



Brussel, 23.2.2016
COM(2016) 83 final

**VERSLAG VAN DE COMMISSIE AAN HET EUROPEES PARLEMENT EN DE
RAAD**

**over de uitvoering van artikel 45 van Verordening (EU) nr. 1306/2013 van het Europees
Parlement en de Raad wat betreft voorlichtingsmaatregelen in verband met het
gemeenschappelijk landbouwbeleid**

{SWD(2016) 37 final}

I. INLEIDING

Dit verslag gaat over de uitvoering van de voor 2013 en 2014 geplande voorlichtingsacties op het gebied van het gemeenschappelijk landbouwbeleid (GLB). Tot 1 januari 2014 vormde Verordening (EG) nr. 814/2000 van de Raad van 17 april 2000 betreffende voorlichtingsacties op het gebied van het gemeenschappelijk landbouwbeleid¹ hiervoor de rechtsgrondslag. Intussen is deze rechtsgrondslag gewijzigd door de inwerkingtreding van Verordening (EU) nr. 1306/2013 van het Europees Parlement en de Raad van 17 december 2013 inzake de financiering, het beheer en de monitoring van het gemeenschappelijk landbouwbeleid en tot intrekking van de Verordeningen (EEG) nr. 352/78, (EG) nr. 165/94, (EG) nr. 2799/98, (EG) nr. 814/2000, (EG) nr. 1290/2005 en (EG) nr. 485/2008 van de Raad². Nu is de verwijzing naar de voorlichtingsmaatregelen op het gebied van het GLB die voordien onder Verordening (EG) nr. 814/2000 vielen, opgenomen in artikel 45 van Verordening (EU) nr. 1306/2013.

In Verordening (EG) nr. 814/2000 waren de doelstellingen van de voorlichtingsacties als volgt omschreven:

- een bijdrage leveren tot het verduidelijken, uitvoeren en ontwikkelen van het GLB,
- het Europese landbouwmodel propageren en het inzicht daarin bevorderen,
- de landbouwers en de overige plattelandsactoren voorlichten,
- de publieke opinie bewust maken van het belang en de doelstellingen van het GLB.

In artikel 45, lid 1, eerste alinea, van Verordening (EU) nr. 1306/2013 is bepaald dat de gefinancierde voorlichting met name gericht is "op de verduidelijking, uitvoering en ontwikkeling van het GLB en op de bewustmaking van het publiek van de inhoud en doelstellingen ervan, op het herstel van het consumentenvertrouwen na een crisis via voorlichtingscampagnes, op de verstrekking van informatie aan landbouwers en andere partijen die actief zijn in landelijke gebieden en op het promoten van het Europese landbouwmodel en de bevordering van het inzicht van de burgers in dit model". In artikel 45, lid 2, laatste alinea, staat: "De [...] maatregelen dragen ook bij aan de communicatie van de instellingen over de politieke prioriteiten van de Unie voor zover deze prioriteiten verband houden met de algemene doelstellingen van deze verordening".

Bij de gefinancierde voorlichtingsacties kunnen twee grote categorieën worden onderscheiden:

- maatregelen die door derdenorganisaties werden voorgelegd om uit het Europees Landbouwgarantiefonds (ELGF) te worden gefinancierd (in de vorm van subsidies);
- maatregelen op initiatief van de Commissie, die volledig uit het Europees Landbouwgarantiefonds (ELGF) werden gefinancierd (rechtstreekse acties/overheidsopdrachten).

Overeenkomstig artikel 45, lid 5, van Verordening (EU) nr. 1306/2013 en artikel 8 van Verordening (EG) nr. 814/2000 moet om de twee jaar aan het Europees Parlement en de Raad verslag worden uitgebracht over de uitvoering van de voorlichtingsacties op grond van die verordeningen. Dit is het zesde verslag³.

¹ Publicatieblad van de Europese Unie, PB L 100 van 20.4.2000, blz. 7.

² Publicatieblad van de Europese Unie, PB L 347 van 20.12.2013, blz. 549.

³ COM(2003) 235 definitief van 8.5.2003; COM(2007) 324 definitief van 13.6.2007; COM(2009) 237 definitief van 20.5.2009; COM(2011) 294 definitief van 25.5.2011; COM(2013) 645 final van 29.9.2013.

Voorts waren de voorlichtingsacties die in de verslagperiode werden uitgevoerd, gebaseerd op een in 2010 goedgekeurde "Strategie voor de externe communicatie voor het GLB 2010-2015" van DG Landbouw en Plattelandsontwikkeling (DG AGRI) en werd voor de uitvoering gebruikgemaakt van jaarlijkse actieplannen, waarin werd aangegeven welke voorlichtingsacties in de loop van het jaar moesten worden uitgewerkt.

II. BEGROTINGSMIDDELEN

De oorspronkelijk in het financieringsbesluit vastgestelde begrotingsmiddelen die via begrotingslijn 05 08 06 voor voorlichtingsacties ter beschikking waren gesteld, bedroegen 8 miljoen EUR in 2013 en 11 miljoen EUR in 2014 (met inbegrip van de bijdrage van DG AGRI aan de institutionele communicatiecampagne van de Commissie "EU: working for you"). De verdeling tussen overheidsopdrachten (acties op initiatief van de Commissie) en subsidies (gecofinancierde acties) was als volgt (voorlopige cijfers):

2013: overheidsopdrachten (5,5 miljoen EUR) (68,25 %) – subsidies (2,5 miljoen EUR) (31,25 %);

2014: overheidsopdrachten (5 miljoen EUR) 45,6 % – subsidies (3 miljoen EUR) 27,3 % – gecodelegeerd aan DG Communicatie (DG COMM) voor de institutionele communicatiecampagne (3 miljoen EUR) 27,3 %.

Voor de maatregelen voor 2013 lag de uitvoeringsgraad op 99 % van de vastleggingen en 88 % van de betalingen.

Voor de maatregelen voor 2014 lag de uitvoeringsgraad op 98 % van de vastleggingen. Bij de opstelling van dit verslag waren de cijfers voor de betalingen betreffende de maatregelen voor 2014 nog niet volledig, aangezien nog tot en met 31 december 2015 betalingen konden worden verricht.

III. INDELING VAN DE GEFINANCIERDE ACTIES

1. Subsidies (gecofinancierde voorlichtingsacties op initiatief van derdenorganisaties)

Verordening (EU) nr. 1306/2013 voorziet in twee soorten maatregelen die via subsidies worden gefinancierd: gerichte voorlichtingsacties en jaarlijkse werkprogramma's. Onder een gerichte voorlichtingsactie worden voorlichtingsevenementen met een eigen aparte begroting verstaan die beperkt zijn in tijd en ruimte. Een jaarlijks werkprogramma is een reeks van twee tot vijf gerichte voorlichtingsacties. Voor 2013⁴ en 2014⁵ is (net als in de voorgaande jaren) besloten om ter vereenvoudiging van de subsidieregeling en ter bevordering van de samenhang tussen de verschillende communicatieacties alleen gerichte voorlichtingsacties te cofinancieren.

De uitnodigingen tot het indienen van voorstellen voor gefinancierde acties in 2013 en 2014 waren gericht op, enerzijds, het grote publiek, met **bijzondere aandacht voor jongeren in stedelijke gebieden**, en, anderzijds, **de plattelandsactoren**, voor wie de acties op specifiekere onderwerpen moesten zijn gericht, met name de uitvoering van de nieuwe maatregelen in het kader van de hervorming van het GLB, zoals de vergroening van de steun en verplichte maatregelen voor jonge landbouwers.

⁴ Uitnodiging tot het indienen van voorstellen voor 2013, Publicatieblad van de Europese Unie, 2012/C 223/4 van 27.7.2012.

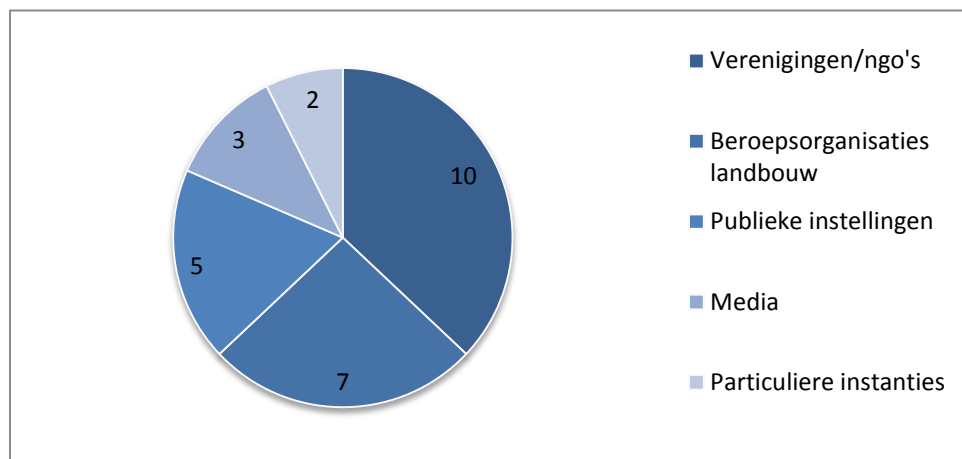
⁵ Uitnodiging tot het indienen van voorstellen voor 2014, Publicatieblad van de Europese Unie, 2013/C 264/9 van 13.9.2013.

Voor de bovenbedoelde acties wordt ten hoogste 50 % van de subsidiabele kosten gefinancierd. In artikel 2 van Verordening (EG) nr. 814/2000 van de Raad is evenwel bepaald dat dit percentage tot 75 % kan worden verhoogd in uitzonderlijke gevallen die in de uitvoeringsverordening⁶ zijn vastgesteld en in de uitnodiging tot het indienen van voorstellen zijn omschreven.

In het kader van de uitnodiging tot het indienen van voorstellen voor 2013 zijn 14 gerichte voorlichtingsacties voor 50 % gefinancierd. De aan de Commissie gevraagde subsidiebedragen lagen tussen 100 500 EUR en 341 659 EUR. In het kader van de uitnodiging tot het indienen van voorstellen voor 2014 zijn 13 gerichte voorlichtingsacties gefinancierd; voor drie daarvan bedroeg de cofinanciering 75 % omdat zij voldeden aan de voorwaarden die in de uitnodiging tot het indienen van voorstellen waren vastgesteld voor voorlichtingsacties met een uitzonderlijk karakter. Voor 2014 hield dit in dat de actie in ten minste drie lidstaten van de EU werd uitgevoerd, dat de actie werd voorgesteld door een op Europees niveau opgezet netwerk of tot doel had een dergelijk Europees netwerk op te zetten en/of te ontwikkelen, en dat de actie vergezeld ging van een verspreidingsplan waarmee in elke lidstaat ten minste 5 % van de met de actie beoogde doelgroep (het grote publiek en/of plattelandsactoren) werd bereikt. De aan de Commissie gevraagde subsidiebedragen lagen tussen 133 397 EUR en 374 119 EUR. In totaal werden **in de verslagperiode 2013-2014 dus 27 voorlichtingsacties gefinancierd**. De subsidies werden vooral toegekend voor voorlichtingscampagnes, audiovisuele producties, conferenties, seminars, projecten om schoolkinderen te informeren over het GLB en instrumenten en workshops voor belanghebbenden.

Tabel 1 laat zien aan welke **categorieën begunstigden subsidies werden verleend**.

Tabel 1



Net als in het verleden nemen sociaal-professionele organisaties die actief zijn op het gebied van landbouw en plattelandsontwikkeling op nationaal niveau (vaak leden van organisaties op EU-niveau) een prominente plaats in op de lijst met begunstigden. Doordat de uitnodigingen tot het indienen van voorstellen voor 2013 en 2014 meer op audiovisuele projecten gericht waren, kwamen evenwel ook drie mediaorganisaties, met name uit de audiovisuele sector, voor subsidies voor multinationale acties in aanmerking. Het werkdokument van de diensten

⁶ Verordening (EG) nr. 2208/2002 van de Commissie van 12 december 2002 tot vaststelling van de uitvoeringsbepalingen van Verordening (EG) nr. 814/2000 van de Raad betreffende voorlichtingsacties op het gebied van het gemeenschappelijk landbouwbeleid. Publicatieblad van de Europese Unie, PB L 337 van 13.12.2002, blz 21.

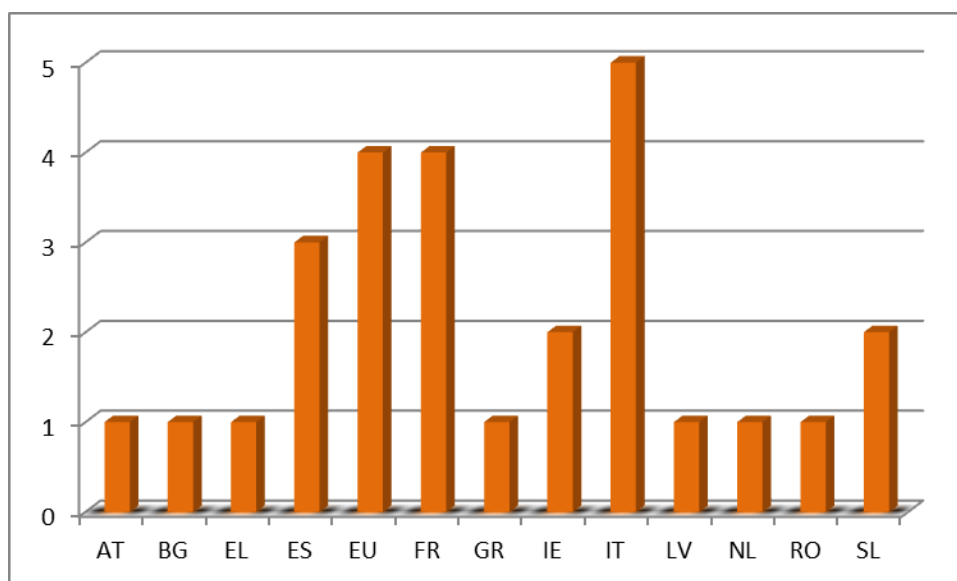
van de Commissie bij dit verslag bevat nadere informatie over de in de verslagperiode toegekende subsidies⁷.

De aanvragen werden beoordeeld op basis van rigoureuze subsidiabiliteits-, uitsluitings-, selectie- en toekenningscriteria, zoals vastgesteld in de uitnodiging tot het indienen van voorstellen. Dit was in overeenstemming met het Financieel Reglement⁸ en vormde tevens een weerslag van de doelstelling van de Commissie om gelijke behandeling en eerlijke concurrentie tussen de aanvragers te bereiken.

Tabel 2 geeft een overzicht van het aantal **succesvolle aanvragen per lidstaat**. In de verslagperiode waren vijf van de in totaal 27 succesvolle subsidieaanvragen afkomstig van nieuwe lidstaten. Voorts was er nog steeds een grote belangstelling van de zuidelijke EU-lidstaten. Vijf succesvolle aanvragen werden ingediend door organisaties op EU-niveau.

Tabel 2

Succesvolle aanvragen per lidstaat (met inbegrip van organisaties op EU-niveau)



Er zij op gewezen dat, net zoals in het verleden, een aanzienlijk aantal gefinancierde voorlichtingsacties een breder publiek heeft bereikt dan alleen de direct betrokkenen, dankzij het sneeuwbaaleffect van de vakpers en de audiovisuele media en het toegenomen gebruik van het internet en de sociale netwerken als verspreidingsinstrument.

2. Rechtstreekse acties/overheidsopdrachten (voorlichtingsacties op initiatief van de Commissie)

Net als in de voorgaande jaren is in de verslagperiode een aanzienlijk aantal voorlichtingsacties uitgevoerd op initiatief van de Commissie. Voor de uitvoering is vaak een beroep gedaan op externe technische bijstand. In de periode 2013-2014 is ongeveer 66 % van het budget naar deze acties gegaan.

Binnen dit budget zijn voorlichtingsacties uitgevoerd op het gebied van netwerkactiviteiten met journalisten (**netwerkvorming bij de media**) en belanghebbenden (**netwerkvorming**

⁷ Nadere informatie over de subsidies kan worden gevonden op de Europa-website:

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

⁸ Verordening (EU, Euratom) nr. 966/2012 van het Europees Parlement en de Raad van 25 oktober 2012 tot vaststelling van de financiële regels van toepassing op de algemene begroting van de Unie en tot intrekking van Verordening (EG, Euratom) nr. 1605/2002 (PB L 298 van 26.10.2012, blz. 1).

onder belanghebbenden). Met die acties werd beoogd in de sector meer synergie tussen de verschillende communicatoren tot stand te brengen en de impact van de voorlichtingsacties van DG AGRI te verveelvoudigen, met name wat het hervormde GLB betreft. In de verslagperiode heeft DG AGRI zijn rechtstreekse **voorlichtingsacties** immers **op het grote publiek** gericht met de lancering en uitvoering van een communicatiecampagne over het hervormde GLB onder de slogan "Het gemeenschappelijk landbouwbeleid van Europa: samen zorgen voor onze roots". Andere voorlichtingsacties in 2013 en 2014 hadden betrekking op regelmatig voorkomende **horizontale communicatieactiviteiten**, zoals de organisatie van briefings over het GLB, presentaties voor bezoekersgroepen en de organisatie van de aanwezigheid van de Europese Commissie op de Expo van Milaan, die plaatsvond van mei tot oktober 2015. In 2014 heeft DG AGRI ook deelgenomen aan een proefcampagne op het gebied van institutionele communicatie, onder leiding van DG Communicatie. Doel van deze campagne was de rol en de bijdrage van de landbouw in het dagelijks leven van de mensen en het belang van het GLB voor de EU-burger, ook voor groei en werkgelegenheid, efficiënt te belichten. De campagne ging van start in 2014 ("EU: working for you") en werd voortgezet tot medio 2015. Via de massamedia liet de campagne de toegevoegde waarde van de EU op concrete en levendige wijze zien en werden de burgers rechtstreeks bereikt. De campagne maakt deel uit van een algemene inspanning om een duidelijker boodschap te brengen over hoe de EU, via haar programma's en beleid, helpt bij het creëren van economische groei en banen.

Het werkdocument van de diensten van de Commissie bevat meer details over deze voorlichtingsacties, inclusief de kosten ervan.

a) netwerkvorming bij de media 2013-2014

In 2011 is het **netwerk Ag-Press.eu** van start gegaan. Het is bedoeld voor Europese journalisten die belangstelling hebben voor landbouw en plattelandsontwikkeling. Intussen maakt dit netwerk gebruik van het Ag-Press e-platform, geeft het een wekelijkse nieuwsbrief uit en organiseert het regelmatig terugkerende evenementen om het netwerk in stand te houden en te voeden. Tot de evenementen behoorden persreizen in verschillende lidstaten over thema's in verband met het GLB, studiereizen naar Brussel, met onder meer bezoeken aan de persdiensten van het Europees Parlement, de Raad en de Commissie, een halve dag bezoek aan landbouwbedrijven, en ten slotte het jaarlijks netwerkevenement "Ag-Press Annual Network Event", waaraan de commissaris voor Landbouw en Plattelandsontwikkeling heeft deelgenomen.

Deze instrumenten hebben bijgedragen aan de instandhouding en de versterking van het netwerk, dat in deze periode ongeveer 900 actieve leden telde. In 2013 vonden zeven persreizen en drie studiereizen plaats; in 2014 zes persreizen en drie studiereizen. Dit was vooral van belang om een beter inzicht te krijgen in de hervorming van het GLB van 2013 en de mogelijkheden die de lidstaten voor de uitvoering daarvan hebben. Gemiddeld publiceerden de deelnemende journalisten vervolgens elk 1 tot 3 artikelen. Het werkelijke aantal ligt hoger wanneer onlinepublicaties, terbeschikkingstelling van de gedrukte publicaties via de sociale media en bijdragen op radio en tv worden meegerekend.

Conclusie van een in 2014 uitgevoerde externe evaluatie⁹ was dat uit het door DG AGRI verzamelde materiaal kan worden afgeleid dat DG AGRI door bijvoorbeeld één landbouwjournalist bij een excursie te betrekken, naar raming ten minste 10 000 lezers bereikt. Voorts is opgemerkt dat journalisten die bij een evenement aanwezig zijn geweest,

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

ook frequente gebruikers van de online-instrumenten en de sociale media van DG AGRI zijn geworden.

Dit langetermijnproject heeft tot doel de journalisten ertoe aan te zetten landbouwvraagstukken in hun berichtgeving op te nemen, in de nationale landbouwerspers meer EU-informatie over het GLB aan bod te laten komen en de kennis van de journalisten over landbouw en het GLB te vergroten door hen uit te nodigen voor excursies waar zij van DG AGRI, van de landbouwers en van elkaar kunnen leren. Eind 2014 waren er 1 000 geregistreerde leden op het platform van AG-Press.

Daarnaast hebben de **sociale media** van DG AGRI zich de loop der jaren succesvol ontwikkeld. In november 2014 is een institutionele Twitteraccount gestart ter aanvulling van de reeds bestaande Facebookpagina en ter vervanging van de eerder gebruikte Twitteraccount (op naam van de woordvoerder van DG AGRI).

b) Netwerkvorming onder belanghebbenden 2013-2014

Net als de netwerken bij de media moeten de **netwerkactiviteiten onder de belanghebbenden** worden gezien als een langetermijninvestering die tot algemeen doel heeft de communicatie-initiatieven rond het GLB te verveelvoudigen. Tijdens de verslagperiode heeft DG AGRI de website "GLB-communicatienetwerk" gestart en verder ontwikkeld om belanghebbenden die actief zijn op het gebied van de communicatie over landbouw, voedsel en plattelandontwikkeling, van instrumenten te voorzien zodat zij hun communicatie-initiatieven onder de aandacht kunnen brengen en onder elkaar informatie over de beste praktijken kunnen uitwisselen.

Een belangrijk netwerkinstrument bij deze activiteiten was de organisatie van de wedstrijd "GLB-communicatieprijzen". Andere acties waren onder meer de organisatie van gerichte netwerkevenementen en een "jaarlijks GLB-communicatie-evenement" om vertegenwoordigers van belanghebbenden bijeen te brengen teneinde de uitwisseling van de beste praktijken te bevorderen. Interne evaluatieverslagen wijzen op een zeer positieve feedback van belanghebbenden over deze initiatieven. In 2013 waren er uit alle lidstaten van de EU 118 aanvragen tot deelname aan de wedstrijd voor de GLB-communicatieprijzen en in 2014 waren er 148 aanvragen. In de maanden vóór het jaarlijkse netwerkevenement over communicatie in 2014 werden op de website van het GLB-communicatienetwerk meer dan 20 000 bezoeken van belanghebbenden geregistreerd.

Wat communicatieactiviteiten met belanghebbenden betreft, werd met de **organisatie van conferenties** een belangrijk forum geboden voor dialoog met en raadpleging van belanghebbenden over specifieke aspecten van het GLB. De conferenties in 2013 hadden onder meer betrekking op gezinslandbouw en de zuivelsector in de EU. In 2014 vond voor het eerst een conferentie plaats over de vooruitzichten voor de landbouwmarkten van de EU; het is de bedoeling dat dit een jaarlijks evenement wordt dat moet aanzetten tot een brede gedachtewisseling tussen de belanghebbenden over de marktvooruitzichten, met inbegrip van het politieke kader en de onzekerheden omtrent de marktontwikkelingen.

c) Activiteiten voor het grote publiek 2013-2014

De voornaamste focus van de communicatieactiviteiten in 2013 en 2014 lag op de **communicatiecampagne "Het gemeenschappelijk landbouwbeleid van Europa: Samen zorgen voor onze roots"**. De start van deze campagne hing rechtstreeks samen met het akkoord over de hervorming van het GLB van 2013.

Deze campagne weerspiegelde in haar oriëntatie de bevindingen van een aantal Eurobarometer-enquêtes van de voorbije jaren inzake landbouw en het GLB: de leidende

beginselen en doelstellingen van het GLB worden ondersteund door een meerderheid van de respondenten, maar velen van hen kennen het beleid zelf niet. De campagne was er daarom op gericht het publiek bewuster te maken van het GLB en aan te tonen dat hiermee aan de belangen van de burgers wordt tegemoetgekomen.

De campagne promootte onder het grote publiek en vooral bij de jongere stadsbevolking het belang van duurzame landbouw, niet alleen voor de levering van gezond voedsel, maar ook voor het milieu, de natuur en de economie. De communicatiekanalen waren onder meer onlinepromoties en -publicaties en promotiemateriaal en audiovisueel materiaal voor websites, televisie en bioscopen, maar ook doelgerichte activiteiten op evenementen voor het grote publiek in de verschillende lidstaten.

Om voor een zo groot mogelijke kostenefficiëntie te zorgen werd besloten om de bioscoopcampagne te voeren in de EU-15 en de tv-campagne in de EU-13. Met de bioscoopcampagne werden 10 300 385 personen bereikt en met de tv-campagne 24 296 390. De onlinecampagne werd in alle lidstaten gevoerd en leverde nog eens 68 395 019 advertentie-impressies en 241 320 effectieve clicks op. Een ander onderdeel van de campagne was het ontwerpen en realiseren van een educatief pakket voor schoolkinderen en van een toolkit om het de landbouwers gemakkelijker te maken het publiek ertoe aan te zetten hun bedrijf te bezoeken (open landbouwbedrijven). Beide voorlichtingsacties worden nog verder uitgewerkt.

Als onderdeel van de communicatieactiviteiten in verband met het hervormde GLB heeft DG AGRI ook zijn "**green team**"-actie georganiseerd: hoge ambtenaren van DG AGRI hielden in de lidstaten technische briefings voor belanghebbenden en journalisten over de verschillende aspecten van de hervorming. Nadat het politieke akkoord in juni 2013 tot stand was gekomen, werden negen lidstaten bezocht door ambtenaren van het "green team" van DG AGRI. Een tweede bezoekreide aan de overige 18 lidstaten ging in november 2013 van start. Zes ambassadeurs van het "green team" (teamleiders) en 14 adviseurs reisden tussen november 2013 en april 2014 naar acht lidstaten om het pas hervormde GLB te presenteren en uitvoerig toe te lichten voor de belanghebbenden, onder wie landbouwers, overheidsdiensten en andere instanties. De ambassadeurs van het "green team" hebben geholpen om de boodschappen van het pas hervormde GLB te verspreiden, ook rekening houdend met de nationale context.

In 2014 heeft DG AGRI ook zijn samenwerking met andere diensten van de Commissie verdiept, bijvoorbeeld door nauw met DG Gezondheid en Voedselveiligheid (DG SANTE) samen te werken bij het opzetten van een **gemeenschappelijke stand op grootschalige landbouwbeurzen** zoals "Grüne Woche" in Berlijn, het "Salon de l'Agriculture" in Parijs en het "Salone del gusto" in Turijn. Deze samenwerking heeft ertoe bijgedragen om het grote publiek een coherenter beeld van de Europese Commissie te geven onder het thema "van boer tot bord". Dit leidde tot meer efficiëntie van de personele en financiële middelen die werden ingezet om de Commissie op deze belangrijke beurzen te vertegenwoordigen.

d) Horizontale communicatieactiviteiten

Publicaties

Ook in deze verslagperiode werd weer in tal van publicaties aandacht besteed aan het wetgevingsprogramma. Daarbij ging het onder meer om teksten over het informatienet inzake landbouwbedrijfsboekhoudingen (ILB), het bosbouwbeleid, jonge landbouwers, het monitoring- en evaluatiekader van het GLB enz. Deze publicaties werden op grote schaal verspreid via de vertegenwoordigingen van de Europese Commissie in de lidstaten en de Europese documentatiecentra en tijdens een aantal beurzen en andere openbare evenementen waar DG AGRI aanwezig was.

Website en audiovisuele middelen

Naast de online-activiteiten in het kader van de reeds genoemde projecten is DG AGRI blijven investeren in de Europa-website "Landbouw en plattelandontwikkeling", met name als belangrijke bron van gespecialiseerde informatie over het GLB en plattelandontwikkeling, en ook in sociale media-accounts en de website van de commissaris (tot 1 november 2014, toen DG COMM alle websites van de commissarissen overnam).

De omschakeling naar een volledig nieuwe aanwezigheid op het web (nieuwe huisstijl, op de gebruiker gerichte aanpak, een nieuw beheersysteem voor webinhoud, gestroomlijnde en geactualiseerde inhoud, dit alles in lijn met het initiatief van de Commissie inzake digitale transformatie) is momenteel aan de gang.

Voorts werd in juni 2013 een nieuwsvideo ("video news release") gemaakt naar aanleiding van het politieke akkoord over de hervorming van het GLB. Deze nieuwsvideo liet de diversiteit van de Europese landbouw zien terwijl toelichting bij het GLB werd gegeven en concrete voorbeelden uit vier verschillende lidstaten werden getoond over hoe het beleid praktische voordelen oplevert.

Enquêtes

In mei 2013 werd een speciale Eurobarometer-enquête gehouden om de mening van de burgers over het GLB en aanverwante kwesties te monitoren en te evalueren. De enquête werd in alle lidstaten van de EU gehouden op basis van antwoorden van 28 000 burgers. Bedoeling was de publieke opinie in de EU te blijven volgen over een reeks kwesties die van belang zijn voor de werkzaamheden van de Commissie op dit gebied, met als doel de communicatieacties van de Commissie beter af te stemmen op de belangrijkste beleidsterreinen van de EU, waaronder het GLB.

Bezoeken

In de verslagperiode is DG AGRI groepen bezoekers blijven ontvangen die voornamelijk bestonden uit landbouwers, vertegenwoordigers van landbouwers, studenten, regionale en lokale vertegenwoordigers, journalisten en academici. Doel van deze bezoeken was om het GLB, met inbegrip van de plattelandontwikkeling, en de redenen achter de hervorming ervan uit te leggen en het inzicht erin te verdiepen. In 2013 en 2014 zijn in totaal 220 bezoekersgroepen (samen 4 919 personen) in de gebouwen van DG AGRI ontvangen.

Expo Milano

De voorbereidende werkzaamheden voor de aanwezigheid van de Europese Commissie op de wereldtentoonstelling 2015 in Milaan, met als thema "*Voedsel voor de planeet, energie voor het leven*", gingen begin 2013 van start en werden in 2014 voortgezet. DG AGRI heeft een leidende rol op zich genomen bij het communiceren over thema's in verband met het GLB, bedoeld voor de naar verwachting 500 000 bezoekers van het paviljoen van de Europese Commissie. Het voorbereidende werk bestond voornamelijk uit de productie van animatiefilms voor het grote publiek en uit de voorbereiding van meer dan twintig gerichte evenementen voor belanghebbenden en het grote publiek gedurende de wereldtentoonstelling, die liep van mei tot oktober 2015.

IV. VERDELING VAN DE UITGAVEN (VASTLEGGINGEN EN BETALINGEN) OVER GECOFINANCIERDE ACTIES OP INITIATIEF VAN DERDEN (SUBSIDIES) EN VOORLICHTINGSACTIES OP INITIATIEF VAN DE COMMISSIE (OVERHEIDSOPDRACHTEN)¹⁰

	2013			2014		
	Subsidies	Overheidsopdrachten	Totaal	Subsidies	Overheidsopdrachten	Totaal
Oorspronkelijke begroting	2 500 000	5 500 000	8 000 000	3 000 000	5 000 000	8 000 000
Vastleggingen (in EUR)	2 423 345	5 531 484	7 954 830	3 062 075	4 740 020	7 802 095
% van de vastleggingen	97 %	110 %	99 %	102 %	95 %	98 %
Betalingen in EUR (**)	2 035 614	4 974 298	7 009 912	(*)	(*)	(*)
% van de uitbetaling t.o.v. de vastlegging	84 %	90 %	88 %	(*)	(*)	(*)

(*) De cijfers waren nog niet beschikbaar op het ogenblik dat dit verslag werd opgesteld. De meeste acties waren nog niet betaald.

(**) De in de tabel opgenomen betalingsbedragen hebben niet alleen betrekking op de uitvoering voor het jaar N, maar geven alle betalingen weer die zijn gedaan in de jaren N en N+1 betreffende de vastleggingen voor het jaar N.

De betalingen vallen meestal lager uit dan de oorspronkelijk vastgelegde bedragen. Wat de subsidies betreft, kan dit worden verklaard doordat de uiteindelijke kosten van de acties lager uitvielen dan oorspronkelijk door de begunstigde was geraamd en niet alle door de begunstigde gedeclareerde uitgaven subsidiabel waren. Bij de acties op initiatief van de Commissie is het verschil tussen de betalingen en de vastleggingen kleiner. Dit verschil is terug te voeren op het feit dat het bij de vastleggingskredieten om vastgelegde bedragen gaat, terwijl de daadwerkelijke uitgaven lager uitvielen dan geraamd omdat tijdens de uitvoering is bespaard en kosteneffectievere maatregelen zijn toegepast.

V. CONCLUSIE

De voorlichtingsacties die DG AGRI tijdens de verslagperiode 2013-2014 via de jaarlijkse actieplannen voor 2013 en 2014 heeft uitgevoerd, waren in overeenstemming met de doelstellingen van artikel 45 van Verordening (EU) nr. 1306/2013 wat de communicatie- en voorlichtingsmaatregelen in het kader van het GLB betreft, en ook met de "Strategie voor de externe communicatie voor het GLB 2010-2015". De maatregelen waren op specifieke groepen gericht en brachten kernboodschappen over die, wat het grote publiek betreft, vooral voor de jongere stadsbevolking bedoeld waren. Voor de plattelandsactoren werden specifieke kwesties belicht, met name met betrekking tot de nieuwe maatregelen die in het kader van de hervorming van het GLB zijn ingevoerd. Voorts waren er kernboodschappen voor

¹⁰ In deze tabel is geen rekening gehouden met de 3 000 000 EUR voor de activiteiten op het gebied van de institutionele communicatie die door DG COMM worden beheerd.

opiniemakers, zoals mediavertegenwoordigers en organisaties van belanghebbenden. Bij de uitvoering van deze voorlichtingsacties zijn de inspanningen opgevoerd om tot meer synergie te komen tussen de voorlichtingsacties van DG AGRI, andere DG's van de Europese Commissie, partners van het maatschappelijk middenveld, nationale ministeries en journalisten als opiniemakers.

Voor toekomstige voorlichtingsmaatregelen wordt momenteel een nieuwe strategie voor de periode 2016-2020 opgesteld in het licht van de resultaten en de aanbevelingen van de evaluatie van de algemene communicatieactiviteiten van DG AGRI in de periode 2010-2014 (gepubliceerd in juni 2015¹¹).

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