



Bruxelles, den 23.2.2016
COM(2016) 83 final

RAPPORT FRA KOMMISSIONEN TIL EUROPA-PARLAMENTET OG RÅDET

om gennemførelsen af artikel 45 i Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) nr. 1306/2013 om informationsforanstaltninger vedrørende den fælles landbrugspolitik

{SWD(2016) 37 final}

I. INDLEDNING

Denne rapport omhandler gennemførelsen af informationsforanstaltninger vedrørende den fælles landbrugspolitik for 2013 og 2014. Indtil den 1. januar 2014 var retsgrundlaget Rådets forordning (EF) nr. 814/2000 af 17. april 2000 om informationsforanstaltninger vedrørende den fælles landbrugspolitik¹. Retsgrundlaget ændrede sig med ikrafttrædelsen af Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) nr. 1306/2013 af 17. december 2013 om finansiering, forvaltning og overvågning af den fælles landbrugspolitik og om ophævelse af Rådets forordning (EØF) nr. 352/78, (EF) nr. 165/94, (EF) nr. 2799/98, (EF) nr. 814/2000, (EF) nr. 1290/2005 og (EF) nr. 485/2008². Artikel 45 i forordning (EU) nr. 1306/2013 indeholder nu henvisningen til informationsforanstaltninger vedrørende den fælles landbrugspolitik, som tidligere var omfattet af forordning (EF) nr. 814/2000.

Målsætningerne for informationsforanstaltningerne som fastlagt i forordning (EF) nr. 814/2000 var:

- at bidrage til dels at forklare og dels at iværksætte og udvikle den fælles landbrugspolitik
- at fremme den europæiske landbrugsmodel og forståelsen af den
- at informere landbrugerne og andre, der bor i landdistrikterne
- at oplyse offentligheden om den fælles landbrugspolitik's målsætninger og aktiviteter.

Ifølge artikel 45, stk. 1, første afsnit, i forordning (EU) nr. 1306/2013 har oplysninger, der finansieres, "navnlig til formål at bidrage til at forklare, gennemføre og udvikle den fælles landbrugspolitik og gøre befolkningen mere bevidst om indholdet af og målsætningerne herfor, at genoprette forbrugernes tillid efter kriser ved hjælp af oplysningskampagner, at underrette landbrugere og andre parter, der er aktive i landområder, og at fremme den europæiske landbrugsmodel såvel som hjælpe borgerne med at forstå den." Ifølge artikel 45, stk. 2, sidste afsnit, skal disse foranstaltninger "også bidrage til virksomhedskommunikationen om Unionens politiske prioriteter, for så vidt at disse prioriteter har tilknytning til de generelle mål i denne forordning."

Finansierede informationsforanstaltninger er inddelt i to hovedkategorier:

- foranstaltninger, der foreslås af tredjepartsorganisationer og medfinansieres af Den Europæiske Garantifond for Landbruget - EGFL (tilskud)
- foranstaltninger iværksat på Kommissionens initiativ og finansieret 100 % af Den Europæiske Garantifond for Landbruget - EGFL (direkte aktiviteter/offentlige indkøb).

Ifølge artikel 45, stk. 5, i forordning (EU) nr. 1306/2013 og artikel 8 i forordning (EF) nr. 814/2000 skal Kommissionen hvert andet år forelægge Europa-Parlamentet og Rådet en rapport om gennemførelsen af informationsforanstaltninger i henhold til forordningen. Dette er den sjette rapport i rækken³.

De informationsforanstaltninger, der blev gennemført i rapporteringsperioden, var endvidere baseret på en strategi for ekstern kommunikation vedrørende den fælles landbrugspolitik for perioden 2010-2015, som Generaldirektoratet for Landbrug og Udvikling af Landdistrikter

¹ EFT L 100 af 20.4.2000, s. 7.

² EUT L 347 af 20.12.2013, s. 549.

³ KOM(2003) 235 endelig af 8.5.2003, KOM(2007) 324 endelig af 13.6.2007, KOM(2009) 237 endelig af 20.5.2009, KOM(2011) 294 endelig af 25.5.2011 og COM(2013) 645 final af 20.9.2013.

(GD AGRI) fastlagde i 2010, og de blev gennemført gennem årlige handlingsplaner, hvori det kommende års informationsforanstaltninger var fastlagt.

II. BUDGET

Budgettet til informationsforanstaltninger under budgetpost 05 08 06 var, som oprindelig planlagt i finansieringsafgørelsen, på 8 mio. EUR i 2013 og 11 mio. EUR i 2014 (inklusive bidraget fra GD AGRI til Kommissionens virksomhedskommunikationskampagne "EU: working for you" ("EU arbejder for dig")). Den midlertidige fordeling mellem offentlige indkøb (aktiviteter iværksat på Kommissionens initiativ) og tilskud (medfinansierede aktiviteter) var som følger:

2013: offentlige indkøb (5,5 mio. EUR) (68,25 %) - tilskud (2,5 mio. EUR) (31,25 %)

2014: offentlige indkøb (5 mio. EUR) 45,6 % - tilskud (3 mio. EUR) 27,3 % - delegeret til GD Kommunikation (GD COMM) til virksomhedskommunikationskampagnen (3 mio. EUR) 27,3 %.

Budgetgennemførelsen for 2013 nåede op på 99 %, hvad angår forpligtelser, og 88 %, hvad angår betalinger.

Budgetgennemførelsen for 2014 nåede op på 98 %, hvad angår forpligtelser. Tallene for betalinger i 2014 var endnu ikke opgjort på tidspunktet for udarbejdelsen af nærværende rapport, idet der stadig kunne foretages betalinger indtil den 31. december 2015.

III. FORDELING AF FINANSIEREDE AKTIVITETER

1. Tilskud (medfinansierede informationsforanstaltninger iværksat på initiativ af tredjepartsorganisationer)

Ifølge forordning (EU) nr. 1306/2013 kan der gennemføres to typer foranstaltninger, som skal finansieres af tilskud, nemlig specifikke informationsforanstaltninger og årlige arbejdsprogrammer. En specifik informationsforanstaltning omfatter tids- og stedbegrænsede informationsarrangementer, der gennemføres på basis af et enkelt budget. Et årligt arbejdsprogram er et sæt af 2-5 specifikke informationsforanstaltninger. For 2013⁴ og 2014⁵ blev det besluttet (som de foregående år) kun at acceptere specifikke informationsforanstaltninger til medfinansiering, med det formål at forenkle tilskudsordningen og sikre sammenhæng mellem de forskellige kommunikationstiltag.

Målgruppen for indkaldelse af forslag til medfinansierede aktiviteter i 2013 og 2014 var den brede offentlighed **med særlig vægt på unge mennesker i landdistrikterne samt aktørerne i landdistrikterne**, for hvem aktiviteterne gjaldt mere specifikke emner, især hvad angår gennemførelsen af nye foranstaltninger, der hidrører fra reformen af den fælles landbrugspolitik såsom grønne foranstaltninger, og obligatoriske foranstaltninger for unge landmænd.

Den maksimale finansieringssats for ovennævnte foranstaltninger er 50 % af de støtteberettigede omkostninger. Imidlertid blev det i artikel 2 i Rådets forordning (EF) nr. 814/2000 bestemt at forhøje satsen til maksimalt 75 % i undtagelsestilfælde som specificeret i gennemførelsesforordningen⁶ og beskrevet i forslagsindkaldelsen.

⁴ Indkaldelse af forslag for 2013, EUT C 223 af 27.7.2012, s. 4.

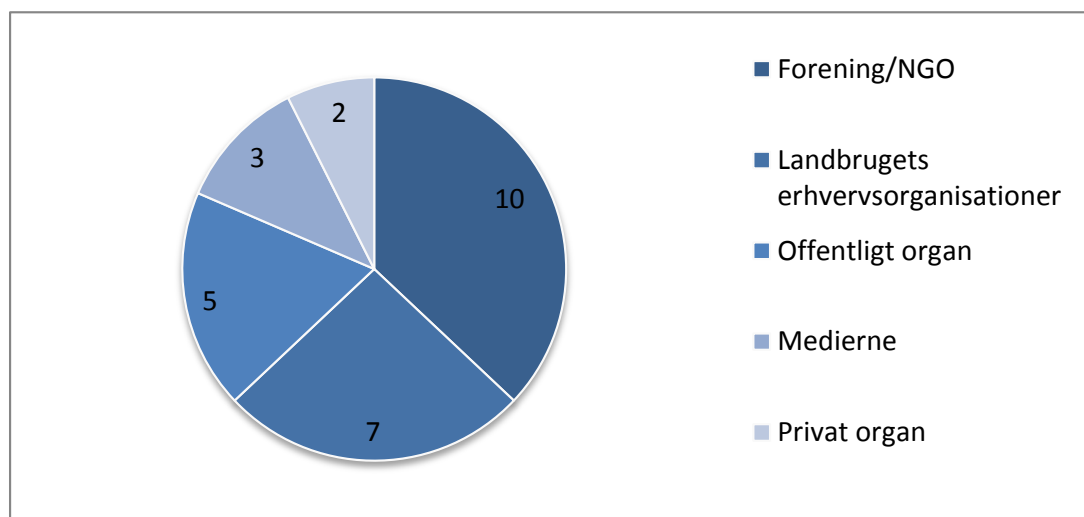
⁵ Indkaldelse af forslag for 2014, EUT C 264 af 13.9.2013, s. 9.

⁶ Kommissionens forordning (EF) nr. 2208/2002 af 12.12.2002 om gennemførelsesbestemmelser til Rådets forordning (EF) nr. 814/2000 om informationsforanstaltninger vedrørende den fælles landbrugspolitik, EFT L 337 af 13.12.2002, s. 21-23.

I forbindelse med forslagsindkaldelsen for 2013 blev 14 specifikke informationsforanstaltninger medfinansieret med 50 %. De tilskudsbeløb, der blev anmodet om fra Kommissionen, lå på mellem 100 500 EUR og 341 659 EUR. I forbindelse med forslagsindkaldelsen for 2014 blev 13 specifikke informationsforanstaltninger medfinansieret, heraf tre med en sats på 75 %, da de opfyldte betingelserne i forslagsindkaldelsen om informationsforanstaltninger af ekstraordinær interesse. For 2014 indebar dette, at aktiviteten enten blev gennemført i mindst tre medlemsstater i EU, blev foreslået af et etableret netværk på europæisk plan eller havde som mål at oprette og/eller udvikle et sådant europæisk netværk, og at aktiviteten omfattede en formidlingsplan, der kunne sikre udbredelse til mindst 5 % af målgruppen for aktiviteten (den brede offentlighed og/eller aktørerne i landdistrikterne) i hver medlemsstat. De tilskudsbeløb, der blev anmodet om fra Kommissionen, lå på mellem 133 397 EUR og 374 119 EUR. Således blev i alt **27 informationsforanstaltninger medfinansieret i rapporteringsperioden 2013-2014**. Der blev primært givet tilskud til informationskampagner, audiovisuelle produktioner, konferencer, seminarer og en række projekter med det formål at informere skoleelever om den fælles landbrugspolitik og værktøjer og workshoper for interessenter.

Figur 1 viser **tilskudsmodtagerne inddelt i typer**.

Figur 1



Som tidligere indtager erhvervsorganisationer, der er aktive inden for landbrug og udvikling af landdistrikter på nationalt plan (og som ofte er medlemmer af EU-dækkende organer), en vigtig plads på listen over modtagere. Men fordi forslagsindkaldelserne for 2013 og 2014 i højere grad er målrettede audiovisuelle projekter, var der tre medieorganisationer - især fra den audiovisuelle sektor - der kvalificerede sig til tilskud til multinationale aktiviteter. Kommissionens arbejdsdokument, som ledsager denne rapport, indeholder nærmere oplysninger om de tilskud, der blev tildelt i rapporteringsperioden⁷.

Ansøgningerne blev vurderet på baggrund af strenge kriterier for henholdsvis støtteberettigelse, udelukkelse, udvælgelse og tildeling. Det er i overensstemmelse med

⁷ Nærmere oplysninger om tilskuddene kan også fås på Europa-webstedet:

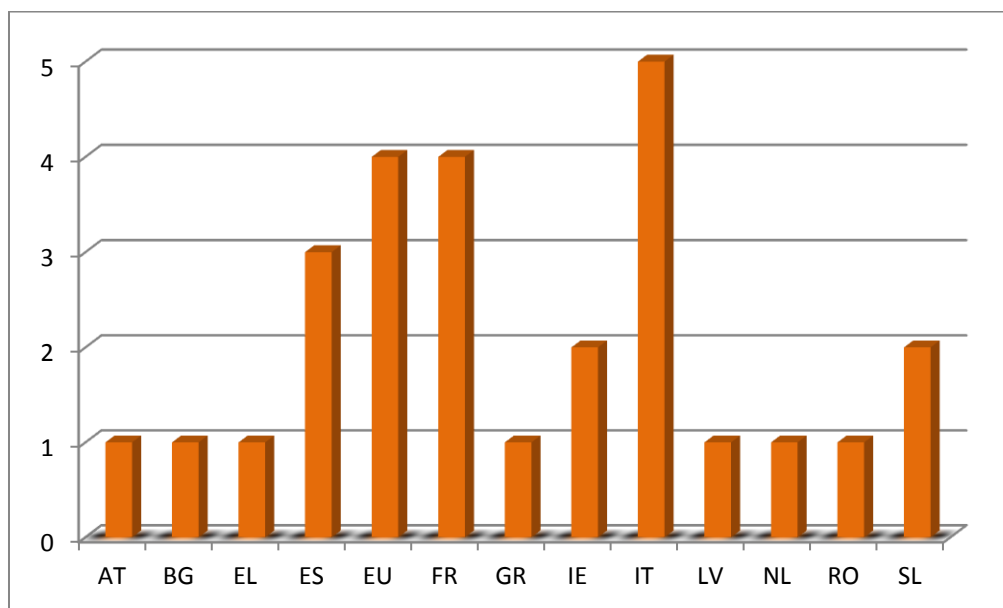
http://ec.europa.eu/agriculture/grants-for-information-measures/index_en.htm.

finansforordningen⁸ og afspejler Kommissionens mål om ligebehandling og fair konkurrence mellem ansøgere.

Figur 2 giver en oversigt over antal **imødekomne ansøgninger pr. medlemsstat**. I rapporteringsperioden kom fem ud af i alt 27 imødekomne tilskudsansøgninger fra de nye medlemsstater. Desuden var der fortsat stor interesse fra de sydlige medlemsstater. Fem imødekomne ansøgninger var sendt af EU-dækkende organisationer.

Figur 2

Imødekomne ansøgninger pr. medlemsstat (inkl. EU-dækkende organisationer)



Det skal nævnes, at et stort antal medfinansierede informationsforanstaltninger i rapporteringsperioden nåede ud til et bredere publikum end de direkte deltagere takket være fagpressens og de audiovisuelle mediers multiplikatoreffekt og den øgede brug af internettet og sociale netværk som formidlingsværktøj.

2. Direkte aktiviteter/offentlige indkøb (informationsforanstaltninger iværksat på Kommissionens initiativ)

I rapporteringsperioden blev der som tidligere finansieret et stort antal informationsforanstaltninger iværksat på Kommissionens initiativ. De blev primært gennemført med ekstern teknisk bistand. **66 % af budgettet** blev tildelt til disse foranstaltninger i perioden 2013-2014.

Inden for dette budget blev der gennemført informationsforanstaltninger vedrørende netværksaktiviteter med journalister (**medienetværk**) og interessenter (**interessentnetværk**). Disse foranstaltninger havde det formål at skabe yderligere synergi mellem forskellige kommunikatorer i sektoren og mangedoble virkningen af informationsforanstaltningerne, som GD AGRI gennemfører, især for så vidt angår reformen af den fælles landbrugspolitik. GD AGRI målrettede nemlig sine direkte **informationsforanstaltninger mod den brede offentlighed** i rapporteringsperioden med iværksættelse og gennemførelse af en kommunikationskampagne om reformen af den fælles landbrugspolitik under sloganet "Europas fælles landbrugspolitik: Det handler om vores rødder". Andre

⁸ Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU, Euratom) nr. 966/2012 af 25.10.2012 om de finansielle regler vedrørende Unionens almindelige budget og om ophævelse af Rådets forordning (EF, Euratom) nr. 1605/2002, EUT L 298 af 26.10.2012, s. 1.

informationsforanstaltninger i 2013 og 2014 vedrørte almindelige **horisontale kommunikationsaktiviteter** såsom afholdelse af møder om den fælles landbrugspolitik, præsentationer for besøgende grupper og tilrettelæggelse af Europa-Kommissionens tilstedeværelse på EXPO i Milano fra maj til oktober 2015. I 2014 deltog GD AGRI også i et pilotprojekt med en virksomhedskommunikationskampagne varetaget af GD Kommunikation med henblik på effektivt at sætte spot på landbrugets rolle i og bidrag til folks dagligdag og relevansen af den fælles landbrugspolitik for EU's borgere, herunder vækst og beskæftigelse. Kampagnen blev skudt i gang i 2014 ("EU arbejder for dig") og fortsatte indtil medio 2015. Via de etablerede medier nåede kampagnen direkte ud til borgerne og viste dem EU's merværdi på en håndgribelig og levende måde. Kampagnen er led i en generel indsats for at levere et klarere budskab om, hvordan EU gennem sine programmer og politikker hjælper med at opnå økonomisk vækst og skabe arbejdspladser.

Kommissionens arbejdsdokument indeholder nærmere oplysninger om disse informationsforanstaltninger, herunder de respektive omkostninger.

a) Medienetværk 2013-2014

I 2011 blev **netværket Ag-Press.eu** iværksat for europæiske journalister med interesse for landbrug og udvikling af landdistrikter og har siden været vedligeholdt og betjent gennem e-plattformen Ag-Press.eu, et ugentligt nyhedsbrev og regelmæssigt tilbagevendende begivenheder. Begivenhederne har omfattet presseture til forskellige medlemsstater omkring temaer inden for den fælles landbrugspolitik, studieture til Bruxelles med besøg i pressecentret hos Europa-Parlamentet, Rådet og Kommissionen og en halvdagsudflugt til forskellige gårde samt endelig "Ag-Press Annual Network Event" med deltagelse af kommissæren for landbrug og udvikling af landdistrikter.

Disse værktøjer har bidraget til at opretholde og styrke netværket, som i perioden havde omkring 900 aktive medlemmer. I 2013 blev der arrangeret syv presseture og tre studieture og i 2014 seks presseture og tre studieture. Dette var særlig gavnligt med hensyn til at fremme forståelsen af reformen af den fælles landbrugspolitik fra 2013 og de gennemførelsesmuligheder, som medlemsstaterne havde at vælge imellem. I gennemsnit producerer de deltagende journalister efterfølgende 1-3 publicerede artikler hver, og det reelle tal er højere, når man tæller onlinepublikationer, opslag på sociale medier af trykte artikler samt radio- og tv-indslag med.

Konklusionen på en ekstern evaluering udført i 2014⁹ var, at det materiale, som GD AGRI har indsamlet, er tilstrækkeligt til f.eks. at anslå, at GD AGRI gennem inddragelse af en enkelt landbrugsjournalist på felttur når ud til mindst 10 000 læsere. Det bemærkes endvidere, at journalister, der har deltaget i en begivenhed, også bliver hyppige brugere af GD AGRI's onlineværktøjer og sociale medier.

Formålet med dette langsigtede projekt er at tilskynde journalisterne til at dække landbrugsemner, øge formidlingen af EU-stof og information om den fælles landbrugspolitik i den nationale landbrugspresse og udbygge journalisternes viden om landbrug og den fælles landbrugspolitik ved at invitere dem på ture, hvor de lærer af GD AGRI, landbrugere og hinanden. Ved udgangen af 2014 var der ca. 1 000 registrerede medlemmer af Ag-Press-plattformen.

Derudover har GD AGRI's **sociale medier** udviklet sig i vellykket retning gennem årene. I november 2014 blev der oprettet en virksomhedskonto på Twitter for at supplere den

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

eksisterende Facebook-side og erstatte den tidligere anvendte Twitter-konto (der var oprettet i GD AGRI's talsmands navn).

b) Interessentnetværk 2013-2014

I lighed med medienetværk skal også **interessentnetværksaktiviteter** anses for at være en langsigtet investering med den overordnede målsætning at mangedoble kommunikationsinitiativer vedrørende den fælles landbrugspolitik. I rapporteringsperioden igangsatte og videreudviklede GD AGRI webstedet "Kommunikationsnetværk om den fælles landbrugspolitik" til at give interessenter på området for kommunikation om landbrug, fødevarer og udvikling af landdistrikter værktøjer til at formidle deres kommunikationsinitiativer og udveksle bedste praksis.

Et centralt netværksværktøj blandt disse aktiviteter var uddelingen af kommunikationspriserne vedrørende den fælles landbrugspolitik. Blandt andre aktiviteter kan nævnes afholdelse af målrettede netværksarrangementer og en årlig begivenhed benævnt "Annual CAP Communication Event" for at samle interessenternes repræsentanter og fremme udveksling af bedste praksis. I en række interne evalueringsrapporter blev det dokumenteret, at interessenterne meldte meget positivt tilbage om disse initiativer. Fra alle EU-medlemsstater indkom der 118 ansøgninger til kommunikationspriserne vedrørende den fælles landbrugspolitik i 2013 og 148 ansøgninger i 2014. I månederne op til den årlige kommunikationsnetværksbegivenhed i 2014 blev der registreret over 20 000 interessentbesøg på kommunikationsnetværkets websted.

For så vidt angår kommunikationsaktiviteter med interessenterne dannede **afholdelse af konferencer** et vigtigt forum for dialog med og høring af interessenterne om specifikke aspekter af den fælles landbrugspolitik. I 2013 afholdtes der konferencer om familielandbrug og EU's mejerisektor. I 2014 fandt den første konference om udsigterne for EU's landbrugsmarkeder sted. Det forventes, at den bliver en årligt tilbagevendende begivenhed, der skal tilskynde til bred udveksling af synspunkter blandt interessenterne om markedsudsigterne, herunder den politiske ramme og usikkerhed om udviklingen på markederne.

c) Aktiviteter målrettet den brede offentlighed 2013-2014

Det primære fokus for kommunikationsaktiviteter i 2013 og 2014 var gennemførelsen af **kommunikationskampagnen "Europas fælles landbrugspolitik: Det handler om vores rødder"**. Lanceringen af kampagnen var direkte knyttet til aftalen om reformen i 2013 af den fælles landbrugspolitik.

Denne kampagnes orientering afspejler resultaterne af en række Eurobarometerundersøgelser om landbrug og den fælles landbrugspolitik i de seneste år: Et flertal støtter den fælles landbrugspolitik grundprincipper og mål, men mange kender ikke selve politikken. Derfor sigtede kampagnen mod at øge kendskabet til den fælles landbrugspolitik og vise, at den imødekommer borgernes bekymringer.

Kampagnen skulle over for den brede offentlighed, især unge byboere, understrege vigtigheden af bæredygtigt landbrug, ikke kun for forsyningen af sunde fødevarer, men også for miljøet, landskabet og økonomien. De anvendte kommunikationskanaler omfattede onlinereklamer og -publikationer, reklame- og AV-materialer til websteder, tv og biografer samt målrettede aktiviteter ved begivenheder arrangeret for den brede offentlighed i forskellige medlemsstater.

For at sikre den størst mulige omkostningseffektivitet blev det besluttet at køre biografkampagner i EU-15 og tv-kampagner i EU-13. Biografkampagnen nåede ud til

10 300 385 mennesker og tv-kampagnen 24 296 390 mennesker. Onlinekampagnen kørte i alle medlemsstater og genererede yderligere 68 395 019 annoncevisninger og 241 320 klik. Kampagnen omfattede desuden udformning og udvikling af en undervisningspakke til skolebørn og en værktøjskasse til landbrugere til hjælp med at tilskynde borgerne til at besøge deres gårde (åben gård-arrangementer). Begge informationsforanstaltninger er stadig under udvikling.

Som led i kommunikationsaktiviteterne i tilknytning til reformen af den fælles landbrugspolitik arrangerede GD AGRI også sin **operation Green Team**, som bestod i, at ledende embedsmænd hos GD AGRI gav tekniske foredrag for interessenter og journalister i medlemsstaterne om forskellige aspekter af reformen. Da den politiske aftale blev indgået i juni 2013, fik ni medlemsstater besøg af Green Team-ambassadører fra GD AGRI. I november 2013 blev næste bølge af besøg igangsat i de resterende 18 medlemsstater. Seks Green Team-ambassadører (teamledere) og 14 rådgivere rejste til otte medlemsstater i perioden november 2013 til april 2014 for at præsentere og redegøre nærmere for den nye reform af den fælles landbrugspolitik for interessenterne, herunder landbrugere, offentlige myndigheder og andre organer. Green Team-ambassadørerne hjalp med at formidle budskaberne i den nye reform af den fælles landbrugspolitik under hensyntagen til den nationale sammenhæng.

I 2014 udbyggede GD AGRI endvidere sit samarbejde med andre af Kommissionens afdelinger, f.eks. til et tæt samarbejde med GD Sundhed og Fødevarerikkerhed (GD SANTE) om at arrangere en **fælles stand på store landbrugsmesser** såsom "Grüne Woche" i Berlin, "Salon de l'Agriculture" i Paris og "Salone del Gusto" i Torino. Dette samarbejde hjalp med at give den brede offentlighed et mere sammenhængende billede af Europa-Kommissionen via temaet "Fra jord til bord". Det resulterede i større effektivitet i udnyttelsen af menneskelige og finansielle ressourcer til at repræsentere Kommissionen på disse vigtige messer.

d) Horisontale kommunikationsaktiviteter

Publikationer

I rapporteringsperioden fortsatte publikationerne med at afspejle lovgivningsprogrammet. Der var f.eks. tale om tekster vedrørende informationsnettet for landøkonomisk bogføring, skovbrugspolitik, unge landmænd og overvågnings- og evalueringsrammen for den fælles landbrugspolitik. Publikationerne blev formidlet vidt og bredt via Europa-Kommissionens repræsentationer i medlemsstaterne, EU-dokumentationscentre samt på messer og andre offentlige arrangementer, hvor GD AGRI var til stede.

Websted og AV-aktiviteter

Ud over onlineaktiviteterne inden for de førnævnte projekter fortsatte GD AGRI med at afsætte ressourcer til Europa-webstedet "Landbrug og udvikling af landdistrikter", især som en vigtig kilde til specialiserede oplysninger om den fælles landbrugspolitik og udvikling af landdistrikterne, samt til tilstedeværelsen på de sociale medier og til kommissærens websted (indtil 1.11.2014, da GD COMM overtog alle kommissærernes websteder).

Der arbejdes på migreringen til en helt ny tilstedeværelse på internettet (nyt organisationsdesign, brugercentreret tilgang, nyt webindholdsadministrationssystem og strømlinet og ajourført indhold i overensstemmelse med Kommissionens initiativ om digital omstilling).

Desuden blev der i juni 2013 produceret en videopressemeddelelse i anledning af den politiske aftale om reformen af den fælles landbrugspolitik. Denne videopressemeddelelse viste mangfoldigheden i europæisk landbrug og redegjorde for den fælles landbrugspolitik med konkrete eksempler fra fire forskellige medlemsstater på, hvordan politikken udmøntes i praktiske fordele.

Opinionsundersøgelser

I maj 2013 blev der gennemført en særlig Eurobarometerundersøgelse for at måle og evaluere borgernes mening om den fælles landbrugspolitik og tilhørende spørgsmål. Undersøgelsen blev gennemført i alle EU-medlemsstater baseret på besvarelser fra 28 000 borgere. Formålet var at fortsætte med at måle EU-borgernes mening om en række spørgsmål, der er relevante for Kommissionens arbejde på dette område, så dens kommunikationsaktiviteter om EU's hovedpolitikker, herunder den fælles landbrugspolitik, bliver mere målrettede.

Besøg

I rapporteringsperioden modtog GD AGRI fortsat besøgsgrupper bestående hovedsagelig af landbrugere, repræsentanter for landbrugere, studerende, regionale og lokale repræsentanter, journalister og akademikere. Formålet med besøgene var at forklare og uddybe forståelsen af den fælles landbrugspolitik, herunder politikken for udvikling af landdistrikterne, og begrundelsen for at ændre den. I alt modtog GD AGRI 220 besøgsgrupper (med i alt 4 919 enkeltpersoner) i sine lokaler i løbet af 2013 og 2014.

EXPO Milano

Det forberedende arbejde med Europa-Kommissionens tilstedeværelse på verdensudstillingen EXPO 2015 i Milano under temaet "Feeding the Planet, Energy for Life" blev indledt primo 2013 og fortsatte i 2014 med GD AGRI i front for indsatsen med at kommunikere temaerne under den fælles landbrugspolitik til de forventede 500 000 besøgende i Europa-Kommissionens pavillon. Forberedelserne bestod primært i at producere videoanimationer til offentligheden samt arrangere 20 målrettede begivenheder for interessenter og den brede offentlighed under EXPO fra maj til oktober 2015.

IV. FORDELINGEN AF UDGIFTER (FORPLIGTELSE OG BETALINGER) MELLEM MEDFINANSIEREDE AKTIVITETER IVÆRKSAT AF TREDJEPARTER (TILSKUD) OG INFORMATIONSAKTIVITETER IVÆRKSAT PÅ KOMMISSIONENS INITIATIV (OFFENTLIGE INDKØB)¹⁰

	2013			2014		
	Tilskud	Offentlige indkøb	I alt	Tilskud	Offentlige indkøb	I alt
Oprindeligt budget	2 500 000	5 500 000	8 000 000	3 000 000	5 000 000	8 000 000
Forpligtelser i EUR	2 423 345	5 531 484	7 954 830	3 062 075	4 740 020	7 802 095
% af forpligtelse	97 %	110 %	99 %	102 %	95 %	98 %
Betalinger (***) i EUR	2 035 614	4 974 298	7 009 912	(*)	(*)	(*)
% af udbetaling over for forpligtelse	84 %	90 %	88 %	(*)	(*)	(*)

(*) Tal forelå ikke endnu, da denne rapport blev udarbejdet - de fleste af aktiviteterne var endnu ikke betalt.

(**) Betalingerne i tabellen vedrører ikke kun udførelsen i år N, men omfatter betalinger i år N og år N+1 vedrørende forpligtelserne i år N.

Betalinger er generelt lavere end de beløb, for hvilke der oprindeligt er indgået forpligtelse. For tilskuddenes vedkommende skyldes dette for det første, at de endelige udgifter til aktiviteterne er lavere end modtagerens oprindelige skøn, for det andet at ikke alle de udgifter, som anmeldes af modtageren, kan betragtes som støtteberettigede. Hvad angår aktiviteter, der iværksættes på Kommissionens initiativ, er forskellen mellem betalinger og forpligtelser mindre. Dette skyldes, at de faktiske udgifter i modsætning til de fastlagte forpligtelser er lavere end forventet på grund af besparelser og anvendelse af mere omkostningseffektive foranstaltninger under gennemførelsen.

V. KONKLUSION

Med de informationsforanstaltninger, der blev gennemført af GD AGRI i rapporteringsperioden 2013-2014, forfulgte man de mål, der er fastlagt i artikel 45 i forordning (EU) nr. 1306/2013 om kommunikations- og informationsforanstaltninger vedrørende den fælles landbrugspolitik samt i strategien for ekstern kommunikation vedrørende den fælles landbrugspolitik for perioden 2010-2015 gennem de årlige handlingsplaner for 2013 og 2014. Foranstaltningerne var målrettet specifikke grupper og formidlede centrale budskaber med primært fokus på yngre byboere inden for den brede offentlighed, på aktører i landdistrikterne med hensyn til specifikke spørgsmål vedrørende de nye foranstaltninger, der er indført med reformen af den fælles landbrugspolitik, og på

¹⁰ De 3 000 000 EUR til virksomhedskommunikationsaktiviteter forvaltet af GD COMM er ikke medtaget i denne tabel.

multiplikatoreffekten af formidlere som medierepræsentanter og interesseorganisationer. I forbindelse med gennemførelsen af disse informationsforanstaltninger blev der gjort en øget indsats for at skabe stærkere synergier mellem de informationsforanstaltninger, som blev iværksat af GD AGRI, Europa-Kommissionens øvrige generaldirektorater, partnere i civilsamfundet og nationale ministerier med journalisternes virke som multiplikatoreffekt.

For de fremtidige informationsforanstaltninger er en ny strategi for perioden 2016-2020 under udarbejdelse i lyset af resultaterne og anbefalingerne fra evalueringen af de overordnede kommunikationsaktiviteter, der blev afholdt af GD AGRI i perioden 2010-2014 (offentliggjort i juni 2015¹¹).

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