

Politique agricole commune PAC: actions d'information (règlement (CE) n° 1258/99)

1999/0209(CNS) - 24/05/2011 - Document de suivi

Le rapport de la Commission fait le point sur l'application du règlement (CE) n° 814/2000 du Conseil relatif aux actions d'information dans le domaine de la politique agricole commune pendant la période 2009-2010. Les actions se répartissent en deux grandes catégories:

- celles qui sont soumises par des organisations tierces en vue d'un cofinancement au titre du FEAGA (subventions);
- celles qui sont décidées à l'initiative de la Commission et financées à 100% par le FEAGA («actions directes»).

Budget : le budget mis à disposition pour les actions d'information à financer sur la ligne budgétaire 05 08 06 a été porté de 7 millions EUR en 2008 à **8 millions EUR pour 2009 et à 8 millions EUR pour 2010**. La ventilation entre les actions à mener à l'initiative de la Commission et les actions devant être cofinancées (subventions) s'établissait comme suit:

- 2009: actions directes (4 750 000 EUR) (59%) - subventions (3 250 000 EUR) (41%)
- 2010: actions directes (4 750 000 EUR) (59%) - subventions (3 250 000 EUR) (41%)

L'exécution du budget, en termes d'engagements, a atteint 95% en 2009 et 88% en 2010.

Subventions (actions de communication menées à l'initiative d'organisations tierces) : pour 2009 et 2010, il a été décidé (comme en 2008) de ne retenir que des **mesures d'information ponctuelles** pour le cofinancement dans l'appel annuel à propositions relatif à ces années, dans le but de simplifier le régime de subventions. Par action d'information ponctuelle, on entend des séances d'information limitées dans le temps et l'espace et mises en œuvre sur la base d'un budget unique

Le taux de financement maximal prévu pour les mesures visées ci-dessus est de 50% des coûts admissibles, ce taux pouvant être porté à 75% dans des cas exceptionnels, définis dans l'appel à propositions. Au cours de la période visée, seules 6 actions (sur un total de 72) ont bénéficié d'un taux supérieur à 50%, 3 actions ayant été menées en 2009 et 3 en 2010. Ces actions présentaient un intérêt exceptionnel conformément aux critères établis dans les appels à propositions, qui stipulaient que le projet devrait : i) être réalisé dans l'un des États membres de l'UE12, ii) présenter une grande qualité technique et un bon rapport coût-efficacité, iii) démontrer l'efficacité des plans de diffusion (en termes de diffusion de l'information au plus large public possible) et iv) obtenir une note d'au moins 75/100 par le comité d'évaluation pour les critères d'attribution.

Les **catégories de bénéficiaires** des subventions étaient les suivantes: organisations agricoles professionnelles (13), organisations non gouvernementales/associations (28), autorités locales et régionales (16) et autres (15).

Les associations et les ONG actives dans le domaine de l'agriculture et du développement rural au niveau national (souvent membres d'organisations européennes) étaient largement représentées dans les listes de bénéficiaires. En outre, des organisations régionales et des organisations de médias, entre autres, ont également bénéficié du régime et, dans une moindre mesure que précédemment, les organisations socioprofessionnelles européennes.

Actions de communication menées à l'initiative de la Commission : en 2009-2010, tout comme lors de la période précédente, un nombre important d'actions ont été financées à l'initiative de la Commission. Ces actions ont souvent été menées avec une aide technique externe. Près de 59% du budget ont été consacrés à ces mesures au cours de la période couverte par le rapport.

Au cours de la période, les efforts visant à sensibiliser davantage le grand public à la PAC et aussi à conserver et accroître le soutien des parties prenantes du monde agricole et rural ont été renforcés. Un accent particulier a été mis sur l'ouverture avec le **grand public d'un débat sur l'avenir de la politique agricole de l'UE après 2013** et sur la promotion d'un échange de vues avec les parties intéressées. Ce débat a constitué une étape importante dans le processus d'élaboration de la communication de la Commission de novembre 2010: «[La PAC à l'horizon 2020: alimentation, ressources naturelles et territoire - relever les défis de l'avenir](#)».

Les initiatives ciblant le grand public et les jeunes grâce à internet et aux outils audiovisuels ont été intensifiées. L'effort visant à garantir un impact maximum des mesures d'information à la fois pour les actions cofinancées et les actions entreprises à l'initiative de la Commission s'est poursuivi. Au total, ceci a contribué à sensibiliser le public aux thèmes et aux objectifs de la PAC et à communiquer des informations aux agriculteurs et autres catégories de la population vivant dans les zones rurales conformément aux objectifs du règlement (CE) n°814/2000.

Dans le courant de l'année 2010, la DG Agriculture et développement rural a réalisé une analyse détaillée de ses activités de communication menées ces dernières années. En conséquence, **sa stratégie de communication a été réexaminée** et actualisée pour répondre aux défis en matière de communication et aux priorités politiques pour la période 2010-2015.

L'accent continuera à être mis sur l'avenir de la PAC. L'objectif consiste à améliorer l'efficacité des actions de communication de l'UE et à créer une synergie avec les partenaires gouvernementaux et non-gouvernementaux, tout en tenant compte des évolutions technologiques et de l'émergence des nouveaux médias.