



COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE

Bruxelles, 13.6.2007  
COM(2007) 324 definitivo

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

**sull'attuazione del regolamento (CE) n. 814/2000 del Consiglio  
relativo alle azioni di informazione riguardanti la politica agricola comune**

{SEC(2007) 800}

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

### **sull'attuazione del regolamento (CE) n. 814/2000 del Consiglio relativo alle azioni di informazione riguardanti la politica agricola comune**

#### **PARTE UNO MISURE NELL'AMBITO DEL REGOLAMENTO (CE) N. 814/2000 DEL CONSIGLIO**

##### **I. Introduzione**

La presente relazione concerne l'attuazione del regolamento (CE) n. 814/2000 del Consiglio nel corso del periodo 2003–2006.

Le azioni di informazione sulla politica agricola comune contemplate dal regolamento (CE) n. 814/2000 perseguono i seguenti obiettivi:

- apportare chiarimenti sulla PAC, contribuendo all'attuazione e allo sviluppo di tale politica,
- promuovere il modello agricolo europeo e favorirne la comprensione da parte dei cittadini,
- informare gli agricoltori e gli altri operatori del mondo rurale,
- sensibilizzare l'opinione pubblica circa le prospettive e le finalità della PAC.

Gli interventi si dividono in due grandi categorie:

- quelli proposti da un'organizzazione terza ai fini di un cofinanziamento da parte del FEAOG (può trattarsi di programmi o di azioni specifiche),
- quelli intrapresi per iniziativa della Commissione e finanziati al 100% dal FEAOG ("azioni dirette").

Il Consiglio dei ministri ha stabilito (articolo 8 del regolamento 814/2000) che una relazione sull'attuazione del regolamento debba essere presentata ogni due anni al Consiglio e al Parlamento europeo. La presente relazione costituisce la seconda della serie. La prima, concernente il periodo 2000–2002, è stata presentata nel maggio 2003<sup>1</sup>.

Lo sviluppo delle misure di attuazione recanti norme dettagliate di applicazione del regolamento (CE) n. 814/2000, in particolare quelle concernenti la concessione di sovvenzioni a favore di terzi, è stata illustrata nella relazione del maggio 2003. Nel frattempo, dette norme di attuazione hanno subito un'ulteriore modifica di importanza limitata.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Relazione della Commissione al Parlamento europeo e al Consiglio sull'attuazione del regolamento (CE) n. 814/2000 del Consiglio relativo alle azioni di informazione riguardanti la politica agricola comune (COM(2003) 235 def. dell' 8.5.2003).

<sup>2</sup> Regolamento (CE) n. 1820/2004 della Commissione, del 20 ottobre 2004, che modifica il regolamento (CE) n. 2208/2002, che stabilisce le modalità di applicazione del regolamento (CE) n. 814/2000 del Consiglio relativo alle azioni di informazione riguardanti la politica agricola comune (GU L 320 del 21.10.2004, pag. 14).

La trasmissione della presente relazione al Parlamento europeo ed al Consiglio era inizialmente prevista per il mese di dicembre 2005, ma è stata ritardata per permettere di completare la valutazione delle misure adottate a norma di detto regolamento, realizzata nell'ambito specifico della politica di valutazione della Commissione per il periodo 2000–2005, nonché per consentire alla Commissione di tener presenti le risultanze di detta valutazione<sup>3</sup>. Il testo completo, come pure un riassunto, si trovano sul sito Europa al seguente indirizzo: [http://ec.europa.eu/agriculture/eval/reports/cap\\_info/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/eval/reports/cap_info/index_en.htm).

Gli allegati ed un elenco delle abbreviazioni utilizzate nel testo figurano nell'accluso documento di lavoro dei servizi della Commissione.

## **II. Dotazione finanziaria**

Nel periodo 2003–2006 è stato reso disponibile ogni anno un bilancio di 6,5 milioni di € per le misure d'informazione di cui alla linea B1-382 (così denominata nel 2003) e, a seguito di modifiche della nomenclatura, di cui alla linea 05 08 06 per gli esercizi finanziari 2004, 2005 e 2006.

La ripartizione dei fondi tra le iniziative della Commissione e le azioni adottate da organizzazioni terze (sovvenzioni) è la seguente:

2003: azioni dirette (2 500 000) (38%) – sovvenzioni (4 000 000) (62%),  
2004: azioni dirette (2 500 000) (38%) – sovvenzioni (4 000 000) (62%),  
2005: azioni dirette (3 000 000) (46%) – sovvenzioni (3 500 000) (54%),  
2006: azioni dirette (3 700 000) (57%) – sovvenzioni (2 800 000) (43%).

Tuttavia, ad eccezione dell'anno 2006, in cui le realizzazioni sono fortemente aumentate, le dotazioni annue sono state notevolmente sottoutilizzate (il tasso di esecuzione è stato del 64% nel 2003, del 51% nel 2004, del 61% nel 2005 e del 98% nel 2006; cfr. dettagli nella tabella 2, punto IV). La scarsa utilizzazione delle possibilità di finanziamento è dovuta segnatamente alla sottoutilizzazione delle dotazioni per le sovvenzioni. Dato che molte domande di sovvenzione contenevano errori o risultavano di qualità insufficiente, soltanto pochi progetti hanno soddisfatto tutti i criteri previsti (ammissibilità, esclusione, selezione e concessione).

Al fine di migliorare l'utilizzazione delle dotazioni accordate per le sovvenzioni, ed in seguito ad un esame degli errori più frequentemente commessi dai richiedenti, gli inviti a presentare proposte 2005/C 252/06<sup>4</sup>, concernente le azioni cofinanziate nell'ambito dell'esercizio 2006, e 2006/C 236/07<sup>5</sup>, concernente le azioni cofinanziate nell'ambito dell'esercizio 2007, sono stati ulteriormente semplificati e la terminologia è stata resa più chiara per aiutare i richiedenti ad evitare detti errori. Tale operazione è stata coronata dal successo, come dimostra il notevole incremento dell'utilizzazione della dotazione prevista per le sovvenzioni nell'esercizio 2006.

---

<sup>3</sup> Commissione europea, DG AGRI Contratto AGRI 2005/0421, Valutazione della politica di informazione sulla Politica agricola comune, dicembre 2006.

<sup>4</sup> GU C 252 del 12.10.2005, pag. 28.

<sup>5</sup> GU C 236 del 30.9.2006, pag. 71.

### **III. Suddivisione delle azioni finanziate (in termini di stanziamenti d'impegno)**

Dalla prima relazione concernente il regolamento (CE) n. 814/2000 del Consiglio risulta che, nel periodo 2000–2002, la Commissione ha gradualmente migliorato le norme per l'attuazione delle misure. Tale relazione ha messo in evidenza anche la revisione delle norme di attuazione operata con il regolamento (CE) n. 2208/2002 della Commissione, che ha disciplinato le attività finanziate tramite sovvenzioni nel periodo 2003–2006<sup>6</sup>. Con tale regolamento, nel regime sono stati introdotti notevoli miglioramenti: semplificazione, maggiore trasparenza, migliore valutazione delle azioni di informazione proposte, definizione più accurata dei messaggi da comunicare, a cui è stata data maggiore diffusione. L'invito a presentare proposte pubblicato ogni anno è stato progressivamente perfezionato e sviluppato, in risposta al nuovo contesto politico in cui opera la PAC. È stata posta una particolare cura nell'informare gli agricoltori ed il pubblico in generale sui grandi cambiamenti in atto per tale politica, segnatamente la riforma del 2003 e quelle successive.

#### **1. Sovvenzioni (azioni a livello di comunicazione condotte su iniziativa di organizzazioni terze)**

Nel corso del periodo a cui si riferisce la relazione, la Commissione ha utilizzato la linea di bilancio per cofinanziare una serie di azioni, tra cui seminari, conferenze, pubblicazioni, scambi di visite ed altre attività, tutte intese – direttamente ed indirettamente – a migliorare il livello di comprensione della PAC da parte dei cittadini dell'UE.

I due tipi di iniziative consentiti sono le misure specifiche di informazione ed i programmi di lavoro annui. Una misura specifica di informazione è un evento informativo isolato e completo, di breve durata, organizzato sulla base di un bilancio ad hoc. Nel periodo preso in esame, ad esempio, una misura specifica di informazione consisteva in una conferenza, un seminario, ecc. Un programma di lavoro annuo include da due a cinque misure specifiche di informazione.

L'aliquota massima di finanziamento per le misure di cui sopra è pari al 50% delle spese ammissibili. Tuttavia, tale aliquota può giungere al 75% in casi eccezionali, come stabilito dal regolamento di attuazione e previsto dall'invito a presentare proposte.

Nel corso del periodo in esame, sono stati cofinanziati 35 programmi e 70 azioni specifiche. Occorre sottolineare che ciascun programma include un certo numero di azioni e che i 35 programmi finanziati prevedevano 99 azioni specifiche. Ne risulta un totale di oltre 169 azioni in quattro anni. Sono state concesse sovvenzioni a favore di 121 conferenze e seminari, 11 visite, 22 pubblicazioni, 11 produzioni audiovisive e 4 portali Web.

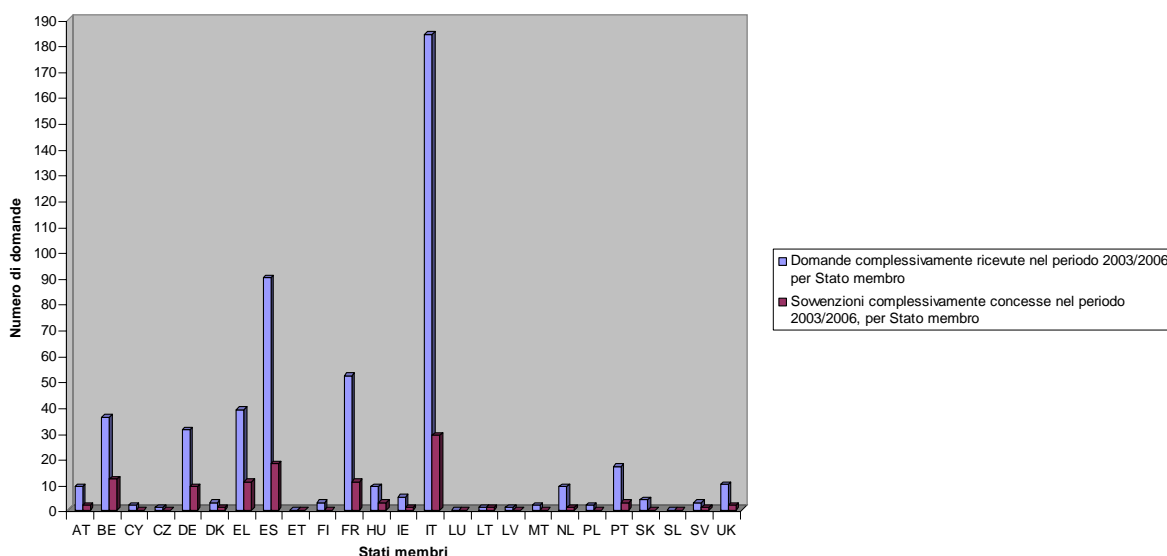
La tabella che segue indica il numero di domande ricevute ed accettate per Stato membro.

---

<sup>6</sup> Regolamento (CE) n. 2208/2002 della Commissione, del 12 dicembre 2002, che stabilisce le modalità di applicazione del regolamento (CE) n. 814/2000 del Consiglio relativo alle azioni di informazione riguardanti la politica agricola comune (GU L 337 del 13.12.2002, pag. 21).

## Tabella I

Domande ricevute ed accettate nel periodo 2003-2006, per Stato membro



Nell'allegato 1 sono riportati i dati relativi alle sovvenzioni nel periodo a cui si riferisce la relazione. Il dettaglio delle singole sovvenzioni si trova sul sito Europa, all'indirizzo:

[http://ec.europa.eu/agriculture/grants/capinfo/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/grants/capinfo/index_en.htm).

È importante sottolineare che gran parte delle azioni cofinanziate ha raggiunto un pubblico più vasto, grazie all'effetto moltiplicatore della stampa specializzata e dei media. Ciò riflette la maggiore importanza accordata recentemente negli inviti a presentare proposte ad una migliore diffusione dei messaggi ed alla necessità per i richiedenti di definire piani pubblicitari che illustrino le categorie di pubblico destinatarie.

Come già in passato, numerosi beneficiari delle sovvenzioni erano insediati in Belgio, paese che ospita la sede centrale delle principali organizzazioni socioprofessionali a livello europeo (tra cui COPA-COGECA, AEFPR, CEJA). Numerose misure sono state attuate anche in Italia ed in Spagna e ciò riflette il numero elevato di domande che attualmente proviene da tali paesi.

Nel periodo 2003–2006, poche domande in percentuale sono giunte dai paesi settentrionali dell'UE a 15. Dopo l'allargamento, il numero di domande dei nuovi Stati membri è stato assai limitato. I servizi della Commissione stanno riflettendo sui possibili motivi di questa situazione ed esploreranno quali ulteriori canali, oltre alla pubblicazione annua dell'invito a presentare proposte nella Gazzetta ufficiale delle Comunità europee e sul sito web EUROPA, potrebbero essere utilizzati per dare maggior pubblicità a tali inviti. In questo contesto, una particolare attenzione sarà prestata alle caratteristiche specifiche dei nuovi Stati membri.

Sempre in tale periodo, le sovvenzioni sono state assegnate tra l'altro a favore di seminari e di conferenze relative alla PAC e all'attuazione della riforma della PAC, all'OMC e allo sviluppo rurale. Un certo numero di queste conferenze ha riguardato temi concernenti l'agricoltura e la società nel suo complesso nonché l'allargamento.

In questo periodo tra i beneficiari delle sovvenzioni figurano organizzazioni di sviluppo ambientale e rurale a livello europeo, come il WWF ed EUROMONTANA. Oltre ai beneficiari tradizionali, come COPA-COGECA e CEJA, sono state concesse sovvenzioni anche ad enti regionali e locali degli Stati membri, organizzazioni del settore dei media, organizzazioni agricole nazionali (spesso membri di organismi a livello europeo) e taluni

organismi universitari. Per alcune delle azioni cofinanziate, i beneficiari hanno fatto ricorso alla possibilità di associare altre organizzazioni all'esecuzione dei progetti.

Come in precedenza indicato, nel periodo 2003–2006 sono state perfezionate le procedure relative alla valutazione ed all'analisi delle sovvenzioni. Negli inviti annui a presentare proposte sono stati ulteriormente precisati i requisiti concernenti le valutazioni *ex ante* ed *ex post*. Occorre inoltre rammentare che, in materia di autovalutazione delle azioni attuate, gli obblighi dei beneficiari sono previsti nelle singole convenzioni di sovvenzione concluse tra questi ultimi e la Commissione. Le sovvenzioni sono state assegnate in esito ad una rigorosa procedura di selezione. Attualmente, la Direzione generale segue una strategia di comunicazione intesa a rafforzare la sua capacità di misurare e valutare l'impatto delle azioni d'informazioni condotte. Anche le relazioni sulle sovvenzioni relative a progetti in corso di attuazione sono e saranno in futuro analizzate in modo da valutare l'impatto globalmente conseguito. Questa impostazione è conforme alle risultanze della valutazione esterna ed agli obiettivi del regolamento.

## **2. Azioni di comunicazione condotte su iniziativa della Commissione**

Come nel periodo precedente, nel 2003–2006 numerose azioni finanziate su iniziativa della Commissione sono state spesso attuate con l'ausilio di assistenza tecnica esterna. Nel 2003 e nel 2004 è stato stanziato per queste misure circa il 38% del bilancio, percentuale che è salita al 46% nel 2005 ed al 57% nel 2006.

L'allegato II illustra in dettaglio tutte le iniziative in materia di comunicazione attuate dalla Commissione nel periodo 2003–2006 ed i relativi costi.

### ***Conferenze/seminari***

L'organizzazione di conferenze e di seminari è risultata ancora una delle principali attività. Questa categoria comprende audizioni, seminari per gruppi specifici (giornalisti, organizzazioni dei consumatori, ecc.), conferenze europee ed internazionali.

Nel periodo 2003–2006, la Commissione ha cercato sempre più di indirizzare il dialogo con le parti interessate verso l'intera gamma di politiche comunitarie. Pertanto, essa ha moltiplicato le iniziative per assicurare la partecipazione alle conferenze ed ai seminari di un gran numero di organizzazioni della società civile.

La collaborazione con le altre istituzioni è stata intensificata, ad esempio con la conferenza sui giovani agricoltori, organizzata congiuntamente dalla Commissione e dal Parlamento europeo nel gennaio 2005, e con la conferenza su "Coesistenza dei raccolti geneticamente modificati, convenzionali ed organici – Libertà di scelta" tenuta a Vienna nei giorni 4–6 aprile 2006 e allestita in collaborazione con la presidenza austriaca dell'UE. Una particolare attenzione è stata data alla preparazione all'allargamento.

### ***Partecipazione a fiere e ad esposizioni***

Durante gli anni in esame, l'interesse per la società civile e per la partecipazione di tutti gli organismi interessati nonché, a partire dal 2005, l'accento posto dalla Commissione sul "livello locale", hanno influenzato in misura sempre maggiore il modo in cui è stata organizzata l'abituale partecipazione della Commissione a importanti fiere annue, come il *Salon international de l'Agriculture* a Parigi e l'*Internationale Grüne Woche* a Berlino, ed alle fiere in generale.

La frequente presenza del Commissario competente in materia di agricoltura e sviluppo rurale, di altri Commissari, di membri del Parlamento europeo, come pure di altre importanti figure

politiche a livello nazionale e regionale, ha suscitato una maggiore attenzione dei media alla partecipazione della Commissione a tali eventi.

Le fiere resteranno uno strumento importante per raggiungere un pubblico più vasto e rimarrà l'interesse per la ricerca di sinergie nonché l'elaborazione di messaggi e di attività destinati a tale pubblico, come raccomandato anche dalla valutazione esterna.

### ***Pubblicazioni***

È stata elaborata una serie di pubblicazioni specifiche e regolari. Come in passato, la riforma della PAC, lo sviluppo rurale e l'OMC sono stati i principali argomenti trattati.

Attualmente, la DG procede ad un riesame di queste pubblicazioni alla luce delle raccomandazioni formulate nel quadro della valutazione. In futuro, essa ha intenzione di sviluppare maggiormente le pubblicazioni su internet, anche con materiale che possa essere adattato alle esigenze locali e ciò dovrebbe permettere tra l'altro di rispondere alle esigenze linguistiche a livello locale.

### ***Sito web***

Il sito web della DG "Agricoltura e sviluppo rurale" ha conosciuto un rapido sviluppo nel periodo di riferimento, in particolare come importante fonte di informazioni specializzate sulla PAC e sullo sviluppo rurale. Nel quadro della recente valutazione è stato sottolineato il notevole uso che le principali organizzazioni interessate fanno del sito web per ottenere informazioni.

Sono stati effettuati passi significativi per migliorare la trasparenza con riguardo alla PAC. Ad esempio, nel sito vi è una pagina da cui le persone interessate sono indirizzate ai siti web dello Stato membro che contengono le informazioni sui beneficiari dei pagamenti della PAC.

Da sottolineare inoltre il lancio all'inizio del 2007 del blog del commissario Fischer Boel, che utilizza dunque un nuovo mezzo di comunicazione in rapida crescita. Il servizio "Newsdigest", istituito nel 2002, è ora regolarmente trasmesso tramite posta elettronica ad oltre 14 000 iscritti in tutto il mondo.

Evidentemente, il sito web presenta ancora un notevole potenziale di sviluppo, come strumento di comunicazione ed anche come mezzo per raggiungere un pubblico nuovo e più giovane. L'attuale strategia di comunicazione della DG prevede un ulteriore aumento della comunicazione tramite Internet, utilizzando in particolare strumenti interattivi.

### ***Sondaggi d'opinione***

La DG Agricoltura ha continuato ad effettuare regolarmente sondaggi con riguardo alle opinioni che i cittadini dell'UE hanno sulla PAC e sullo sviluppo rurale. Essa ha recentemente riesaminato le domande inserite nel questionario dell'Eurobarometro, affinché tale strumento possa misurare il grado di consapevolezza e di conoscenza relative a tale politica e definire diverse categorie destinarie nel pubblico in generale, in linea con le raccomandazioni della valutazione esterna.

### ***Visite***

Il programma di visite della DG è oggetto di vaste iniziative pubblicitarie, tanto su Internet quanto tra gli istituti e le università interessati, in quanto offre buone possibilità di raggiungere un pubblico più vasto. Ciò riflette le raccomandazioni della valutazione esterna.

**IV. Ripartizione della spesa (impegni e pagamenti) tra sovvenzioni su iniziativa di organizzazioni terze ed azioni di informazione su iniziativa della Commissione**

**Tabella 2**

**Linea di bilancio 05.0806: Impegni e pagamenti 2003–2006**

	2003		2004		2005		2006		2003–2006	
	Sovvenzioni	Azioni dirette	Sovvenzioni	Azioni dirette	Sovvenzioni	Azioni dirette	Sovvenzioni	Azioni dirette	Sovvenzioni	Azioni dirette
<b>Impegni (EUR)</b>	1 553 637	2 607 034	1 301 959	1 985 118	1 469 239	2 516 837	2 638 670	3 718 078	6 963 505,11	10 827 067
<b>%</b>	37,34%	62,66%	39,61%	60,39%	36,86%	63,14%	41,51%	58,49%	39,14%	60,86%
<b>Pagamenti (EUR) (**)</b>	878 241	1 987 242	754 847	1 453 768	1 199 728	2 122 589	(*)	(*)		

(\*) Dati non ancora disponibili – la maggior parte delle azioni è ancora in corso.

(\*\*) Relativi all'anno dell'impegno ed a quello successivo (regola dell'n+1).

Occorre precisare che gli importi dei pagamenti annuali sono sempre inferiori a quelli inizialmente impegnati. Nel caso delle sovvenzioni, ciò può essere spiegato col fatto che, in primo luogo, in molti casi i costi definitivi delle azioni sono inferiori a quelli inizialmente previsti dal beneficiario ed, in secondo luogo, perché non tutti gli esborsi effettuati dai beneficiari sono finanziabili. Le differenze sono minori per le iniziative della Commissione, dato che gli importi impegnati corrispondono al massimo consentito.



## **V. Esperienza acquisita nel periodo di valutazione**

La relazione di valutazione ha esaminato i progressi realizzati nell'attuazione delle azioni di informazione nel quadro del regolamento (CE) n. 814/2000 per il periodo 2000–2005 ed ha fornito indicazioni per futuri miglioramenti.

Nel periodo di riferimento 2003–2006, sono state potenziate le iniziative intese a raggiungere un pubblico più vasto ed è pertanto di conseguenza aumentata la professionalità nell'elaborazione dei messaggi e del materiale adeguati. E' cresciuta la partecipazione a fiere, uno strumento importante per raggiungere un vasto pubblico, che ha assunto una connotazione più professionale dal 2002 in poi.

Per quanto riguarda la diffusione, in precedenza è stato sottolineato il considerevole numero di azioni cofinanziate che ha raggiunto un pubblico più ampio dei fruitori immediati, grazie all'effetto moltiplicatore della stampa e dei mezzi specializzati. Tuttavia, è stata riconosciuta la difficoltà di raggiungere questo gruppo (come pure gli interessati nelle zone rurali) in modo sistematico nel contesto "dei mezzi finanziari assai limitati finora disponibili". Globalmente il pubblico in generale ha manifestato scarso interesse. Ciò ha avuto ripercussioni a livello di attività sovvenzionate, dato che pochissimi progetti hanno riguardato organizzazioni esterne al mondo agricolo, nonostante il pubblico in generale fosse chiaramente identificato come categoria destinataria dagli inviti a presentare proposte. Occorre aggiungere che verso la fine del periodo di riferimento è aumentata la partecipazione delle organizzazioni non agricole. Peraltro si è giunti alla conclusione che, per raggiungere un pubblico più vasto, una maggior chiarezza sulle esigenze delle categorie destinatarie specifiche e la creazione di strategie adeguate di diffusione avrebbero potuto rendere il messaggio più efficace. Questo tema è affrontato nella seconda parte della relazione, che esamina l'attuale strategia di comunicazione sulla PAC.

Quanto al raggiungimento delle parti interessate nelle zone rurali, la valutazione ha rilevato che alcune azioni, come le conferenze ed taluni aspetti del sito web, risultavano particolarmente efficaci. È stato approfondito il dialogo con la società civile ed è stata intensificata la collaborazione con le organizzazioni governative e non governative, con l'effetto di stabilire maggiori sinergie. È stato inoltre sottolineato il ruolo sempre più importante svolto dal sito web ed il notevole potenziale che questo presenta per conseguire gli obiettivi del regolamento, in quanto raggiunge un pubblico nuovo e più giovane. La valutazione ha fornito anche indicazioni per migliorare la comunicazione destinata a questa categoria di pubblico. In conclusione, per rendere efficace la politica intesa a raggiungere questi destinatari occorrono una maggiore divulgazione e l'adeguamento delle informazioni al contesto locale, messaggi rivolti alla comunità rurale nel suo complesso e non al solo settore agricolo, la partecipazione delle parti interessate per un'efficace trasmissione delle informazioni e la diffusione delle buone pratiche nell'ambito delle attività sovvenzionate.

Questi punti saranno esaminati anche nella seconda parte. In generale, la recente valutazione esterna ha raccomandato, dato il contesto di mezzi umani e finanziari limitati, di definire più precisamente i destinatari, le loro esigenze e le strategie di divulgazione più opportune per raggiungere adeguatamente il pubblico in generale e gli interessati nelle zone rurali, conseguendo così gli obiettivi del regolamento.

## **PARTE DUE    CONTESTO ATTUALE – STRATEGIA DI COMUNICAZIONE PER LA PAC**

Negli ultimi anni la Commissione ha deciso che la politica in materia di comunicazione costituisce una priorità. L'obiettivo è di migliorare le modalità di comunicazione da essa seguite, al fine di colmare il divario esistente tra le istituzioni comunitarie ed i cittadini. Nel piano d'azione relativo al miglioramento della comunicazione sull'Europa, la Commissione ha sottolineato l'importanza che essa accorda all'ascolto, al dialogo ed al dibattito e tale nozione ora guida tutta l'attività di comunicazione<sup>7</sup>. In questo contesto, nel 2006 la DG Agricoltura e sviluppo rurale ha riesaminato le proprie attività di informazione ed ha aggiornato la propria strategia di comunicazione, nel quadro del mandato stabilito nel regolamento n. 814/2000 del Consiglio. Essa intende utilizzare l'esperienza ed i risultati del passato per affrontare le particolari sfide connesse con la comunicazione della PAC in futuro. Alla PAC è riconosciuto il merito di permettere la produzione di prodotti alimentari sicuri e sani nonché di tutelare l'ambiente ed il benessere degli animali. Tuttavia, numerosi pregiudizi che non hanno più ragione d'essere influiscono ancora negativamente sul modo in cui è attualmente percepita tale politica. Di conseguenza, i risultati ottenuti con la riforma della PAC ed il ruolo svolto dallo sviluppo rurale non sono chiari al cittadino comune, che non si rende neppure interamente conto dei vantaggi che comporta per la società il sostegno dato dalla PAC ai molteplici ruoli svolti dagli agricoltori. Occorre pertanto colmare queste lacune a livello informativo, aumentando le iniziative destinate al pubblico. Dato che, in risposta alle richieste dei cittadini, la PAC sta diventando una politica con compiti sempre più estesi, in futuro occorre prestare un'attenzione ancora maggiore alla formulazione dei messaggi destinati ad un pubblico più vasto dei soli interlocutori agricoli.

In conformità con le raccomandazioni contenute nella relazione di valutazione, la strategia di comunicazione prevede:

- l'identificazione delle categorie a cui sono dirette le iniziative di informazione tra il pubblico in generale e le parti interessate;
- una chiara definizione degli obiettivi e dei messaggi;
- una maggiore sinergia tra i mezzi di comunicazione e con gli altri operatori a livello comunitario, nazionale, regionale e locale;
- la sistematica previsione di controlli, valutazioni e feedback;

al fine di:

- aumentare la comprensione e il grado di consenso della PAC fra la popolazione;
- mantenere ed aumentare il sostegno delle parti interessate nel settore agricolo e nelle zone rurali.

I principali sviluppi politici saranno accompagnati da piani d'informazione, elaborati sulla base della strategia di comunicazione. Ad esempio, l'adozione della comunicazione della Commissione sulla riforma dell'organizzazione comune di mercato nel settore del vino, nel giugno 2006, e l'adozione della proposta di riforma della Commissione dell'organizzazione comune di mercato nel settore degli ortofrutticoli, nel gennaio 2007, sono state accompagnate da strategie d'informazione di particolare portata e di notevole intensità. Ciò testimonia

---

<sup>7</sup> Comunicazione alla Commissione – Piano d'azione della Commissione relativo al miglioramento della comunicazione sull'Europa da parte della Commissione (SEC(2005) 985) del 20 luglio 2005.

l'intento della Commissione di ascoltare ed agire a livello locale. Tali strategie hanno incluso riunioni ad alto livello, destinate ai media ed alle parti interessate negli Stati membri maggiormente coinvolti a livello di produttori e consumatori, durante le quali la proposta è stata illustrata ai partecipanti ed è stato distribuito materiale informativo nella lingua nazionale. Nel corso di tali riunioni sono sorte animate discussioni, che hanno fornito l'occasione per uno scambio di opinioni aperto e franco. Questa esperienza servirà come modello per future azioni su temi prioritari.

L'interesse della Commissione a favore di iniziative locali riguarda ovviamente anche le sovvenzioni. L'invito a presentare proposte è stato adeguato al fine di incoraggiare l'invio di un maggior numero di progetti da parte del pubblico in senso lato, di definire le principali categorie destinatarie e di garantire una diffusione dei messaggi più mirata ed efficace, in grado di rispondere alle richieste di tali categorie e del contesto locale. Sono stati inoltre rafforzati gli obblighi in materia di relazioni sulle sovvenzioni, al fine di valutare più precisamente l'impatto da queste prodotto. Come in precedenza indicato, ciò è in linea con le risultanze della valutazione.

## **CONCLUSIONE**

La valutazione esterna ha constatato che gli obiettivi stabiliti per la politica d'informazione sulla PAC nell'ambito del regolamento (CE) n. 814/2000 del Consiglio erano adeguati alle esigenze delle categorie destinatarie, per quanto riguarda tanto le azioni attuate dalla Commissione quanto le misure cofinanziate da organizzazioni terze. È sempre necessario colmare le lacune esistenti in materia di informazioni sulla PAC, a livello di interlocutori del settore agricolo e di pubblico generale.

La valutazione ha sottolineato le particolari sfide che comporta la comunicazione concernente la PAC. Tale politica è radicalmente cambiata nel corso degli ultimi quindici anni, ma la percezione che ne ha il pubblico non è mutata. Dai sondaggi di opinione risulta che vi è consenso sugli obiettivi della PAC, ma occorre aumentare la consapevolezza di tale politica e mostrare che essa tiene presenti le inquietudini espresse dai cittadini.

In un contesto di risorse limitate (descritte nella valutazione come "modeste da tutti i punti di vista") rispetto al compito di raggiungere i cittadini europei, la DG Agricoltura e sviluppo rurale dovrà concentrare le proprie iniziative sulle categorie di pubblico destinatarie (agricoltori e pubblico nel suo complesso). Come in precedenza indicato, nel 2006 essa ha riesaminato ed aggiornato la propria strategia in materia di comunicazione, nel contesto degli obiettivi stabiliti dal regolamento del Consiglio ed alla luce del rinnovato impegno della Commissione a migliorare la comunicazione con i cittadini dell'UE. A questo proposito, essa ha aggiornato una serie di messaggi strategici fondamentali e sta sviluppando adeguate strategie di divulgazione rivolte alle principali sottocategorie destinatarie.

Un notevole contributo all'efficacia delle attività informative svolte dalla Commissione sulla PAC dovrebbe venire dallo sviluppo di sinergie positive tra l'UE e le strategie nazionali in materia di comunicazione. A tal fine occorre partire da esempi di iniziative valide di collaborazione e di partnership. È indispensabile ed urgente che il pubblico abbia una migliore comprensione della PAC. Gli Stati membri svolgono un ruolo fondamentale nella costituzione di partnership aventi lo scopo di spiegare i vantaggi concreti di tale politica come pure nella promozione del dibattito e del dialogo a livello nazionale, regionale e locale. A questo proposito, la Commissione desidera invitare gli Stati membri a partecipare pienamente alle misure di informazione in generale ed a quelle previste dal regolamento (CE) n. 814/2000

in particolare. Questo invito rientra nell'attuale politica di comunicazione, che sottolinea il ruolo basilare svolto dagli Stati membri nell'informazione dei cittadini su temi relativi all'Unione europea.

Allegati:

- **Allegato I:** Tabelle relative alle sovvenzioni nel periodo 2003–2006
- **Allegato II:** Suddivisione delle azioni dirette attuate dalla Commissione nel periodo 2003–2006
- **Allegato III:** Elenco delle abbreviazioni.