



Briselē, 23.2.2016.
COM(2016) 83 final

KOMISIJAS ZIŅOJUMS EIROPAS PARLAMENTAM UN PADOMEI

**par to, kā tiek īstenots Eiropas Parlamenta un Padomes Regulas (ES) Nr. 1306/2013
45. pants par informatīvajiem pasākumiem, kas saistīti ar kopējo lauksaimniecības
politiku**

{SWD(2016) 37 final}

I. IEVADS

Šis ziņojums attiecas uz informācijas pasākumu īstenošanu saistībā ar kopējo lauksaimniecības politiku (KLP) 2013. un 2014. gadam. Līdz 2014. gada 1. janvārim juridiskais pamats bija Padomes 2000. gada 17. aprīļa Regula (EK) Nr. 814/2000 par informācijas pasākumiem saistībā ar kopējo lauksaimniecības politiku¹. Juridiskais pamats mainījās, kad stājās spēkā Eiropas Parlamenta un Padomes 2013. gada 17. decembra Regula (ES) Nr. 1306/2013 par kopējās lauksaimniecības politikas finansēšanu, pārvaldību un uzraudzību un Padomes Regulu (EEK) Nr. 352/78, (EK) Nr. 165/94, (EK) Nr. 2799/98, (EK) Nr. 814/2000, (EK) Nr. 1290/2005 un (EK) Nr. 485/2008 atcelšanu². Regulas (ES) Nr. 1306/2013 45. pantā tagad ir iekļauta atsauce uz informatīviem pasākumiem attiecībā uz KLP, uz kuriem iepriekš attiecās Regula (EK) Nr. 814/2000.

Informācijas pasākumu mērķis saskaņā ar Regulu (EK) Nr. 814/2000 bija:

- palīdzēt gan izskaidrot, gan arī īstenot un attīstīt KLP,
- veicināt Eiropas lauksaimniecības modeli un palīdzēt sabiedrībai to saprast,
- informēt lauksaimniekus un citas personas, kas darbojas lauku rajonos,
- veicināt sabiedrības izpratni par KLP jautājumiem un mērķiem.

Regulas (ES) Nr. 1306/2013 45. panta 1. punkta pirmajā daļā ir teikts, ka finansēto informācijas sniegšanas pasākumu “mērķis jo īpaši ir palīdzēt skaidrot, īstenot un attīstīt KLP un uzlabot sabiedrības informētību par tās saturu un mērķiem, izmantojot informācijas kampaņas, atjaunot krīžu dēļ zaudēto patērētāju uzticēšanos, informēt lauksaimniekus un citas lauku teritorijās aktīvi darbojošās personas, popularizēt Eiropas lauksaimniecības modeli, kā arī palīdzēt pilsoņiem to izprast”. Regulas 45. panta 2. punkta pēdējā daļā ir teikts, ka šie “pasākumi arī dod ieguldījumu korporatīvās komunikācijas veicināšanā attiecībā uz Savienības politikas prioritātēm, ciktāl minētās prioritātes ir saistītas ar šīs regulas vispārējiem mērķiem”.

Finansētie informācijas pasākumi ir iedalīti divās pamatkategorijās:

- pasākumi, par kuriem informē trešo personu organizācijas saistībā ar līdzfinansējuma saņemšanu no Eiropas Lauksaimniecības garantiju fonda (ELGF) (dotācijas),
- pasākumi, kurus īsteno pēc Komisijas iniciatīvas un 100 % apmērā finansē no Eiropas Lauksaimniecības garantiju fonda (ELGF) (tiešās darbības / publiskais iepirkums).

Ar Regulas (ES) Nr. 1306/2013 45. panta 5. punktu un Regulas (EK) Nr. 814/2000 8. pantu ir noteikts, ka Komisija reizi divos gados Eiropas Parlamentam un Padomei iesniedz ziņojumu par informācijas pasākumu īstenošanu saskaņā ar minēto regulu. Šis ir sestais tāda veida ziņojums³.

Pārskata periodā īstenotie informācijas pasākumi tika veikti, pamatojoties arī uz 2010. gadā pieņemto Lauksaimniecības un lauku attīstības ģenerāldirektorāta (AGRI ĢD) “Ārējās komunikācijas stratēģiju kopējai lauksaimniecības politikai 2010.–2015. gadā” un saskaņā ar gada rīcības plāniem, kuros izklāstīti gada laikā īstenojamie informācijas pasākumi.

¹ *Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis*, OV L 100, 20.4.2000., 7. lpp.

² *Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis*, OV L 347, 20.12.2013., 549. lpp.

³ 2003. gada 8. maija COM(2003) 235 galīgā redakcija; 2007. gada 13. jūnija COM(2007) 324 galīgā redakcija; 2009. gada 20. maija COM(2009) 237 galīgā redakcija; 2011. gada 25. maija COM(2011) 294 galīgā redakcija; 2013. gada 29. septembra COM(2013) 645 *final*.

II. BUDŽETS

Sākotnēji finansēšanas lēmumā paredzētais budžets informācijas pakalpojumiem budžeta pozīcijas 05 08 06 ietvaros bija EUR 8 miljoni 2013. gadā un EUR 11 miljoni 2014. gadā (tostarp AGRI ĢD ieguldījums saistībā ar Komisijas korporatīvās komunikācijas kampaņu “Eiropas Savienība strādā mūsu labā”). Publiskā iepirkuma (darbības, kas veiktas pēc Komisijas iniciatīvas) un dotāciju (līdzfinansētas darbības) provizoriskais sadalījums bija šāds:

2013. gadā — publiskais iepirkums (EUR 5,5 miljoni) (68,25 %), dotācijas (EUR 2,5 miljoni) (31,25 %);

2014. gadā — publiskais iepirkums (EUR 5 miljoni) (45,6 %), dotācijas (EUR 3 miljoni) (27,3 %), līdzekļi, ko piešķir Komisijas ĢD (COMM ĢD) korporatīvās komunikācijas kampaņai (EUR 3 miljoni) (27,3 %).

Pasākumu izpilde 2013. gadā sasniedza 99 % saistību izteiksmē un 88 % maksājumu izteiksmē.

Pasākumu izpilde 2014. gadā sasniedza 98 % saistību izteiksmē. Dati attiecībā uz maksājumiem 2014. gadā šā ziņojuma izstrādes laikā vēl nebija apkopoti, jo maksājumus var veikt līdz 2015. gada 31. decembrim.

III. FINANSĒTO DARBĪBU SADALĪJUMS

1. Dotācijas (līdzfinansēti informācijas pasākumi, kas veikti pēc trešo personu organizāciju iniciatīvas)

Regulā (ES) Nr. 1306/2013 ir paredzēti divu veidu pasākumi, kurus finansē ar dotācijām — īpaši informācijas pasākumi un gada darba programmas. Īpašs informācijas pasākums ir laikā un telpā ierobežots informācijas pasākums, kura īstenošanu finansē no vienota budžeta. Gada darba programma ir divu līdz piecu īpašu informācijas pasākumu kopums. Attiecībā uz 2013.⁴ un 2014.⁵ gadu tika pieņemts lēmums (tāpat kā iepriekšējos gados) saglabāt līdzfinansējumu tikai īpašiem informācijas pasākumiem, lai tādā veidā vienkāršotu dotāciju piešķiršanas shēmu un nodrošinātu dažādu komunikācijas darbību saskaņotību.

Uzaicinājumi iesniegt priekšlikumus līdzfinansētām darbībām 2013. un 2014. gadā bija vērsti uz plašu sabiedrību, **īpašu uzmanību pievēršot jauniem cilvēkiem pilsētu teritorijās, un uz lauku iedzīvotājiem**, kuriem paredzēto darbību pamatā bija specifiskāki jautājumi, piemēram, saistībā ar tādu jaunu pasākumu īstenošanu, kuri tika ieviesti ar KLP reformu (zaļā saimniekošana u. c.), un jaunajiem lauksaimniekiem paredzētie obligātie pasākumi.

Maksimālais finansēšanas apmērs iepriekš minētajiem pasākumiem ir 50 % no attiecināmajām izmaksām. Tomēr saskaņā ar Padomes Regulas (EK) Nr. 814/2000 2. pantu šo apmēru izņēmuma gadījumos var palielināt līdz 75 %, un šie gadījumi ir precizēti īstenošanas regulā⁶ un izklāstīti uzaicinājumā iesniegt priekšlikumus.

Saskaņā ar 2013. gada uzaicinājumu iesniegt priekšlikumus līdzfinansējums 50 % apmērā tika nodrošināts 14 īpašiem informācijas pasākumiem. Komisijai pieprasīto dotāciju apjoms bija

⁴ Uzaicinājums iesniegt priekšlikumus 2013. gadam, *Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis*, 2012/ C 223/4, 27.7.2012.

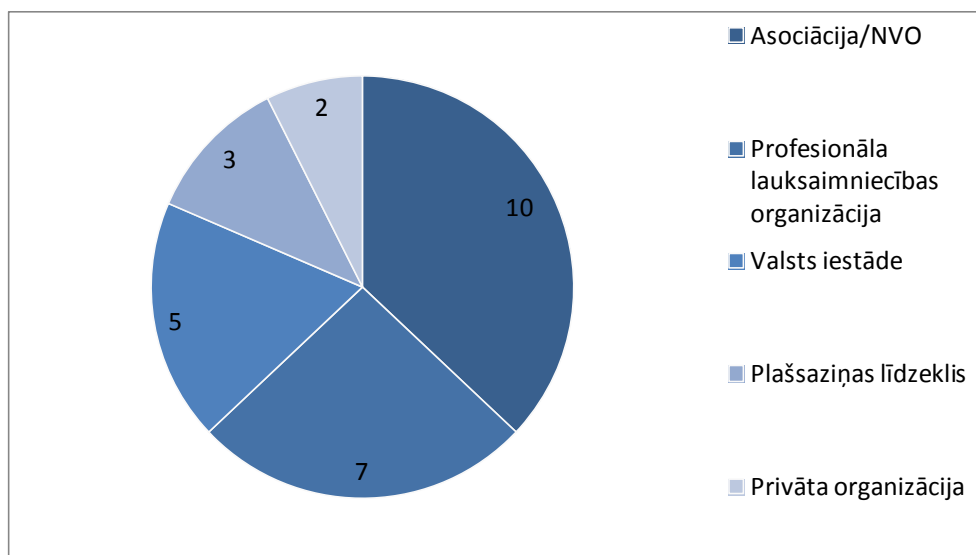
⁵ Uzaicinājums iesniegt priekšlikumus 2014. gadam, *Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis*, 2013/ C 264/9, 13.9.2013.

⁶ Komisijas 2002. gada 12. decembra Regula (EK) Nr. 2208/2002, ar ko paredz sīki izstrādātus noteikumus, lai piemērotu Padomes Regulu (EK) Nr. 814/2000 par informācijas pasākumiem saistībā ar kopējo lauksaimniecības politiku. *Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis*, OV L 337, 13.12.2002., 21.–23. lpp.

no EUR 100 500,00 līdz EUR 341 659,00. Saskaņā ar 2014. gada uzaicinājumu iesniegt priekšlikumus līdzfinansējums tika nodrošināts 13 īpašiem informācijas pasākumiem. Trīs darbības tika līdzfinansētas 75 % apmērā, jo atbilda uzaicinājumā iesniegt priekšlikumus iekļautajiem informācijas pasākuma īpašās nozīmības nosacījumiem. Attiecībā uz 2014. gadu tas nozīmē, ka darbība tika īstenota vismaz trijās ES dalībvalstīs, to ierosināja Eiropas līmenī nostabilizējies tīkls vai tās mērķis bija izveidot un/vai attīstīt šādu Eiropas tīklu, un darbība ietvēra izplatīšanas plānu, ar kuru varētu piekļūt vismaz 5 % darbības mērķauditorijas (plašākai sabiedrībai un/vai lauku iedzīvotājiem) katrā dalībvalstī. Komisijai pieprasīto dotāciju apjoms bija no EUR 133 397,00 līdz EUR 374 119,00. Tādējādi kopumā **2013.–2014. gada pārskata periodā tika līdzfinansēti 27 informācijas pasākumi**. Dotācijas lielākoties tika piešķirtas informācijas kampaņām, audiovizuālajai produkcijai, konferencēm, semināriem, projektiem ar mērķi informēt skolēnus par KLP un ieinteresētajām personām paredzētiem instrumentiem un darbsemināriem.

Tālāk redzamajā 1. attēlā ir atspoguļoti **dotāciju saņēmēji pēc to veida**.

1. attēls



Tāpat kā iepriekš, dotāciju saņēmēju vidū dominēja valsts līmenī lauksaimniecības un lauku attīstības nozarē aktīvi darbojošās sociāli profesionālās organizācijas (bieži vien — ES līmeņa struktūru biedri). Taču, tā kā uzaicinājumi iesniegt priekšlikumus 2013. un 2014. gadā vairāk bija vērsti uz audiovizuāliem projektiem, uz dotācijām starptautiskiem pasākumiem varēja pretendēt trīs plašsaziņas līdzekļu organizācijas, konkrēti no audiovizuālā sektora. Plašāka informācija par pārskata periodā piešķirtajām dotācijām ir pieejama Komisijas dienestu darba dokumentā, kas pievienots šim ziņojumam⁷.

Pieteikumi tika izvērtēti, ņemot vērā striktus atbilstības, izslēgšanas, atlases un piešķiršanas kritērijus, kas bija izklāstīti uzaicinājumā iesniegt priekšlikumus. Tas tika veikts saskaņā ar Finanšu regulu⁸ un atspoguļoja Komisijas mērķi nodrošināt vienlīdzīgu attieksmi pret pieteikumu iesniedzējiem un godīgu konkurenci.

⁷ Plašāka informācija par dotācijām ir pieejama arī *EUROPA* tīmekļa vietnē:

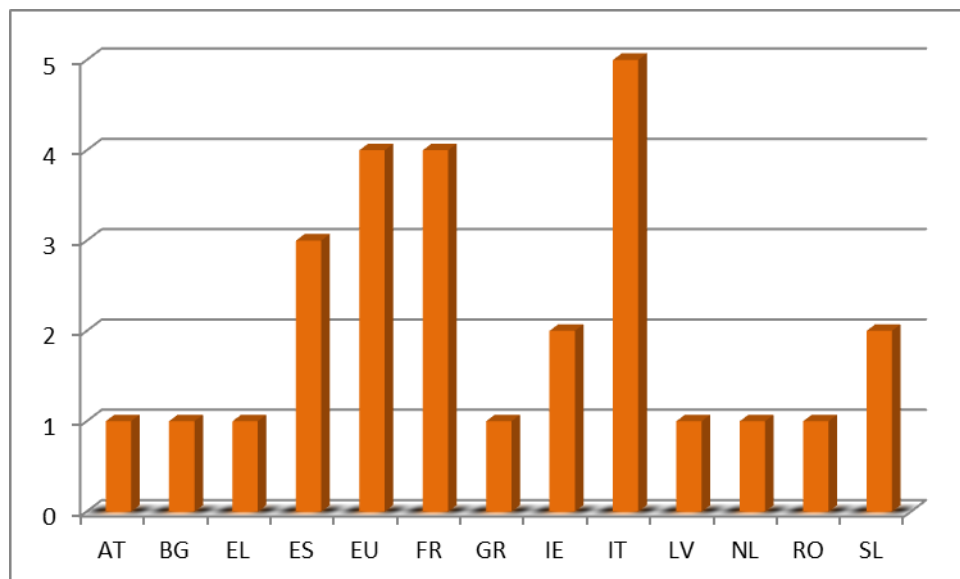
http://ec.europa.eu/agriculture/grants-for-information-measures/index_en.htm.

⁸ Eiropas Parlamenta un Padomes 2012. gada 25. oktobra Regula (ES, Euratom) Nr. 966/2012 par finanšu noteikumiem, ko piemēro Savienības vispārējam budžetam, un par Padomes Regulas (EK, Euratom) Nr. 1605/2002 atcelšanu (OV L 298, 26.10.2012., 1. lpp.).

Tālāk redzamajā 2. attēlā ir atspoguļots **apstiprināto pieteikumu skaits pa dalībvalstīm**. Pārskata periodā no jaunajām dalībvalstīm tika saņemti pieci no kopumā 27 apstiprinātajiem dotāciju pieteikumiem. Tāpat liela interese joprojām bija vērojama no ES dienvidu dalībvalstīm. Piecus apstiprinātos pieteikumus iesniedza ES līmeņa organizācijas.

2. attēls

Apstiprināto pieteikumu skaits pa dalībvalstīm (tostarp no ES līmeņa organizācijām)



Jāuzsver, ka, tāpat kā iepriekš, ievērojams skaits līdzfinansēto informācijas pasākumu sasniedza plašāku sabiedrību, nevis tikai tiešos dalībniekus, pateicoties specializētajai drukātajai presei un audiovizuālajiem plašsaziņas līdzekļiem, kas radīja pastiprinošu efektu, kā arī pieaugošajai tīmekļa un sociālo tīklu kā izplatīšanas instrumentu izmantošanai.

2. Tiešās darbības / publiskais iepirkums (informācijas pasākumi, kurus veic pēc Komisijas iniciatīvas)

Pārskata periodā, tāpat kā iepriekšējos gados, ievērojams skaits informācijas pasākumu tika veikti pēc Komisijas iniciatīvas. Tie bieži tika īstenoti, izmantojot ārējo tehnisko palīdzību. Šiem pasākumiem 2013.–2014. gada periodā tika iedalīti **66 % budžeta līdzekļu**.

Šā budžeta ietvaros informācijas pasākumi tika īstenoti attiecībā uz tīklu veidošanu ar žurnālistiem (**plašsaziņas līdzekļu tīklu veidošana**) un ieinteresētajām personām (**ieinteresēto personu tīklu veidošana**). Šajos pasākumos tika ievērots mērķis izvērst dažādu informatoru savstarpējo sinerģiju nozarē un vairot AGRI ĢD īstenotu informācijas pasākumu ietekmi, jo īpaši attiecībā uz reformēto KLP. AGRI ĢD pārskata periodā patiešām koncentrēja savus tiešos **informācijas pasākumus uz plašāku sabiedrību**, uzsākot un īstenojot reformētās KLP komunikācijas kampaņu ar nosaukumu “Eiropas kopējā lauksaimniecības politika — rūpes par mūsu saknēm”. Citi informācijas pasākumi 2013. un 2014. gadā bija saistīti ar regulārām **horizontālās komunikācijas aktivitātēm**, piemēram, ar KLP saistītu preses konferenču organizēšanu, apmeklētāju grupām paredzētām prezentācijām un Eiropas Komisijas dalības organizēšanu Milānas *EXPO* izstādē, kas norisinājās 2015. gadā no maija līdz oktobrim. AGRI ĢD 2014. gadā piedalījās arī korporatīvās komunikācijas izmēģinājuma kampaņā, ko organizēja Komunikācijas ĢD ar mērķi izcelt lauksaimniecības lomu un devumu cilvēku ikdienas dzīvē un KLP nozīmi ES iedzīvotājam, tostarp attiecībā uz izaugsmi un nodarbinātību. Kampaņa tika aizsākta 2014. gadā (“Eiropas Savienība strādā mūsu labā”) un ilga līdz 2015. gada vidum. Ar populārāko plašsaziņas līdzekļu palīdzību tā atspoguļoja ES

pievienoto vērtību taustāmā un spilgtā veidā, uzrunājot iedzīvotājus tieši. Kampanja ietilpst vispārējos centienos nest skaidrāku vēstījumu par to, kā ES ar tās programmām un rīcībpolitikām palīdz nodrošināt ekonomisko izaugsmi un radīt darbvietas.

Komisijas dienestu darba dokumentā šie informācijas pasākumi, tostarp attiecīgās izmaksas, ir aprakstīti sīkāk.

a) Plašsaziņas līdzekļu tīklu veidošana 2013.–2014. gadā

Eiropas žurnālistiem, kurus interesē lauksaimniecība un lauku attīstība, 2011. gadā tika izveidots *Ag-Press.eu* tīkls, kura ietvaros kopš tā laika tiek izmantota *Ag-Press* e-platforma, izdots iknedēļas informatīvais biļetens un veikti regulāri pasākumi, lai uzturētu un apkalpotu tīklu. Pasākumi ietvēra preses braucienus uz dažādām dalībvalstīm saistībā ar KLP tēmām, mācību braucienus uz Briseli, tostarp vizītes uz Eiropas Parlamenta, Padomes un Komisijas preses dienestiem un nepilnu dienu ilgus lauku saimniecību apmeklējumus, kā arī *Ag-Press* tīkla ikgadējo pasākumu, kurā piedalījās lauksaimniecības un lauku attīstības komisārs.

Šie instrumenti ir palīdzējuši uzturēt un stiprināt tīklu, kurā šajā laikā bija aptuveni 900 aktīvu dalībnieku. 2013. gadā tika noorganizēti septiņi preses braucieni un trīs mācību braucieni, bet 2014. gadā – seši preses braucieni un trīs mācību braucieni. Tie bija īpaši noderīgi, jo veicināja izpratni par KLP 2013. gada reformu un dalībvalstīm pieejamajām īstenošanas iespējām. Iesaistītie žurnālisti pēc tam parasti katrs publicē līdz 3 rakstiem, bet, pieskaitot tiešsaistes publikācijas, drukāto publikāciju pārpublicēšanu sociālajos tīklos, radio un televīziju, faktiskais skaits ir lielāks.

Neatkarīgā novērtējumā, kas tika veikts 2014. gadā⁹, secināts, ka ar AGRI ĢD savāktu materiālu pietiek, lai aprēķinātu, ka, piemēram, tad, ja ekskursijai piesaista vienu lauksaimniecības žurnālistu, AGRI ĢD sasniedz vismaz 10 000 lasītāju. Novērtējumā tika novērots arī tas, ka žurnālisti, kuri apmeklēja kādu pasākumu, kļuva arī par regulāriem AGRI ĢD tiešsaistes un sociālo tīklu rīku izmantotājiem.

Šā ilgtermiņa projekta mērķi ir mudināt žurnālistus aplūkot lauksaimniecības tēmas, palielināt ES līmeņa un ar KLP saistītas informācijas daudzumu valstu drukātajā presē lauksaimniecības jomā un vairo žurnālistu zināšanas par lauksaimniecību un KLP, aicinot viņus uz braucieniem, kuros var mācīties no AGRI ĢD, lauksaimniekiem un citam no cita. *Ag-Press* platformā 2014. gada beigās bija aptuveni 1000 reģistrētu dalībnieku.

Tāpat gadu gaitā ir veiksmīgi attīstījušies AGRI ĢD **sociālo tīklu rīki**. 2014. gada novembrī tika izveidots korporatīvais *Twitter* konts, kas papildināja esošo *Facebook* lapu un aizstāja iepriekš izmantoto *Twitter* kontu (uz AGRI ĢD runaspersonas vārda).

b) Ieinteresēto personu tīklu veidošana 2013.–2014. gadā

Līdzīgi kā plašsaziņas līdzekļu tīklu veidošana, arī **ieinteresēto personu tīklu veidošanas aktivitātes** ir jāuzskata par ilgtermiņa ieguldījumu attiecībā uz vispārējo mērķi vairo komunikācijas iniciatīvas saistībā ar KLP. Pārskata periodā AGRI ĢD atklāja un pilnveidoja tīmekļa vietni “KLP komunikācijas tīkls”, lai nodrošinātu instrumentus ieinteresētajām personām, kas aktīvi darbojas komunikācijas jomā attiecībā uz lauksaimniecību, pārtiku un lauku attīstību, lai šīs personas varētu izrādīt savas komunikācijas iniciatīvas un apmainīties ar labāko praksi.

Galvenais tīklu veidošanas līdzeklis šo aktivitāšu ietvaros bija KLP komunikācijas balvu konkursa organizēšana. Citu aktivitāšu vidū minama arī tīklu veidošanas pasākumu un

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

ikgadējā KLP komunikācijas pasākuma organizēšana, lai sapulcinātu ieinteresēto personu pārstāvjus, mudinot apmainīties ar labāko praksi. Iekšējā novērtējuma ziņojumos ir fiksētas ļoti labvēlīgas ieinteresēto personu atsauksmes par šīm iniciatīvām. KLP komunikācijas balvu konkursā no visām ES dalībvalstīm tika iesniegti 118 pieteikumi 2013. gadā un 148 pieteikumi 2014. gadā. Pēdējos mēnešos pirms 2014. gada komunikācijas tīklu veidošanas pasākuma KLP komunikācijas tīkla tīmekļa vietni ieinteresētās personas apmeklēja 20 000 reižu.

Attiecībā uz komunikāciju ar ieinteresētajām personām svarīgs pamats dialogam un konsultācijām ar ieinteresētajām personām par konkrētiem KLP aspektiem bija **konferenču organizēšana**. To vidū bija 2013. gadā organizētās konferences par ģimenes lauku saimniecībām un ES piena nozari. 2014. gadā pirmo reizi notika konference par ES lauksaimniecības tirgu perspektīvām. Ir plānots, ka tā kļūs par ikgadēju pasākumu, lai veicinātu plaša mēroga apmaiņu ar ieinteresēto personu viedokļiem par tirgus perspektīvām, tostarp par politisko pamatu un neskaidrībām saistībā ar tirgus attīstību.

c) Aktivitātes attiecībā uz plašāku sabiedrību 2013.–2014. gadā

Komunikācijas aktivitātēs 2013. un 2014. gadā galvenā vērība tika veltīta **komunikācijas kampaņas “Eiropas kopējā lauksaimniecības politika — rūpes par mūsu saknēm”** īstenošanai. Šīs kampaņas uzsākšana bija tieši saistīta ar vienošanos par KLP 2013. gada reformu.

Šīs kampaņas virzība atspoguļoja vairāku Eiropabarometra aptauju rezultātus par lauksaimniecību un KLP pēdējos gados, proti, KLP pamatprincipus un mērķus atbalsta lielākā daļa cilvēku, bet daudzi no viņiem nav informēti par pašu politiku. Tādēļ kampaņas mērķis bija uzlabot informētību par KLP un parādīt, ka ar to tiek risināti jautājumi, kas satrauc iedzīvotājus.

Kampaņas ietvaros plašāka sabiedrība, jo īpaši jaunāka gadagājuma pilsētu iedzīvotāji, tika informēti par to, cik svarīga ir ilgtspējīga lauksaimniecība ne tikai saistībā ar veselīgas pārtikas nodrošināšanu, bet arī saistībā ar vidi, lauku apvidiem un ekonomiku. Izmantoto komunikācijas kanālu vidū bija tiešsaistes informācija un publikācijas, tīmekļa vietnēm, televīzijai un kinoteātriem paredzēti popularizējoši un audiovizuāli materiāli, kā arī īpašas aktivitātes pasākumos, kas tika organizēti plašai sabiedrībai dažādās dalībvalstīs.

Lai nodrošinātu maksimālo iespējamo izmaksefektivitāti, tika nolemts kampaņu kinoteātros organizēt ES-15 dalībvalstīs, bet kampaņu televīzijā — ES-13 dalībvalstīs. Kampaņa kinoteātros sasniedza 10 300 385 cilvēkus, bet kampaņa televīzijā — 24 296 390 cilvēku. Tiešsaistes kampaņa norisinājās visās dalībvalstīs un sasniedza vēl 68 395 019 cilvēkus ar reklāmas logiem un 241 320 cilvēku, kuri uz šiem logiem arī noklikšķināja. Kampaņa ietvēra arī skolēniem paredzētas izglītošanas paketes izveidi un izstrādi un lauksaimniekiem paredzētu līdzekli, kas veicinātu to, ka sabiedrības pārstāvji tiek aicināti apmeklēt viņu lauku saimniecības (atvērtās saimniecības). Abu šo informācijas pasākumu izstrāde joprojām turpinās.

Komunikācijas aktivitāšu ietvaros saistībā ar reformēto KLP AGRI ĢD organizēja **“Zaļās komandas” operāciju**, kurā pieredzējuši AGRI ĢD ierēdņi ieinteresētajām personām un žurnālistiem dalībvalstīs skaidroja dažādus reformas tehniskos aspektus. Kad 2013. gada jūnijā tika panākta politiska vienošanās, “Zaļās komandas” pārstāvji no AGRI ĢD apmeklēja deviņas dalībvalstis. Otra apmeklējumu sērija sākās 2013. gada novembrī un aptvēra pārējās 18 dalībvalstis. Seši “Zaļās komandas” vēstneši (komandu vadītāji) un 14 konsultanti no 2013. gada novembra līdz 2014. gada aprīlim apmeklēja astoņas dalībvalstis, lai prezentētu un sīki izskaidrotu reformēto KLP ieinteresētajām personām, tostarp lauksaimniekiem, valstu iestādēm

un citām struktūrām. “Zaļās komandas” vēstneši palīdzēja nodot vēstījumus par reformēto KLP, ņemot vērā arī dalībvalstu īpatnības.

Tāpat 2014. gadā AGRI ĢD padziļināja sadarbību ar citiem Komisijas dienestiem, piemēram, cieši sadarbojoties ar Veselības un pārtikas nekaitīguma ĢD (SANTE ĢD), lai organizētu **kopīgu stendu liela mēroga lauksaimniecības izstādēs**, piemēram, *Grüne Woche* Berlīnē, *Salon de l'Agriculture* Parīzē un *Salone del Gusto* Turīnā. Šī sadarbība palīdzēja plašākai sabiedrībai radīt saskaņotāku tēlu par Eiropas Komisiju saistībā ar tēmu “No lauka līdz galdam”. Rezultātā palielinājās cilvēkresursu un finanšu resursu izmantošanas efektivitāte, pārstāvot Komisiju šajās svarīgajās izstādēs.

d) Horizontālās komunikācijas aktivitātes

Publikācijas

Pārskata periodā publikācijas turpināja atspoguļot likumdošanas programmu. To vidū bija raksti par lauku saimniecību grāmatvedības datu tīklu (LSGDT), mežsaimniecības politiku, gados jaunajiem lauksaimniekiem, KLP pārraudzības un izvērtēšanas sistēmu u. c. Publikācijas tika plaši izplatītas Eiropas Komisijas pārstāvību ietvaros dalībvalstīs, Eiropas dokumentācijas centros, kā arī dažās izstādēs un citos publiskos pasākumos, kuros piedalījās AGRI ĢD.

Tīmekļa vietne un audiovizuālie materiāli

Papildus tiešsaistes aktivitātēm iepriekš minēto projektu ietvaros AGRI ĢD turpināja veltīt resursus *EUROPA* tīmekļa vietnei “Lauksaimniecība un lauku attīstība”, kas bija īpaši svarīgs avots, no kura smelties specializētu informāciju par KLP un lauku attīstību, kā arī sociālo tīklu kontiem un komisāra tīmekļa vietnei (līdz 2014. gada 1. novembrim, kad visu komisāru tīmekļa vietņu uzturēšanu savā pārziņā pārņēma COMM ĢD).

Pašlaik notiek pāreja uz pilnīgi jaunu tēlu tīmeklī (jauns korporatīvais dizains, uz lietotāju orientēta pieeja, jauna tiešsaistes satura vadības sistēma, pilnveidots un atjaunināts saturs — viss saskaņā ar Komisijas Digitālās transformācijas iniciatīvu).

Papildus 2013. gada jūnijā tika sagatavots ziņu videoizlaidums saistībā ar politiskās vienošanās panākšanu par KLP reformu. Šajā ziņu videoizlaidumā tika atspoguļota Eiropas lauksaimniecības daudzveidība, vienlaikus izskaidrojot KLP un parādot konkrētus piemērus no četrām dažādām dalībvalstīm par to, kā šī politika sniedz praktisku labumu.

Sabiedriskās domas aptaujas

Lai uzzinātu un izvērtētu iedzīvotāju uzskatus par KLP un ar to saistītiem jautājumiem, 2013. gada maijā notika īpaša Eurobarometra aptauja. Tā tika veikta visās ES dalībvalstīs, apkopojot 28 000 iedzīvotāju atbildes. Mērķis bija turpināt pētīt ES sabiedrības viedokli par virkni jautājumu saistībā ar Komisijas darbu šajā jomā, lai mērķtiecīgāk virzītu Komisijas komunikācijas aktivitātes attiecībā uz lielākajām ES rīcībpolitikām, tostarp KLP.

Apmeklējumi

Šajā pārskata periodā AGRI ĢD turpināja uzņemt apmeklētāju grupas, kurās galvenokārt bija lauksaimnieki, lauksaimnieku pārstāvji, studenti, reģionu un vietējie pārstāvji, žurnālisti un pasniedzēji. Apmeklējumu mērķis bija izskaidrot KLP un padziļināt izpratni par to, tostarp par lauku attīstību, kā arī par KLP reformas nepieciešamību. AGRI ĢD telpās 2013. un 2014. gadā kopumā tika uzņemtas 220 apmeklētāju grupas (4919 cilvēki).

Milānas EXPO

Sagatavošanās darbs Eiropas Komisijas dalībai *EXPO* izstādē Milānā 2015. gadā saistībā ar tēmu “Paēdināt planētu: enerģija dzīvei” tika uzsākts 2013. gada sākumā un turpinājās 2014. gadā, AGRI ĢD uzņemoties vadošo lomu plānoto 500 000 Eiropas Komisijas paviljona apmeklētāju informēšanā par tēmām saistībā ar KLP. Sagatavošanās darbs galvenokārt ietvēra plašai sabiedrībai paredzētu video animāciju izstrādi, kā arī vairāk nekā 20 specializētu pasākumu sagatavošanu ieinteresētajām personām un plašai sabiedrībai *EXPO* norises laikā no 2015. gada maija līdz oktobrim.

IV. IZDEVUMU SADALĪJUMS (SAISTĪBAS UN MAKSĀJUMI) STARP LĪDZFINANSĒTAJĀM DARBĪBĀM PĒC TREŠO PERSONU INICIATĪVAS (DOTĀCIJAS) UN INFORMĀCIJAS PASĀKUMIEM PĒC KOMISIJAS INICIATĪVAS (PUBLISKAIS IEPIRKUMS)¹⁰

	2013. gads			2014. gads		
	Dotācijas	Publiskais iepirkums	Kopā	Dotācijas	Publiskais iepirkums	Kopā
Sākotnēji paredzētais budžets	2 500 000	5 500 000	8 000 000	3 000 000	5 000 000	8 000 000
Saistības, EUR	2 423 345	5 531 484	7 954 830	3 062 075	4 740 020	7 802 095
Saistību procentuālā daļa	97 %	110 %	99 %	102 %	95 %	98 %
Maksājumi (**), EUR	2 035 614	4 974 298	7 009 912	(*)	(*)	(*)
Izmaksu un saistību attiecības procentuālā daļa	84 %	90 %	88 %	(*)	(*)	(*)

(*) Šā ziņojuma gatavošanas laikā dati vēl nebija pieejami; vairums izdevumu par pasākumiem vēl nebija apmaksāti.

(**) Tabulā norādītie maksājumi atspoguļo ne tikai N gada līdzekļu apguvi, bet arī N un N+1 gadā veiktos maksājumus par N gada saistībām.

Maksājumi parasti ir mazāki nekā sākotnēji paredzētais budžets. Dotāciju gadījumā to var skaidrot ar to, ka darbību galīgās izmaksas ir mazākas, nekā saņēmējs sākotnēji paredzējis, kā arī ar to, ka ne visas saņēmēju deklarētās izmaksas ir uzskatāmas par attiecināmām. Pēc Komisijas iniciatīvas veikto darbību gadījumā atšķirība starp maksājumiem un saistībām ir mazāka. Tas ir saistīts ar to, ka, lai gan saistības ir fiksētas, ietaupījumu un izmaksefektīvāku pasākumu izmantošanas dēļ īstenošanas laikā reālie izdevumi ir mazāki par plānotajiem.

¹⁰ Šajā tabulā nav iekļauti EUR 3 000 000 par korporatīvās komunikācijas aktivitātēm, kuras pārvaldīja COMM ĢD.

V. SECINĀJUMS

AGRI ĢD veiktie informācijas pasākumi 2013.–2014. gada pārskata periodā atbilda mērķiem, kas izklāstīti Regulas (ES) Nr.1306/2013 45.pantā attiecībā uz komunikācijas un informācijas pasākumiem saistībā ar KLP, kā arī “Ārējās komunikācijas stratēģijai kopējai lauksaimniecības politikai 2010.–2015. gadā”, un to nodrošināja gada rīcības plāni 2013. un 2014. gadam. Pasākumi bija vērsti uz konkrētām grupām, nododot svarīgākos vēstījumus un galvenokārt koncentrējoties uz gados jaunākiem pilsētu iedzīvotājiem (plašā sabiedrībā) un uz lauku iedzīvotājiem saistībā ar specifiskiem jautājumiem (jo īpaši jaunajiem pasākumiem, kas ieviesti ar KLP reformu), kā arī uz tādiem informācijas izplatītājiem kā plašsaziņas līdzekļu pārstāvji un ieinteresēto personu organizācijas. Īstenojot šos informācijas pasākumus, tika pastiprināti centieni sekmēt spēcīgāku sinerģiju starp informācijas pasākumiem, ko organizē AGRI ĢD, citi Eiropas Komisijas ģenerāldirektorāti un pilsoniskās sabiedrības partneri, turklāt valstu ministrijas un žurnālisti darbojās kā informācijas izplatītāji.

Attiecībā uz nākotnē īstenojamiem informācijas pasākumiem tiek izstrādāta jauna stratēģija 2016.–2020. gada laikposmam, ņemot vērā AGRI ĢD veikto vispārējo komunikācijas aktivitāšu rezultātus un to izvērtējuma ieteikumus par 2010.–2014. gada laikposmu (publicēti 2015. gada jūnijā¹¹).

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