



Bruxelles, den 19.12.2017
COM(2017) 777 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(2017) 459 final}

I. INDLEDNING

Denne rapport omhandler gennemførelsen af informationsforanstaltninger vedrørende den fælles landbrugspolitik for 2015 og 2016 i henhold til artikel 45 i Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) nr. 1306/2013 af 17. december 2013 om finansiering, forvaltning og overvågning af den fælles landbrugspolitik¹ (herefter "forordningen").

Ifølge forordningens artikel 45, stk. 1, første afsnit, har informationsforanstaltninger, 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 forordningen skal Kommissionen hvert andet år forelægge Europa-Parlamentet og Rådet en rapport om gennemførelsen af informationsforanstaltninger i henhold til forordningen. Dette er den syvende rapport i rækken².

I perioden 2015-2016 fortsatte Kommissionen med at udvikle sine virksomhedskommunikationsaktiviteter på grundlag af sine 10 politiske prioriteter med særlig vægt på investering, økonomisk vækst og jobskabelse. Der blev samlet midler fra forskellige udgiftsprogrammer til finansieringen af kommunikationsprioriteterne på basis af Den Europæiske Unions generelle mål. I 2015 (som i 2014) bidrog Kommissionens afdelinger, herunder Generaldirektoratet for Landbrug og Udvikling af Landdistrikter (GD AGRI), til gennemførelsen af denne fælles tilgang. Fra slutningen af 2015 og gennem hele 2016 blev der gjort en styrket indsats for at oplyse interessenterne og offentligheden som sådan om de håndgribelige fordele, som EU giver sine borgere. Fokus lå på folkeoplysning om EU som helhed og EU's rolle, værdier, politiske prioriteter og arbejde for at afhjælpe aktuelle problemer.

Denne virksomhedstilgang til kommunikationsaktiviteter står i centrum for GD AGRI's eksterne kommunikationsstrategi for 2016-2020. Inden for rammerne af denne strategi defineres der specifikke informationsforanstaltninger for hvert år i de årlige handlingsplaner. I forbindelse med udformningen af sine informationsforanstaltninger for 2015-2016 tog GD

¹ EUT L 347 af 20.12.2013, s. 549.

² 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, COM(2013) 645 final af 20.9.2013, COM(2016) 83 final af 23.2.2016.

AGRI også hensyn til anbefalingerne i den eksterne evaluering af informationsforanstaltninger vedrørende den fælles landbrugspolitik fra juni 2015³.

De bilag, der er nævnt i teksten, findes i det ledsagende arbejdsdokument fra Kommissionens tjenestegrene.

II. BUDGET

Budgettet til informationsforanstaltninger under budgetpost 05 08 06 var, som oprindeligt planlagt i finansieringsafgørelsen, på 8 mio. EUR i 2015 og 8 mio. EUR i 2016 (inklusive 4 mio. EUR i bidrag fra GD AGRI til Kommissionens virksomhedskommunikationskampagne). Den midlertidige fordeling mellem offentlige indkøb (aktiviteter iværksat på Kommissionens initiativ) og tilskud (medfinansierede aktiviteter) var som følger:

2015: offentlige indkøb (5 mio. EUR) (62,5 %) – tilskud (3 mio. EUR) (37,5 %)
2016: offentlige indkøb (1,5 mio. EUR) (18,75 %) – tilskud (2,5 mio. EUR) (31,25 %) – 4 mio. EUR forvaltet af GD Kommunikation (GD COMM) til virksomhedskommunikationskampagnen (50 %).

Budgetgennemførelsen for 2015 nåede op på 91,18 % hvad angår forpligtelser og 88,60 % hvad angår betalinger.

Budgetgennemførelsen for 2016 nåede op på 98,29 % hvad angår forpligtelser. Tallene for betalinger i 2016 var endnu ikke opgjort på tidspunktet for udarbejdelsen af nærværende rapport, idet der stadig kunne foretages betalinger indtil den 31. december 2017.

De vigtigste resultater og fremskridt med opfyldelsen af Kommissionens målsætninger for kommunikationen og specifikt virksomhedskommunikationsaktiviteter findes i GD COMM's årlige aktivitetsrapport for 2016⁴.

III. FORDELING AF FINANSIEREDE AKTIVITETER

Reformen af den fælles landsbrugspolitik, der blev vedtaget i 2013, trådte i kraft den 1. januar 2015. I rapporteringsperioden blev det lagt stærk vægt på informationsforanstaltninger for at skabe forståelse i offentligheden af reformen af den fælles landbrugspolitik og dens bidrag til at tackle de udfordringer, der er udpeget i Kommissionens Europa 2020-strategi med henblik på en politik for et mere konkurrencedygtigt og bæredygtigt landbrug og udvikling af landdistrikterne. Der blev gjort en indsats for at oplyse om politikens bidrag til beskæftigelsen i landbrugsfødevarerektoren, tilvejebringelsen af miljøfordele, udbygningen af viden og innovation og fremme af ressourceeffektivitet.

EU's landbrugssektor stod over for store udfordringer i tiden under reformforhandlingerne. Svingende landbrugspriser og usikre markeder kombineret med den geopolitiske udvikling gav anledning til en livlig offentlig debat om landbrugets og landdistrikternes økonomiske

³ http://ec.europa.eu/agriculture/evaluation/market-and-income-reports/information-policy-2015_en.htm.

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

udsigter. Der skulle arbejdes videre med udfordringer som f.eks. sektorens rolle i bekæmpelsen af klimaforandringer og dens evne til at drage nytte af nye muligheder, f.eks. inden for sundhed, handel eller bioøkonomien. I den periode var det derfor også vigtigt i udviklingen af informationsforanstaltninger at se på, hvordan sektorens fremtidige udfordringer kunne tackles.

Bestræbelserne på at videreudvikle synergier mellem forskellige partnere inden for kommunikation om landbrug og udvikling af landdistrikter, herunder interesserede parter, blev intensiveret. GD AGRI fortsatte udbygningen af samarbejdet med andre af Kommissionens afdelinger, Kommissionens repræsentationer i EU-medlemsstaterne, andre EU-institutioner samt netværk som Europe Direct-informationscentrene og det europæiske netværk for udvikling af landdistrikterne.

Med hensyn til overvågning og evaluering af informationsforanstaltninger tog GD AGRI hensyn til konklusionen på den eksterne evaluering, ifølge hvilken procedurer og praksis i forbindelse med fastlæggelsen af mål og overvågningen af resultaterne og evaluering af virkningerne af de iværksatte kommunikationsaktiviteter skulle forbedres. Derfor blev procedurerne for planlægning og evaluering af informationsforanstaltninger gennemgået, og retningslinjerne for evaluering af kommunikationsaktiviteter blev ajourført i 2015.

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

Ifølge forordningens artikel 45 (informationsforanstaltninger) kan der gennemføres to typer foranstaltninger, som skal finansieres af tilskud, årlige arbejdsprogrammer eller andre særlige foranstaltninger, som tredjeparter stiller til rådighed. Specifikke informationsforanstaltninger 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 2015 og 2016 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.

For 2015 skulle forslagsindkaldelsen tilvejebringe information om reformen af den fælles landbrugspolitik og dens tre kernelementer fødevarerikkerhed, bæredygtig forvaltning af naturressourcer og udvikling af landdistrikter⁵. For 2016 gjaldt den fremme af informationsaktiviteter vedrørende landbrugets fremtidige udfordringer, herunder bæredygtig udvikling og modernisering af Europas landbrug og økonomien i landdistrikterne generelt⁶. Kommissionens politiske retningslinjer var centrale i udformningen af forslagsindkaldelserne til tilskuddene:

https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/juncker-political-guidelines-speech_da_0.pdf

Begge år var målgruppen dels offentligheden (især unge i byområder), dels landmænd og andre erhvervsaktive i landområder.

Den maksimale finansieringssats for ovennævnte foranstaltninger blev fastsat til 50 % af de støtteberettigede omkostninger. I 2015 blev 15 foranstaltninger medfinansieret med en sats på 50 %. Ifølge forslagsindkaldelsen for 2016 blev 18 foranstaltninger finansieret og bragte

⁵ Indkaldelse af forslag for 2015, EUT C 383 af 29.10.2014, s. 6.

⁶ Indkaldelse af forslag for 2016, EUT C 351 af 23.10.2015, s. 9.

dermed antallet af medfinansierede foranstaltninger op på 33 i 2015-2016. Der blev givet tilskud til foranstaltninger såsom informationskampagner med et betydeligt tværnationalt multimedieelement og foranstaltninger, der understregede bæredygtighed med et stærkt fokus på EU-netværk. Andre oplysningsforanstaltninger på nationalt eller lokalt plan blev ofte nøje tilpasset behovet for konkret udvikling af landbruget. Foranstaltningerne rettet mod unge og offentligheden blev iværksat ved hjælp af de nyeste onlineværktøjer og sociale medier for at nå målgruppen.

Projekterne blev gennemført af nationale foreninger for landbrugere og landdistrikter, nationale og tværeuropæiske NGO'er inden for miljø, udvikling af landdistrikter og økologisk landbrug, medievirksomheder på regionalt, nationalt, europæisk og globalt plan samt lokale og nationale offentlige myndigheder.

Kommissionens arbejdsdokument, som ledsager denne rapport, indeholder nærmere oplysninger om de tilskud, der blev tildelt i rapporteringsperioden, herunder antallet af imødekomne ansøgninger pr. medlemsstat.

Forslagsindkaldelserne tilskyndede tilskudsansøgerne til at bestræbe sig på en bedre definition af målgrupperne, bedre formidling af information og en analyse af virkningen af foranstaltningerne i form af antal personer, der nås direkte og indirekte. Ansøgerne skulle fremlægge en detaljeret plan for deres foranstaltninger, herunder nærmere oplysninger om projektgennemførelse, levering af budskab og måling af effektivitet. Det er vigtigt at understrege, at et stort antal medfinansierede aktiviteter i rapporteringsperioden nåede ud til et bredere publikum end de direkte deltagere takket være fagpressens og mediernes multiplikatoreffekt og den øgede brug af internettet og sociale medier som formidlingsværktøj.

Ansøgningerne blev vurderet på baggrund af forslagsindkaldelsernes strenge kriterier for henholdsvis støtteberettigelse, udelukkelse, udvælgelse og tildeling. Dette var i overensstemmelse med finansforordningen og afspejlede Kommissionens mål om ligebehandling og fair konkurrence mellem ansøgere⁷.

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

I 2015-2016 blev der som tidligere finansieret et stort antal informationsforanstaltninger iværksat på Kommissionens initiativ.

a) Medienetværk

Støtte til medierne med information og pressemøder om udviklingen i den fælles landbrugspolitik og udviklingen af landdistrikterne var fortsat en vigtig del af kommunikationsaktiviteterne og havde en meget betydelig multiplikatoreffekt. De sociale medier og internetbaseret kommunikation blev stadig vigtigere i perioden. Indsatsen for at udbrede relevant, brugervenlig information om politikken til medierne blev opretholdt. Den løbende udvikling og vedligeholdelse af platformen for journalister, AG-Press.eu, afholdelse af studieture for AG-Press-medlemmer og medienetværksarrangementer befordrede tætte kontakter og udvekslinger med både journalister inden for landbrugsområdet og generalister blandt medierne. GD AGRI's sociale medieværktøjer (Facebook, Twitter) blev videreudviklet og fik et hastigt voksende publikum i løbet af perioden. De vil fortsat være et vigtigt redskab

⁷ Nærmere oplysninger om tilskuddene kan også fås på Europa-webstedet: http://ec.europa.eu/agriculture/grants-for-information-measures_en

både med hensyn til at tiltrække specialister til webstedet og den omfattende information og de seneste nyheder herpå og til at nå ud til den brede offentlighed. Overordnet set bidrog medienetværksaktiviteterne til en stigende bevidsthed og forståelse hos journalisterne om emner vedrørende landbrug og udvikling af landdistrikter i hele EU.

AG-Press-netværket, som nu omfatter over 800 aktive journalister, er et nyttigt værktøj for Kommissionen og nyttigt for netværkets medlemmer.

På ni studieture fik grupper af journalister lejlighed til at opleve ofte meget forskellige landbrugsbetingelser i andre regioner og medlemsstater. Typisk omfatter denne form for "feltundervisning" også pressemøder om innovation på bedrifterne, generationsskifte, alternativ virksomhed, foranstaltninger til modvirkning af klimaforandringer osv. Samtaler med producenter og iværksættere i landdistrikterne bidrog til at fremme bevidstheden om de udfordringer og muligheder, som landmænd møder i hele Den Europæiske Union. AG-Press-netværkets årsmøde, som blev afholdt i januar 2016 med et program på højt ekspertniveau, herunder deltagelse af kommissæren for landbrug og udvikling af landdistrikter, befordrede også en fælles forståelse af den fælles landbrugspolitik.

b) Interessentnetværk – konferencer

Interessenter – bl.a. landmænd, kooperativer, fødevarersektoren, miljøforkæmpere, aktive borgere i landdistrikterne – udgør en meget vigtig multiplikator for oplysning om emner inden for landbrug og udvikling af landdistrikter.

I rapporteringsperioden var konferencer fortsat et vigtigt forum for dialog om gennemførelsen og den fremtidige udformning af politikken. I tråd med Kommissionens politiske prioriteter og vægt på brede høringer af civilsamfundet blev der gjort en skærpet indsats for at tage fat på større politiske prioriteter sammen med andre EU-institutioner, forvaltningerne i medlemsstaterne, den EU-dækkende og nationale erhvervssektor samt den akademiske verden og forskersamfundet.

GD AGRI videreførte sin praksis, der blev indledt i 2014, med at præsentere sit arbejde om udsigterne på mellemlang sigt for EU's landbrugsmarkeder, der foregår i samarbejde med Det Fælles Forskningscenter, for et bredere publikum. Emnet for GD'ets konference herom i 2015, "EU Agricultural Outlook Conference", blev udvidet til også at omfatte de udfordringer, som landbruget i såvel EU som resten af verden står over for. Denne konference omfattede en vigtig politisk dimension med paneldiskussioner på højt plan om emner som bæredygtighed og fødevarekæden. Konferencen i 2016 videreførte denne bredere og højere kvalificerede tilgang, hvor repræsentanter fra EU's institutioner og regeringer, internationale organisationer og interessenter udvekslede synspunkter og perspektiver vedrørende emner inden for klimaforandringer og ressourcetilgængelighed. Den politiske repræsentation på højt plan fra EU-medlemslande og tredjelande på konferencerne i denne periode bidrog til at generere en betydelig mediedækning af emnerne.

Konferencen "Cork 2.0 Conference on Rural Development" var en anden vigtig begivenhed i denne periode. Omkring 300 interessenter fra EU drøftede og revurderede situationen i landdistrikterne og følgerne af den tilhørende politik i de næste 20 år med ledende repræsentanter for internationale organisationer. Konferencen vedtog en erklæring om et bedre liv på landet, "A better life in rural areas", hvori man skitserede en fælles vision for fremtiden i landdistrikterne, herunder en styrkelse af værdikæderne på landet og investering i vitalitet og levedygtighed i landdistrikterne ved at øge adgangen til forandringsorienteret

innovation og teknologi. Denne strategiske vision for fremtiden i landdistrikterne var et vigtigt bidrag til Kommissionens løbende overvejelser om forenkling og modernisering af den fælles landbrugspolitik.

Derudover deltog eksperter fra både offentlige og private sektorer på en række workshops i et refleksionstiltag med henblik på at udpege de primære elementer, der skal understøtte en sund udvikling i EU's føresektor i fremtiden.

c) Aktiviteter målrettet den brede offentlighed

Deltagelse i messer og udstillinger

Deltagelsen i messer var fortsat især udtryk for den vægt, som Kommissionen lægger på at højne bevidstheden hos den brede offentlighed om den fælles landbrugspolitik og EU som sådan. Aktiviteterne var som tidligere rettet mod borgere og interessenter og dannede et forum for dialog med landbrugerne, civilsamfundet og offentligheden om de politiske spørgsmål. Informationsforanstaltningerne understregede ofte vellykkede projekter om udvikling af landdistrikterne, og der blev afholdt oplysnings- og uddannelsesaktiviteter udformet til at tiltrække familier og skolebørn. Samarbejdet med andre GD'er og Kommissionens repræsentationer i medlemsstaterne blev udbygget. Således arrangerede GD AGRI sammen med Generaldirektoratet for Sundhed og Fødevarer (GD SANTE) og Generaldirektoratet for Maritime anliggender og Fiskeri (GD MARE) en fælles stand under temaet "Fra jord til bord" på større messer som "Grüne Woche" i Berlin og "Salon International de l'Agriculture" i Paris.

Undervisningspakke til skolebørn

Undervisningspakken til skolebørn mellem 11 og 15 år ("edutainment pack") blev udviklet i rapporteringsperioden og udsendt primo 2017 gennem Europe Direct-informationscentre og Kommissionens repræsentationer i medlemsstaterne støttet af en digital kampagne og de sociale medier. Formålet er på en motiverende pædagogisk måde at forklare landmændenes og deres families rolle, deres bidrag til samfundet og de udfordringer, de står med.

d) Horisontale kommunikationsaktiviteter

World Exhibition Milano 2015 (Expo)

World Expo 2015 blev afholdt i Milano fra 1. maj til 31. oktober 2015 under temaet "Feeding the Planet: Energy for Life". Dette var et vigtigt fokus for GD AGRI's kommunikationsaktivitet i 2015. Denne udgave af Expo var en central platform for globale politiske drøftelser og politiske initiativer vedrørende fødevarer og bæredygtighed. For EU som central aktør i denne globale debat var det en anledning til at arbejde frem mod et frugtbart samarbejde om disse emner med andre interessenter, både offentlige og private. Med 147 lande og internationale organisationer som deltagere, over 21 mio. gæster og flere hundrede millioner internetbesøg var Expo et meget værdifuldt forum for kommunikation om disse emner med EU's og tredjelands borgere. EU's deltagelse havde tre hovedformål, nemlig at kommunikere centrale resultater, som EU har opnået inden for fødevarer og bæredygtighed, at tilvejebringe en platform for udformning af fremtidens politik og at spille en uddannende rolle ved at højne bevidstheden om emner som bekæmpelse af madspild og tilskyndelse til at træffe sundere madvalg.

EU's tilstedeværelse på Expo omfattede Kommissionen, Europa-Parlamentet og andre institutioner samt et betydeligt antal interessenter. I samarbejde med Det Fælles Forskningscenter, som koordinerede EU's og andre af Kommissionens afdelingers deltagelse, gjorde GD AGRI en vigtig indsats for at sætte fokus på politiske emner inden for den fremtidige politik for landbrug og udvikling af landdistrikter. GD AGRI afholdt over 20 arrangementer i form af seminarer, konferencer, workshopper og oplysningsaktiviteter rettet mod de besøgende. Emnerne var bl.a. fødevarerforsyningsikkerhed og bæredygtigt landbrug, forskning og innovation, fødevarerikkerhed og fødevarer kvalitet og udvikling af landdistrikter og fødevarer set i lyset af globale udfordringer. Emnerne affødte betydningsfulde bidrag fra interessenterne til drøftelserne om politikernes fremtidige udfordringer. GD AGRI deltog også i andre tilknyttede begivenheder under Expo, især arbejdet i den videnskabelige komité og dens definition af anbefalingerne for fremtiden om forskning og innovation inden for global fødevarer- og ernæringsikkerhed.

Mere end 650 000 gæster besøgte EU's pavillon. De besøgendes tilfredshed med pavillonens centrale indslag, som var en animeret fortælling om brød, videnskab og landbrug, lå så højt som 90 %, mens yderligere 74 % angav, at de nu gerne ville vide mere om EU's politikker om fødevarer og bæredygtighed.

Kommunikationsindsatsen var rettet mod medierne med aktiviteter på de sociale medier før og under Expo. Den vigtige politiske repræsentation på højt plan på Expo (stats- og regeringschefer og ministre, medlemmer af Europa-Parlamentet, herunder formanden, EU-kommissærer og Kommissionens formand Jean-Claude Juncker) vakte mediernes interesse og bidrog til at mangedoble udbredelsen af oplysninger om hovedaktiviteterne.

Publikationer

I rapporteringsperioden blev der fortsat sat kraftigt fokus på videreudvikling af publikationer i elektronisk format. Som hidtil blev der udarbejdet en række publikationer i samarbejde med EU's Publikationskontor og også Kontoret for Infrastruktur og Logistik i Bruxelles (OIB). Nogle var rettet mod skolebørn og mod oplysning om skoleordninger. De viste sig at være meget populære som reklamemateriale på messer og ved arrangementer. Desuden gjaldt publikationerne politiske emner som fødevarers og landbrugets bidrag til økonomisk vækst og beskæftigelse og sikkerhedsnet under landbrugsmarkedene.

Den vigtige rapport fra Agricultural Markets Task Force, "Improving Market Outcomes: enhancing the position of farmers in the supply chain" blev udgivet i november 2016.

Eurobarometer

En særlig kvantitativ Eurobarometerundersøgelse om landbruget og den fælles landbrugspolitik blev gennemført i sidste kvartal af 2015. Resultaterne, der blev offentliggjort i januar 2016, viser, at landbruget og landdistrikterne er vigtige for europæerne, og at et flertal støtter de vejledende principper og mål for den fælles landbrugspolitik. Samtidig viste undersøgelsen, at 30 % af europæerne ikke er bekendt med den politik, der gælder for området, nemlig den fælles landbrugspolitik. GD AGRI holder sig disse resultater for øje ved udarbejdelsen af specifikke informationsforanstaltninger.

Websted

Webstedet "Landbrug og udvikling af landdistrikter" blev udviklet yderligere i rapporteringsperioden, navnlig som en vigtig kilde til specialviden om landbrug og udvikling af landdistrikterne. Det spillede også en vigtig rolle i høringen af de interesserede parter og den brede offentlighed om den fremtidige landbrugspolitik. I rapporteringsperioden skete der store ændringer af Kommissionens tilstedeværelse på nettet i retning af mere brugervenlighed og relevans for den brede offentlighed. Den løbende digitale omstilling omfatter tilpasning af webindhold og indarbejdelsen heraf i Kommissionens nye webarkitektur inden udgangen af 2017 med det formål at levere information, der bedre svarer til brugernes behov. GD AGRI deltog aktivt i denne proces i 2015-2016 med et forstærket webteam, som sikrede den vellykkede migrering fra Documentum-plattformen til Drupal-plattformen.

Besøg

I rapporteringsperioden deltog GD AGRI fortsat i oplysningsmøder med 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 også at højne bevidstheden om landbrugets fremtidige generelle udfordringer og muligheder. Denne kommunikationsaktivitet blev gennemført i tæt samarbejde med GD COMM's besøgscenter.

IV. FORDELINGEN AF UDGIFTER (FORPLIGTELSER OG BETALINGER) MELLEML MEDFINANSIEREDE AKTIVITETER IVÆRKSAT AF TREDJEPARTER (TILSKUD) OG INFORMATIONSAKTIVITETER IVÆRKSAT PÅ KOMMISSIONENS INITIATIV (OFFENTLIGE INDKØB)⁸

	2015			2016		
	Tilskud	Offentlige udbud	I alt	Tilskud	Offentlige udbud	I alt
Oprindeligt budget	3 000 000	5 000 000	8 000 000	2 500 000	1 580 900	4 000 000
Forpligtelser i EUR	2 759 449	4 535 172	7 294 621	2 419 099 (**)	1 512 640 (**)	3 931 739 (**)
% af forpligtelse	91,98 %	90,70 %	91,18 %	96,76 %	95,7 %	98,29 %
Betalinger (**) i EUR	2 323 802	4 139 141	6 462 943	(*)	890 638 (***)	890 638 (***)
% af udbetaling	84,21 %	91,27 %	88,60 %	(*)	58,88 %	22,65 %

⁸ De 4 000 000 EUR til virksomhedskommunikationsaktiviteter forvaltet af GD COMM er ikke medtaget i denne tabel.

over forpligtelse						
------------------------------	--	--	--	--	--	--

(*) Ingen af foranstaltningerne er betalt endnu.

(**) Jf. ændring af GD AGRI's handlingsplan for ekstern kommunikation 2016.

(***) Tallene for betalinger af 2016-foranstaltninger forelå ikke endnu.

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, skyldes forskellen mellem betalinger og forpligtelser, 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

I rapporteringsperioden fortsatte Kommissionen med at udvikle sine virksomhedskommunikationsaktiviteter på grundlag af sine 10 politiske prioriteter med vægt på de håndgribelige fordele, som EU giver sine borgere. Målet med informationsforanstaltningerne, der blev gennemført i tilknytning til den fælles landsbrugspolitik og udviklingen af landdistrikterne, var at understrege resultaterne af den fælles landsbrugspolitik i form af stabile forsyninger af sunde fødevarer og dens bidrag til økonomisk vækst og levedygtige landdistrikter. Samtidig stod også emner som ressourceeffektivitet, generationsskifte og landbrugets rolle i tacklingen af udfordringen med klimaforandringerne, som er kritiske for fremtiden, centralt i kommunikationsaktiviteterne. Der blev også gjort en yderligere indsats for at styrke samspillet med civilsamfundet og en bred vifte af interessenter og fremme et stærkere samarbejde om gennemførelsen af oplysningsaktiviteterne både inden for Kommissionens tjenestegrene og mellem disse og andre EU-institutioner og medlemsstater.