COMMISSIONE
EUROPEA

Bruxelles, 23.2.2016
COM(2016) 83 final

RELAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO E AL CONSIGLIO

sull'attuazione dell'articolo 45 del regolamento (UE) n. 1306/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo alle misure di informazione riguardanti la politica agricola comune

{SWD(2016) 37 final}

I. INTRODUZIONE

La presente relazione concerne l'attuazione di misure di informazione riguardanti la politica agricola comune (PAC) nel 2013 e nel 2014. Fino al 1° gennaio 2014 la base giuridica era costituita dal regolamento (CE) n. 814/2000 del Consiglio, del 17 aprile 2000, relativo alle azioni di informazione riguardanti la politica agricola comune[1]. Tale base giuridica è cambiata con l'entrata in vigore del regolamento (UE) n. 1306/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 dicembre 2013, sul finanziamento, sulla gestione e sul monitoraggio della politica agricola comune e che abroga i regolamenti del Consiglio (CEE) n. 352/78, (CE) n. 165/94, (CE) n. 2799/98, (CE) n. 814/2000, (CE) n. 1290/2005 e (CE) n. 485/2008[2]. L'articolo 45 del regolamento (UE) n. 1306/2013 contiene ora il riferimento alle misure di informazione riguardanti la PAC precedentemente contemplate dal regolamento (CE) n. 814/2000.

Gli obiettivi delle misure di informazione, quali definiti nel regolamento (CE) n. 814/2000, erano i seguenti:

- contribuire ad illustrare nonché ad attuare e a sviluppare la PAC;
- promuovere il modello agricolo europeo e favorire la sua comprensione;
- informare gli agricoltori e gli altri operatori del mondo rurale;
- sensibilizzare l'opinione pubblica circa le prospettive e le finalità della PAC.

Ai sensi dell'articolo 45, paragrafo 1, primo comma, del regolamento (UE) n. 1306/2013, la comunicazione di informazioni finanziata "ha in particolare lo scopo di contribuire a spiegare, attuare e sviluppare la PAC e a sensibilizzare il pubblico ai suoi contenuti e ai suoi obiettivi, ripristinare la fiducia dei consumatori a seguito di crisi attraverso campagne informative, informare gli agricoltori e gli altri soggetti attivi nelle zone rurali, promuovere il modello agricolo europeo e aiutare i cittadini a comprenderlo". L'articolo 45, paragrafo 2, ultimo comma, stabilisce che "le misure di cui al primo comma contribuiscono alla comunicazione istituzionale delle priorità politiche dell'Unione nella misura in cui sono connesse agli obiettivi generali del presente regolamento".

Le misure di informazione finanziate si dividono in due categorie principali:

- quelle presentate da organizzazioni terze ai fini di un cofinanziamento da parte del Fondo europeo agricolo di garanzia (FEAGA) (sovvenzioni);
- quelle intraprese su iniziativa della Commissione e finanziate al 100% dal Fondo europeo agricolo di garanzia (FEAGA) (azioni dirette/appalti pubblici).

Ai sensi dell'articolo 45, paragrafo 5, del regolamento (UE) n. 1306/2013 e dell'articolo 8 del regolamento (CE) n. 814/2000, viene presentata ogni due anni al Parlamento europeo e al Consiglio una relazione sull'attuazione delle misure di informazione nell'ambito del regolamento. La presente relazione è la sesta in materia[3].

Le misure di informazione attuate nel corso del periodo oggetto della relazione si basavano inoltre su una "Strategia di comunicazione esterna 2010-2015 per la PAC" della DG Agricoltura e sviluppo rurale (DG AGRI), concordata nel 2010, e sono state realizzate mediante piani d'azione annuali che stabiliscono le misure di informazione da sviluppare nel corso di ogni anno.

[1] Gazzetta ufficiale dell'Unione europea, GU L 100 del 20.4.2000, pag. 7.
[2] Gazzetta ufficiale dell'Unione europea, GU L 347 del 20.12.2013, pag. 549.
[3] COM (2003) 235 def. dell'8.5.2003; COM (2007) 324 def. del 13.6.2007; COM (2009) 237 def. del 20.5.2009; COM (2011) 294 def. del 25.5.2011; COM(2013) 645 final del 29.9.2013.

II. DOTAZIONE FINANZIARIA

La dotazione originariamente prevista dalla decisione di finanziamento per le misure di informazione nell'ambito della linea di bilancio 05 08 06 era di 8 milioni di EUR nel 2013 e di 11 milioni di EUR nel 2014 (comprensivi del contributo della DG AGRI per la campagna di comunicazione istituzionale "L'UE lavora per voi"). La ripartizione provvisoria tra appalti pubblici (interventi intrapresi su iniziativa della Commissione) e sovvenzioni (interventi cofinanziati) è la seguente:

2013: appalti pubblici (5,5 milioni di EUR) (68,25%) – sovvenzioni (2,5 milioni di EUR) (31,25%)
2014: appalti pubblici (5 milioni di EUR) (45,6%) – sovvenzioni (3 milioni di EUR) (27,3%) – interventi co-delegati alla DG Comunicazione (DG COMM) per la campagna di comunicazione istituzionale (3 milioni di EUR) (27,3%).

L'esecuzione delle misure del 2013 ha raggiunto, in termini di impegni, il 99% e, in termini di pagamenti, l'88%.

L'esecuzione delle misure del 2014 ha raggiunto, in termini di impegni, il 98%. I dati relativi ai pagamenti riferiti alle misure del 2014 non erano ancora completi quando è stata redatta la presente relazione, in quanto i pagamenti potevano essere ancora effettuati fino al 31 dicembre 2015.

III. SUDDIVISIONE DELLE AZIONI FINANZIATE

1. Sovvenzioni (misure di informazione cofinanziate intraprese su iniziativa di organizzazioni terze)

Il regolamento (UE) n. 1306/2013 prevede due tipi di misure da finanziare tramite sovvenzioni: misure specifiche di informazione e programmi di attività annuali. Una misura specifica di informazione è un evento informativo limitato nel tempo e nello spazio, attuato grazie a una dotazione specifica. Un programma di attività annuale include da due a cinque misure specifiche di informazione. Nel 2013[4] e nel 2014[5] si è deciso (come negli anni precedenti) di accogliere soltanto misure specifiche di informazione ai fini del cofinanziamento, in modo da semplificare il regime di sovvenzioni e garantire coerenza tra le diverse azioni di comunicazione.

Gli inviti a presentare proposte relativi alle azioni cofinanziate nel 2013 e nel 2014 sono stati rivolti al pubblico in generale, con **particolare attenzione nei confronti dei giovani nelle aree urbane e degli operatori del mondo rurale**, per i quali le azioni si concentravano su aspetti più specifici, in particolare sull'esecuzione di nuove misure introdotte dalla riforma della PAC, quali l'inverdimento, e di misure obbligatorie per i giovani agricoltori.

Il tasso massimo di finanziamento per le misure di cui sopra è pari al 50% delle spese ammissibili. Tuttavia l'articolo 2 del regolamento (CE) n. 814/2000 del Consiglio prevede un aumento di tale tasso fino al 75% in casi eccezionali, secondo quanto specificato nel regolamento di attuazione[6] e definito nell'invito a presentare proposte.

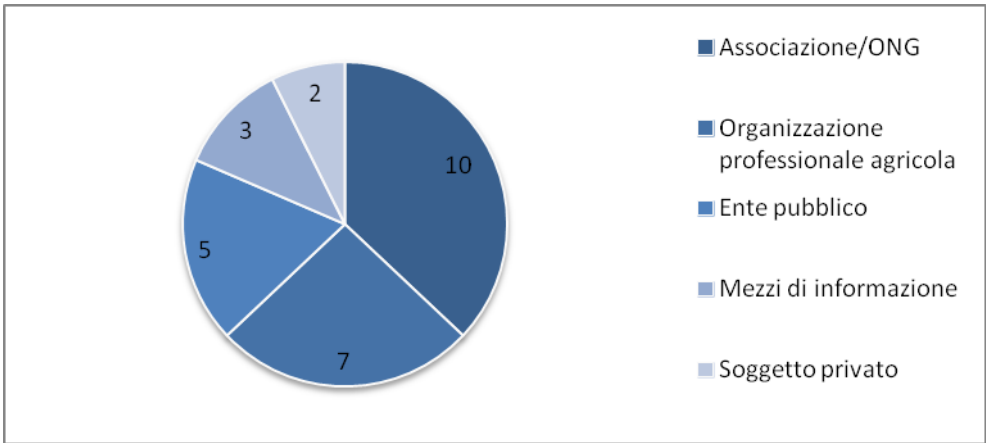
Nell'ambito dell'invito a presentare proposte del 2013 sono state cofinanziate al 50% 14 azioni specifiche di informazione. L'importo delle sovvenzioni richieste alla Commissione era compreso tra 100 500,00 EUR e 341 659,00 EUR. Nell'ambito dell'invito a presentare

[4] Invito a presentare proposte per il 2013, Gazzetta ufficiale dell'Unione europea, 2012/C 223/4 del 27.7.2012.
[5] Invito a presentare proposte per il 2014, Gazzetta ufficiale dell'Unione europea, 2013/C 264/9 del 13.9.2013.
[6] Regolamento (CE) n. 2208/2002 della Commissione, del 12 dicembre 2002, che stabilisce le modalità di applicazione del regolamento (CE) n. 814/2000 del Consiglio relativo alle azioni di informazione riguardanti la politica agricola comune. Gazzetta ufficiale dell'Unione europea, GU L 337 del 13.12.2002, pag. 21.

proposte del 2014 sono state cofinanziate 13 azioni specifiche di informazione, comprendenti tre azioni cofinanziate al 75% in quanto soddisfacevano le condizioni previste dall'invito a presentare proposte per le azioni di informazione che presentino un interesse eccezionale. Questo significa che, per il 2014, l'azione è stata attuata in almeno tre Stati membri dell'UE, è stata proposta da una rete costituita a livello europeo o aveva per obiettivo l'istituzione e/o lo sviluppo di una rete europea di questo tipo, prevedendo un piano di divulgazione in grado di raggiungere almeno il 5% del pubblico destinatario dell'azione (il grande pubblico e/o gli operatori del mondo rurale) in ciascuno Stato membro. L'importo delle sovvenzioni richieste alla Commissione era compreso tra 133 397,00 EUR e 374 119,00 EUR. Complessivamente, dunque, **nel periodo cui si riferisce la relazione (2013-2014) sono state cofinanziate 27 misure di informazione**. Le sovvenzioni sono state concesse principalmente a favore di campagne di informazione, produzioni audiovisive, conferenze, seminari, progetti di informazione sulla PAC rivolti agli alunni delle scuole, nonché strumenti e workshop per le parti interessate.

La tabella 1 indica **i beneficiari delle sovvenzioni suddivisi per tipo.**

Tabella 1



Come già in passato, tra i beneficiari si annoverano numerose organizzazioni socioprofessionali che operano nel settore agricolo e dello sviluppo rurale a livello nazionale (spesso membri di organismi a livello europeo). Tuttavia, poiché gli inviti a presentare proposte del 2013 e del 2014 si rivolgevano maggiormente ai progetti audiovisivi, tre organizzazioni del settore dei media, appartenenti principalmente al comparto degli audiovisivi, hanno ottenuto sovvenzioni per iniziative di livello multinazionale. Il documento di lavoro dei servizi della Commissione che accompagna la presente relazione riporta informazioni maggiormente dettagliate sulle sovvenzioni concesse nel periodo di riferimento della relazione[7].

Le domande sono state valutate alla luce di rigorosi criteri di ammissibilità, esclusione, selezione e concessione, stabiliti nell'invito a presentare proposte. Tale impostazione è in linea con il regolamento finanziario[8] e riflette l'obiettivo della Commissione di garantire parità di trattamento e condizioni di concorrenza leale tra i richiedenti.

La tabella 2 offre una panoramica sul numero di **domande di sovvenzione accolte per Stato membro**. Nel periodo oggetto della relazione, su un totale di 27 domande accolte,

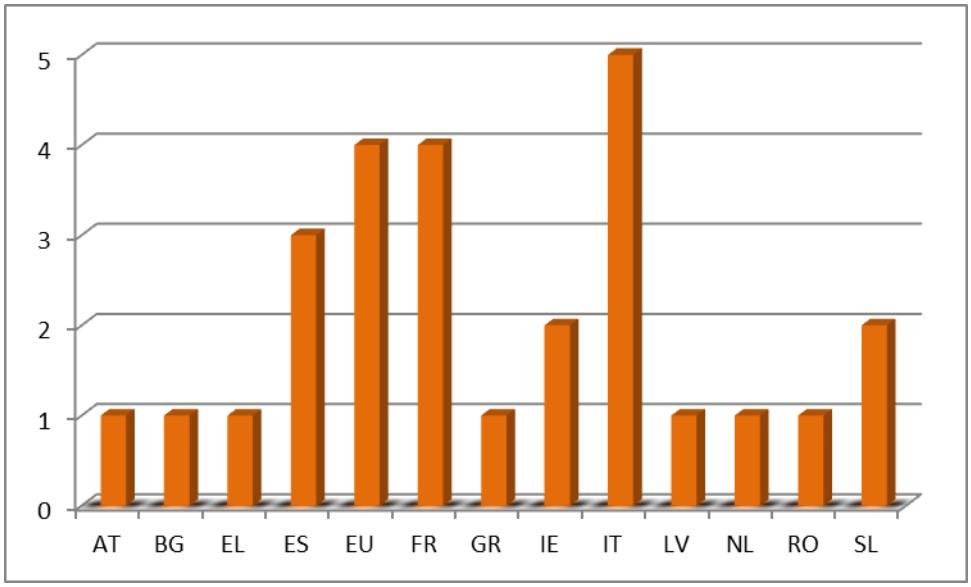
[7] Informazioni più dettagliate sulle sovvenzioni sono disponibili anche sul sito Europa, all'indirizzo: http://ec.europa.eu/agriculture/grants-for-information-measures/index_en.htm

[8] Regolamento (UE, Euratom) n. 966/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2012, che stabilisce le regole finanziarie applicabili al bilancio generale dell'Unione e che abroga il regolamento (CE, Euratom) n. 1605/2012 (GU L 298 del 26.10.2012, pag. 1).

cinque provenivano dai nuovi Stati membri. È stato inoltre confermato l'elevato interesse da parte degli Stati membri meridionali dell'UE. Tra le domande accolte, cinque sono state presentate da organizzazioni a livello europeo.

Tabella 2

Domande accolte per Stato membro (comprese organizzazioni a livello UE)



È importante sottolineare che, come in passato, un numero considerevole di azioni cofinanziate ha raggiunto un pubblico più vasto dei partecipanti diretti grazie all'effetto moltiplicatore della stampa specializzata e dei mezzi di informazione audiovisivi, nonché all'uso crescente di internet e dei social network come strumenti di divulgazione.

2. Azioni dirette/appalti pubblici (misure di informazione intraprese su iniziativa della Commissione)

Nel periodo di riferimento, come negli anni precedenti, sono state condotte numerose azioni di informazione su iniziativa della Commissione, realizzate principalmente grazie all'assistenza tecnica esterna. Nel periodo 2013-2014 a tali azioni è stato assegnato il **66% della dotazione finanziaria**.

Nell'ambito di tale dotazione sono state attuate misure di informazione relative alla creazione di reti con i giornalisti **(media networking)** e con le parti interessate **(stakeholder networking).** Tali misure hanno perseguito l'obiettivo di creare ulteriori sinergie tra i diversi addetti alle comunicazioni nel settore e moltiplicare l'impatto delle azioni di informazione condotte dalla DG AGRI, in particolare per quanto concerne la PAC riformata. Nel periodo di riferimento, infatti, la DG AGRI ha concentrato le proprie **azioni di informazione dirette al grande pubblico** con il varo e l'attuazione di una campagna di comunicazione sulla PAC riformata dal titolo "La politica agricola comune dell'Europa: abbiamo a cuore le nostre radici". Nel 2013 e nel 2014 altre misure di informazione hanno riguardato **attività di comunicazione orizzontale** regolari come l'allestimento di sessioni informative sulla PAC, presentazioni per gruppi di visitatori e l'organizzazione della presenza della Commissione europea all'EXPO di Milano, svoltasi da maggio a ottobre 2015. Nel 2014 la DG AGRI ha inoltre partecipato a una campagna pilota di comunicazione istituzionale condotta dalla DG Comunicazione al fine di evidenziare efficacemente il ruolo e il contributo dell'agricoltura nella nostra vita quotidiana e l'importanza della PAC per i cittadini dell'UE, nonché per la crescita e l'occupazione. La campagna, varata nel 2014 ("L'UE lavora per voi"), è proseguita fino alla metà del 2015 e, attraverso i principali mezzi di informazione, ha dimostrato il valore aggiunto dell'UE in modo tangibile e brillante, raggiungendo direttamente i cittadini. La

campagna s'inserisce nel quadro dell'impegno generale di trasmettere un messaggio più chiaro su come l'UE, attraverso i suoi programmi e le sue politiche, contribuisca alla crescita economica e alla creazione di posti di lavoro.

Il documento di lavoro dei servizi della Commissione fornisce maggiori dettagli su queste misure di informazione, compresi i relativi costi.

a) Creazione di reti con i giornalisti nel 2013-2014

Nel 2011 è stata varata la **rete Ag-Press.eu** per i giornalisti europei interessati all'agricoltura e allo sviluppo rurale, che sin dalla sua creazione si avvale, per alimentarsi e aggiornarsi, della piattaforma elettronica Ag-Press, di una newsletter settimanale e di eventi periodici, fra cui viaggi per la stampa attinenti a tematiche della PAC in diversi Stati membri, viaggi di studio a Bruxelles con visite agli uffici stampa del Parlamento europeo, del Consiglio e della Commissione e una mezza giornata di visite alle aziende agricole, e infine l'"Ag-Press Annual Network Event" (Evento annuale della rete Ag-Press) con la partecipazione del Commissario per l'agricoltura e lo sviluppo rurale.

Questi strumenti hanno contribuito a sostenere e consolidare la rete che, durante questo periodo, ha avuto circa 900 membri attivi. Nel 2013 si sono svolti sette viaggi per la stampa e tre viaggi di studio, mentre nel 2014 sono stati organizzati sei viaggi per la stampa e tre viaggi di studio. Ciò si è rivelato particolarmente utile per promuovere la comprensione della riforma della PAC del 2013 e delle opzioni di attuazione disponibili per gli Stati membri. Successivamente, ciascuno dei giornalisti partecipanti ha pubblicato in media da uno a tre articoli, un numero che in realtà aumenta se si considerano le pubblicazioni online, i messaggi sui social media che riproducono gli articoli stampati, la radio o la televisione.

Una valutazione esterna effettuata nel 2014[9] ha concluso che il materiale raccolto dalla DG AGRI è sufficiente per calcolare che, ad esempio, se partecipa a una visita sul campo, un giornalista specializzato in agricoltura permette alla DG AGRI di raggiungere almeno 10 000 lettori. Inoltre, si osserva che i giornalisti che hanno preso parte a un evento sono diventati anche utenti assidui degli strumenti della DG AGRI disponibili online e sui social media.

Gli obiettivi di questo progetto a lungo termine consistono nell'incoraggiare i giornalisti a trattare i problemi dell'agricoltura, ad aumentare la copertura delle informazioni a livello dell'UE relative alla PAC nella stampa agricola nazionale e la conoscenza dei giornalisti in materia di agricoltura e di PAC, invitandoli in occasione di viaggi che permettono loro di trarre insegnamento dalla DG AGRI e dagli agricoltori, nonché di imparare uno dall'altro. Alla fine del 2014 la piattaforma Ag-Press contava circa 1 000 iscritti.

Inoltre, gli **strumenti dei social media** della DG AGRI si sono sviluppati con successo nel corso degli anni. Nel novembre 2014 è stato aperto un account istituzionale su Twitter per completare la pagina di Facebook già esistente e sostituire l'account Twitter utilizzato in precedenza (a nome del portavoce della DG AGRI).

b) Creazione di reti con le parti interessate nel 2013-2014

Analogamente alle attività di media networking, anche le attività di **stakeholder networking** vanno considerate un investimento nel lungo periodo con l'obiettivo generale di moltiplicare le iniziative in materia di comunicazione relative alla PAC. Durante il periodo di riferimento, la DG AGRI ha varato e ulteriormente sviluppato il sito web della rete di comunicazione sulla PAC per offrire alle parti interessate attive nel settore della comunicazione in ambito agricolo, alimentare e dello sviluppo rurale strumenti che permettessero loro di presentare le proprie iniziative di comunicazione scambiando le migliori prassi.

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

Nell'ambito di queste attività, l'organizzazione del concorso "CAP Communication Awards" (Premi per la comunicazione sulla PAC) si è rivelata uno strumento fondamentale per la creazione di reti. Altre azioni comprendevano l'allestimento di eventi mirati di networking e un "Annual CAP Communication Event" (Evento annuale per la comunicazione sulla PAC) per riunire i rappresentanti delle parti interessante al fine di incoraggiare lo scambio di buone prassi. Dalle relazioni di valutazione interna è emerso un feedback particolarmente positivo delle parti interessate in merito a tali iniziative. Il concorso "CAP Communication Awards" ha registrato 118 candidature nel 2013 e 148 candidature nel 2014, provenienti da tutti gli Stati membri dell'UE. Nei mesi che hanno preceduto l'evento annuale del 2014 per la creazione di reti di comunicazione, sono state registrate oltre 20 000 visite delle parti interessate sul sito web della rete di comunicazione sulla PAC.

Per quanto riguarda le attività di comunicazione con le parti interessate, le **conferenze organizzate**, tra cui quelle sulle aziende agricole a conduzione familiare e sul settore lattiero dell'UE svoltesi nel 2013, hanno costituito un'occasione importante per il dialogo e la consultazione su aspetti specifici della PAC. Nel 2014 si è tenuta per la prima volta una conferenza sulle prospettive per i mercati agricoli dell'Unione; si prevede che diventerà un evento annuale per incoraggiare un vasto scambio di pareri fra le parti interessate sulle prospettive di mercato, nonché sul quadro politico e sulle incertezze relative agli sviluppi del mercato.

c) Attività rivolte al grande pubblico nel 2013-2014

L'obiettivo principale delle attività di comunicazione nel 2013 e 2014 era lo svolgimento della **campagna di comunicazione "La politica agricola comune dell'Europa: abbiamo a cuore le nostre radici"**. Il varo di questa campagna era direttamente legato all'accordo sulla riforma del 2013 della PAC.

L'orientamento della campagna rispecchiava le conclusioni di alcune indagini di Eurobarometro degli ultimi anni sull'agricoltura e sulla PAC: i principi guida e le finalità della PAC sono sostenuti dalla maggioranza dei cittadini, ma molti di essi non la conoscono. Pertanto, la campagna mirava a sensibilizzare il pubblico sulla PAC e a dimostrare che essa risponde alle preoccupazioni dei cittadini.

La campagna ha promosso tra il grande pubblico, in particolare presso i giovani abitanti delle aree urbane, l'importanza dell'agricoltura sostenibile, non solo per l'offerta di prodotti alimentari sani, ma anche per l'ambiente, il mondo rurale e l'economia. I canali della comunicazione impiegati comprendevano la promozione e le pubblicazioni online, materiale promozionale e audiovisivo per siti web, la TV e i cinema, nonché attività mirate svolte in occasione di eventi organizzati per il grande pubblico in diversi Stati membri.

Per garantire la maggiore efficienza possibile in termini di costi, si è deciso di svolgere la campagna cinematografica nell'UE-15 e la campagna televisiva nell'UE-13. La prima ha raggiunto 10 300 385 persone, la seconda 24 296 390. La campagna online è stata promossa in tutti gli Stati membri generando 68 395 019 *ad impression* (visualizzazioni di messaggi pubblicitari) e 241 320 clic effettivi. L'iniziativa prevedeva inoltre la progettazione e lo sviluppo di un pacchetto formativo per gli alunni delle scuole e un kit di strumenti per aiutare gli agricoltori a incoraggiare il pubblico a visitare le loro aziende agricole (fattorie aperte). Entrambe le misure di informazione sono tuttora in fase di elaborazione.

Nell'ambito delle attività di comunicazione relative alla PAC riformata, la DG AGRI ha inoltre organizzato l'**operazione "Green Team" ("gruppo verde")**: alti funzionari della DG AGRI spiegano dal punto di vista tecnico i diversi aspetti della riforma alle parti interessate e ai giornalisti negli Stati membri. Nel giugno 2013, quando è stato raggiunto l'accordo politico, i funzionari del "Green Team" hanno visitato nove Stati membri. Nel

novembre 2013 ha avuto luogo una seconda ondata di visite che si sono svolte nei restanti 18 Stati membri. Sei ambasciatori (capigruppo) del "Green Team" e 14 consulenti si sono recati in otto Stati membri dal novembre 2013 all'aprile 2014 per presentare e spiegare nel dettaglio la PAC appena riformata alle parti interessate, tra cui agricoltori, autorità pubbliche e altri organismi. Gli ambasciatori del "Green Team" hanno contribuito a trasmettere i messaggi della PAC riformata senza perdere di vista il contesto nazionale.

Sempre nel 2014 la DG AGRI ha intensificato la propria cooperazione con altri dipartimenti della Commissione, lavorando per esempio a stretto contatto con la DG Salute e sicurezza alimentare (DG SANTE) per l'organizzazione di uno **stand comune in occasione di grandi fiere agricole** come la "Grüne Woche" di Berlino, il "Salon de l'Agriculture" di Parigi e il "Salone del Gusto" di Torino. Grazie a questa cooperazione è stata proposta al grande pubblico un'immagine più coerente della Commissione europea nel quadro del tema "From farm to fork" (Dai campi alla tavola), con un impiego più efficiente delle risorse umane e finanziarie utilizzate per rappresentare la Commissione in queste importanti manifestazioni.

d) Attività di comunicazione orizzontale

Pubblicazioni

Nel periodo di riferimento della relazione le pubblicazioni hanno continuato a riflettere il programma legislativo. Tra queste si segnalano alcuni testi riguardanti la Rete di informazione contabile agricola (RICA), la politica forestale, i giovani agricoltori, il quadro di monitoraggio e valutazione della PAC, ecc. Le pubblicazioni sono state ampiamente diffuse attraverso gli uffici di rappresentanza della Commissione europea negli Stati membri e i Centri di documentazione europea, nonché in occasione di alcune fiere e altri eventi pubblici cui la DG AGRI ha preso parte.

Sito web e materiale audiovisivo

Oltre alle attività online nell'ambito dei progetti summenzionati, la DG AGRI ha continuato a dedicare risorse al sito web Europa "Agricoltura e Sviluppo rurale", in particolare come importante fonte di informazioni specializzate sulla PAC e sullo sviluppo rurale, nonché agli account sui social media e al sito web del Commissario (fino all'1.11.2014, data in cui la DG COMM ha rilevato tutti i siti dei Commissari).

È attualmente in corso una trasformazione verso una presenza in internet totalmente rinnovata (una nuova grafica, un approccio orientato agli utenti, un nuovo sistema di gestione dei contenuti web e contenuti razionalizzati e aggiornati, perfettamente in linea con l'iniziativa di trasformazione digitale della Commissione).

Inoltre nel giugno 2013 è stato realizzato un notiziario video in occasione dell'accordo politico sulla riforma della PAC. Questo notiziario ha mostrato la varietà dell'agricoltura europea spiegando la PAC e fornendo esempi concreti, provenienti da quattro diversi Stati membri, dei vantaggi pratici offerti da questa politica.

Sondaggi d'opinione

Nel maggio 2013 è stata condotta in tutti gli Stati membri dell'UE una speciale indagine Eurobarometro per monitorare e valutare il parere dei cittadini sulla PAC e sulle tematiche correlate, indagine basata sulle risposte di 28 000 persone. L'obiettivo era continuare a seguire l'opinione pubblica europea su una serie di argomenti attinenti al lavoro della Commissione in questo settore, allo scopo di indirizzare meglio le azioni di comunicazione della Commissione relative alle principali politiche dell'UE, PAC compresa.

Visite

Nel periodo di riferimento la DG AGRI ha continuato a ricevere gruppi di visitatori, tra cui segnatamente agricoltori, rappresentanti degli agricoltori, studenti, rappresentanti degli enti regionali e locali, giornalisti e rappresentati del mondo accademico. Le visite hanno avuto lo scopo di spiegare la PAC, compreso lo sviluppo rurale, e le motivazioni alla base della sua riforma, favorendone una comprensione più approfondita. Complessivamente, nel 2013 e nel 2014 la sede della DG AGRI ha ospitato 220 gruppi di visitatori (per un totale di 4 919 persone).

EXPO Milano

Il lavoro preparatorio per la presenza della Commissione europea all'EXPO 2015 di Milano sul tema "*Nutrire il pianeta, Energia per la vita*" è cominciato all'inizio del 2013 ed è proseguito nel 2014, con la DG AGRI che ha assunto un ruolo di guida per divulgare i temi relativi alla PAC ai 500 000 visitatori previsti nel padiglione della Commissione europea. Tale lavoro preparatorio è consistito principalmente nella produzione di animazioni video per il grande pubblico e nell'allestimento di oltre 20 eventi mirati per le parti interessate e per il grande pubblico nel corso dell'EXPO, durata da maggio a ottobre 2015.

IV. RIPARTIZIONE DELLA SPESA (IMPEGNI E PAGAMENTI) TRA AZIONI COFINANZIATE SU INIZIATIVA DI TERZI (SOVVENZIONI) E AZIONI DI INFORMAZIONE SU INIZIATIVA DELLA COMMISSIONE (APPALTI PUBBLICI)[10]

	2013			**2014**		
	Sovvenzioni	Appalti pubblici	Totale	Sovvenzioni	Appalti pubblici	Totale
Dotazione finanziaria inizialmente prevista	2 500 000	5 500 000	8 000 000	3 000 000	5 000 000	8 000 000
Impegni in EUR	2 423 345	5 531 484	7 954 830	3 062 075	4 740 020	7 802 095
% di impegno	97%	110%	99%	102%	95%	98%
Pagamenti (**) in EUR	2 035 614	4 974 298	7 009 912	(*)	(*)	(*)
% di esborsi/impegni	84%	90%	88%	(*)	(*)	(*)

(*) Dati non ancora disponibili al momento dell'elaborazione della presente relazione – La maggior parte delle azioni non era ancora stata pagata.

(**) I pagamenti indicati nella tabella non rappresentano soltanto l'esecuzione dell'anno N, ma raggruppano i pagamenti effettuati negli anni N e N+1 in relazione agli impegni dell'anno N.

[10] Nella presente tabella non sono inclusi 3 000 000 EUR per le attività di comunicazione istituzionale gestite dalla DG COMM.

L'importo dei pagamenti è generalmente inferiore a quello degli impegni iniziali. Nel caso delle sovvenzioni, ciò può essere spiegato con il fatto che i costi definitivi delle azioni sono inferiori a quelli inizialmente previsti dal beneficiario e, in secondo luogo, non tutti gli esborsi dichiarati dai beneficiari possono essere considerati ammissibili. Per le azioni realizzate su iniziativa della Commissione, la differenza tra pagamenti e impegni è inferiore in quanto, mentre gli impegni sono fissi, la spesa effettiva è più bassa di quella prevista per via dei risparmi che si realizzano e dell'adozione, durante l'attuazione, di misure più efficaci sotto il profilo dei costi.

V. CONCLUSIONE

Le misure di informazione svolte dalla DG AGRI durante il periodo in esame (2013-2014) hanno seguito gli obiettivi stabiliti dall'articolo 45 del regolamento (UE) n. 1306/2013 in merito alle azioni di comunicazione e di informazione relative alla PAC, nonché la "Strategia di comunicazione esterna 2010-2015 per la PAC" mediante i piani d'azione annuali per il 2013 e il 2014. Le azioni erano rivolte a gruppi specifici e hanno trasmesso messaggi chiave, concentrandosi principalmente sugli abitanti più giovani delle aree urbane per quanto riguarda il grande pubblico e sugli operatori del mondo rurale per quanto riguarda gli aspetti specifici, in particolare sulle nuove misure introdotte dalla riforma della PAC, e su soggetti moltiplicatori quali i rappresentanti dei media e le organizzazioni delle parti interessate. Nel realizzare queste misure di informazione, sono stati ulteriormente incrementati gli sforzi per promuovere sinergie più forti tra le azioni di informazione della DG AGRI, di altre DG della Commissione europea e dei partner della società civile con i ministeri nazionali e i giornalisti in qualità di soggetti moltiplicatori.

Per quanto riguarda le misure di informazione future, è in corso di elaborazione una nuova strategia che riguarderà il periodo 2016-2020 e si fonderà sui risultati e sulle raccomandazioni della valutazione (pubblicata nel giugno 2015[11]) dell'insieme delle attività di comunicazione svolte dalla DG AGRI per il periodo 2010-2014.

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