



Bruxelles, 19.12.2017  
COM(2017) 777 final

**RELAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO E AL  
CONSIGLIO**

**sull'attuazione dell'articolo 45 del regolamento (UE) n. 1306/2013 del Parlamento  
europeo e del Consiglio relativo alle misure di informazione riguardanti la politica  
agricola comune**

{SWD(2017) 459 final}

## I. INTRODUZIONE

La presente relazione riguarda l'attuazione di misure di informazione relative alla politica agricola comune (PAC) per il 2015 e il 2016, ai sensi dell'articolo 45 del regolamento (UE) n. 1306/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 dicembre 2013, sul finanziamento, sulla gestione e sul monitoraggio della politica agricola comune<sup>1</sup> (nel prosieguo, "il regolamento").

Ai sensi dell'articolo 45, paragrafo 1, primo comma, del regolamento, la comunicazione di informazioni finanziata "ha in particolare lo scopo di contribuire a spiegare, attuare e sviluppare la PAC e a sensibilizzare il pubblico ai suoi contenuti e ai suoi obiettivi, ripristinare la fiducia dei consumatori a seguito di crisi attraverso campagne informative, informare gli agricoltori e gli altri soggetti attivi nelle zone rurali, promuovere il modello agricolo europeo e aiutare i cittadini a comprenderlo". L'articolo 45, paragrafo 2, ultimo comma, stabilisce che "le misure di cui al primo comma contribuiscono alla comunicazione istituzionale delle priorità politiche dell'Unione nella misura in cui sono connesse agli obiettivi generali del presente regolamento".

Le misure di informazione finanziate si dividono in due categorie principali:

- quelle presentate da organizzazioni terze ai fini di un cofinanziamento da parte del Fondo europeo agricolo di garanzia (FEAGA) (sovvenzioni);
- quelle intraprese su iniziativa della Commissione e finanziate al 100% dal Fondo europeo agricolo di garanzia (FEAGA) (azioni dirette/appalti pubblici).

Ai sensi dell'articolo 45, paragrafo 5, del regolamento, viene presentata ogni due anni al Parlamento europeo e al Consiglio una relazione sull'attuazione delle misure di informazione nell'ambito del regolamento. La presente relazione è la settima in materia<sup>2</sup>.

Nel periodo 2015-2016 la Commissione ha continuato a sviluppare le sue attività di comunicazione istituzionale sulla base delle sue dieci priorità politiche, soffermandosi in particolare sugli investimenti, la crescita economica e l'occupazione. Le risorse sono confluite da programmi di spesa diversi per finanziare le priorità di comunicazione a seconda degli obiettivi generali dell'Unione europea. Nel 2015 (così come nel 2014) i dipartimenti della Commissione, compresa la DG Agricoltura e sviluppo rurale (DG AGRI), hanno contribuito all'attuazione di questo approccio comune. Dalla fine del 2015 e per tutto il 2016 sono stati intensificati gli sforzi per informare le parti interessate e un pubblico più ampio in merito ai benefici tangibili offerti dall'UE ai cittadini. Ci si è concentrati in particolare sulla sensibilizzazione dell'opinione pubblica verso l'UE in generale, il suo ruolo, i suoi valori, le sue priorità politiche e le attività intraprese per risolvere i problemi attuali.

Questo approccio istituzionale all'attività di comunicazione è centrale per la strategia di comunicazione esterna della DG AGRI per il periodo 2016-2020. Nell'ambito di tale strategia, le misure specifiche d'informazione per ciascun anno sono definite all'interno di piani d'azione annuali. Nella pianificazione delle sue misure di informazione per il periodo

---

<sup>1</sup> Gazzetta Ufficiale dell'Unione europea, GU L 347 del 20.12.2013, pag. 549.

<sup>2</sup> COM(2003) 235 final dell'8.5.2003; COM(2007) 324 final del 13.6.2007; COM(2009) 237 final del 20.5.2009; COM(2011) 294 final del 25.5.2011; COM(2013) 645 final del 20.9.2013; COM(2016) 83 final del 23.2.2016.

2015-2016, la DG AGRI ha preso in considerazione anche le raccomandazioni della valutazione esterna delle misure di informazione sulla PAC del giugno 2015<sup>3</sup>.

Gli allegati menzionati nel testo sono reperibili nel documento di lavoro dei servizi della Commissione che accompagna la presente relazione.

## **II. BILANCIO**

La dotazione originariamente prevista dalla decisione di finanziamento per le misure di informazione nell'ambito della linea di bilancio 05 08 06 era di 8 milioni di EUR nel 2015 e di 8 milioni di EUR nel 2016 (comprensivi del contributo di 4 milioni di EUR della DG AGRI per la campagna di comunicazione istituzionale della Commissione). La ripartizione provvisoria tra appalti pubblici (interventi intrapresi su iniziativa della Commissione) e sovvenzioni (interventi cofinanziati) è la seguente:

2015: appalti pubblici (5 milioni di EUR) (62,5%) – sovvenzioni (3 milioni di EUR) (37,5%)

2016: appalti pubblici (1,5 milioni di EUR) (18,75%) – sovvenzioni (2,5 milioni di EUR) (31,25%) – 4 milioni di EUR co-delegati alla DG Comunicazione (DG COMM) per la campagna di comunicazione istituzionale (50%).

L'esecuzione delle misure del 2015 ha raggiunto, in termini di impegni, il 91,18% e, in termini di pagamenti, l'88,60%.

L'esecuzione delle misure del 2016 ha raggiunto, in termini di impegni, il 98,29%. I dati relativi ai pagamenti riferiti alle misure del 2016 non erano ancora completi quando è stata redatta la presente relazione, in quanto i pagamenti potevano essere ancora effettuati fino al 31 dicembre 2017.

I principali risultati e progressi in vista del raggiungimento degli obiettivi della Commissione in materia di comunicazione, in particolare in relazione alle azioni di comunicazione istituzionale, sono reperibili nella relazione annuale delle attività per il 2016 della DG COMM<sup>4</sup>.

## **III. SUDDIVISIONE DELLE AZIONI FINANZIATE**

La riforma della politica agricola comune concordata nel 2013 è entrata in vigore il 1° gennaio 2015. Nel periodo di rendicontazione è stato dato particolare rilievo alle misure di informazione per facilitare nel pubblico una migliore comprensione della PAC riformata e del suo contributo nel far fronte alle sfide individuate nella strategia Europa 2020 della Commissione, in termini di una politica più competitiva e sostenibile per l'agricoltura e lo sviluppo rurale. Si è cercato di divulgare informazioni sul contributo offerto dalla politica all'occupazione nel settore agroalimentare, erogando vantaggi ambientali, dando impulso alla conoscenza e all'innovazione e promuovendo l'efficienza delle risorse.

Il settore agricolo dell'UE versava in grosse difficoltà nel periodo in cui si stava negoziando la riforma. La volatilità dei prezzi agricoli e l'incertezza dei mercati, unitamente agli sviluppi

---

<sup>3</sup> [https://ec.europa.eu/agriculture/evaluation/market-and-income-reports/information-policy-2015\\_it](https://ec.europa.eu/agriculture/evaluation/market-and-income-reports/information-policy-2015_it)

<sup>4</sup> [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/file\\_import/aar-comm-2016\\_en\\_0.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/file_import/aar-comm-2016_en_0.pdf) (pagg. 24 e segg.)

geopolitici, hanno stimolato un vivace dibattito politico sulle prospettive economiche per l'agricoltura e le zone rurali. Altre sfide degne di considerazione riguardavano il ruolo del settore nella risoluzione dei cambiamenti climatici e la capacità di sfruttare le nuove opportunità, per esempio in ambito sanitario, degli scambi commerciali o della bioeconomia. Per lo sviluppo di misure di informazione sulla PAC in questo periodo era pertanto fondamentale anche far fronte alle future sfide del settore.

Sono state intensificate le attività volte a creare nuove sinergie con partner diversi nel settore delle comunicazioni in materia di agricoltura e sviluppo rurale, comprese le parti interessate. La DG AGRI ha continuato ad approfondire la collaborazione con altri dipartimenti della Commissione, le rappresentanze della Commissione presso gli Stati membri dell'UE, altre istituzioni dell'UE e reti quali i centri di informazione Europe Direct e la rete europea per lo sviluppo rurale.

Quanto al monitoraggio e alla valutazione delle misure di informazione, la DG AGRI ha tenuto conto dei risultati della valutazione esterna, secondo cui è necessario migliorare le procedure e le pratiche correlate alla definizione degli obiettivi, nonché il monitoraggio dei risultati e la valutazione degli impatti delle azioni di comunicazione realizzate. A questo proposito, nel 2015 sono state riviste le procedure concernenti la pianificazione e la valutazione delle misure di informazione e sono state aggiornate le linee guida per la valutazione delle azioni di comunicazione.

## **1. Sovvenzioni (misure di informazione cofinanziate intraprese su iniziativa di organizzazioni terze)**

L'articolo 45 (misure di informazione) del regolamento prevede due tipi di misure da finanziare tramite sovvenzioni, programmi di attività annuali o altre misure specifiche, presentati da parti terze. Per misure specifiche di informazione si intendono eventi informativi limitati nel tempo e nello spazio, attuati grazie a una dotazione specifica. Un programma di attività annuale include da due a cinque misure specifiche di informazione. Nel 2015 e nel 2016 si è deciso (come negli anni precedenti) di accogliere soltanto misure specifiche di informazione ai fini del cofinanziamento, in modo da semplificare il regime di sovvenzioni e garantire coerenza tra le diverse azioni di comunicazione.

Per il 2015 l'invito a presentare proposte si prefiggeva l'obiettivo di fornire informazioni sulla PAC riformata e i suoi tre elementi cardine: la sicurezza alimentare, la gestione sostenibile delle risorse naturali e lo sviluppo delle zone rurali<sup>5</sup>. Per il 2016 sono state incoraggiate azioni di informazione sulle sfide che attendono l'agricoltura, compreso lo sviluppo sostenibile e la modernizzazione dell'agricoltura e dell'economia rurale in senso ampio in Europa<sup>6</sup>. Le linee guida politiche della Commissione sono state fondamentali nel processo di definizione degli inviti a presentare proposte per le sovvenzioni:

[https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/juncker-political-guidelines-speech\\_en\\_0.pdf](https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/juncker-political-guidelines-speech_en_0.pdf)

Per entrambi gli anni i destinatari sono stati il pubblico in generale (in particolare, i giovani nelle zone urbane) e gli agricoltori e altri soggetti attivi nelle zone rurali.

Il tasso massimo di finanziamento per le misure di cui sopra è stato fissato al 50% delle spese ammissibili. Nel 2015 sono state cofinanziate quindici misure, a un tasso del 50%.

---

<sup>5</sup> Invito a presentare proposte per il 2015, Gazzetta ufficiale dell'Unione europea, 2014/C 383/06 del 29.10.2014.

<sup>6</sup> Invito a presentare proposte per il 2016, Gazzetta ufficiale dell'Unione europea, 2015/C 351/09 del 23.10.2015.

Nell'ambito dell'invito a presentare proposte per il 2016 sono state finanziate diciotto misure, per un totale di 33 azioni cofinanziate per il periodo 2015-2016. Sono state erogate sovvenzioni per misure quali le campagne di informazione con un significativo elemento transnazionale e multimediale, e per misure centrate sulla sostenibilità con un forte orientamento alla creazione di reti nell'UE. Altre misure di sensibilizzazione da portare avanti a livello nazionale o locale sono state spesso messe in stretta correlazione con le esigenze di sviluppo agricolo sul campo. Le misure centrate sui giovani e sulla popolazione in generale si sono avvalse dei più recenti strumenti disponibili online e dei social media per raggiungere i destinatari.

I progetti sono stati realizzati da associazioni nazionali rurali e degli agricoltori, da organizzazioni non governative a livello nazionale e dell'UE attive in campo ambientale, nel settore dello sviluppo economico e dell'agricoltura biologica, da organizzazioni del settore dei media che operano a livello regionale, nazionale, europeo e globale e da autorità pubbliche locali e nazionali.

Il documento di lavoro dei servizi della Commissione che accompagna la presente relazione riporta informazioni più dettagliate sulle sovvenzioni concesse nel periodo di riferimento, compreso il numero di domande accolte per Stato membro.

Gli inviti a presentare proposte esortavano i richiedenti delle sovvenzioni a cercare una migliore definizione del pubblico destinatario, una migliore divulgazione delle informazioni e un'analisi dell'impatto delle misure in termini di numeri di persone raggiunte, direttamente o indirettamente. Ai richiedenti è stato chiesto di presentare piani dettagliati delle misure proposte, incluse l'attuazione di progetti, la trasmissione di messaggi e la misurazione dell'efficacia. È importante sottolineare che, nel periodo di riferimento, un numero considerevole di azioni cofinanziate ha raggiunto un pubblico più vasto rispetto ai partecipanti diretti grazie all'effetto moltiplicatore della stampa e dei mezzi di informazione specializzati, nonché all'uso crescente di internet e dei social media come strumenti di divulgazione.

Le domande sono state valutate alla luce di rigorosi criteri di ammissibilità, esclusione, selezione e concessione, stabiliti negli inviti a presentare proposte. Tale impostazione è in linea con il regolamento finanziario e riflette l'obiettivo della Commissione di garantire parità di trattamento e condizioni di concorrenza leale tra i richiedenti<sup>7</sup>.

## **2. Azioni dirette/appalti pubblici (misure di informazione intraprese su iniziativa della Commissione)**

Nel 2015-2016, come negli anni precedenti, sono state condotte numerose azioni di informazione su iniziativa della Commissione.

### **a) Creazione di reti con i giornalisti**

Fornire ai giornalisti informazioni e presentazioni sui progressi ottenuti nell'ambito della PAC e dello sviluppo rurale ha continuato a essere una parte estremamente importante delle azioni di comunicazione, con un effetto moltiplicatore alquanto significativo. In questo periodo la comunicazione tramite social media e Internet è diventata sempre più fondamentale. L'attività di divulgazione ai giornalisti di informazioni pertinenti e di facile consultazione sulla politica è stata costante e continua. Lo sviluppo e la manutenzione della piattaforma per giornalisti, AG-Press.eu, l'organizzazione di viaggi di studio per i membri dell'AG-Press e gli eventi di

---

<sup>7</sup> Informazioni più dettagliate sulle sovvenzioni sono disponibili anche sul sito Europa, all'indirizzo: [https://ec.europa.eu/agriculture/grants-for-information-measures\\_it](https://ec.europa.eu/agriculture/grants-for-information-measures_it)

creazione di reti con i giornalisti sono proseguiti allo scopo di promuovere stretti contatti e scambi sia con i giornalisti specializzati in questioni agricole sia con la stampa non specializzata. In questo lasso di tempo i social media della DG AGRI (Facebook, Twitter) sono stati ulteriormente potenziati e hanno avuto un numero crescente di visitatori. Essi continuano a essere uno strumento importante sia per attirare gli esperti verso il sito web e le informazioni esaustive e recenti in esso pubblicate, sia per rivolgersi al pubblico in generale. Nel complesso, l'attività di creazione di reti con i giornalisti ha contribuito ad accrescere la consapevolezza e la comprensione dei giornalisti sui problemi che investono il mondo dell'agricoltura e dello sviluppo rurale in tutta l'UE.

La rete AG-Press, che al momento comprende più di 800 giornalisti attivi, è uno strumento utile per la Commissione e una rete efficace per i suoi membri.

Nel corso di nove viaggi di studio, gruppi di giornalisti hanno avuto l'opportunità di sperimentare condizioni agronomiche spesso molto diverse in altre regioni e Stati membri. Solitamente, questi esercizi di "apprendimento sul campo" prevedono, tra le altre cose, presentazioni in materia di innovazione nelle aziende agricole, ricambio generazionale, imprese alternative e misure di mitigazione dei cambiamenti climatici. Gli scambi con i produttori e gli imprenditori rurali hanno contribuito a promuovere una consapevolezza delle sfide che gli agricoltori dell'Unione europea devono affrontare e delle opportunità che possono cogliere. L'evento annuale di creazione di reti di AG-Press, tenutosi nel gennaio 2016 con un programma di esperti di alto livello, che ha visto anche la partecipazione del commissario per l'agricoltura e lo sviluppo rurale, ha altresì facilitato una comprensione comune della PAC.

#### **b) Creazione di reti con le parti interessate - conferenze**

Le parti interessate, tra cui gli agricoltori, le cooperative, il settore alimentare, gli ambientalisti, i soggetti attivi nelle zone rurali, costituiscono un moltiplicatore estremamente importante di informazioni sulle tematiche agricole e sulle questioni di sviluppo rurale.

Nel periodo di riferimento, le conferenze hanno continuato a essere un forum fondamentale per il dialogo sull'attuazione e il futuro sviluppo delle politiche. In linea con le priorità politiche della Commissione e con l'attenzione che quest'ultima rivolge a un'ampia consultazione con la società civile, è stato fatto uno sforzo sostenuto di collaborazione sulle principali priorità politiche con altre istituzioni dell'UE, le amministrazioni degli Stati membri, il settore socioprofessionale a livello nazionale e di UE e la comunità accademica e di ricerca.

La DG AGRI ha continuato la prassi iniziata nel 2014 di presentare a un pubblico più ampio le attività realizzate di concerto con il Centro comune di ricerca sulle prospettive di medio termine per i mercati agricoli dell'UE. L'ambito di applicazione della sua "EU Agricultural Outlook Conference" ("Conferenza sulle prospettive agricole dell'UE") del 2015 è stato ampliato fino a includere le difficoltà che il settore agricolo sta affrontando nell'UE e nel mondo. L'evento prevedeva un'importante dimensione politica con dibattiti di alto livello su varie problematiche, come la sostenibilità e la catena alimentare. L'edizione del 2016 della conferenza ha mantenuto questo formato ampio e di alto livello con rappresentanti delle istituzioni dell'UE e con governi, organizzazioni internazionali e parti interessate, che si sono scambiati opinioni e prospettive sui problemi legati ai cambiamenti climatici e alla disponibilità di risorse. Una rappresentanza di personalità politiche di alto livello dei paesi

dell'UE e terzi durante tale ciclo di conferenze in questo periodo ha contribuito a generare una notevole copertura mediatica su tali problematiche.

Un altro importante evento di questo periodo è stata la “Cork 2.0 Conference on Rural Development” (Conferenza di Cork 2.0 sullo sviluppo rurale), durante la quale circa trecento parti interessate dell'UE, unitamente a rappresentanti di alto livello delle organizzazioni internazionali, hanno discusso e riesaminato la situazione delle zone rurali e le relative implicazioni politiche per i prossimi 20 anni. La conferenza ha adottato una dichiarazione, “Una vita migliore nelle zone rurali”, che ha delineato una visione comune per il futuro delle zone rurali, anche attraverso il rafforzamento delle catene di valore rurali e un investimento in vitalità e viabilità rurali, ottenuti incrementando l'accesso all'innovazione e alle tecnologie trasformative. Questa visione strategica del futuro delle zone rurali è stata un importante contributo alla riflessione in corso della Commissione sulla semplificazione e la modernizzazione della PAC.

Inoltre, nell'ambito di una serie di workshop, esperti del settore pubblico e privato hanno partecipato a un esercizio di riflessione allo scopo di individuare i principali elementi che dovrebbero favorire in futuro uno sviluppo sano del settore ovino nell'Unione.

### **c) Attività rivolte al grande pubblico**

#### ***Partecipazione alle fiere***

L'attenzione rivolta dalla Commissione al miglioramento della sensibilizzazione del pubblico alla PAC e all'UE in generale è rimasta il fulcro della partecipazione alle fiere. Le azioni hanno continuato a essere destinate ai cittadini e alle parti interessate e a fornire uno spazio di dialogo con gli agricoltori, la società civile e il pubblico in generale su tematiche di natura politica. Le misure di informazione spesso hanno puntato i riflettori su progetti di sviluppo rurale efficaci e si è provveduto a organizzare attività informative ed educative destinate alle famiglie e alle scolaresche. La cooperazione con altre direzioni generali e con le rappresentanze della Commissione negli Stati membri è proseguita. Per esempio, la DG AGRI, unitamente alla direzione generale della Salute e della sicurezza alimentare (DG SANTE) e alla direzione generale degli Affari marittimi e della pesca (DG MARE) hanno organizzato stand comuni sul tema “From farm to fork” (Dai campi alla tavola) durante importanti fiere quali la “Grüne Woche” a Berlino o il “Salon International de l'Agriculture” a Parigi.

#### ***Pacchetto informativo per le scolaresche***

Il pacchetto informativo per studenti di età compresa tra gli undici e i quindici anni (il cosiddetto “edutainment pack”) è stato preparato nel periodo di riferimento e distribuito all'inizio del 2017 attraverso i centri di informazione Europe Direct e le rappresentanze della Commissione negli Stati membri, con il sostegno di una campagna digitale promossa anche attraverso i social media. Scopo di tale iniziativa è spiegare, attraverso la produzione di materiali didattici accattivanti, il ruolo dell'agricoltore e delle famiglie di agricoltori, il loro contributo alla società e le difficoltà che incontrano.

#### **d) Attività orizzontali**

##### ***Esposizione universale di Milano 2015 (Expo)***

L'esposizione universale Expo 2015 si è tenuta a Milano dal 1° maggio al 31 ottobre 2015, sul tema "Nutrire il pianeta: Energia per la vita!". L'esposizione ha catalizzato l'attività di comunicazione della DG AGRI nel 2015. Questa edizione dell'Expo è stata un'importante piattaforma per il dibattito politico globale e per le iniziative politiche sul cibo e la sostenibilità. Per l'UE in quanto attore chiave in questo dibattito globale si è trattato di un'opportunità per operare verso una collaborazione proficua su tali tematiche con altre parti interessate, del settore sia pubblico che privato. Con una partecipazione di 147 paesi e organizzazioni internazionali, oltre 21 milioni di visitatori e altre centinaia di milioni raggiunti tramite Internet, l'Expo è stata uno spazio estremamente utile per la comunicazione centrata sulle problematiche con i cittadini europei e dei paesi terzi. La partecipazione dell'UE si prefiggeva tre importanti obiettivi: comunicare i principali progressi dell'UE nel settore dell'alimentazione e della sostenibilità, offrire una piattaforma per futuri sviluppi politici e svolgere un ruolo educativo sensibilizzando il pubblico a tematiche quali la lotta allo spreco alimentare e la promozione di scelte alimentari più sane.

La presenza dell'UE all'Expo ha coinvolto la Commissione, il Parlamento europeo e altre istituzioni, oltre a prevedere una partecipazione molto consistente di parti interessate. In collaborazione con il Centro comune di ricerca, che ha coordinato la partecipazione dell'UE, e con altri dipartimenti della Commissione, la DG AGRI ha rivestito un ruolo centrale nell'evidenziare le problematiche di natura strategica correlate al futuro della politica agricola e dello sviluppo rurale. La DG AGRI ha organizzato più di venti eventi, tra cui seminari, conferenze, workshop e azioni di sensibilizzazione per i visitatori, che hanno investito, tra gli altri, il settore della sicurezza alimentare e della sostenibilità agricola, la ricerca e l'innovazione, la sicurezza alimentare e la qualità dell'alimentazione, lo sviluppo rurale e le sfide globali correlate all'alimentazione. In occasione di questi eventi le parti interessate hanno contribuito in maniera incisiva ai dibattiti sulle future sfide che dovranno affrontare i responsabili delle politiche. In occasione dell'Expo la DG AGRI ha partecipato anche ad altri eventi, segnatamente le attività del comitato scientifico e la sua definizione delle raccomandazioni per il futuro della ricerca e dell'innovazione nel campo della sicurezza alimentare e nutrizionale a livello globale.

Il padiglione dell'UE è stato visitato da più di 650 000 persone. Il 90% dei visitatori ha apprezzato la mostra principale del padiglione, un cartone animato sul tema del pane, della scienza e dell'agricoltura, mentre un ulteriore 74% si è detto interessato ad approfondire le proprie conoscenze relative alle politiche dell'UE in materia di alimentazione e sostenibilità.

Le azioni di comunicazione sono state dirette ai mezzi di informazione, anche attraverso l'uso dei social media prima e durante l'Expo. La prestigiosa rappresentanza politica di alto livello durante l'Expo (con la presenza di capi di Stato e ministri, membri del Parlamento europeo tra cui il presidente, i commissari dell'UE assieme al presidente Juncker) ha attirato l'interesse dei mezzi di informazione sull'Expo e ha contribuito a promuovere la divulgazione di informazioni sulle sue attività principali.

##### ***Pubblicazioni***

Nel periodo di riferimento si è continuato a porre l'accento sull'ulteriore sviluppo di pubblicazioni in formato elettronico. Come in passato, sono state prodotte varie pubblicazioni



in collaborazione con l'Ufficio delle pubblicazioni dell'Unione europea e anche con l'Ufficio per le infrastrutture e la logistica di Bruxelles (OIB). Alcune di tali pubblicazioni erano destinate alle scolaresche e a mettere in luce i programmi scolastici, e hanno avuto molto successo come materiali promozionali in occasione di fiere ed eventi. Le pubblicazioni vertevano inoltre su questioni politiche come il contributo dell'alimentazione e dell'agricoltura alla crescita economica e all'occupazione, e sulle reti di sicurezza del mercato agricolo.

L'importante relazione della task force dei mercati agricoli dal titolo "Improving Market Outcomes: enhancing the position of farmers in the supply chain" (Migliorare i risultati del mercato: valorizzare la posizione degli agricoltori nella catena di approvvigionamento) è stata pubblicata nel novembre 2016.

### ***Eurobarometro***

Nell'ultimo trimestre del 2015 è stata condotta un'indagine quantitativa speciale di Eurobarometro dedicata all'agricoltura e alla PAC. I risultati, pubblicati nel gennaio 2016, mostrano che l'agricoltura e le zone rurali sono importanti per gli europei e che la maggior parte delle persone sottoscrive i principi guida e gli obiettivi della PAC. Al tempo stesso, l'indagine ha rivelato che il 30% degli europei non conosce la politica associata all'agricoltura, la PAC. La DG AGRI, nel pianificare le misure di informazione specifiche, tiene conto di tali risultati.

### ***Sito web***

Il sito web "Agricoltura e sviluppo rurale" ha continuato a evolversi nel periodo di riferimento, segnatamente come importante fonte di informazioni specialistiche sull'agricoltura e lo sviluppo rurale. Esso ha svolto inoltre un ruolo determinante nel processo di consultazione delle parti interessate e dell'opinione pubblica sul futuro orientamento della politica agricola. Nel periodo di riferimento sono stati introdotti importanti cambiamenti relativi alla presenza della Commissione sul web, allo scopo di facilitare la consultazione da parte del pubblico e avvicinare i contenuti ai suoi interessi. Il processo di trasformazione digitale in corso comprende l'adattamento dei contenuti web e la loro integrazione nella nuova architettura web della Commissione entro la fine del 2017 in modo da fornire informazioni più corrispondenti ai bisogni degli utenti finali. La DG AGRI ha partecipato attivamente a questo processo nel 2015-2016 con una squadra di esperti web rafforzata, che ha garantito una migrazione efficace dalla piattaforma Documentum alla piattaforma Drupal.

### ***Visitatori***

Nel periodo di riferimento la DG AGRI ha continuato a partecipare a sessioni informative con gruppi di visitatori, tra cui segnatamente agricoltori, rappresentanti degli agricoltori, studenti, rappresentanti degli enti regionali e locali, giornalisti e rappresentanti del mondo accademico. Le visite hanno avuto lo scopo di spiegare e approfondire la comprensione della PAC, compreso lo sviluppo rurale, e sensibilizzare il pubblico alle sfide e opportunità generali con cui si dovrà confrontare l'agricoltura in futuro. Questa attività di comunicazione è stata condotta in stretta collaborazione con il centro visitatori della DG COMM.

**IV. RIPARTIZIONE DELLA SPESA (IMPEGNI E PAGAMENTI) TRA AZIONI COFINANZIATE SU INIZIATIVA DI TERZI (SOVVENZIONI) E AZIONI DI INFORMAZIONE SU INIZIATIVA DELLA COMMISSIONE (APPALTI PUBBLICI)<sup>8</sup>**

|  | 2015        |                  |           | 2016           |                  |                |
|--|-------------|------------------|-----------|----------------|------------------|----------------|
|  | Sovvenzioni | Appalti pubblici | Totale    | Sovvenzioni    | Appalti pubblici | Totale         |
| <b>Dotazione finanziaria inizialmente prevista</b> | 3 000 000   | 5 000 000        | 8 000 000 | 2 500 000      | 1 580 900 (**)   | 4 000 000      |
| <b>Impegni in EUR</b>                              | 2 759 449   | 4 535 172        | 7 294 621 | 2 419 099 (**) | 1 512 640 (**)   | 3 931 739 (**) |
| <b>% di impegno</b>                                | 91,98%      | 90,70%           | 91,18%    | 96,76%         | 95,7%            | 98,29%         |
| <b>Pagamenti (**)<br/>in EUR</b>                   | 2 323 802   | 4 139 141        | 6 462 943 | (*)            | 890 638 (***)    | 890 638 (***)  |
| <b>% di esborsi/<br/>impegni</b>                   | 84,21%      | 91,27%           | 88,60%    | (*)            | 58,88%           | 22,65%         |

(\*) Nessuna delle azioni è stata ancora pagata.

(\*\*) Cfr. successivamente alla modifica del piano d'azione per la comunicazione esterna della DG AGRI del 2016.

(\*\*\*) I dati relativi ai pagamenti riferiti alle misure del 2016 non erano completi.

L'importo dei pagamenti è generalmente inferiore a quello degli impegni iniziali. Nel caso delle sovvenzioni, ciò può essere spiegato con il fatto che i costi definitivi delle azioni sono inferiori a quelli inizialmente previsti dal beneficiario e che, in secondo luogo, non tutti gli esborsi dichiarati dai beneficiari possono essere considerati ammissibili. Per le azioni realizzate su iniziativa della Commissione, la differenza tra pagamenti e impegni deriva dal fatto che, mentre gli impegni sono fissi, la spesa effettiva è più bassa di quella prevista per via dei risparmi che si realizzano e dell'adozione, durante l'attuazione, di misure più efficaci sotto il profilo dei costi.

**V. CONCLUSIONE**

Nel periodo di riferimento, la Commissione ha continuato a sviluppare le sue azioni di comunicazione istituzionale sulla base delle dieci priorità politiche da essa definite, soffermandosi in particolare sui vantaggi tangibili offerti dall'UE ai suoi cittadini. Le azioni di informazione condotte in relazione alla politica agricola comune e allo sviluppo rurale si prefiggevano lo scopo di valorizzare quanto realizzato dalla PAC a livello di fornitura costante di alimenti sani e contributo alla crescita economica e a zone rurali vivaci. Al centro

<sup>8</sup> 4 000 000 EUR – co-delegati alla DG COMM nel 2016 per le attività di comunicazione istituzionale non incluse in questa tabella

delle azioni di comunicazione, parallelamente, sono state poste questioni critiche per il futuro quali l'efficienza delle risorse, il ricambio generazionale e il ruolo dell'agricoltura nella lotta ai cambiamenti climatici. Sono state intensificate le attività per impegnarsi con la società civile e un'ampia gamma di parti interessate e per promuovere una più salda collaborazione nella realizzazione di azioni di informazione, sia all'interno dei servizi della Commissione sia con altre istituzioni dell'UE e altri Stati membri.