedbi s prethodnim izvještajnim razdobljem kada je prosječna stopa obveza tijekom tri godine dosegla 85 % za bespovratna sredstva i 96 % za izravne mjere, a prosječna stopa plaćanja 65 % odnosno 86 % za bespovratna sredstva odnosno izravne mjere. Isplate su uvijek manje od početno preuzetih iznosa obveza. U slučaju bespovratnih sredstava, to se može objasniti činjenicom da su u prvom redu u mnogim slučajevima konačni troškovi mjera bili manji od onih koje je početno predvidio korisnik i, drugo, činjenicom da se svi troškovi koje su iznijeli korisnici ne mogu smatrati prihvatljivima. U slučaju mjera poduzetih na inicijativu Komisije, razlike su bile manje i proizlaze iz obveza, kod kojih se uzimaju u obzir svi mogući predvidivi troškovi i koji su ponekad u konačnici manji od početno predviđenih zbog toga što su ostvarene uštede i što su tijekom provedbe projekata poduzete troškovno najučinkovitije mjere.

VI. ZAKLJUČAK

Komunikacijske aktivnosti koje se odnose na ZPP u izvještajnom su razdoblju bile usmjerene na informiranje i podizanje svijesti kod opće javnosti i dionika o postignućima zajedničke poljoprivredne politike u izgradnji modernog, održivog i učinkovitog sektora poljoprivrede u Europi. One su također naglašavale važnost reforme zajedničke poljoprivredne politike u nastavku tog procesa radi osiguravanja poštenije i zelenije poljoprivredne politike

osposobljene da aktivno doprinese postizanju ciljeva strategije Europa 2020. U provedbi tih mjera informiranja pojačani su naponi na promicanju jačih sinergija između komunikacijskih aktivnosti Komisije, drugih institucija Europske unije, civilnog društva i država članica.