



Bruksela, dnia 23.2.2016 r.
COM(2016) 83 final

SPRAWOZDANIE KOMISJI DLA PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO I RADY

w sprawie wdrożenia art. 45 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1306/2013 dotyczącego środków informacyjnych odnoszących się do wspólnej polityki rolnej

{SWD(2016) 37 final}

I. WPROWADZENIE

Niniejsze sprawozdanie dotyczy realizacji środków informacyjnych odnoszących się do wspólnej polityki rolnej (WPR) w latach 2013 i 2014. Do dnia 1 stycznia 2014 r. podstawę prawną stanowiło rozporządzenie Rady (WE) nr 814/2000 z dnia 17 kwietnia 2000 r. w sprawie działań informacyjnych odnoszących się do wspólnej polityki rolnej¹. Podstawa prawna zmieniła się wraz z wejściem w życie rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1306/2013 z dnia 17 grudnia 2013 w sprawie finansowania wspólnej polityki rolnej, zarządzania nią i monitorowania jej oraz uchylającego rozporządzenia Rady (EWG) nr 352/78, (WE) nr 165/94, (WE) nr 2799/98, (WE) nr 814/2000, (WE) nr 1290/2005 i (WE) nr 485/2008². W art. 45 rozporządzenia (UE) nr 1306/2013 zawarto odniesienie do środków informacyjnych związanych z WPR objętych uprzednio przepisami rozporządzenia (WE) nr 814/2000.

Cele środków informacyjnych określone w rozporządzeniu (WE) nr 814/2000 obejmowały:

- pomoc w wyjaśnianiu zagadnień WPR oraz w jej wykonywaniu i rozwijaniu;
- promowanie europejskiego modelu rolnictwa i przyczynianie się do jego zrozumienia;
- informowanie rolników i innych osób zamieszkujących obszary wiejskie;
- zwiększenie świadomości opinii publicznej w zakresie zagadnień i celów WPR.

Zgodnie z art. 45 ust. 1 akapit pierwszy rozporządzenia (UE) nr 1306/2013 finansowane przekazywanie informacji „ma na celu w szczególności: dostarczenie wsparcia w zakresie wyjaśniania, wdrażania i rozwijania WPR oraz podnoszenie świadomości społecznej w zakresie treści i celów tej polityki; odzyskiwanie zaufania konsumentów, utraconego w następstwie kryzysów, za pomocą kampanii informacyjnych; informowanie rolników i innych podmiotów aktywnych w obszarach wiejskich oraz promowanie europejskiego modelu rolnictwa, jak również pomoc obywatelom w jego zrozumieniu”. Art. 45 ust. 2 akapit ostatni stanowi, że „środki, o których mowa w akapicie pierwszym, przyczyniają się również do przekazywania informacji na temat priorytetów politycznych Unii, w zakresie, w jakim priorytety te są związane z ogólnymi celami niniejszego rozporządzenia”.

Finansowane środki informacyjne podzielone są na dwie główne kategorie:

- środki zgłaszane przez organizacje będące osobami trzecimi do współfinansowania przez Europejski Fundusz Rolniczy Gwarancji – EFRG (dotacje);
- środki wdrażane z inicjatywy Komisji i finansowane w 100 % przez Europejski Fundusz Rolniczy Gwarancji – EFRG (działania bezpośrednio/udzielanie zamówień publicznych).

Zgodnie z art. 45 ust. 5 rozporządzenia (UE) nr 1306/2013 i art. 8 rozporządzenia (WE) nr 814/2000 co dwa lata Parlamentowi Europejskiemu i Radzie przedstawia się sprawozdanie dotyczące realizacji środków informacyjnych objętych stosownym rozporządzeniem. Niniejszy dokument jest szóstym takim sprawozdaniem³.

Środki informacyjne zrealizowane w okresie sprawozdawczym opierały się także na „Strategii komunikacji zewnętrznej dotyczącej WPR na lata 2010–2015” autorstwa Dyrekcji Generalnej ds. Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich (DG AGRI) przyjętej w 2010 r.

¹ Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej Dz.U. L 100 z 20.4.2000, s. 7.

² Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej Dz.U. L 347 z 20.12.2013, s. 549.

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

oraz były wdrażane za pomocą rocznych planów działań określających środki informacyjne, które należy opracować w danym roku.

II. BUDŻET

Budżet udostępniony na środki informacyjne w ramach linii budżetowej 05 08 06, przewidziany pierwotnie w decyzji w sprawie finansowania, wynosił 8 mln EUR w 2013 r. i 11 mln EUR w 2014 r. (wliczając wkład DG AGRI w kampanię Komisji na rzecz komunikacji instytucjonalnej „UE pracuje dla Ciebie”). Wstępny podział budżetu na udzielanie zamówień publicznych (działania podjęte z inicjatywy Komisji) i dotacje (działania współfinansowane) przedstawiał się następująco:

rok 2013: udzielanie zamówień publicznych (5,5 mln EUR) 68,25 % – dotacje (2,5 mln EUR) 31,25 %

rok 2014: udzielanie zamówień publicznych (5 mln EUR) 45,6 % – dotacje (3 mln EUR) 27,3 % – środki przekazane do Dyrekcji Generalnej ds. Komunikacji Społecznej (DG COMM) na kampanię na rzecz komunikacji instytucjonalnej (3 mln EUR) 27,3 %.

W 2013 r. poziom realizacji środków pod względem zobowiązań wyniósł 99 %, a pod względem płatności – 88 %.

W 2014 r. poziom realizacji środków pod względem zobowiązań wyniósł 98 %. W czasie sporządzania niniejszego sprawozdania dane dotyczące płatności w 2014 r. nie były jeszcze ostateczne ze względu na możliwość dokonywania płatności do dnia 31 grudnia 2015 r.

III. STRUKTURA FINANSOWANYCH DZIAŁAŃ

1. Dotacje (współfinansowane środki informacyjne podejmowane z inicjatywy organizacji będących osobami trzecimi)

Rozporządzenie (UE) nr 1306/2013 przewiduje dwa rodzaje środków finansowanych przy pomocy dotacji, a mianowicie szczególne środki informacyjne i roczne programy prac. Szczególne środki informacyjne oznaczają wydarzenia informacyjne ograniczone w czasie i przestrzeni oraz realizowane w ramach oddzielnego budżetu. Roczny program prac to zestaw od dwóch do pięciu szczególnych środków informacyjnych. Mając na celu uproszczenie programu dotacji i zapewnienie spójności pomiędzy różnymi działaniami komunikacyjnymi, w odniesieniu do lat 2013⁴ i 2014⁵ podjęto decyzję (podobnie jak w poprzednich latach) o utrzymaniu jedynie szczególnych środków informacyjnych podlegających współfinansowaniu.

Zaproszenia do składania wniosków w odniesieniu do działań współfinansowanych w latach 2013 i 2014 adresowane były do ogółu społeczeństwa **ze szczególnym uwzględnieniem młodych ludzi w obszarach miejskich oraz podmiotów wiejskich**, w przypadku których działania skupiały się na bardziej konkretnych kwestiach, w szczególności dotyczących wdrażania nowych środków wprowadzonych przez reformę WPR, takich jak zazielenianie czy obowiązkowe środki na rzecz młodych rolników.

Maksymalna stopa finansowania w odniesieniu do środków, o których mowa powyżej, wynosi 50 % kwoty kosztów kwalifikowalnych. Zgodnie z art. 2 rozporządzenia Rady (WE) nr 814/2000 stopa finansowania może jednak zostać podwyższona do 75 % w wyjątkowych

⁴ Zaproszenie do składania wniosków na rok 2013, Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej, 2012/C 223/4 z 27.7.2012.

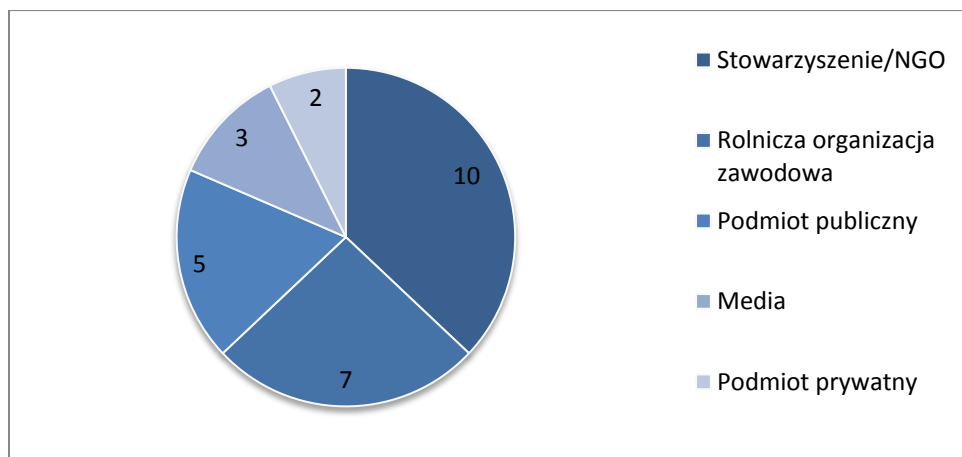
⁵ Zaproszenie do składania wniosków na rok 2014, Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej, 2013/C 264/9 z 13.9.2013.

przypadkach określonych w rozporządzeniu wykonawczym⁶ i w zaproszeniu do składania wniosków.

W ramach zaproszenia do składania wniosków na rok 2013-14 szczególnych środków informacyjnych współfinansowano na poziomie 50 %. Kwota dotacji będących przedmiotem wniosków skierowanych do Komisji wynosiła od 100 500,00 do 341 659,00 EUR. W ramach zaproszenia do składania wniosków na rok 2014 współfinansowano 13 szczególnych środków informacyjnych, w tym trzy działania współfinansowano na poziomie 75 %, gdyż spełniały one warunki dla środków informacyjnych o szczególnym znaczeniu określone w zaproszeniu do składania wniosków. W odniesieniu do roku 2014 oznaczało to, że takie działanie było realizowane w co najmniej 3 państwach członkowskich UE, zostało zaproponowane przez sieć utworzoną na poziomie europejskim lub też miało na celu utworzenie lub rozwój takiej sieci europejskiej oraz zawierało program rozpowszechniania zdolny objąć co najmniej 5 % docelowych odbiorców tego działania (ogół społeczeństwa lub podmioty wiejskie) w każdym państwie członkowskim. Kwota dotacji będących przedmiotem wniosków skierowanych do Komisji wynosiła od 133 397, 00 do 374 119, 00 EUR. A zatem **w okresie sprawozdawczym 2013–2014 współfinansowano w sumie 27 środków informacyjnych**. Dotacje przyznano głównie na kampanie informacyjne, produkcje audiowizualne, konferencje, seminaria, projekty mające na celu informowanie o WPR dzieci w wieku szkolnym oraz narzędzia i warsztaty dla zainteresowanych stron.

Tabela 1 przedstawia **rodzaje beneficjentów dotacji**.

Tabela 1



Podobnie jak w przeszłości ważne miejsce na listach beneficjentów miały organizacje społeczno-zawodowe zajmujące się rolnictwem i rozwojem obszarów wiejskich na szczeblu krajowym (często członkowie organizacji na szczeblu UE). Jednakże ze względu na fakt, że zaproszenia do składania wniosków na lata 2013 i 2014 były bardziej ukierunkowane na projekty audiowizualne, dotacje na działania międzynarodowe przyznano trzem podmiotom medialnym, w szczególności z sektora audiowizualnego. Więcej informacji na temat dotacji przyznanych w okresie sprawozdawczym można znaleźć w dokumencie roboczym służb Komisji dołączonym do tego sprawozdania⁷.

⁶ Rozporządzenie Komisji (WE) nr 2208/2002 z dnia 12 grudnia 2002 r. ustanawiające szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia Rady (WE) nr 814/2000 w sprawie działań informacyjnych odnoszących się do wspólnej polityki rolnej. Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej, Dz.U. L 337 z 13.12.2002, s. 21–23.

⁷ Bardziej szczegółowe informacje dotyczące poszczególnych dotacji dostępne są także na stronie internetowej Europa:

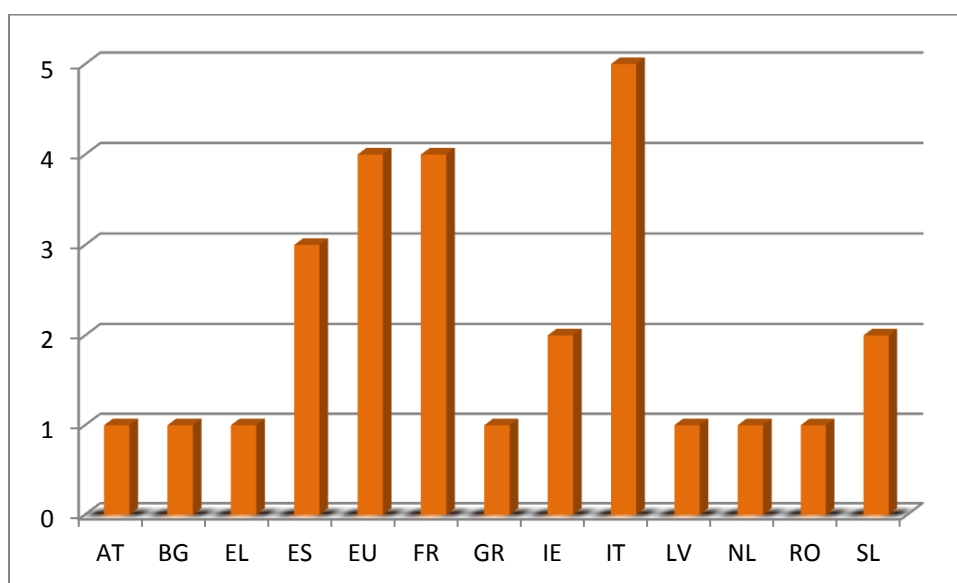
http://ec.europa.eu/agriculture/grants-for-information-measures/index_en.htm

Wnioski oceniano na podstawie rygorystycznych kryteriów kwalifikowalności, wykluczenia, wyboru i udzielenia dotacji określonych w zaproszeniu do składania wniosków. Proces ten przeprowadzono zgodnie z rozporządzeniem finansowym⁸ w sposób odzwierciedlający cel Komisji, jakim jest zapewnienie równego traktowania i uczciwej konkurencji wśród wnioskodawców.

Tabela 2 przedstawia przegląd liczby **pozytywnie rozpatrzonych wniosków w podziale na państwa członkowskie**. W okresie sprawozdawczym pięć z 27 pozytywnie rozpatrzonych wniosków o dotacje pochodziło z nowych państw członkowskich. Ponadto nadal obserwowano wysokie zainteresowanie ze strony południowych państw członkowskich. Pięć pozytywnie rozpatrzonych wniosków otrzymano od organizacji na szczeblu UE.

Tabela 2

Pozytywnie rozpatrzone wnioski w podziale na państwa członkowskie (w tym organizacje na szczeblu UE)



Należy podkreślić, że tak jak w przeszłości dzięki efektowi mnożnikowemu specjalistycznej prasy i mediów audiowizualnych oraz większemu wykorzystaniu internetu i sieci społecznościowych jako narzędzi rozpowszechniania znaczna liczba współfinansowanych środków informacyjnych dotarła do grona odbiorców szerszego niż grupa bezpośrednich uczestników.

2. Działania bezpośrednie/udzielanie zamówień publicznych (środki informacyjne wdrażane z inicjatywy Komisji)

W okresie sprawozdawczym, tak jak w latach poprzednich, znaczną liczbę środków informacyjnych wdrażano z inicjatywy Komisji. Były one w większości realizowane przy wykorzystaniu zewnętrznej pomocy technicznej. W latach 2013–2014 na takie środki przeznaczono **66 % budżetu**.

W ramach tego budżetu wdrożono środki informacyjne mające na celu zacieśnianie kontaktów z dziennikarzami (**tworzenie sieci kontaktów w mediach**) i zainteresowanymi stronami (**tworzenie sieci kontaktów pomiędzy zainteresowanymi stronami**). Środki te wynikały z zamiaru zwiększenia synergii między różnymi osobami odpowiedzialnymi za

⁸ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE, Euratom) nr 966/2012 z dnia 25 października 2012 r. w sprawie zasad finansowych mających zastosowanie do budżetu ogólnego Unii oraz uchylające rozporządzenie Rady (WE, Euratom) nr 1605/2002 (Dz.U. L 298 z 26.10.2012, s. 1).

komunikację w sektorze i zwielokrotnienia efektu środków informacyjnych realizowanych przez DG AGRI, zwłaszcza w odniesieniu do zreformowanej WPR. W okresie sprawozdawczym bezpośrednio **środki informacyjne DG AGRI w istocie skupiały się na ogóle społeczeństwa**: zapoczątkowano i realizowano kampanię komunikacyjną dotyczącą zreformowanej WPR pod hasłem „Europejska wspólna polityka rolna: W trosce o nasze korzenie”. Inne środki informacyjne w latach 2013 i 2014 związane były z **komunikacją horyzontalną** i polegały m.in. na organizacji briefingów dotyczących WPR, prezentacji dla grup odwiedzających, a także przygotowaniu obecności Komisji Europejskiej na wystawie światowej EXPO w Mediolanie, trwającej od maja do października 2015 r. W 2014 r. DG AGRI uczestniczyła także w pilotażowej kampanii na rzecz komunikacji instytucjonalnej prowadzonej przez DG COMM, mając na celu wyraźne podkreślenie roli i udziału rolnictwa w codziennym życiu oraz znaczenia WPR dla obywatela UE, w tym wzrostu gospodarczego i zatrudnienia. Kampania została zapoczątkowana w 2014 r. („UE pracuje dla ciebie”) i trwała do połowy 2015 r. Za pośrednictwem głównych środków masowego przekazu, w konkretny i prężny sposób przedstawiała wartość dodaną UE, bezpośrednio trafiając do obywateli. Kampania ta wpisывała się w bardziej ogólne wysiłki podejmowane w celu przekazywania jaśniejszych informacji o tym, jak za pomocą swoich programów i strategii UE przyczynia się do wzrostu gospodarczego i tworzenia miejsc pracy.

Bardziej szczegółowe informacje na temat powyższych środków komunikacyjnych, łącznie z odpowiadającymi im kosztami, znajdują się w dokumencie roboczym służb Komisji.

a) Tworzenie sieci kontaktów w mediach w latach 2013–2014

W 2011 r. uruchomiono **sieć Ag-Press.eu** zrzeszającą europejskich dziennikarzy zajmujących się tematyką dotyczącą rolnictwa i obszarów wiejskich. Od początku do utrzymania i obsługi tej sieci służyły platforma internetowa Ag-Press, cotygodniowe biuletyny informacyjne i regularne wydarzenia. Te ostatnie obejmowały wizyty prasowe w różnych państwach członkowskich związane z tematyką WPR, wyjazdy studyjne do Brukseli, w tym spotkania ze służbami prasowymi Parlamentu Europejskiego, Rady i Komisji, a także półdniowe wizyty w gospodarstwach i wreszcie coroczne spotkanie sieci Ag-Press z udziałem komisarza ds. rolnictwa i rozwoju obszarów wiejskich.

Wymienione narzędzia przyczyniły się do utrzymania i wzmocnienia sieci, która – w tym okresie – liczyła około 900 aktywnych członków. W 2013 r. odbyło się siedem wizyt prasowych i trzy wizyty studyjne. W 2014 r. zorganizowano natomiast sześć wizyt prasowych i trzy wizyty studyjne. Wizyty przyniosły korzyści zwłaszcza w zakresie promowania zrozumienia reformy WPR z 2013 r. oraz opcji jej wdrażania, które mają państwa członkowskie. W następstwie wizyt każdy z uczestniczących w nich dziennikarzy napisał od jednego do trzech opublikowanych później artykułów, przy czym faktyczna liczba była większa, jeżeli weźmie się pod uwagę publikacje on-line, posty w mediach społecznościowych odnoszące się do publikacji drukowanych, radio bądź telewizję.

Zewnętrzna ocena przeprowadzona w 2014 r.⁹ wykazała, że materiał zebrany przez DG AGRI jest wystarczający do oszacowania, na przykład na podstawie udziału w wizycie w gospodarstwie jednego dziennikarza zajmującego się tematyką rolną, że DG AGRI dociera do co najmniej 10 000 czytelników. Poza tym należy zauważyć, że dziennikarze biorący udział w którymś z wydarzeń, dołączyli też do grona stałych użytkowników narzędzi internetowych i narzędzi związanych z mediami społecznościowymi, którymi to narzędziami dysponuje DG AGRI.

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

Do celów tego długoterminowego projektu należy zachęcanie dziennikarzy do poruszania kwestii związanych z rolnictwem, zwiększenie obecności informacji z UE i związanych z WPR w krajowej prasie o tematyce rolniczej oraz zwiększanie obeznania dziennikarzy w tematyce rolnictwa i WPR przez zapraszanie ich na wizyty, które są okazją do zdobywania wiedzy od DG AGRI, rolników i siebie nawzajem. Do końca 2014 r. platforma Ag-Press miała 1 000 zarejestrowanych członków.

Ponadto w ostatnich latach z powodzeniem rozwijano **narzędzia DG AGRI związane z mediami społecznościowymi**. W listopadzie 2014 r. założono konto firmowe na Twitterze, które uzupełniło istniejące już konto na Facebooku i zastąpiło używane wcześniej konto na Twitterze (w imieniu rzecznika DG AGRI).

b) Tworzenie sieci kontaktów pomiędzy zainteresowanymi stronami w latach 2013–2014

Podobnie jak tworzenie sieci kontaktów w mediach **tworzenie sieci kontaktów pomiędzy zainteresowanymi stronami** również należy postrzegać jako długoterminową inwestycję, której ogólnym celem jest zwielokrotnienie działań informacyjnych dotyczących WPR. W okresie sprawozdawczym DG AGRI stworzyło i rozwijało stronę internetową „Sieć komunikacji WPR”, aby zapewnić zainteresowanym stronom aktywnie działającym w sferze komunikacji dotyczącej rolnictwa, żywności i rozwoju obszarów wiejskich narzędzia pozwalające im na zaprezentowanie inicjatyw w dziedzinie komunikacji i wymianę najlepszych praktyk.

Kluczowym narzędziem w tworzeniu sieci kontaktów była organizacja konkursu Nagrody w dziedzinie komunikowania o WPR. Do innych działań należała organizacja specjalnych wydarzeń służących nawiązywaniu kontaktów oraz corocznego wydarzenia z zakresu komunikacji o WPR w celu zebrania przedstawicieli zainteresowanych stron i zachęcenia ich do wymiany najlepszych praktyk. W wewnętrznych sprawozdaniach oceniających stwierdzono, że inicjatywy te doczekały się bardzo pozytywnych informacji zwrotnych od zainteresowanych stron. W 2013 r. złożono 118 wniosków, a w 2014 r. – 148 wniosków o przyznanie Nagrody w dziedzinie komunikowania o WPR pochodzących ze wszystkich państw członkowskich UE. W okresie poprzedzającym coroczne wydarzenie dla sieci komunikacyjnej w 2014 r. zainteresowane strony odwiedziły sieć komunikacyjną WPR ponad 20 000 razy.

W odniesieniu do działań w zakresie komunikacji z zainteresowanymi stronami ważnym elementem dialogu i konsultacji na temat konkretnych aspektów WPR okazała się **organizacja konferencji**, w tym konferencji dotyczących rolnictwa i przemysłu mleczarskiego UE, które odbyły się w 2013 r. W 2014 r. po raz pierwszy odbyła się konferencja na temat perspektyw dla unijnych rynków rolnych. Przewiduje się, że będzie ona organizowana co roku, aby zachęcić zainteresowane strony do szerokiej wymiany poglądów na temat perspektyw rynkowych, w tym ram politycznych i niepewnej sytuacji na rynku.

c) Ogólne działania publiczne w latach 2013–2014

W latach 2013 i 2014 działania w zakresie komunikacji skupiały się głównie na realizacji **kampanii komunikacyjnej „Europejska wspólna polityka rolna: W trosce o nasze korzenie”**. Rozpoczęcie tej kampanii wiązało się bezpośrednio z porozumieniem politycznym w sprawie reformy WPR z 2013 r.

Kierunek kampanii odzwierciedlał ustalenia dokonane w ramach szeregu badań Eurobarometru dotyczących rolnictwa i WPR w ostatnich latach: większość badanych popiera przewodnie zasady i cele WPR, ale wielu z nich nie ma wiedzy na temat samej polityki. W związku z tym kampania miała na celu poszerzenie wiedzy na temat WPR i pokazanie, że uwzględni ona obawy obywateli.

Kampania promowała wśród ogółu społeczeństwa, a w szczególności wśród młodzieży z obszarów miejskich, znaczenie zrównoważonego rolnictwa, nie tylko dla zapewnienia zdrowej żywności, ale także dla środowiska, obszarów wiejskich i gospodarki. Używano takich kanałów komunikacji jak promocja i publikacje on-line, materiały promocyjne i audiowizualne na stronach internetowych, telewizja i kino, jak również ukierunkowane działania podczas wydarzeń organizowanych dla ogółu społeczeństwa w różnych państwach członkowskich.

Aby zapewnić najwyższą możliwą efektywność kosztową, zdecydowano się na kampanię kinową w państwach UE-15 i kampanię telewizyjną w państwach UE-13. Kampania kinowa dotarła do 10 300 385 osób, a telewizyjna do 24 296 390 osób. Kampanię internetową promowano we wszystkich państwach członkowskich, co spowodowało kolejne 68 395 019 wyświetleń reklamy i 241 320 faktycznych kliknięć. W ramach kampanii opracowano również pakiet edukacyjny dla uczniów oraz zestaw narzędzi ułatwiający rolnikom zachęcenie innych obywateli do odwiedzenia ich gospodarstwa (otwarte farmy). Powyższe środki informacyjne są nadal rozwijane.

Działania w zakresie komunikacji dotyczącej zreformowanej WPR obejmowały również stworzenie przez DG AGRI „**Zielonego zespołu**” składającego się z wyższych urzędników DG AGRI, którzy organizowali w państwach członkowskich briefingi techniczne dla zainteresowanych stron i dziennikarzy dotyczące różnych aspektów reformy. Gdy w czerwcu 2013 r. osiągnięto porozumienie polityczne, urzędnicy z DG AGRI należący do „Zielonego zespołu” odwiedzili dziewięć państw członkowskich. Drugą turę wizyt, obejmującą pozostałe 18 państw członkowskich, rozpoczęto w listopadzie 2013 r. W okresie od listopada 2013 r. do kwietnia 2014 r. sześciu Ambasadorów „Zielonego Zespołu” (Kierowników Zespołu) i czternastu doradców odwiedziło osiem państw członkowskich, aby dogłębnie przedstawić i wyjaśnić świeżo zreformowaną WPR zainteresowanym stronom, w tym rolnikom, organom publicznym i innym podmiotom. Ambasadorzy „Zielonego Zespołu” pomagali przekazywać informacje o zreformowanej WPR, uwzględniając kontekst krajowy.

Ponadto w 2014 r. DG AGRI pogłębiła swoją współpracę z innymi służbami Komisji, na przykład przez ścisłą współpracę z Dyrekcją Generalną ds. Zdrowia i Bezpieczeństwa Żywności (DG SANTE) przy organizacji **wspólnego stanowiska na zakrojonych na dużą skalę targach rolnych**, takich jak Zielony Tydzień w Berlinie, Targi Rolnicze w Paryżu i Targi Gastronomiczne w Turynie. Współpraca ta pomogła przedstawić obywatelom spójniejszy wizerunek Komisji Europejskiej pod hasłem „od pola do stołu”. Przyczyniła się także do bardziej efektywnego wykorzystania zasobów ludzkich i finansowych przeznaczonych do reprezentowania Komisji na tych ważnych targach.

d) Działania w zakresie komunikacji horyzontalnej

Publikacje

W okresie sprawozdawczym działalność wydawnicza nadal odzwierciedlała program legislacyjny. Obejmowała ona teksty dotyczące sieci danych rachunkowych gospodarstw rolnych (FADN), polityki leśnej, młodych rolników, ram monitorowania i oceny WPR itp. Publikacje zostały szeroko rozpowszechnione za pośrednictwem przedstawicielstw Komisji Europejskiej w państwach członkowskich i Centrów Dokumentacji Europejskiej oraz podczas niektórych targów i innych wydarzeń o charakterze publicznym, w których udział brała DG AGRI.

Strony internetowe i materiały audiowizualne

Oprócz działalności internetowej w ramach wyżej wymienionych projektów DG AGRI nadal przeznaczała środki na stronę internetową Europa „Rolnictwo i rozwój obszarów wiejskich”,

jako ważne źródło specjalistycznych informacji na temat WPR i rozwoju obszarów wiejskich, a także na konta w mediach społecznościowych i stronę internetową komisarza (do dnia 1 listopada 2014 r., gdy DG COMM przejęła wszystkie strony internetowe komisarzy).

Obecnie pracuje się nad kompletną modernizacją strony internetowej (nowa szata graficzna, skoncentrowanie na użytkowniku, nowy system zarządzania treścią, przystępna i zaktualizowana zawartość – wszystko zgodnie z inicjatywą Komisji na rzecz transformacji cyfrowej).

Ponadto w czerwcu 2013 r. z okazji porozumienia politycznego w sprawie reformy WPR wyprodukowano materiały informacyjne wideo. Pokazywały one zróżnicowanie rolnictwa europejskiego, wyjaśniając jednocześnie WPR i podając konkretne przykłady z czterech różnych państw członkowskich dotyczące praktycznych korzyści tej strategii.

Sondaże opinii publicznej

W maju 2013 r. przeprowadzono specjalne badanie Eurobarometru w celach monitorowania i oceny opinii obywateli dotyczącej WPR i tematów pokrewnych. Badanie przeprowadzono we wszystkich państwach członkowskich UE i oparto o odpowiedzi 28 000 obywateli. Celem było dalsze śledzenie opinii publicznej w UE na temat szeregu kwestii mających znaczenie dla pracy Komisji w tej dziedzinie, aby lepiej ukierunkować działania komunikacyjne Komisji dotyczące głównych strategii politycznych UE, w tym WPR.

Wizyty

W okresie sprawozdawczym DG AGRI nadal przyjmowała grupy gości, którymi byli głównie rolnicy, przedstawiciele rolników, studenci, przedstawiciele samorządów regionalnych i lokalnych, dziennikarze oraz pracownicy naukowo-dydaktyczni. Celem wizyt było wyjaśnienie i pogłębienie zrozumienia WPR, w tym rozwoju obszarów wiejskich, oraz uzasadnienie reformy tej polityki. Łącznie w latach 2013 i 2014 siedzibę DG AGRI odwiedziło 220 grup gości (co przełożyło się na 4 919 osób).

EXPO w Mediolanie

Prace przygotowawcze do reprezentacji Komisji Europejskiej na światowej wystawie EXPO 2015 w Mediolanie pod hasłem „*Wyżywić planetę: energia do życia*” rozpoczęto na początku 2013 r. i kontynuowano w 2014 r. DG AGRI odegrała wiodącą rolę w kwestii informowania o zagadnieniach związanych z WPR w pawilonie Komisji Europejskiej, w którym spodziewano się 500 000 gości. Prace przygotowawcze polegały przede wszystkim na produkcji filmów animowanych adresowanych do ogółu społeczeństwa oraz na przygotowaniu ponad 20 imprez ukierunkowanych na zainteresowane strony i ogół społeczeństwa odbywających się podczas EXPO, od maja do października 2015 r.

IV. PODZIAŁ WYDATKÓW (ZOBOWIĄZANIA I PŁATNOŚCI) NA WSPÓLFINANSOWANE DZIAŁANIA Z INICJATYWY OSÓB TRZECICH (DOTACJE) I NA DZIAŁANIA INFORMACYJNE Z INICJATYWY KOMISJI (UDZIELANIE ZAMOWIEŃ PUBLICZNYCH)¹⁰

	2013			2014		
	Dotacje	Udzielanie zamówień publicznych	Ogółem	Dotacje	Udzielanie zamówień publicznych	Ogółem
Przewidywany budżet początkowy	2 500 000	5 500 000	8 000 000	3 000 000	5 000 000	8 000 000
Zobowiązania w EUR	2 423 345	5 531 484	7 954 830	3 062 075	4 740 020	7 802 095
Odsetek zobowiązań	97 %	110 %	99 %	102 %	95 %	98 %
Płatności (**) w EUR	2 035 614	4 974 298	7 009 912	(*)	(*)	(*)
Odsetek wypłat w stosunku do zobowiązań	84 %	90 %	88 %	(*)	(*)	(*)

(*) W czasie sporządzania niniejszego sprawozdania dane nie były jeszcze dostępne – w ramach większości działań nie dokonano jeszcze płatności.

(**) Płatności wykazane w tabeli nie tylko odzwierciedlają wykonania w roku N, lecz przedstawiają łączne płatności dokonane w latach N i N+1 z tytułu zobowiązań dokonanych w roku N.

Płatności są przeważnie mniejsze niż kwoty pierwotnego zobowiązania. W przypadku dotacji można to wyjaśnić faktem, że końcowe koszty działań są mniejsze niż kwota wstępnie przewidziana przez beneficjenta, a poza tym wszystkie wydatki zadeklarowane przez beneficjenta można uznać za kwalifikowalne. W przypadku działań podejmowanych z inicjatywy Komisji różnica między płatnościami a zobowiązaniami jest mniejsza. Wynika to z faktu, że zobowiązania są stałe, natomiast rzeczywiste wydatki są mniejsze niż przewidywano, gdyż w trakcie realizacji działań dokonuje się oszczędności i stosuje bardziej opłacalne środki.

¹⁰ W poniższej tabeli nie uwzględniono 3 000 000 EUR na działania w zakresie komunikacji instytucjonalnej zarządzanych przez DG COMM.

V. WNIOSKI

Środki informacyjne realizowane przez DG AGRI w okresie sprawozdawczym 2013–2014 były zgodne z celami określonymi w art. 45 rozporządzenia (UE) nr 1306/2013 w zakresie środków komunikacyjnych i informacyjnych odnoszących się do WPR oraz „Strategią komunikacji zewnętrznej dotyczącą WPR na lata 2010–2015” wdrażaną za pomocą rocznych planów prac na lata 2013 i 2014. Środki były ukierunkowane na konkretne grupy i zakładały przekazywanie najważniejszych informacji, skupiając się przede wszystkim na młodych ludzi w obszarach miejskich w odniesieniu do ogółu społeczeństwa i podmiotach wiejskich w odniesieniu do bardziej konkretnych kwestii, w szczególności dotyczących nowych środków wprowadzonych przez reformę WPR, a także na podmiotach rozpowszechniających informacje, takich jak przedstawiciele mediów i organizacje zainteresowanych stron. W trakcie realizacji wyżej wymienionych środków informacyjnych wzmocniono wysiłki na rzecz promowania większej synergii między środkami realizowanymi przez DG AGRI, inne dyrekcje generalne Komisji Europejskiej, partnerów w społeczeństwie obywatelskim, wraz z ministerstwami krajowymi i dziennikarzami jako podmiotami rozpowszechniającymi informacje.

Jeśli chodzi o przyszłe środki informacyjne, obecnie opracowuje się nową strategię obejmującą okres 2016–2020, biorąc pod uwagę wyniki i zalecenia zawarte w ocenie ogólnych działań komunikacyjnych podejmowanych przez DG AGRI w odniesieniu do lat 2010–2014 (opublikowanej w czerwcu 2015 r.¹¹).

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