COMISIÓN
EUROPEA

Bruselas, 17.12.2019
COM(2019) 634 final

INFORME DE LA COMISIÓN AL PARLAMENTO EUROPEO Y AL CONSEJO

relativo a la aplicación del artículo 45 del Reglamento (UE) n.º 1306/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo con relación a las medidas de información relativas a la política agrícola común

{SWD(2019) 438 final}

I. INTRODUCCIÓN

El presente informe aborda la aplicación de las medidas de información en el ámbito de la política agrícola común (PAC) en 2017 y 2018, con arreglo al artículo 45 del Reglamento (UE) n.º 1306/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013, sobre la financiación, gestión y seguimiento de la Política Agrícola Común[1] (en lo sucesivo, «el Reglamento»).

Según el artículo 45, apartado 1, párrafo primero, del Reglamento, las medidas de información financiadas han de tener «como objetivo, en particular, contribuir a explicar, aplicar y desarrollar la PAC y sensibilizar a la opinión pública sobre su contenido y objetivos, restaurar la confianza de los consumidores tras las crisis a través de campañas de información, informar a los agricultores y demás agentes del mundo rural, promover el modelo de agricultura europea y ayudar a los ciudadanos a comprenderla». El artículo 45, apartado 2, establece en su último párrafo que «[l]as medidas [...] también contribuirán a la comunicación institucional de las prioridades políticas de la Unión, siempre que estas prioridades estén relacionadas con los objetivos generales del presente Reglamento».

Las medidas de información financiadas se clasifican en dos categorías principales:

- Las presentadas por organizaciones terceras para su cofinanciación con cargo al Fondo Europeo Agrícola de Garantía - FEAGA (subvenciones).
- Las presentadas a iniciativa de la Comisión y financiadas al 100 % por el Fondo Europeo Agrícola de Garantía - FEAGA (acciones directas/contratación pública).

De conformidad con el artículo 45, apartado 5, del Reglamento cada dos años debe presentarse al Parlamento Europeo y al Consejo un informe sobre la aplicación de las medidas de información previstas en el Reglamento. Este es el octavo informe de este tipo[2].

En el período 2017-2018, la Comisión intensificó sus actividades de comunicación institucional sobre la base de sus diez prioridades políticas, con especial hincapié en la inversión, el crecimiento económico y el empleo. Los recursos se obtuvieron de distintos programas de gasto para financiar prioridades de comunicación basadas en los objetivos generales de la Unión Europea. Durante este período, los servicios de la Comisión, incluida la DG Agricultura y Desarrollo Rural (DG AGRI), siguieron contribuyendo a la ejecución de este enfoque corporativo. Las campañas de comunicación institucional llevadas a cabo en 2017 y 2018 se concibieron para poner de relieve la manera en que la UE ofrece resultados, empodera y protege a los ciudadanos. También se centraron en sensibilizar a la opinión pública sobre los retos actuales y futuros, y sobre la necesidad de construir una Unión más unida, más fuerte y más democrática.

Este enfoque institucional de la comunicación es fundamental para la estrategia de comunicación de la DG AGRI en el período 2016-2020. En este contexto, cada año se establecen medidas de información en los planes de acción anuales.

Para conocer más sobre las acciones directas e indirectas, véase el documento de trabajo de los servicios de la Comisión que acompaña al presente informe.

[1] Diario Oficial de la Unión Europea, DO L 347 de 20.12.2013, p. 549.

[2] COM (2003) 235 final of 8.5.2003; COM (2007) 324 final de 13.6.2007; COM (2009) 237 final de 20.5.2009; COM (2011) 294 final de 25.5.2011; COM(2013) 645 final de 20.9.2013; COM(2016) 83 final de 23.2.2016; COM(2017) 777 final de 19.12.2017.

II. PRESUPUESTO

El presupuesto disponible para acciones de información en la línea presupuestaria 05 08 06 (medidas informativas sobre la PAC) inicialmente previsto en la decisión de financiación era de 8 millones EUR en 2017 y 8 millones EUR en 2018. Además, en el marco de las acciones de comunicación institucional de la Comisión durante el período, en 2017, se codelegaron 8 480 000 EUR de la DG AGRI a la DG Comunicación (DG COMM), que se encarga de gestionar las campañas corporativas de la Comisión, y 8 700 000 EUR en 2018.

El desglose del presupuesto asignado entre contratación pública (medidas adoptadas a iniciativa de la Comisión) y las subvenciones (medidas cofinanciadas) fue el siguiente:

2017: contratación pública (4,5 millones EUR) (56,25 %) — subvenciones (3,5 millones EUR) (43,75 %)

2018: contratación pública (4 millones EUR) (50 %) — subvenciones (4 millones EUR) (50 %).

La ejecución de las medidas de 2017 alcanzó el 98,3 % en términos de compromisos y el 90,2 % en términos de pagos.

La ejecución de las medidas de 2018 alcanzó el 99,9 % en términos de compromisos. Los datos de los pagos correspondientes a las medidas de 2018 todavía no se habían ultimado en el momento de la elaboración del presente informe puesto que los pagos aún podían efectuarse hasta el 31 de diciembre de 2019.

III. DESGLOSE DE LAS ACCIONES FINANCIADAS

El enfoque de las acciones de comunicación directa e indirecta en 2017 y 2018 se centró principalmente en cuestiones relacionadas con la preparación de la reforma de la política agrícola común y las propuestas jurídicas del marco financiero plurianual (MFP). Durante este período hubo un esfuerzo concertado para aumentar la sensibilización y el compromiso sobre el futuro de la PAC entre las partes interesadas, los responsables políticos y los ciudadanos en toda la UE. Además, se intensificaron los esfuerzos para seguir desarrollando sinergias con diferentes socios en el ámbito de la comunicación, dentro de los servicios de la Comisión y con otras instituciones de la UE, así como con las autoridades nacionales y otras partes interesadas.

En 2017, la Comisión llevo a cabo amplias consultas sobre la simplificación y modernización de la PAC a fin de maximizar su contribución a las diez prioridades políticas del Colegio y a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. En el primer semestre de 2017 se llevó a cabo una amplia consulta pública que alentó a las partes interesadas, incluidos los agentes no agrícolas, a expresar su opinión sobre el futuro de la PAC[3]. Esta consulta pública obtuvo una gran respuesta por parte del público, con más de 322 000 contribuciones. Posteriormente, el 7 de julio de 2017, se celebró en Bruselas una importante conferencia de las partes interesadas con más de 500 participantes. Este encuentro facilitó el debate sobre las ideas presentadas por organizaciones gubernamentales y no gubernamentales y los ciudadanos con vistas a la preparación de la Comunicación de la Comisión sobre el futuro de la PAC.

[3] https://ec.europa.eu/agriculture/consultations/cap-modernising/2017_es

La Comunicación sobre «El futuro de la alimentación y de la agricultura» se adoptó el 29 de noviembre de 2017[4]. Las medidas de información en torno a la Comunicación (y las subsiguientes propuestas jurídicas) iban acompañadas de un importante apoyo audiovisual así como de medios sociales y prensa. En los días y meses siguientes, con el apoyo de la DG COMM, las Representaciones de la Comisión en los Estados miembros, las autoridades nacionales y las partes interesadas, la DG AGRI inició una serie de reuniones de divulgación con el público general y con las partes interesadas a nivel nacional y regional. El objetivo era debatir las ideas presentadas en la Comunicación sobre la mejor manera de aprovechar las oportunidades que se ofrecen a la agricultura europea, abordando al mismo tiempo los retos actuales y futuros, especialmente el cambio climático, la volatilidad de los precios y la necesidad de apoyar al sector para adaptarse a un entorno cambiante. Durante un período de cinco meses, se organizaron hasta cincuenta actos con más de 3 300 participantes, entre ciudadanos, partes interesadas, altos responsables de la toma de decisiones y medios de comunicación, muchos de ellos con un importante efecto multiplicador en su Estado miembro y en su región. Las reacciones de los participantes pusieron de manifiesto la utilidad de este ejercicio para los responsables políticos en el contexto de la preparación de las propuestas legislativas sectoriales del marco financiero plurianual (MFP) sobre la PAC.

La principal iniciativa política de 2018 fue la adopción, el 1 de junio, de las propuestas legislativas sobre la futura PAC en el marco del paquete del MFP[5]. En el contexto del enfoque corporativo global de la Comisión para comunicar el futuro MFP, la DG AGRI intensificó los esfuerzos de comunicación para dar a conocer las propuestas jurídicas. Esto incluía una serie de actos de divulgación dirigidos por el Comisario de Agricultura y Desarrollo Rural, y funcionarios de la DG AGRI en los Estados miembros. Los esfuerzos de información se acompañaron de una campaña en los medios sociales que incluyó una gran campaña en prensa, publicaciones en línea y actividades audiovisuales.

La voluntad de los representantes de la Comisión de participar en consultas y diálogo fue muy apreciada por los ciudadanos, las partes interesadas, los responsables de la toma de decisiones y las ONG. A las presentaciones les siguieron con frecuencia preguntas muy interactivas y sesiones de respuestas. Entre junio y diciembre de 2018 se celebraron más de 80 actos de este tipo en los Estados miembros. Participaron más de 7 000 personas, muchas de ellas con un importante efecto multiplicador en su Estado miembro y su región (ministros, parlamentarios, diputados al Parlamento Europeo, principales partes interesadas, ONG, funcionarios, altos responsables de la toma de

[4] COM (2017) 713 final de 29.11.2017

[5] Propuesta de REGLAMENTO DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO por el que se establecen normas en relación con la ayuda a los planes estratégicos que deben elaborar los Estados miembros en el marco de la política agrícola común (planes estratégicos de la PAC), financiada con cargo al Fondo Europeo Agrícola de Garantía (FEAGA) y al Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (Feader), y por el que se derogan el Reglamento (UE) n.º 1305/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo y el Reglamento (UE) n.º 1307/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, COM/2018/392 final - 2018/0216 (COD).

Propuesta de REGLAMENTO DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO sobre la financiación, la gestión y el seguimiento de la política agrícola común y por el que se deroga el Reglamento (UE) n.º 1306/2013, COM/2018/393 final - 2018/0217 (COD)

Propuesta de REGLAMENTO DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO que modifica los Reglamentos (UE) n.º 1308/2013, por el que se crea la organización común de mercados de los productos agrarios, (UE) n.º 1151/2012, sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios, (UE) n.º 251/2014, sobre la definición, descripción, presentación, etiquetado y protección de las indicaciones geográficas de los productos vitivinícolas aromatizados, (UE) n.º 228/2013, por el que se establecen medidas específicas en el sector agrícola en favor de las regiones ultraperiféricas de la Unión, y (UE) n.º 229/2013, por el que se establecen medidas específicas en el sector agrícola en favor de las islas menores del mar Egeo

COM/2018/394 final/2

decisiones y medios de comunicación).

El ejercicio ayudó a aumentar la comprensión de los objetivos de la Comisión expuestos en las propuestas de la PAC sobre el MFP. Fomentó los objetivos generales del enfoque de comunicación institucional de la Comisión, incluidos el de escuchar y entablar un diálogo con la sociedad civil y el público en general sobre los valores de la UE y el impacto de sus acciones.

La DG AGRI continuó contribuyendo activamente a las campañas de comunicación institucional desarrolladas por la DG COMM: #InvestEU, #EUandME, EU Protects. También trabajó con la DG COMM y otras DG sobre el proceso de planificación durante este período para la campaña empresarial piloto sobre las zonas rurales, desarrollada por la DG COMM en 2019.

1. Subvenciones (medidas de información cofinanciadas adoptadas a iniciativa de organizaciones terceras)

El artículo 45 (medidas de información) del Reglamento prevé dos tipos de medidas financiadas mediante subvenciones, programas anuales de trabajo u otras medidas específicas presentadas por terceros. Se consideran medidas específicas de información las actividades informativas limitadas en el tiempo y en el espacio y ejecutadas sobre la base de un presupuesto único. Tales actos pueden ir desde conferencias hasta una campaña de información global que abarque varios tipos de actividades de información (como producciones audiovisuales, actos mediáticos, conferencias y talleres) llevadas a cabo en diversas regiones o Estados miembros. Un programa anual de trabajo es una serie de dos a cinco medidas concretas de información. En 2017 y 2018 se decidió (como en años anteriores) cofinanciar únicamente medidas concretas de información con el fin de simplificar el régimen de ayudas y garantizar la coherencia entre las diferentes acciones de comunicación.

Para 2017, la convocatoria de propuestas[6] fomentó acciones de información destinadas a ilustrar la contribución de la PAC al crecimiento y el empleo y a las comunidades rurales viables; el papel de la agricultura y la silvicultura en la adaptación al cambio climático y en las medidas de mitigación; la agricultura sostenible y la mejora de la equidad en la cadena de suministro agroalimentario. Para 2018, la convocatoria de propuestas[7] se centró, además, en el papel de la PAC en el fomento de la innovación y el intercambio de conocimientos, y también en animar a los jóvenes a dedicarse a la agricultura y fomentar hábitos alimentarios saludables.

En ambos años, el público destinatario es el público en general (con especial atención a los jóvenes en zonas urbanas), agricultores y demás agentes del mundo rural.

El porcentaje máximo de financiación de las medidas antes mencionadas se fijó en el 60 % de los costes subvencionables. En 2017, se cofinanciaron dieciséis medidas. En 2018, se cofinanciaron veinte medidas, con un total de treinta y seis acciones cofinanciadas (con una tasa del 60 %) para el período 2017-2018.

En 2017 y 2018 se apoyaron las siguientes acciones:

[6] Convocatoria de propuestas para 2017, Diario Oficial de la Unión Europea, 2016/C 401/09 de 29.10.2016
[7] Convocatoria de propuestas para 2018, Diario Oficial de la Unión Europea, 2017/C 339/07 de 10.10.2017

- Se concedieron dieciséis subvenciones a medios de comunicación y a agencias de comunicación para medidas de sensibilización a nivel nacional sobre la importancia de la agricultura y de las zonas rurales para la sociedad en su conjunto. A menudo, estas acciones incluyeron elementos pedagógicos y actos de sensibilización sobre los alimentos y la agricultura, poniendo de relieve el papel del apoyo de la UE y la importancia de los jóvenes agricultores para el sector.
- También se prestó apoyo a siete acciones a nivel nacional dirigidas por asociaciones o entidades agrícolas con fuertes vínculos con el sector agrícola.
- Dos organizaciones activas en el ámbito medioambiental a nivel nacional recibieron apoyo para medidas relacionadas con la sensibilización de las cuestiones relacionadas con la sostenibilidad y la biodiversidad, respectivamente.
- Se apoyaron seis acciones con un importante elemento transnacional, propuestas por las empresas de medios de comunicación, y una de una ONG medioambiental a nivel de la UE. El principal objetivo de estas medidas transfronterizas fue informar a los ciudadanos de la UE sobre la contribución de la PAC a sus vidas.
- A nivel nacional, también se prestó apoyo a una organización que promueve la educación relacionada con la ciudadanía europea, un consejo de condado para promocionar los productos agrícolas tradicionales y una asociación nacional activa en cuestiones relacionadas con el agua y el riego.
- Por último, en un concepto innovador, también se cofinanció una cooperativa en el ámbito creativo, que sensibilizó a los jóvenes y a los ciudadanos mediante actos musicales y artísticos.

Las medidas incluían invariablemente una combinación de instrumentos de comunicación (medios sociales, en línea, impresos y audiovisuales) dirigidos a la comunidad agrícola, el público en general y los jóvenes, a menudo con una dimensión educativa.

Las convocatorias de propuestas animaban a los solicitantes de subvenciones a buscar una mejor definición de los públicos destinatarios, una mejor difusión de la información y el análisis del impacto de las medidas en términos de cantidad de personas alcanzadas directa e indirectamente. Los solicitantes tenían que presentar planes detallados para sus propuestas de medidas, incluida la ejecución del proyecto, la transmisión del mensaje y la evaluación de la eficacia. En el período de referencia, es importante resaltar que un número considerable de medidas cofinanciadas llegaron a un público más amplio que los participantes directos, gracias al efecto multiplicador de la prensa especializada y los medios, así como a la utilización creciente de internet y de las redes sociales como instrumentos de difusión.

Las solicitudes se evaluaron a la luz de los rigurosos criterios de admisibilidad, exclusión, selección y adjudicación establecidos en las convocatorias de propuestas. Esta manera de actuar estaba en consonancia con el Reglamento Financiero[8] y reflejaba el objetivo de la Comisión de garantizar un trato equitativo y una competencia leal entre los solicitantes[9].

[8] Reglamento (UE, Euratom) 2018/1046 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de julio de 2018, sobre las normas financieras aplicables al presupuesto general de la Unión, por el que se modifican los Reglamentos (UE) n.º 1296/2013, (UE) n.º 1301/2013, (UE) n.º 1303/2013, (UE) n.º 1304/2013, (UE) n.º 1309/2013, (UE) n.º 1316/2013, (UE) n.º 223/2014 y (UE) n.º 283/2014 y la Decisión n.º 541/2014/UE y por el que se deroga el Reglamento (UE, Euratom) n.º 966/2012, DO L 193 de 30.7.2018

[9] Puede consultarse información detallada sobre las subvenciones en el sitio web Europa: http://ec.europa.eu/agriculture/grants-for-information-measures_en

El documento de trabajo de los servicios de la Comisión adjunto al presente informe ofrece información más detallada sobre las subvenciones concedidas durante el período de referencia, incluido el número de solicitudes aprobadas por Estado miembro.

2. Acciones directas/contratación pública (medidas de información adoptadas a iniciativa de la Comisión)

Como en años anteriores, en 2017-2018 se ejecutó un número importante de medidas de información a iniciativa de la Comisión.

a) Medios de comunicación en redes

El apoyo a los medios de comunicación con información pertinente y de fácil consulta sobre la evolución de la PAC y el desarrollo rural ha continuado, como antes, en acciones de comunicación. Como en el pasado, esto tuvo un efecto multiplicador muy importante, especialmente porque el desarrollo de las redes sociales y la comunicación basada en internet recibieron un fuerte impulso en este período. El crecimiento y el mantenimiento continuos de la plataforma para periodistas y comunicadores profesionales, www.Ag-Press.eu, así como la organización de viajes de estudio y seminarios para los miembros de Ag-Press, continuaron fomentando los contactos y los intercambios con ambos periodistas especializados en cuestiones agrícolas, así como con los medios de comunicación no especializados. Al final de 2018, la red Ag-Press incluía a unos 950 periodistas. La red sigue siendo un recurso valioso para la Comisión y una red útil para sus miembros. La actividad de las redes sociales de la DG AGRI (a través de Facebook, Twitter, Instagram) creció de forma considerable y registró un rápido aumento de audiencia. Esto fue importante para atraer a especialistas a la web y a la información completa y últimas noticias, así como para llegar al público en general.

En los seis viajes de estudio de 2017 y 2018, los grupos de periodistas tuvieron la oportunidad de experimentar a menudo condiciones agrícolas muy diferentes en regiones y Estados miembros distintos del suyo. Entre las cuestiones abordadas figuraban, *entre otras*, la competitividad, la sostenibilidad, la agricultura de precisión, la bioeconomía y el relevo generacional. Las reuniones con los agricultores, los habitantes de las zonas rurales y las empresas sobre el terreno ayudaron a dar a conocer los retos y las oportunidades a los que se enfrenta la agricultura en los distintos Estados miembros y regiones. Además, durante cinco seminarios con la participación de expertos en políticas de la UE, los periodistas recibieron una visión pormenorizada de la evolución de las políticas de la UE en el ámbito del comercio agroalimentario, la PAC y la cadena alimentaria, la política de calidad, la innovación en el sector y también las propuestas de reforma de la PAC, con la participación del Comisario de Agricultura y Desarrollo Rural y de los diputados al Parlamento Europeo pertinentes.

b) Redes de partes interesadas — conferencias

Las partes interesadas constituyen un multiplicador muy importante de la información sobre cuestiones de agricultura y desarrollo rural. Las conferencias siguieron siendo un importante foro de consulta y diálogo sobre la evolución futura de la política en el período de referencia. Como se indica en la sección III, en consonancia con las prioridades políticas de la Comisión y con el énfasis puesto en una amplia consulta con la sociedad civil, el compromiso con las partes interesadas, es decir, con otras instituciones de la UE, las administraciones de los Estados miembros, el sector socioprofesional a nivel nacional y de la UE y la comunidad académica, se intensificó en el contexto de la preparación de las propuestas sectoriales del

MFP y también sobre cuestiones como la lucha contra las prácticas comerciales desleales en la cadena alimentaria.

Este énfasis en los retos futuros también fue eje fundamental para las emblemáticas Conferencias Internacionales de Perspectivas Agrícolas anuales de la DG Agricultura y Desarrollo Rural de la Comisión Europea. La edición de diciembre de 2018, inaugurada por el Comisario de Agricultura y Desarrollo Rural, analizó los últimos avances en materia de digitalización e innovación en el sector agrícola. También abordó la cooperación en materia de comercio e inversión entre la UE y África. En 2017 y 2018, la conferencia hizo especial hincapié en la modernización de la PAC y en el trabajo realizado conjuntamente con el Centro Común de Investigación sobre las previsiones para los mercados agrícolas de la UE. Entre los participantes figuraban instituciones de la UE, gobiernos y organizaciones internacionales, participantes en la cadena de suministro alimentario, expertos en el mercado, académicos, grupos de reflexión y la sociedad civil.

En noviembre de 2018, la Comisión y la Presidencia austriaca de la UE coorganizaron en Viena un acto sobre el desarrollo de proteínas vegetales en la UE, con la participación del Parlamento Europeo. En torno a 200 expertos invitados de las cadenas de suministro agrícola para la producción de piensos y alimentos, de las redes de investigación y asesoramiento y de las administraciones nacionales y regionales debatieron las principales conclusiones del informe de la Comisión sobre el desarrollo de proteínas vegetales en la Unión Europea, y cómo el marco político futuro y futuro podía contribuir a liberar el potencial de la producción de proteínas vegetales en la Unión[10].

En noviembre y diciembre de 2018 se organizaron en Bruselas dos mesas redondas sobre la arquitectura de ecologización propuesta de la nueva PAC, en cooperación con la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza. Esto facilitó un cambio de impresiones entre las partes interesadas que representaban a los sectores agrícola y medioambiental sobre cómo podían aplicarse las propuestas jurídicas sobre la futura PAC.

La Cumbre sobre innovación en agricultura, celebrada en Lisboa en octubre de 2017, marcó otro hito significativo. Se trataba de una iniciativa conjunta entre un consorcio portugués, el Gobierno portugués, la red EIP-AGRI y la Red Europea de Desarrollo Rural. En mayo de 2018 se celebró otra importante conferencia sobre la investigación agrícola y la innovación en la UE, en la que se pretendía reflexionar sobre la manera de implicar a las partes interesadas en la definición de las futuras actividades europeas de investigación e innovación en el sector.

c) Actividades destinadas al público en general

Participación en ferias

El énfasis de la Comisión en la escucha y la colaboración con los ciudadanos y en la sensibilización de la opinión pública sobre la UE en su conjunto, su papel y sus valores, siguieron siendo centrales para participar en ferias durante este período. La DG AGRI intensificó sus acciones dirigidas a los ciudadanos y a las partes interesadas en nueve ferias agrícolas con el tema «de la granja a la mesa, la alimentación sostenible hacia el futuro». Estas acciones se llevaron a cabo a menudo en cooperación con otras direcciones generales y servicios, incluidas la DG SANTE, la DG MARE y la DG RTD, así como con las representaciones de la Comisión en los Estados miembros. A menudo, la presencia del Comisario de Agricultura y Desarrollo Rural junto con representantes de alto nivel de los

[10]https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/plants-and-plant-products/plant-products/cereals/development-plant-proteins_en

Estados miembros en ferias como la Semana Verde Internacional de Berlín y el *Salón de la Agricultura* en París generaron un gran interés y una importante cobertura mediática en los medios de comunicación nacionales y regionales. También se garantizó la participación en ferias agrícolas en otros Estados miembros.

Prosiguieron los esfuerzos para proporcionar material de comunicación y actividades de comunicación atractivos y eficaces para las ferias durante este período. Con frecuencia se diseñaron para atraer a las familias y los escolares.

Material educativo para los niños en edad escolar
Durante este período, los centros de información Europe Direct y las representaciones de la Comisión en los Estados miembros finalizaron, fomentaron y distribuyeron el paquete educativo para niños de entre once y quince años («paquete de entretenimiento educativo»), que se difundió a través de los centros de información Europe Direct y de las representaciones de la Comisión en los Estados miembros, con el apoyo de una campaña en las redes sociales y medios de comunicación digitales.

El objetivo era explicar en un formato pedagógico atractivo el papel del agricultor y de sus familias, su contribución a la sociedad y los retos a los que se enfrentan. Los esfuerzos para dar a conocer los recursos educativos de la DG AGRI en 2018 dieron lugar a un espectacular aumento de las visitas a las páginas web de la DG AGRI.

Redes sociales
Como se ha mencionado anteriormente, las cuentas de las redes sociales de la DG AGRI, que se han desarrollado considerablemente en este período, siguen siendo un activo importante a la hora de sensibilizar e impulsar la participación en el tema del #FutureofCAP entre las partes interesadas, los responsables políticos, los periodistas y los ciudadanos. Por ejemplo, la cuenta de Instagram está ayudando a informar y a interactuar con jóvenes y público urbano, sobre cuestiones relacionadas con la alimentación y la producción de alimentos y, por lo tanto, a poner de relieve los beneficios de la PAC para todos los ciudadanos.

En general, en este período, el aumento del uso del diseño gráfico así como de material visual y audiovisual ha hecho más atractivo e interesante el material de comunicación de la DG AGRI para las publicaciones, la web y los medios de comunicación social.

Publicaciones
En el período de referencia se mantuvo el interés principal en el desarrollo de las publicaciones en formato electrónico. Como en el pasado, se produjo una serie de publicaciones en cooperación con la Oficina de Publicaciones de la UE, y también con la Oficina de infraestructuras y logística de Bruselas (OIB). Las nuevas publicaciones persiguen destacar el patrimonio culinario europeo y las cuestiones políticas, incluidas las normas sanitarias y fitosanitarias de la UE (en cooperación con la DG SANTE). También se elaboraron fichas técnicas para explicar, en particular, las propuestas jurídicas relativas a la modernización y la simplificación de la PAC.

Sitio web
En el período de referencia se produjeron cambios importantes en la página web de la Comisión, con el fin de facilitar su uso y mejorar su pertinencia para el público en general. La actividad relacionada con la presencia en la web de la Comisión AGRI se centró en el

ejercicio de transformación digital realizado en los servicios de la Comisión y en la revisión del contenido en línea para mejorar la accesibilidad y la claridad para todos los usuarios.

El sitio web siguió siendo una importante fuente de información especializada sobre agricultura y desarrollo rural. Como en el pasado, también desempeñó un papel significativo en el proceso de consulta a las partes interesadas y al público en general sobre la futura orientación de la política agrícola y rural.

Por término medio, el tráfico de la red se incrementó en un 30 %.

Visitantes

En este período, la DG AGRI siguió participando en sesiones de información con grupos de visitantes (incluidas las partes interesadas, estudiantes y académicos) organizadas por el Centro de Visitantes de la DG COMM. El objetivo de estos intercambios era profundizar en la comprensión de los retos y oportunidades a los que se enfrenta la agricultura de la UE en el contexto del futuro MFP.

Eurobarómetro

En diciembre de 2017 se llevó a cabo una encuesta especial del Eurobarómetro encargada por la DG AGRI para explorar la opinión pública sobre la agricultura, las zonas rurales y la PAC en la UE28. Un número superior a nueve de cada diez participantes expresaron la opinión de que la agricultura y las zonas rurales son importantes para el futuro. Proporcionar alimentos seguros y saludables de alta calidad debe ser el principal objetivo de la UE en términos de política agrícola y rural y, *entre otras cosas*, los encuestados piden más medidas en relación con el medio ambiente y el crecimiento económico en las zonas rurales[11].

[11] https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/SPECIAL/surveyKy/2161

IV. PROPORCIÓN DEL GASTO (COMPROMISOS Y PAGOS) ENTRE LAS ACCIONES COFINANCIADAS A INICIATIVA DE TERCEROS (SUBVENCIONES) Y LAS ACCIONES DE INFORMACIÓN A INICIATIVA DE LA COMISIÓN (CONTRATACIÓN PÚBLICA)[12]

	2017			**2018**		
	Subvenciones	**Contratación pública**	**Total**	**Subvenciones**	**Contratación pública**	**Total**
Presupuesto inicial previsto	3 500 000	4 500 000	8 000 000	4 000 000	4 000 000	8 000 000
Compromisos en EUR	3 676 801,52 (**)	3 980 580,45 (**)	7 657 381,97	4 008 448,57 (**)	3 893 989,35 (**)	7 902 437,92
% de compromisos	105,05 %	88,46 %	95,72 %	100,21 %	97,35 %	98,78 %
Pagos (**) en EUR	3 291 910,64	3 734 801,71	7 026 711,35	2 786 752,07 (*)	2 496 542,35 (*)	5 283 294,42
% de desembolsos frente a compromisos	89,53 %	93,83 %	91,76 %	69,52 %	64,11 %	66,868 % (***)

(*) Los pagos de estas acciones están en curso y aún no se han finalizado.
(**) A raíz de la modificación del plan de actuación en materia de comunicación externa de la DG AGRI de 2017 y 2018.
(***) Los pagos de 2018 medidas están aún en curso.

Los pagos son por lo general inferiores a los importes originalmente comprometidos. En el caso de las subvenciones, ello puede explicarse por el hecho de que los costes finales de las acciones son inferiores a los inicialmente previstos por el beneficiario y, en segundo lugar, porque no todos los gastos declarados por los beneficiarios pueden considerarse admisibles. En el caso de las medidas adoptadas a iniciativa de la Comisión, la diferencia entre los pagos y los compromisos reside en el hecho de que, mientras los compromisos son fijos, el gasto real es inferior al previsto debido al ahorro y la utilización de medidas más económicas durante la ejecución.

[12] 17 180 000 EUR — codelegación en la DG COMM en 2017 y 2018 para actividades de comunicación institucional no incluidos en este cuadro

V. CONCLUSIÓN

En el período de referencia, la Comisión continuó desarrollando sus acciones de comunicación institucional sobre la base de sus diez prioridades políticas haciendo hincapié en la contribución de la UE al empleo y el crecimiento, así como en los beneficios tangibles que la UE aporta a sus ciudadanos.

Las medidas de información llevadas a cabo en relación con la política agrícola común y el desarrollo rural pretendían aumentar la sensibilización sobre la contribución de la política al crecimiento económico y el dinamismo de las zonas rurales, la eficiencia de los recursos y la mitigación del cambio climático, así como sobre la seguridad alimentaria en la Unión.

El período se caracterizó, en particular, por un amplio esfuerzo de divulgación para colaborar con los ciudadanos y las partes interesadas en toda la UE sobre las reflexiones y la respuesta de la Comisión ante los retos y oportunidades futuros de la agricultura y las zonas rurales de la UE, en las propuestas sectoriales del MFP.

Estas medidas de comunicación estuvieron marcadas por una cooperación reforzada entre los servicios de la Comisión, otras instituciones de la UE y las autoridades nacionales y regionales.