COMISIÓN
EUROPEA

Bruselas, 17.12.2025
COM(2025) 768 final

INFORME DE LA COMISIÓN AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSEJO, AL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO Y AL COMITÉ DE LAS REGIONES

Una década de Europa Creativa

{SWD(2025) 418 final}

1. *Introducción*

Europa Creativa es el programa de la Unión Europea destinado a apoyar los sectores cultural, creativo y audiovisual. En el presente informe se exponen los principales resultados de la evaluación final del programa Europa Creativa 2014-2020 (en lo sucesivo, «EC1») y de la evaluación intermedia del programa Europa Creativa 2021-2027 (en lo sucesivo, «EC2»), de conformidad con las disposiciones pertinentes de los dos instrumentos jurídicos[1]. Las acciones de ambas ediciones del programa se han organizado en tres capítulos con el fin de responder a necesidades específicas: MEDIA (audiovisual y videojuegos), Cultura (todos los demás sectores culturales y creativos) e Intersectorial (incluidos los medios de comunicación).

El papel de la Unión Europea en el ámbito de la cultura se rige por el principio de subsidiariedad, tal y como se establece en el artículo 167 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE)[2], mientras que el papel de la UE en el ámbito de los medios de comunicación también se rige por las disposiciones del TFUE relativas al mercado único (artículo 26) y a la competitividad (artículo 173). Este marco es la base de los dos objetivos de Europa Creativa: salvaguardar, desarrollar y promover la diversidad cultural y lingüística y el patrimonio cultural y lingüístico europeos e incrementar la competitividad y el potencial económico de los sectores cultural y creativo (en lo sucesivo, «SCC»), en particular del sector audiovisual.

El EC2 se basa en los puntos fuertes del EC1, a la vez que introduce innovaciones. Estas responden principalmente a la transición al entorno digital, que representa un cambio de paradigma. Reconociendo la importancia de los SCC[3] y la magnitud de los retos a los que se enfrentan, se asignó al programa un presupuesto de 2 440 millones EUR para el período de financiación 2021-2027, lo que supone un aumento del 66 % con respecto al período de financiación anterior. La distribución del presupuesto entre los tres capítulos se mantuvo relativamente estable en ambos períodos de financiación: 56-58 % para MEDIA, 31-33 % para Cultura y 13-9 % para el capítulo Intersectorial. El presupuesto se ha ejecutado de forma íntegra en ambos períodos de programación, incluso durante la pandemia de COVID-19, cuando muchos locales permanecieron cerrados.

El presupuesto de Europa Creativa es muy limitado, equivalente al 0,2 % del presupuesto actual de la UE, mientras que los Estados miembros son la principal fuente de financiación pública. Sin embargo, Europa Creativa se centra en actividades en las que la intervención de la UE puede aportar un valor añadido en comparación con las acciones de los Estados miembros por sí solas. En particular, aborda la fragmentación de los sectores cultural, creativo y de los medios de comunicación a lo largo de las fronteras nacionales y lingüísticas. Además, la financiación nacional por sí sola es insuficiente para apoyar la competitividad y la diversidad generales de los sectores de los medios de comunicación, el sector audiovisual y otros sectores culturales y creativos de la UE. En particular, Europa Creativa apoya la cooperación transnacional y la circulación de contenidos en toda la UE, a través de actividades paneuropeas como colaboraciones,

[1] Europa Creativa se creó en 2013 mediante el Reglamento (UE) n.º 1295/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, por el cual se integran los programas Cultura, MEDIA 2007 y MEDIA Mundus en un único instrumento de financiación. En 2021 se creó un nuevo programa Europa Creativa para el período 2021-2027 [Reglamento (UE) 2021/818 del Parlamento Europeo y del Consejo].

2 VERSIÓN CONSOLIDADA DEL TRATADO DE FUNCIONAMIENTO DE LA UNIÓN EUROPEA.

[3] El ecosistema de las industrias culturales y creativas desempeña un papel fundamental como uno de los catorce ecosistemas industriales clave identificados tras la adopción de la Comunicación titulada «Un nuevo modelo de industria para Europa» en 2020, COM(2020) 102 final; Bruselas, 10.3.2020.

coproducciones y redes, y aprovecha así el valor de los activos culturales nacionales más allá de las fronteras nacionales. Este enfoque también facilita el acceso equitativo a los medios de comunicación y los contenidos culturales a las personas que viven en la UE.

La amplia participación de los miembros de la Asociación Europea de Libre Comercio que son miembros del Espacio Económico Europeo, de los países candidatos y los candidatos potenciales, así como de los países de la política europea de vecindad, constituye un valioso activo del programa, ya que refuerza su pertinencia y su alcance. Contribuye a los esfuerzos de la UE en materia de diplomacia cultural al crear vínculos tangibles con estos países. Para los países en vías de adhesión a la UE, su participación en Europa Creativa es un aspecto positivo en relación con el capítulo 26 del acervo comunitario sobre educación, cultura y medios de comunicación. En lo que respecta al sector audiovisual, la armonización de los terceros países con la Directiva sobre servicios de comunicación audiovisual es una condición previa para la participación en los capítulos MEDIA e Intersectorial, lo que supone un incentivo para acelerar la convergencia normativa.

2. Logros y retos

Capítulo MEDIA

MEDIA ha contribuido con éxito a salvaguardar la diversidad cultural y reforzar la competitividad. Durante tres décadas, la misión fundamental de MEDIA se ha mantenido clara: llevar películas y series europeas de calidad a los ciudadanos de toda Europa. Así, las acciones de MEDIA se integran en toda la cadena de valor de la industria audiovisual y contribuyen a construir un ecosistema europeo resiliente. Esto cobra aún más importancia teniendo en cuenta la dura competencia a la que se enfrenta el sector audiovisual de la UE por parte de actores globales, entre los que se encuentran no solo los grandes estudios de Hollywood, sino, cada vez más, las mayores empresas tecnológicas del mundo.

MEDIA ha reforzado notablemente la circulación transnacional de películas y series europeas, en un sector muy fragmentado a lo largo de las fronteras nacionales. La evaluación reveló que, por término medio, las películas y series de la UE que recibieron el apoyo de MEDIA[4] pudieron ser vistas por el público en 9,5, 6,6 y 3,2 países más de la UE en televisión, cine y plataformas de vídeo a la carta, respectivamente, que las obras comparables de la UE que no recibieron financiación de MEDIA. Se estima que, solo en el marco del programa anterior, las películas y series de la UE que recibieron el apoyo de MEDIA atrajeron al menos 241 millones de espectadores más en países de la UE distintos de su país de origen, en comparación con las películas y series que no recibieron apoyo de MEDIA.

El apoyo de MEDIA a los cines europeos es otra iniciativa exitosa en lo que respecta a la circulación transnacional de películas y series europeas. Entre 2014 y 2023, la red Europa Cinemas aumentó su cobertura geográfica en un 32 %, hasta alcanzar más de 750 municipios. En 2023, vendió casi el 40 % de todas las entradas para películas europeas no nacionales en la UE, lo que demuestra un importante valor añadido de la Unión.

[4] Incluidas las acciones de EC1: Lista de proyectos en desarrollo; Desarrollo de animación; Desarrollo de documentales; Desarrollo de ficción; Apoyo a la programación televisiva de obras audiovisuales europeas; Apoyo a fondos de coproducción internacional; Distribución automática; Distribución selectiva; Agentes de ventas; y acciones CE2: Lista de proyectos en desarrollo; Lista reducida de proyectos en desarrollo; Desarrollo conjunto; Contenidos televisivos y en línea; Distribución europea; Agentes de ventas europeos; Films on the Move (Películas en movimiento).

La financiación de MEDIA también ha mejorado la producción y el estreno de obras audiovisuales de alta calidad. En concreto, ha apoyado películas y series de televisión en su fase crucial de desarrollo. Se estima que la proporción de títulos que han recibido apoyo que finalmente se estrenaron es del 29 % de todas las películas y series apoyadas en su desarrollo durante el período de evaluación, lo que aparentemente está por encima de la media del mercado. Esto indica un impacto positivo de la financiación. Un tercio de los videojuegos desarrollados con la ayuda de la financiación de MEDIA se comercializaron finalmente, lo que es una señal de éxito en un sector altamente competitivo y dinámico.

MEDIA se ha centrado en las coproducciones transfronterizas europeas para lograr un mayor impacto a nivel europeo, tanto en la fase de desarrollo como en la producción de programas para televisión y plataformas de vídeo a la carta. Estas coproducciones aumentan la competitividad, al incrementar las audiencias en el extranjero, atraer nuevas fuentes de financiación y compartir conocimientos especializados. La proporción de coproducciones transfronterizas europeas subvencionadas ha aumentado considerablemente, del 36 % en el marco del programa EC1 al 84 % en el marco del programa EC2 (2021-2023), lo que supone un porcentaje significativamente superior a la media estimada del mercado para las obras de la UE no subvencionadas por MEDIA (13,7 %).

Además, las películas, las series y los juegos subvencionados por MEDIA han obtenido sistemáticamente elogios y el reconocimiento de la crítica. Durante el período 2014-2023, las obras subvencionadas recibieron alrededor de 1 200 nominaciones y 500 premios de prestigiosos festivales internacionales y organismos que otorgan galardones. Por ejemplo, las obras subvencionadas han recibido 127 premios en Cannes, 86 premios en la Berlinale y 73 premios en los Premios del Cine Europeo. Esto refleja el alto valor cultural y el prestigio internacional de las obras europeas subvencionadas por MEDIA.

La diversidad cultural se ha reforzado mediante medidas dirigidas a los países con menor capacidad audiovisual, en particular mediante el fomento de la colaboración. La proporción de obras subvencionadas que implican colaboraciones entre países de baja y alta capacidad ha aumentado de menos del 5 % en el marco de EC1 a alrededor del 30 % en el marco de EC2 (2021-2023). Además, la proporción de obras subvencionadas en lenguas menos utilizadas aumentó del 25 % en el marco de EC1 al 32 % en el marco de EC2 (2021-2023). Si bien se han logrado avances en la ampliación de la participación de todos los Estados miembros, el apoyo sigue concentrándose en un número limitado de países beneficiarios.

En términos más generales, MEDIA también ha aprovechado la inversión en capital al proporcionar apoyo mixto a MediaInvest, que se introdujo en 2021 en el marco de InvestEU. Esta novedosa plataforma de inversión en capital se dedica a proyectos audiovisuales y de juegos europeos. El objetivo de MediaInvest es estimular una mayor inversión privada para reforzar la competitividad. El objetivo es movilizar hasta 400 millones EUR de inversión en capital entre 2022 y 2027. Ya se han firmado cuatro acuerdos de inversión en el marco de MediaInvest, que está bien encaminado para cumplir su objetivo. Esto también constituye un complemento eficaz a las garantías de préstamo (véase más adelante, en la evaluación de las acciones intersectoriales).

En general, MEDIA ha contribuido a configurar un ecosistema europeo y complementa las políticas de los Estados miembros que tienen un enfoque nacional. Sin embargo, este efecto no puede contrarrestar por sí solo las poderosas fuerzas del mercado que están transformando el sector

y que se derivan de los cambios en el comportamiento de los consumidores y los avances tecnológicos.

Capítulo Cultura

El capítulo Cultura ha servido constantemente como instrumento para capacitar a las organizaciones de los SCC de toda Europa para que cooperen más allá de las fronteras nacionales, y ello se lleva a cabo de una manera y en cuestiones que no están cubiertas por la financiación nacional. En sectores que se enfrentan a retos como la fragmentación del mercado y lingüística, las transformaciones digitales, una elevada proporción de organizaciones muy pequeñas, la movilidad limitada y la precariedad laboral, el capítulo Cultura ofrece una plataforma para la colaboración transfronteriza, lo que permite a los agentes participar en creaciones e intercambios conjuntos que, por lo general, no reciben apoyo a esta escala a nivel nacional. Además, el capítulo apoya los esfuerzos de la UE a través de sus elementos transversales de inclusión social, igualdad de género y sostenibilidad, y contribuye a los esfuerzos diplomáticos de la UE en el ámbito de la cultura.

En el marco de EC1, facilitó más de 1 200 proyectos transnacionales y creó más de 7 500 actividades culturales que apoyaron a más de 22 000 profesionales en la internacionalización de sus carreras y la adquisición de experiencia en otros países. En el marco de EC2, entre 2021 y 2023, el capítulo Cultura apoyó 630 proyectos y canalizó 294 millones EUR a más de 2 000 organizaciones en 39 países. Facilitó la traducción de más de 1 500 libros, lo que contribuyó a reforzar la diversidad lingüística y el acceso a la literatura escrita en lenguas menos utilizadas. Culture Moves Europe ofreció a más de 3 800 artistas emergentes oportunidades de movilidad y exposición, lo que les permitió forjar nuevas asociaciones internacionales (a menudo) sostenibles. Además, este capítulo ha apoyado iniciativas como redes de organizaciones culturales, plataformas de apoyo a jóvenes talentos artísticos, orquestas y premios culturales.

Mediante el desarrollo de las competencias de los profesionales de los SCC, así como de la constatación de que ocho de cada diez colaboraciones continuaron tras la finalización de un proyecto, el capítulo contribuye al desarrollo de asociaciones duraderas y de un espacio cultural europeo.

La pertinencia del capítulo se ha hecho especialmente evidente durante las crisis afrontadas en el período 2014-2023. Aunque la pandemia de COVID-19 supuso una amenaza existencial para los SCC, el programa respondió con flexibilidad, al diseñar instrumentos innovadores como Culture Unite o adaptar su apoyo financiero para ayudar a los SCC. Del mismo modo, como respuesta a la guerra de agresión de Rusia contra Ucrania, el capítulo desarrolló una convocatoria de 5 millones EUR para apoyar a los SCC ucranianos.

Sin embargo, cabe señalar que algunos sectores, como la moda y el diseño, siguen sin estar suficientemente representados en las acciones horizontales del capítulo.

El programa se basa en el principio de excelencia, sin una dotación presupuestaria predefinida por país participante. De hecho, los fondos se asignan en función de la calidad de los proyectos y no del país de origen de las organizaciones. Como resultado, la asignación de fondos a través de subvenciones se ve influida por varios factores. Por ejemplo, los países con sectores culturales y creativos muy consolidados o que actúan como centros regionales tienden a recibir una parte más importante de los fondos (como Francia, Italia, Alemania y Bélgica). Sin embargo, en el marco de EC2, algunos países como Croacia, Eslovenia y Serbia han comenzado a desempeñar un papel

más destacado en el programa. No obstante, aún es necesario realizar algunos esfuerzos para llegar a los países que no participan suficientemente en Europa Creativa.

Existe una brecha persistente entre la demanda y la financiación disponible[5]. Para abordar esta cuestión, en los últimos años se han realizado ajustes destinados a aumentar la accesibilidad y equilibrar la financiación entre los distintos tamaños de proyectos, mediante la limitación del número de proyectos en los que puede participar una misma organización en una misma convocatoria, así como la publicación de proyectos de cooperación a gran escala cada dos años en lugar de cada año.

Capítulo Intersectorial

El apoyo a los medios de comunicación se puso en marcha en 2021 y se han financiado proyectos de alta calidad para abordar cambios estructurales y tecnológicos clave y promover la independencia y el pluralismo de los medios de comunicación, así como la alfabetización mediática. Los ingresos de los medios de comunicación están disminuyendo drásticamente, ya que la publicidad se ha desplazado a las plataformas en línea de alcance mundial, mientras que el Media Pluralism Monitor[6] muestra riesgos para el pluralismo de los medios de comunicación y la independencia editorial en todos los Estados miembros. Pocos Estados miembros están dedicando recursos financieros significativos a apoyar la seguridad de los periodistas o la resiliencia y la innovación en los medios de comunicación.

El Laboratorio para la innovación creativa ha proporcionado financiación inicial para la colaboración entre el sector audiovisual y otros sectores culturales y creativos. Tras las dificultades iniciales para atraer propuestas pertinentes, ha ido aportando gradualmente un valor añadido mediante la financiación de proyectos multidisciplinares que abordan retos comunes, en particular el alcance de un público más amplio y la monetización, mediante el aprovechamiento de aplicaciones digitales como la inteligencia artificial y la cadena de bloques. A pesar de ello, la innovación sigue siendo un reto formidable para los SCC de la UE. Solo el 30 % de las empresas de la UE de este sector han adoptado una estrategia de transformación digital y la inversión en IA representa menos del 1 % de sus inversiones totales. La evaluación también señaló que la explotación transmediática de la misma propiedad intelectual tiene repercusiones positivas en la popularidad de las obras cubiertas y en la competitividad. A este respecto, las sinergias son más pronunciadas entre el sector audiovisual y otros sectores de medios intensivos en derechos de autor (música y edición). En cierta medida, se enfrentan a retos y oportunidades comunes en materia de competitividad y transformación digital, en un momento en el que las grandes plataformas de fuera de la UE han aumentado su control sobre los contenidos a los que dedica su tiempo la gente.

En lo que respecta a los instrumentos financieros, el primer Instrumento de Garantía de los Sectores Cultural y Creativo realizó una contribución muy eficaz. Gracias a la eficaz colaboración entre la Comisión y el Fondo Europeo de Inversiones, se cultivó una fuerte respuesta del mercado en sectores que antes se consideraban de alto riesgo debido a la naturaleza intangible de los activos de las empresas, las dificultades de flujo de caja y la escasez de datos económicos fiables. Se movilizaron más de 1 800 millones EUR en préstamos, lo que superó con creces el objetivo inicial

[5] Esta brecha es especialmente acusada en los proyectos de cooperación europea, la acción más importante de este capítulo, que se enfrenta a un exceso de solicitudes masivo y creciente. Pasó de recibir 463 solicitudes en 2021 a 831 en 2023 y, debido a la estabilidad del presupuesto, su tasa de éxito descendió del 27 % en 2021 al 17 % en 2023. La tendencia de exceso de solicitudes para cada convocatoria de proyectos de cooperación continuó en los años posteriores a 2023.

[6] Centro para el Pluralismo y la Libertad de los Medios de Comunicación (2025), Media Pluralism Monitor [instrumento de seguimiento del pluralismo en los medios de comunicación].

de 600 millones EUR. De este modo, se redujo entre un 15 y un 30 % la brecha en la financiación mediante endeudamiento, estimado entre 837 millones EUR y 2 070 millones EUR al año. Los sectores audiovisual y multimedia representaron el 44 % de los préstamos, pero también se beneficiaron otros sectores, como la música, las artes escénicas y los videojuegos. El Instrumento de Garantía de los Sectores Cultural y Creativo se incorporó a InvestEU a partir de 2021.

Las oficinas de Europa Creativa establecidas en todos los países participantes han sido de gran importancia para la promoción del programa y el apoyo a los posibles solicitantes, en particular a las microorganizaciones con capacidades limitadas.

3. Eficiencia administrativa

La Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura, que se encargó de la mayor parte de la ejecución de Europa Creativa, garantizó una ejecución centralizada y eficiente de las convocatorias y la gestión de las subvenciones. En general, el coste de la administración, como proporción del presupuesto total del programa anterior, fue muy inferior a los valores de referencia previstos y se ha reducido aún más en el programa actual. Pasó del 7,74 % del presupuesto total en 2014 al 6,74 % en 2023. Los costes administrativos han aumentado menos que el presupuesto operativo, lo que indica que se han logrado ahorros por eficiencia.

Se adoptó una serie de medidas (importes a tanto alzado, límites máximos de cofinanciación más elevados, acuerdos plurianuales) para simplificar los procedimientos y reducir la carga que supone la presentación de solicitudes para los solicitantes. Las opiniones de los beneficiarios indican que la carga administrativa ha disminuido en el programa actual, ya que el 73 % de los participantes en EC1 consideraba que los costes de solicitud eran elevados, porcentaje que se redujo al 66 % en EC2.

4. Perspectivas futuras

La evaluación ha proporcionado valiosas lecciones para el diseño y la aplicación de la financiación a nivel de la UE para la cultura y los medios de comunicación en el futuro, y sus resultados se han incorporado a la evaluación de impacto del programa sucesor de Europa Creativa, es decir, AgoraEU.

<u>Capítulo MEDIA</u>

La difusión transfronteriza de películas, series, documentales y otras obras audiovisuales europeas acerca a los europeos al compartir historias europeas impactantes, al tiempo que refuerza a las empresas europeas que compiten con los gigantes mundiales de los medios de comunicación y la tecnología. Sin embargo, es necesario seguir trabajando para atraer a un público transfronterizo más amplio en todas las plataformas, en particular a las generaciones más jóvenes. Además, a pesar de los importantes avances en la mejora de la igualdad de condiciones entre los países del capítulo MEDIA, es necesario seguir trabajando para aumentar la diversidad geográfica y lingüística y ampliar la participación.

El capítulo MEDIA ha evolucionado gracias a un mayor énfasis en la innovación y la colaboración transfronteriza, incluidas las coproducciones y la distribución paneuropea. Esta adaptabilidad es fundamental, ya que responde a las tendencias del mercado y a los nuevos retos, como el crecimiento de la transmisión en directo. Dado que los mercados de los medios de comunicación son globales, innovadores y dinámicos, será importante seguir supervisando las tendencias para

orientar el capítulo MEDIA de manera que se mantenga al día con los avances. En cuanto a los videojuegos, la demanda de apoyo en este sector dinámico y en rápido crecimiento supera con creces las dotaciones presupuestarias actuales. Si bien ya se han introducido ajustes en varias acciones del capítulo MEDIA para reflejar tanto su importancia económica como su atractivo entre los europeos de todas las edades, es necesario seguir reflexionando sobre la mejor manera de reforzar este apoyo en el futuro.

La combinación de subvenciones e instrumentos financieros ha resultado muy útil para el sector, ya que ha permitido satisfacer diferentes necesidades, desde el acceso a la financiación inicial y la cofinanciación hasta los préstamos puente y el capital para proyectos paneuropeos ambiciosos.

Las industrias de contenidos intensivas en propiedad intelectual comparten retos comunes, como atraer a un público más amplio en la era digital y responder a las preferencias cambiantes de los consumidores (especialmente en lo que se refiere a los jóvenes nativos digitales). El éxito y la experiencia de MEDIA a la hora de llegar a un público transfronterizo más amplio mediante coproducciones y la distribución paneuropea, por ejemplo, son muy pertinentes a este respecto.

Dada la magnitud de los retos, el capítulo MEDIA debe ir acompañado de la colaboración con los Estados miembros y con todo el sector audiovisual para aprovechar mejor las sinergias.

Capítulo Cultura

En ambas ediciones del programa, el capítulo Cultura ha ayudado a los SCC a abordar retos clave, como la fragmentación del mercado europeo por motivos nacionales y lingüísticos y las transformaciones derivadas de la doble transición. Sin embargo, en los últimos años se han agudizado algunas necesidades, al tiempo que han surgido otras nuevas, como los ataques a la libertad artística o el auge de la inteligencia artificial. Es necesario responder mejor a ellas, en consonancia con la ambición de la próxima Brújula de la Cultura para Europa.

La demanda de financiación, hasta cuatro veces superior al presupuesto actual disponible para la acción relacionada con proyectos de cooperación, demuestra la gran demanda de los SCC para este capítulo. La financiación es fundamental para que el capítulo siga ayudando a los SCC a desarrollar todo su potencial y proyectarse hacia el futuro, al tiempo que se amplía el acceso a una diversidad de contenidos culturales más allá de las fronteras.

El enfoque sectorial del capítulo abordó retos específicos de determinados sectores, mientras que el enfoque horizontal ofrece más agilidad y margen de maniobra a los operadores culturales y creativos. Es importante mantener una combinación de ambos, para garantizar que el capítulo mantenga un fuerte enfoque estratégico.

Es necesario realizar más esfuerzos para aumentar la visibilidad del capítulo Cultura en los SCC y en los países que no participan suficientemente en él. La divulgación podría mejorarse aún más compartiendo y orientando mejor la información sobre el capítulo a las organizaciones de dichos sectores y países.

Es necesario revisar periódicamente y supervisar de cerca las medidas de simplificación introducidas en EC2. A este respecto, el capítulo Cultura debe seguir centrándose en abordar los retos de accesibilidad y continuar ampliando su alcance a las organizaciones de los SCC que no tienen experiencia previa en el ámbito de la UE.

También se han extraído varias lecciones en lo que respecta al seguimiento periódico, la evaluación y la disponibilidad de datos. La Comisión aplicará medidas concretas para desarrollar un enfoque

más sistemático de la recopilación de datos del capítulo. Entre ellas figura un análisis exhaustivo de los datos actualmente disponibles, con el fin de utilizarlos mejor sin aumentar la carga para los beneficiarios. Paralelamente, se dedicarán esfuerzos y recursos adicionales al desarrollo de herramientas internas de presentación de informes y a la recopilación de datos de los representantes de los SCC.

Capítulo Intersectorial

El apoyo a los medios de comunicación asciende solo a unos 15 millones EUR al año, pero es objeto de una fuerte demanda. Por ejemplo, la acción de asociaciones de periodismo ha recibido un exceso de solicitudes del 700 %. De cara al futuro, el apoyo será crucial, ya que los retos en toda la UE no han dejado de aumentar en ámbitos como la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación, la viabilidad de los medios y la desinformación, lo que repercute de forma negativa en la resiliencia social y la participación democrática.

Las futuras convocatorias del Laboratorio para la innovación creativa deben seguir perfeccionando los criterios para garantizar que los proyectos financiados sean verdaderamente innovadores y contribuyan a la transformación digital a largo plazo de las industrias audiovisuales y otras industrias culturales y creativas. La acción de los laboratorios de innovación creativa también ofrece margen para orientar mejor las sinergias de innovación intersectoriales, que permiten, en particular, el desarrollo y la explotación de la propiedad intelectual intersectorial.