

Bruxelles, le 19.12.2017
COM(2017) 777 final

RAPPORT DE LA COMMISSION AU PARLEMENT EUROPÉEN ET AU CONSEIL

**sur l'application de l'article 45 du règlement (UE) n° 1306/2013 du Parlement européen
et du Conseil relatif aux actions d'information dans le domaine de la politique agricole
commune**

{SWD(2017) 459 final}

I. INTRODUCTION

Le présent rapport porte sur la mise en œuvre des actions d'information dans le domaine de la politique agricole commune (PAC) pour 2015 et 2016, au titre de l'article 45 du règlement (UE) n° 1306/2013 du Parlement européen et du Conseil du 17 décembre 2013 relatif au financement, à la gestion et au suivi de la politique agricole commune¹ (ci-après le «règlement»).

L'article 45, paragraphe 1, premier alinéa, du règlement dispose que les actions d'information financées «visent, en particulier, à favoriser la présentation, la mise en œuvre et le développement de la PAC et la sensibilisation du public au contenu et aux objectifs de celle-ci, à restaurer la confiance des consommateurs après les crises grâce à des campagnes d'information, à informer les agriculteurs et les autres acteurs des zones rurales et à promouvoir le modèle agricole européen et sa compréhension par les citoyens.» L'article 45, paragraphe 2, dernier alinéa, dispose que les actions visées «contribuent également à assurer la communication institutionnelle des priorités politiques de l'Union, pour autant qu'elles soient liées aux objectifs généraux du présent règlement.»

Les actions d'information financées se répartissent en deux grandes catégories:

- celles qui sont soumises par des organisations tierces en vue d'un cofinancement au titre du Fonds européen agricole de garantie - FEAGA (les subventions);
- celles qui sont décidées à l'initiative de la Commission et financées à 100 % par le Fonds européen agricole de garantie - FEAGA (les actions directes/les marchés publics).

Conformément à l'article 45, paragraphe 5, du règlement, un rapport sur la mise en œuvre des actions d'information menées au titre dudit règlement est présenté tous les deux ans au Parlement européen et au Conseil. Le présent rapport est le septième de ce type².

Au cours de la période 2015-2016, la Commission a continué de mettre au point des activités de communication institutionnelle sur la base de ses dix priorités politiques, en insistant particulièrement sur l'investissement, la croissance économique et l'emploi. Des ressources ont été regroupées à partir de différents programmes de dépenses, dans le but de financer les priorités en matière de communication en fonction des objectifs généraux de l'Union européenne. En 2015 (comme en 2014), les services de la Commission, notamment la DG Agriculture et développement rural (DG AGRI), ont contribué à la mise en œuvre de cette approche conjointe. Dès fin 2015 et pendant toute l'année 2016, des efforts plus soutenus ont été déployés pour informer les parties prenantes et un public plus large des avantages tangibles que l'UE apporte à ses citoyens. L'accent était mis sur la sensibilisation du public à l'UE dans son ensemble ainsi qu'à son rôle, ses valeurs, ses priorités politiques et ses actions pour relever les défis actuels.

Cette approche institutionnelle à l'égard des activités de communication est au cœur de la stratégie de la DG AGRI en matière de communication externe pour la période 2016-2020. Dans le cadre de cette stratégie, des actions d'information spécifiques sont définies pour chaque année dans des plans d'action annuels. Lors de la préparation de ses actions d'information pour 2015-2016, la DG AGRI a également tenu compte des recommandations

¹ Journal officiel de l'Union européenne, JO L 347 du 20.12.2013, p. 549.

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

formulées dans le cadre de l'évaluation externe des actions d'information sur la PAC, publiée en juin 2015³.

Les annexes mentionnées dans le texte figurent dans le document de travail des services de la Commission joint au présent rapport.

II. BUDGET

Le budget mis à disposition pour les actions d'information à financer sur la ligne budgétaire 05 08 06, prévu au départ dans la décision de financement, était de 8 millions d'EUR en 2015 et de 8 millions d'EUR en 2016 (y compris la contribution de 4 millions d'EUR de la DG AGRI à la campagne de communication institutionnelle de la Commission). La ventilation provisoire entre les marchés publics (actions menées à l'initiative de la Commission) et les subventions (actions cofinancées) était la suivante:

2015: marchés publics (5 millions d'EUR) (62,5 %) – subventions (3 millions d'EUR) (37,5 %)

2016: marchés publics (1,5 million d'EUR) 18,75 % – subventions (2,5 millions d'EUR) 31,25 % – 4 millions d'EUR codélegués à la DG Communication (DG COMM) en vue de la campagne de communication institutionnelle (50 %).

L'exécution des actions 2015 a atteint 91,18 % en termes d'engagements et 88,60 % en termes de paiements.

L'exécution des actions 2016 a atteint 98,29 % en termes d'engagements. Les chiffres concernant les paiements pour les actions 2016 n'étaient pas encore finalisés au moment de la rédaction du présent rapport dans la mesure où des paiements pouvaient encore être effectués jusqu'au 31 décembre 2017.

Les principaux résultats et progrès accomplis dans la réalisation des objectifs fixés par la Commission en matière de communication, et en particulier concernant les actions de communication institutionnelle, figurent dans le rapport annuel d'activités pour 2016 de la DG COMM⁴.

III. VENTILATION DES ACTIONS FINANCÉES

La réforme de la politique agricole commune convenue en 2013 est entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2015. Au cours de la période concernée par le présent rapport, une grande importance a été accordée aux actions d'information visant à sensibiliser le public à la réforme de la PAC ainsi qu'à la contribution de cette dernière pour relever les défis recensés dans la stratégie Europe 2020 de la Commission, en ce qui concerne une politique agricole et de développement rural plus compétitive et durable. Des efforts ont été consentis en vue de diffuser les informations relatives à la contribution de cette politique à l'emploi dans le secteur agroalimentaire, en apportant des avantages environnementaux, en stimulant les connaissances et l'innovation et en favorisant l'efficacité des ressources.

³ https://ec.europa.eu/agriculture/evaluation/market-and-income-reports/information-policy-2015_fr

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

Le secteur agricole de l'UE a été confronté à des défis considérables au cours de la période pendant laquelle la réforme était négociée. L'instabilité des prix agricoles et l'incertitude des marchés, parallèlement aux évolutions géopolitiques, ont amorcé un débat public animé sur les perspectives économiques auxquelles sont confrontées les régions agricoles et rurales. Plusieurs défis devaient faire l'objet d'un examen plus approfondi, notamment le rôle du secteur dans la lutte contre le changement climatique, ainsi que sa capacité à tirer parti de nouvelles opportunités dans les domaines de la santé, du commerce ou de la bioéconomie, par exemple. Dès lors, la gestion des différents défis à venir pour le secteur constituait également un aspect fondamental dont il fallait tenir compte dans l'élaboration des actions d'information sur la CAP au cours de cette période.

Des efforts plus soutenus ont été déployés pour développer davantage les synergies entre les différents partenaires dans le domaine de la communication sur l'agriculture et le développement rural, y compris les parties prenantes. La DG AGRI a continué d'approfondir sa coopération avec d'autres services de la Commission, les bureaux de représentation de la Commission dans les États membres de l'UE, d'autres institutions de l'UE, ainsi qu'avec des réseaux comme les centres d'information Europe Direct et le réseau européen de développement rural.

En ce qui concerne le suivi et l'évaluation des actions d'information, la DG AGRI a pris en considération les constatations de l'évaluation externe, selon lesquelles il convenait d'améliorer les procédures et les pratiques liées à la définition des objectifs, ainsi que le suivi des résultats et l'évaluation des effets de la mise en œuvre des actions de communication. À cet égard, les procédures concernant la planification et l'évaluation des actions d'information ont été révisées et les lignes directrices pour l'évaluation des actions de communication ont été mises à jour en 2015.

1. Subventions (actions d'information cofinancées, menées à l'initiative d'organisations tierces)

L'article 45 (actions d'information) du règlement envisage deux types d'actions à financer par des subventions: des programmes de travail annuels ou d'autres mesures spécifiques présentées par des tiers. Par action d'information spécifique, on entend des séances d'information limitées dans le temps et l'espace et mises en œuvre sur la base d'un budget unique. Un programme de travail annuel est un ensemble de deux à cinq actions d'information spécifiques. Pour 2015 et 2016, il a été décidé (comme lors d'exercices précédents) de ne retenir, en vue de leur cofinancement, que des actions d'information spécifiques, avec l'objectif de simplifier le régime de subventions et de veiller à la cohérence entre les différentes actions de communication.

Pour 2015, l'appel à propositions visait à fournir des informations sur la réforme de la PAC et ses trois axes principaux: la sécurité alimentaire, la gestion durable des ressources naturelles et le développement des zones rurales⁵. Pour 2016, l'appel à propositions favorisait les actions d'information sur les défis qui attendent l'agriculture, notamment le développement durable et la modernisation de l'agriculture européenne et de l'économie rurale au sens large⁶. Les orientations politiques de la Commission étaient au centre du processus de définition des appels à propositions pour les subventions:

https://ec.europa.eu/commission/publications/president-junckers-political-guidelines_fr

⁵ Appel à propositions pour 2015, Journal officiel de l'Union européenne, 2014/C 383/06 du 29.10.2014

⁶ Appel à propositions pour 2016, Journal officiel de l'Union européenne, 2015/C 351/09 du 23.10.2015

Les appels à propositions pour 2015 et 2016 ciblaient le grand public (en particulier les jeunes en zone urbaine), ainsi que les agriculteurs et d'autres acteurs du monde rural.

Le taux de financement maximal prévu pour les mesures visées ci-dessus était fixé à 50 % des coûts admissibles. En 2015, quinze actions ont été cofinancées à un taux de 50 %. Dans le cadre de l'appel à propositions pour 2016, dix-huit actions ont été financées. Au total donc, 33 actions d'information ont été cofinancées au cours de la période de référence 2015-2016. Des subventions ont été accordées à des campagnes d'information avec un élément transnational et multimédia important et à des actions soulignant la durabilité et mettant l'accent principalement sur les réseaux au sein de l'UE. D'autres actions de sensibilisation menées au niveau local ou national ont souvent été fortement associées aux besoins en matière de développement agricole sur le terrain. Pour les actions ciblant les jeunes et le grand public, les derniers outils en ligne et médias sociaux ont été utilisés pour entrer en contact avec le public cible.

Des projets ont été mis en œuvre par des associations rurales et d'agriculteurs à l'échelle nationale; des organisations non gouvernementales, au niveau national et à l'échelle de l'UE, engagées activement dans les questions environnementales, le développement rural et l'agriculture biologique; des organisations médiatiques opérant au niveau régional, national, européen et international; des autorités publiques nationales et locales.

Le document de travail des services de la Commission joint au présent rapport fournit de plus amples informations sur les subventions accordées au cours de la période concernée par le rapport, y compris le nombre de demandes de subvention retenues par État membre.

Les appels à propositions incitaient les demandeurs de subventions à donner une meilleure définition des publics cibles, une meilleure diffusion de l'information, et une analyse de l'impact des actions en fonction du nombre de personnes directement ou indirectement touchées. Il leur était également demandé de présenter pour les actions qu'ils proposaient des plans détaillés, comportant des indications sur l'exécution du projet, le mode de diffusion du message et le mode d'évaluation de l'efficacité. Au cours de la période concernée, il est important de souligner qu'un nombre considérable d'actions d'information cofinancées ont atteint un public plus large que les participants directs, grâce à l'effet multiplicateur de la presse spécialisée et des médias, ainsi qu'à l'usage accru d'internet et des réseaux sociaux en tant qu'outils de diffusion.

Les demandes ont été évaluées à l'aune de rigoureux critères d'éligibilité, d'exclusion, de sélection et d'attribution fixés par les appels à propositions. Cette approche était conforme au règlement financier et traduisait la volonté de la Commission d'assurer un traitement égal et une concurrence loyale entre les candidats⁷.

2. Actions directes/marchés publics (actions d'information menées à l'initiative de la Commission)

Au cours de la période 2015-2016, comme par le passé, un nombre important d'actions d'information ont été menées à l'initiative de la Commission.

a) Mise en réseau des médias

⁷ Pour plus d'informations détaillées concernant les subventions, voir également le site Europa à l'adresse: http://ec.europa.eu/agriculture/grants-for-information-measures_fr

Un aspect très important des actions de communication est toujours de proposer aux médias des informations et des réunions d'information sur l'évolution de la PAC et du développement rural, avec un effet multiplicateur très important. Les médias sociaux et la communication par internet n'ont cessé de gagner en importance au cours de la période de référence. Des efforts soutenus ont été déployés pour diffuser auprès des médias des informations importantes et facilement compréhensibles sur la politique. Grâce au développement et à l'entretien de la plateforme de journalistes AG-Press.eu, ainsi qu'à l'organisation de voyages d'étude pour les membres d'AG-Press et à des événements de mise en réseau, il a été possible de favoriser des contacts étroits et des échanges avec des journalistes spécialisés dans les questions agricoles et aussi avec des médias non spécialisés. Les outils de médias sociaux de la DG AGRI (Facebook, Twitter) se sont développés davantage et ont attiré un public de plus en plus large au cours de cette période. Ils demeurent un outil essentiel pour attirer les spécialistes vers le site web qui contient des informations complètes et les dernières nouvelles, ainsi que pour atteindre le grand public. Globalement, l'activité de mise en réseau a permis d'accroître la sensibilisation et la compréhension des journalistes concernant les questions d'agriculture et de développement rural à travers l'UE.

Le réseau AG-Press, qui compte désormais quelque 800 journalistes actifs, constitue un outil utile pour la Commission, et un véritable réseau pour ses membres.

À l'occasion de neuf voyages d'étude, des groupes de journalistes ont eu l'occasion d'examiner des conditions agricoles souvent très différentes dans d'autres régions et au sein des États membres. Ces exercices «d'apprentissage sur le terrain» comprenaient généralement des séances d'information sur différents thèmes: l'innovation dans les exploitations agricoles, le renouvellement des générations, les entreprises alternatives, les mesures d'atténuation du changement climatique, etc. Les échanges avec des producteurs et des entrepreneurs ruraux ont permis de promouvoir une prise de conscience des défis et des opportunités qui se présentent aux agriculteurs de l'Union européenne. L'événement annuel du réseau AG-Press, qui s'est déroulé en janvier 2016 avec la participation d'experts de haut niveau, y compris le commissaire à l'agriculture et au développement rural, a également favorisé une compréhension commune de la PAC.

b) Mise en réseau des parties prenantes - conférences

Les parties prenantes – agriculteurs, coopératives, secteur alimentaire, environnementalistes, acteurs ruraux, entre autres – constituent des éléments démultiplicateurs dans la diffusion de l'information sur les questions agricoles et de développement rural.

Au cours de la période de référence, les conférences organisées sont restées un forum de dialogue essentiel sur la mise en œuvre et le développement futur de la politique. Conformément aux priorités politiques de la Commission et à l'importance qu'elle accorde à une vaste consultation de la société civile, des efforts soutenus ont été déployés pour aborder les grandes priorités politiques avec d'autres institutions de l'UE, les administrations des États membres, le secteur socioprofessionnel national et européen, ainsi qu'avec les milieux universitaires et de la recherche.

La DG AGRI a maintenu la pratique établie en 2014 qui consiste à présenter à un public plus large les travaux menés avec le Centre commun de recherche sur les perspectives à moyen terme pour les marchés agricoles de l'UE. La portée de l'édition 2015 de sa «Conférence sur les perspectives agricoles de l'UE» a été étendue et inclut désormais les défis auxquels l'agriculture est confrontée au sein de l'UE et dans le monde. Cet événement comportait une

dimension politique majeure, avec des panels de haut niveau axés sur des enjeux comme la durabilité et la chaîne alimentaire. L'édition 2016 de cette conférence a également suivi ce format de haut niveau plus large, avec des représentants des institutions de l'UE, des gouvernements, d'organisations internationales et des parties prenantes échangeant des points de vue et des perspectives sur des questions liées au changement climatique et à la disponibilité des ressources. La présence d'éminentes personnalités politiques de l'UE et de pays tiers lors de ces conférences sur les perspectives au cours de la période de référence a permis à ces questions de bénéficier d'une importante couverture médiatique.

La «Conférence Cork 2.0 sur le développement rural» a constitué un autre événement majeur au cours de cette période. Quelque trois cents parties prenantes de l'UE, ainsi que des représentants de haut niveau d'organisations internationales, ont abordé et réévalué la situation des zones rurales et les conséquences de la politique concernée pour les 20 prochaines années. La conférence a permis d'adopter une déclaration intitulée «Une vie meilleure dans les zones rurales», qui présente une vision commune pour l'avenir des zones rurales, notamment en renforçant les chaînes de valeur rurales et en investissant dans la vitalité et la viabilité rurales grâce à un meilleur accès aux technologies et innovations transformatrices. Cette vision stratégique pour l'avenir des zones rurales a grandement contribué à la réflexion actuelle de la Commission sur la simplification et la modernisation de la PAC.

En outre, dans le cadre d'une série d'ateliers, plusieurs experts issus du secteur public et privé ont pris part à un exercice de réflexion dans le but de déterminer les principaux éléments qui devraient soutenir un développement sain du secteur ovin au sein de l'Union à l'avenir.

c) Activités ciblant le grand public

Participation à des salons

La Commission s'attache à sensibiliser davantage le grand public à la PAC et à l'UE en général et cette initiative est restée au cœur de sa participation à différents salons. Les actions menées ont continué de cibler les citoyens et les parties prenantes et d'offrir un espace de dialogue avec les agriculteurs, la société civile et le grand public sur des questions de politique. Les actions d'information ont souvent mis en évidence la réussite de projets de développement rural, ainsi que l'organisation d'activités informatives et éducatives destinées à plaire aux familles et aux écoliers. La DG AGRI a également renforcé sa coopération avec d'autres DG et avec les bureaux de représentation de la Commission dans les États membres. Elle a notamment collaboré avec la direction générale de la santé et de la sécurité alimentaire (DG SANTE) et la DG Affaires maritimes et pêche (DG MARE) pour organiser des stands communs sur le thème «Du champ à l'assiette» lors de grands salons de l'agriculture tels que la «Grüne Woche» à Berlin ou le «Salon International de l'Agriculture» à Paris.

Dossier pédagogique pour les écoliers

Le dossier pédagogique pour les écoliers de onze à quinze ans («kit ludo-éducatif») a été mis au point pendant la période de référence et distribué début 2017 par l'intermédiaire des centres d'information Europe Direct et des bureaux de représentation de la Commission dans les États membres, avec le soutien d'une campagne menée sur les médias numériques et sociaux. L'objectif de ce dossier pédagogique était d'expliquer de manière pédagogique et

attrayante le rôle des agriculteurs et des familles agricoles, ainsi que leur contribution à la société et les défis qu'ils rencontrent.

d) Activités horizontales

Exposition universelle de 2015 à Milan (Expo)

L'Expo universelle 2015 s'est déroulée à Milan du 1^{er} mai au 31 octobre 2015 sur le thème «Nourrir la planète, énergie pour la vie». L'Expo universelle a occupé une place centrale dans les activités de communication de la DG AGRI en 2015. Cette édition de l'Expo universelle a servi de plateforme importante pour les débats politiques au niveau mondial et les initiatives politiques en matière d'alimentation et de durabilité. Pour l'UE, acteur incontournable dans ce débat mondial, c'était l'occasion de mettre en place une collaboration fructueuse sur ces thématiques avec d'autres parties prenantes tant du secteur public que privé. Grâce aux 147 pays et organisations internationales qui y ont participé, ainsi qu'aux 21 millions de visiteurs et aux centaines de millions de visiteurs en ligne, l'Expo universelle 2015 s'est révélée un forum très précieux pour aborder ces enjeux avec des ressortissants européens et de pays tiers. En y participant, l'UE avait trois grands objectifs: faire connaître les grandes réalisations de l'UE dans le domaine de l'alimentation et de la durabilité, proposer une plateforme pour l'élaboration future des politiques, et jouer un rôle éducatif en sensibilisant le public à différents sujets comme la lutte contre le gaspillage alimentaire et en faisant la promotion de choix alimentaires plus sains.

L'UE était représentée à l'Expo notamment par la Commission, le Parlement européen et d'autres institutions, ainsi que par un grand nombre de parties prenantes. En collaboration avec le Centre commun de recherche, qui a coordonné la participation de l'UE, et avec d'autres services de la Commission, la DG AGRI a joué un rôle capital en soulignant les questions de politique liées à l'avenir de la politique agricole et du développement rural. La DG AGRI a organisé plus de vingt événements (séminaires, conférences, ateliers, actions de sensibilisation auprès des visiteurs). Ils portaient notamment sur la sécurité alimentaire et la durabilité de l'agriculture, la recherche et l'innovation, la sécurité et la qualité des aliments, le développement rural, et les enjeux alimentaires à l'échelle mondiale. Lors de ces événements, de nombreuses parties prenantes ont contribué aux discussions sur les défis futurs pour les décideurs politiques. La DG AGRI a également participé à d'autres événements connexes au cours de l'Expo, notamment en contribuant au travail du comité scientifique et à la formulation de ses recommandations pour l'avenir de la recherche et de l'innovation en matière de sécurité alimentaire et nutritionnelle à l'échelle mondiale.

Plus de 650 000 personnes ont visité le pavillon de l'UE. 90 % des visiteurs ont dit avoir apprécié l'exposition centrale du pavillon, un film d'animation sur le pain, la science et l'agriculture, tandis que 74 % des visiteurs ont déclaré vouloir désormais en apprendre davantage sur les politiques européennes relatives à l'alimentation et à la durabilité.

Les actions de communication ont ciblé les médias: plusieurs activités ont été déployées sur les médias sociaux avant et pendant l'Expo. L'Expo universelle a accueilli de nombreux représentants politiques de haut niveau (chefs d'État et ministres, membres et président du Parlement européen, commissaires de l'UE ainsi que le président Juncker), ce qui a permis de susciter l'intérêt des médias à l'égard de l'Expo et de diffuser des informations sur ses principales activités.

Publications

Au cours de la période concernée par le présent rapport, le format électronique a continué d'être nettement privilégié pour les publications. Comme par le passé, plusieurs publications ont été produites en collaboration avec l'Office des publications de l'UE et l'Office pour les infrastructures et la logistique à Bruxelles (OIB). Certaines publications visaient les écoliers et mettaient en évidence les programmes à destination des écoles. Elles ont eu beaucoup de succès comme matériel promotionnel lors de foires et d'autres événements. En outre, ces publications portaient sur des enjeux politiques, comme la contribution de l'alimentation et de l'agriculture à la croissance économique et à l'emploi, et sur les filets de sécurité des marchés agricoles.

Un rapport important du groupe de travail sur les marchés agricoles, intitulé «Améliorer les résultats sur le marché: renforcer la position des agriculteurs dans la chaîne d'approvisionnement» a été publié en novembre 2016.

Eurobaromètre

Une enquête quantitative spéciale de l'Eurobaromètre sur l'agriculture et la PAC a été réalisée au cours du dernier trimestre de l'année 2015. Les résultats de cette enquête, publiés en janvier 2016, indiquent que l'agriculture et les zones rurales sont importantes aux yeux des Européens et qu'une majorité de personnes soutient les principes directeurs et les objectifs de la PAC. Cette enquête révèle par ailleurs que 30 % des Européens ignorent l'existence de la politique qui lui est associée, la PAC. La DG AGRI tient compte de ces résultats au moment de formuler des actions d'information spécifiques.

Site web

Le site web «Agriculture et développement rural» a continué d'être mis au point pendant la période de référence, notamment en tant qu'importante source d'informations spécialisées sur l'agriculture et le développement rural. Le site web a également joué un rôle essentiel dans le processus de consultation des parties prenantes et du grand public en ce qui concerne l'orientation future de la politique agricole. Au cours de la période de référence, des changements importants ont été apportés à la présence de la Commission sur le web, dans le but de la rendre plus conviviale et plus pertinente pour le grand public. Le processus de transformation numérique en cours prévoit l'adaptation des contenus web et leur incorporation au sein de la nouvelle architecture web de la Commission d'ici fin 2017, afin de fournir des informations correspondant mieux aux besoins des utilisateurs finaux. La DG AGRI a participé activement à ce processus en 2015-2016, avec une équipe web renforcée, qui a assuré la migration de la plateforme Documentum vers la plateforme Drupal.

Visiteurs

Au cours de la période de référence, la DG AGRI a continué de participer à des séances d'information avec des groupes de visiteurs, constitués essentiellement d'agriculteurs, de représentants des agriculteurs, d'étudiants, de représentants locaux et régionaux, de journalistes et d'universitaires. L'objectif de ces visites était d'expliquer et d'améliorer la compréhension de la PAC, y compris le développement rural, et aussi de susciter une prise de conscience des défis et perspectives de plus grande envergure auxquels l'agriculture sera

confrontée à l'avenir. Cette activité de communication a été réalisée en étroite collaboration avec le centre de visites de la DG COMM.

IV. VENTILATION DES DÉPENSES (ENGAGEMENTS ET PAIEMENTS) ENTRE LES ACTIONS COFINANÇÉES À L'INITIATIVE DE PARTIES TIERCES (SUBVENTIONS) ET LES ACTIONS D'INFORMATION MENÉES À L'INITIATIVE DE LA COMMISSION (MARCHÉS PUBLICS)⁸

	2015			2016		
	Subventions	Marchés publics	Total	Subventions	Marchés publics	Total
Budget initial prévu	3 000 000	5 000 000	8 000 000	2 500 000	1 580 900 (**)	4 000 000
Crédits d'engagement en EUR	2 759 449	4 535 172	7 294 621	2 419 099 (**)	1 512 640 (**)	3 931 739 (**)
% d'engagement	91,98 %	90,70 %	91,18 %	96,76 %	95,7 %	98,29 %
Crédits de paiement en EUR (**)	2 323 802	4 139 141	6 462 943	(*)	890 638 (***)	890 638 (***)
% de décaissement/engagement	84,21 %	91,27 %	88,60 %	(*)	58,88 %	22,65 %

(*) Aucune des actions n'est encore décaissée.

(**) cf. après modification du plan d'action de communication externe 2016 de la DG AGRI.

(***) Les chiffres concernant les paiements pour les actions 2016 n'étaient pas encore finalisés.

Les paiements sont en général inférieurs aux montants initialement engagés. En ce qui concerne les subventions, cela s'explique par le fait que les coûts définitifs des actions sont inférieurs à ceux initialement prévus par le bénéficiaire et, ensuite, par le fait que les dépenses déclarées par les bénéficiaires ne peuvent pas toutes être considérées comme admissibles. Dans le cas des actions menées à l'initiative de la Commission, les différences entre les paiements et les engagements découlent du fait que, alors que les engagements sont fixes, les dépenses réelles sont inférieures aux prévisions initiales, car des économies sont faites et des mesures plus efficaces au niveau des coûts sont prises au cours de la mise en œuvre des projets.

⁸ 4 000 000 EUR coaffectés à des activités de communication institutionnelle gérées par la DG COMM en 2016 ne sont pas repris dans ce tableau.

V. CONCLUSIONS

Au cours de la période de référence, la Commission a continué de mettre au point ses actions de communication institutionnelle en fonction de ses dix priorités politiques et en mettant l'accent sur les avantages tangibles que l'UE apporte à ses citoyens. Des actions d'information ont été réalisées au regard de la politique agricole commune et du développement rural, dans le but de mettre en évidence les réalisations de la PAC qui a permis de fournir un approvisionnement constant d'aliments sains et qui a contribué à la croissance économique et à la vitalité des zones rurales. En parallèle, les actions de communication ont également privilégié des questions cruciales pour l'avenir comme l'efficacité des ressources, le renouvellement des générations et le rôle de l'agriculture dans la lutte contre le changement climatique. Des efforts accrus ont par ailleurs été consentis pour mobiliser la société civile et un large éventail de parties prenantes, et dans le but de favoriser une coopération plus étroite en menant des actions d'information avec les services de la Commission ainsi qu'avec les autres institutions de l'UE et les États membres.