EVROPSKÁ
KOMISE

V Bruselu dne 17.12.2025
COM(2025) 768 final

# ZPRÁVA KOMISE EVROPSKÉMU PARLAMENTU, RADĚ, EVROPSKÉMU HOSPODÁŘSKÉMU A SOCIÁLNÍMU VÝBORU A VÝBORU REGIONŮ

## Dekáda Kreativní Evropy

{SWD(2025) 418 final}

## 1. *Úvod*

Kreativní Evropa je program Evropské unie zaměřený na podporu kulturních, kreativních a audiovizuálních odvětví. Tato zpráva představuje hlavní výsledky závěrečného hodnocení programu Kreativní Evropa 2014–2020 (dále jen „Kreativní Evropa 1“) a hodnocení programu Kreativní Evropa 2021–2027 (dále jen „Kreativní Evropa 2“) v polovině období v souladu s příslušnými ustanoveními obou právních nástrojů[1]. Akce obou běhů programu byly rozděleny do tří složek, aby odpovídaly konkrétním potřebám: složky „MEDIA“ (audiovizuální odvětví a videohry), složky „Kultura“ (všechna ostatní kulturní a kreativní odvětví) a „Meziodvětvové složky“ (včetně zpravodajských médií).

Úloha Evropské unie v oblasti kultury se řídí rámcem subsidiarity podle článku 167 Smlouvy o fungování Evropské unie (SFEU)[2], zatímco úloha EU v oblasti médií se řídí také ustanoveními o vnitřním trhu (článek 26) a konkurenceschopnosti (článek 173) SFEU. Tento rámec je základem pro dvojí cíle programu Kreativní Evropa: zachovávat, rozvíjet a prosazovat evropskou kulturní a jazykovou rozmanitost a evropské dědictví a zvyšovat konkurenceschopnost a hospodářský potenciál kulturních a kreativních odvětví, zejména audiovizuálního odvětví.

Program Kreativní Evropa 2 staví na silných stránkách programu Kreativní Evropa 1 a zároveň přináší inovace. Ty reagovaly především na přechod k digitalizaci, který představuje změnu paradigmatu. Vzhledem k uznání významu kulturních a kreativních odvětví[3] a rozsahu výzev, kterým čelí, byl programu na období financování 2021–2027 přidělen rozpočet ve výši 2,44 miliardy EUR, což představuje 66% nárůst oproti předchozímu období financování. Rozdělení rozpočtu mezi tři složky zůstalo v obou obdobích financování poměrně stabilní: pro složku MEDIA 56 % v prvním běhu a 58 % v druhém běhu, pro složku Kultura 31 % v prvním běhu a 33 % v druhém běhu a pro Meziodvětvovou složku 13 % v prvním běhu a 9 % v druhém běhu. Rozpočet byl plně vyčerpán v obou programových obdobích, včetně období pandemie COVID-19, kdy bylo mnoho míst uzavřeno.

Rozpočet programu Kreativní Evropa je velmi omezený, odpovídá 0,2 % současného rozpočtu EU, přičemž hlavním zdrojem veřejného financování jsou členské státy. Program Kreativní Evropa se však zaměřuje na činnosti, u nichž může zásah EU přinést dodatečnou hodnotu ve srovnání s opatřeními samotných členských států. Zejména se zabývá roztříštěností kulturních, kreativních a mediálních odvětví podle hranic jednotlivých států a jazykových hranic. Financování na vnitrostátní úrovni navíc samo o sobě nestačí k podpoře celkové konkurenceschopnosti a rozmanitosti mediálních, audiovizuálních a dalších kulturních a kreativních odvětví v EU. Program Kreativní Evropa podporuje zejména nadnárodní spolupráci a šíření obsahu v rámci EU prostřednictvím celoevropských aktivit, jako jsou spolupráce, koprodukce a sítě, čímž se zvyšuje hodnota vnitrostátních kulturních statků za hranicemi jednotlivých států. Tento přístup rovněž usnadňuje rovný přístup k mediálnímu a kulturnímu obsahu pro obyvatele EU.

---

[1] Program Kreativní Evropa byl zaveden v roce 2013 nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1295/2013, které začlenilo programy Kultura, MEDIA 2007 a MEDIA Mundus do jediného nástroje financování. V roce 2021 byl zaveden nový program Kreativní Evropa na období 2021–2027 (nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2021/818).

2 SMLOUVA O FUNGOVÁNÍ EVROPSKÉ UNIE (KONSOLIDOVANÉ ZNĚNÍ).

[3] Ekosystém kulturních a kreativních odvětví hraje klíčovou úlohu jako jeden ze čtrnácti klíčových průmyslových ekosystémů, které byly určeny v návaznosti na přijetí sdělení *Nová průmyslová strategie pro Evropu* v roce 2020, COM(2020) 102 final; Brusel, 10.3.2020.

Široká účast členů Evropského sdružení volného obchodu, kteří jsou členy Evropského hospodářského prostoru, kandidátských zemí a potenciálních kandidátů a zemí evropské politiky sousedství je cenným přínosem programu, který posiluje jeho význam a dosah. Přispívá k úsilí EU o kulturní diplomacii vytvářením hmatatelných vazeb s těmito zeměmi. Pro země na cestě k přistoupení k EU je jejich účast v programu Kreativní Evropa pozitivním aspektem ve vztahu ke kapitole 26 *acquis communautaire* v oblasti vzdělávání, kultury a médií. Pokud jde o audiovizuální odvětví, je sladění třetích zemí se směrnicí o audiovizuálních mediálních službách předběžnou podmínkou pro účast ve složce MEDIA a v Meziodvětvové složce, což působí jako pobídka s cílem urychlit sbližování právních předpisů.

*2. Dosažené úspěchy a výzvy*

Složka MEDIA

Složka MEDIA úspěšně přispěla k zachování kulturní rozmanitosti a posílení konkurenceschopnosti. Základní poslání složky MEDIA zůstalo po tři desetiletí jasné: přinášet kvalitní evropské filmy a seriály lidem v celé Evropě. Akce složky MEDIA jsou tak začleněny do celého hodnotového řetězce audiovizuálního odvětví a pomáhají budovat odolný a evropský ekosystém. To je ještě důležitější než dříve, vzhledem k tomu, že audiovizuální odvětví v EU čelí tvrdé konkurenci globálních aktérů, mezi něž patří nejen velká hollywoodská studia, ale stále častěji i největší technologické společnosti na světě.

Složka MEDIA výrazně posílila nadnárodní šíření evropských filmů a seriálů v odvětví, které je značně roztříštěné podle hranic jednotlivých států. Z hodnocení vyplynulo, že filmy a seriály z EU podporované složkou MEDIA[4] mohli v průměru zhlédnout diváci televize v dalších 9,5 země EU, diváci kin v dalších 6,6 země EU a diváci videa na vyžádání v dalších 3,2 země EU oproti srovnatelným dílům z EU, která ze složky MEDIA financována nebyla. Odhaduje se, že jen v rámci předchozího programu přilákaly filmy a seriály z EU podpořené složkou MEDIA nejméně o 241 milionů diváků ze zemí EU mimo jejich domovskou zemi více než filmy a seriály, které podporu složky MEDIA neobdržely.

Podpora evropských kin ze složky MEDIA je další úspěšnou iniciativou v oblasti nadnárodního šíření evropských filmů a seriálů. V letech 2014–2023 se zeměpisné pokrytí sítě Europa Cinemas zvýšilo o 32 % a zahrnulo více než 750 obcí. Do roku 2023 prodala síť téměř 40 % všech vstupenek na zahraniční evropské filmy v EU, což svědčí o významné přidané hodnotě EU.

Financování v rámci složky MEDIA rovněž podpořilo výrobu a případné uvedení vysoce kvalitních audiovizuálních děl. Podpořilo zejména filmy a televizní seriály v pro ně klíčové fázi vývoje. Podíl podpořených titulů, které byly nakonec uvedeny, se odhaduje na 29 % všech filmů a seriálů, jejichž vývoj byl v hodnoceném období podpořen, což je zjevně nad průměrem trhu. To svědčí o pozitivním dopadu financování. Třetina videoher vyvinutých s pomocí financování ze složky MEDIA byla nakonec komercializována, což je známkou úspěchu ve vysoce konkurenčním a dynamickém odvětví.

[4] Včetně akcí programu Kreativní Evropa 1: Vývoj – soubor audiovizuálních projektů; Vývoj – animace; Vývoj – dokumentární pořady; Vývoj – hrané filmy; Podpora televizního vysílání evropských audiovizuálních děl; Podpora mezinárodních koprodukčních fondů; Automatická distribuce; Selektivní distribuce; Obchodní zástupci; a akcí programu Kreativní Evropa 2: Vývoj – soubor audiovizuálních projektů; Vývoj – soubor malých audiovizuálních projektů; Společný vývoj; Televizní a online obsah; Evropská distribuce; Evropští obchodní zástupci; Filmy v pohybu.

Složka MEDIA se zaměřila na evropské přeshraniční koprodukce s cílem dosáhnout většího dopadu na evropské úrovni, a to jak ve fázi vývoje, tak při výrobě pořadů pro televizi a video na vyžádání. Takové koprodukce zvyšují konkurenceschopnost tím, že rozšiřují publikum diváků v zahraničí, přinášejí nové zdroje financování a sdílejí know-how. Podíl podpořených přeshraničních evropských koprodukcí se výrazně zvýšil z 36 % v rámci programu Kreativní Evropa 1 na 84 % v rámci programu Kreativní Evropa 2 (2021–2023), což je výrazně více než odhadovaný průměr trhu pro díla EU nepodporovaná složkou MEDIA (13,7 %).

Filmy, seriály a hry podporované složkou MEDIA se navíc trvale setkávají s příznivou odezvou a uznáním kritiků. V období 2014–2023 obdržela podpořená díla přibližně 1 200 nominací a 500 cen v rámci prestižních mezinárodních festivalů a institucí udělujících ceny. Podporovaná díla získala například 127 cen na festivalu v Cannes, 86 cen na Berlinale a 73 cen udělených v rámci Evropských filmových cen. To svědčí o vysoké kulturní hodnotě a mezinárodním postavení evropských děl podporovaných složkou MEDIA.

Kulturní rozmanitost byla posilována prostřednictvím opatření cílených na země s nižšími audiovizuálními kapacitami, zejména podporou spolupráce. Podíl podpořených děl zahrnujících spolupráci mezi zeměmi s nízkou a vysokou kapacitou se zvýšil z méně než 5 % v rámci programu Kreativní Evropa 1 na přibližně 30 % v rámci programu Kreativní Evropa 2 (2021–2023). Rovněž podíl podpořených děl v méně používaných jazycích se zvýšil z 25 % v rámci programu Kreativní Evropa 1 na 32 % v rámci programu Kreativní Evropa 2 (2021–2023). Přestože bylo dosaženo pokroku, pokud jde o rozšíření účasti na všechny členské státy, podpora se stále soustředí na omezený počet přijímajících zemí.

V širším měřítku složka MEDIA rovněž stimulovala kapitálové investice tím, že poskytla kombinovanou podporu nástroji MediaInvest, který byl zaveden od roku 2021 v rámci programu InvestEU. Tato nová platforma pro kapitálové investice se věnuje evropským audiovizuálním a herním projektům. Smyslem nástroje MediaInvest je více stimulovat soukromé investice, a tím posílit konkurenceschopnost. Cílem je stimulovat v letech 2022–2027 kapitálové investice ve výši až 400 milionů eur. V rámci nástroje MediaInvest již byly podepsány čtyři investiční dohody a nástroj směřuje k dosažení svého cíle. Jedná se rovněž o účinný doplněk úvěrových záruk (viz níže v rámci posouzení meziodvětvových akcí).

Celkově složka MEDIA pomáhá utvářet evropský ekosystém a doplňuje politiky členských států, které se zaměřují na domácí prostředí. Tento efekt však sám o sobě nemůže čelit mocným tržním silám, které transformují odvětví a vyplývají z měnícího se chování spotřebitelů a technologického pokroku.

Složka Kultura

Složka Kultura trvale slouží jako nástroj, který umožňuje organizacím v kulturních a kreativních odvětvích v celé Evropě spolupracovat za hranicemi jednotlivých států, a to způsobem a v otázkách, které nejsou pokryty vnitrostátním financováním. V odvětvích, která čelí výzvám, jako je roztříštěnost trhu a jazyková roztříštěnost, digitální transformace, vysoký podíl velmi malých organizací, omezená mobilita a nejistota zaměstnání, poskytuje složka Kultura platformu pro přeshraniční spolupráci a umožňuje aktérům zapojit se do společné tvorby a výměny, které na vnitrostátní úrovni nejsou v tomto měřítku obecně podporovány. Kromě toho tato složka podporuje úsilí EU prostřednictvím průřezových prvků sociálního začleňování a genderové rovnosti, udržitelnosti a přispívá k diplomatickému úsilí EU v oblasti kultury.

V rámci programu Kreativní Evropa 1 byla usnadněna realizace více než 1 200 nadnárodních projektů, kdy vzniklo více než 7 500 kulturních aktivit, které podpořily více než 22 000 profesionálů při internacionalizaci jejich kariéry a získávání zkušeností v jiných zemích. V letech 2021 až 2023 v rámci programu Kreativní Evropa 2 složka Kultura podpořila 630 projektů, které poskytly 294 milionů EUR více než 2 000 organizací ve 39 zemích. Umožnila překlad více než 1 500 knih, čímž podpořila jazykovou rozmanitost a přístup k literatuře psané méně užívanými jazyky. Iniciativa Kultura hýbe Evropou nabídla více než 3 800 nových umělců příležitosti k mobilitě a představení se, které jim umožnily navázat nová, (často) udržitelná mezinárodní partnerství. Kromě toho tato složka podporovala iniciativy, jako jsou sítě kulturních organizací, platformy podporující mladé umělecké talenty, orchestry a kulturní ceny.

Díky rozvoji dovedností profesionálů v oblasti kulturních a kreativních odvětví, jakož i díky zjištění, že osm z deseti spoluprací pokračovalo i po ukončení projektu, přispívá tato složka k rozvoji trvalých partnerství a evropského kulturního prostoru.

Význam této složky se projevil zejména během krizí, kterým jsme čelili v období 2014–2023. Ačkoli pandemie COVID-19 představovala pro kulturní a kreativní odvětví existenční hrozbu, program reagoval pružně a navrhl inovativní nástroje, jako je Culture Unite, nebo přizpůsobil svou finanční podporu na pomoc kulturním a kreativním odvětvím. Podobně v reakci na ruskou útočnou válku proti Ukrajině připravila tato složka výzvu ve výši 5 milionů EUR na podporu ukrajinských kulturních a kreativních odvětví.

Je však třeba poznamenat, že některá odvětví nejsou v horizontálních akcích této složky dodnes dostatečně zastoupena, například módní návrhářství a design.

Program se opírá o zásadu excelence bez předem stanoveného rozpočtu pro každou zúčastněnou zemi. Finanční prostředky jsou totiž přidělovány na základě kvality projektů, a nikoli v závislosti na zemi původu organizací. Přidělování finančních prostředků prostřednictvím grantů je proto ovlivněno několika faktory. Například země se silně etablovanými kulturními a kreativními odvětvími nebo země, které fungují jako regionální centra, obvykle získávají významnější podíl finančních prostředků (například Francie, Itálie, Německo a Belgie). V rámci programu Kreativní Evropa 2 začaly hrát v programu významnější roli i země jako například Chorvatsko, Slovinsko a Srbsko. Stále je však třeba vyvíjet úsilí, aby byly osloveny i země, které nejsou do programu Kreativní Evropa zapojeny dostatečně.

Přetrvává mezera mezi poptávkou po financování a jeho dostupností[5]. V posledních letech proto byly provedeny úpravy s cílem zvýšit dostupnost a vyvážit financování napříč různými rozsahy projektů, a to omezením počtu projektů, kterých se může účastnit stejná organizace v rámci jedné výzvy, a také vyhlašováním rozsáhlých projektů spolupráce jednou za dva roky namísto každoročního vyhlašování.

Meziodvětvová složka

Podpora zpravodajských médií byla zahájena v roce 2021 a byly financovány vysoce kvalitní projekty zaměřené na klíčové strukturální a technologické změny a na podporu nezávislosti a plurality médií, jakož i mediální gramotnosti. Příjmy zpravodajských médií prudce klesají, protože se reklama přesunula na globální online platformy, zatímco nástroj pro sledování plurality

[5] Tato mezera je zvláště palčivá v případě projektů evropské spolupráce, které jsou největší akcí v rámci této složky, kde se akce potýká se značným a rostoucím převisem žádostí. Počet podaných žádostí se zvýšil ze 463 v roce 2021 na 831 v roce 2023 a vzhledem ke stabilnímu rozpočtu klesla úspěšnost z 27 % v roce 2021 na 17 % v roce 2023. Trend převisu žádostí u každé výzvy k předkládání projektů spolupráce pokračoval i v letech následujících po roce 2023.

sdělovacích prostředků[6] ukazuje, že ve všech členských státech existují rizika pro pluralitu médií a redakční nezávislost. Jen málo členských států věnuje významné finanční prostředky na podporu bezpečnosti novinářů nebo odolnosti a inovací v médiích.

Program Creative Innovation Lab poskytl počáteční financování spolupráce mezi audiovizuálním odvětvím a dalšími kulturními a kreativními odvětvími. Po počátečních obtížích při získávání relevantních návrhů postupně přináší přidanou hodnotu tím, že financuje multidisciplinární projekty, které se zabývají společnými výzvami, zejména oslovením širšího publika a zpeněžením prostřednictvím využití digitálních aplikací, jako je umělá inteligence a blockchain. Navzdory tomu zůstávají inovace pro kulturní a kreativní odvětví v EU nelehkou výzvou. Pouze 30 % společností v EU v oblasti kulturních a kreativních odvětví přijalo strategii digitální transformace a investice do umělé inteligence představují méně než 1 % jejich celkových investic. Hodnocení rovněž poukázalo na to, že využívání téhož duševního vlastnictví napříč médii má pozitivní dopad na popularitu zahrnutých děl a na konkurenceschopnost. V tomto ohledu jsou synergie výraznější mezi audiovizuálním odvětvím a ostatními mediálními odvětvími náročnými na autorská práva (hudba a vydavatelské činnosti). Tato odvětví čelí do jisté míry společným výzvám a příležitostem v oblasti konkurenceschopnosti a digitální transformace v době, kdy velké platformy mimo EU mají větší kontrolu nad tím, jakému obsahu lidé věnují svůj čas.

Pokud jde o finanční nástroje, velmi účinně přispěl první Záruční nástroj pro kulturní a kreativní odvětví. Díky účinné spolupráci mezi Komisí a Evropským investičním fondem se podařilo dosáhnout silné tržní odezvy v odvětvích, která byla dříve vnímána jako vysoce riziková vzhledem k nehmotné povaze aktiv společností, obtížím s hotovostními toky a nedostatku spolehlivých ekonomických údajů. Byly využity úvěry v hodnotě více než 1,8 miliardy EUR, což značně překročilo původní cíl 600 milionů EUR. Mezera v dluhovém financování, která se odhaduje na 837 milionů EUR až 2,07 miliardy EUR ročně, se tak snížila o 15–30 %. Na audiovizuální a multimediální odvětví připadalo 44 % úvěrů, prospěch z úvěrů však mělo i několik dalších odvětví včetně hudby, scénických umění a videoher. Záruční nástroj pro kulturní a kreativní odvětví byl následně od roku 2021 začleněn do programu InvestEU.

Velký význam pro propagaci programu a podporu potenciálních žadatelů, zejména mikroorganizací s omezenými kapacitami, měly kanceláře programu Kreativní Evropa zřízené ve všech zúčastněných zemích.

*3. Správní efektivnost*

Evropská výkonná agentura pro vzdělávání a kulturu, která realizovala většinu programu Kreativní Evropa, zajišťovala efektivní centralizované provádění výzev a správu grantů. Celkově byly náklady na správu v poměru k celkovému rozpočtu předchozího programu výrazně pod očekávanou referenční úrovní a v rámci současného programu se dále snížily. Ze 7,74 % celkového rozpočtu v roce 2014 se snížily na 6,74 % v roce 2023. Správní náklady se zvýšily méně než provozní rozpočet, což svědčí o tom, že bylo dosaženo úspor díky efektivitě.

Byla přijata řada opatření (jednorázové částky, vyšší stropy spolufinancování, víceleté dohody) s cílem zjednodušit postupy a snížit zátěž žadatelů při podávání žádostí. Zpětná vazba od příjemců naznačuje, že se správní zátěž v rámci současného programu snížila, přičemž 73 % účastníků z

[6] Centrum pro pluralitu a svobodu sdělovacích prostředků (2025), nástroj pro sledování plurality sdělovacích prostředků.

programu Kreativní Evropa 1 považovalo náklady na podání žádosti za vysoké; toto číslo v programu Kreativní Evropa 2 kleslo na 66 %.

*4. Výhled do budoucnosti*

Hodnocení přineslo cenné poznatky pro koncipování a provádění financování kultury a médií na úrovni EU a jeho výsledky budou využity při posuzování dopadů následníka programu Kreativní Evropa, tj. programu AgoraEU.

Složka MEDIA

Šíření evropských filmů, seriálů, dokumentárních pořadů a dalších audiovizuálních děl přes hranice jednotlivých států sbližuje Evropany prostřednictvím sdílení silných evropských příběhů a zároveň posiluje evropské společnosti, které konkurují globálním mediálním a technologickým gigantům. Je však třeba vyvinout další úsilí, aby se na všech platformách podařilo přilákat širší přeshraniční publikum, zejména mladší generace. Navzdory významnému pokroku v zajišťování rovných podmínek zemí zapojených do složky MEDIA je navíc třeba neustále usilovat o zvyšování zeměpisné a jazykové rozmanitosti a rozšiřování účasti.

Složka MEDIA se vyvíjí díky většímu zaměření na inovace a přeshraniční spolupráci, včetně koprodukcí a celoevropské distribuce. Tato přizpůsobivost je klíčová, protože reaguje na tržní trendy a nové výzvy, jako je například nárůst streamingu. Vzhledem k tomu, že jsou mediální trhy globální, inovativní a dynamické, bude důležité i nadále sledovat trendy a řídit složku MEDIA tak, aby držela krok s vývojem. Pokud jde o videohry, poptávka po podpoře v tomto dynamickém a rychle se rozvíjejícím odvětví značně převyšuje současné rozpočtové krytí. Přestože již byly provedeny úpravy v několika akcích složky MEDIA s cílem zohlednit hospodářský význam odvětví videoher i jeho přitažlivost pro Evropany všech věkových kategorií, je třeba dále uvažovat o tom, jak tuto podporu v budoucnu co nejlépe posílit.

Kombinace grantového financování a finančních nástrojů se v tomto odvětví osvědčila, protože uspokojuje různé potřeby, od přístupu k počátečnímu financování a spolufinancování až po překlenovací úvěry a vlastní kapitál pro ambiciózní celoevropské fondy fondů.

Odvětví náročná na obsah duševního vlastnictví sdílejí společné výzvy, například přilákat širší publikum v digitálním věku a reagovat na měnící se preference spotřebitelů (zejména pokud jde o mladé lidi z digitální generace). V tomto ohledu je velmi důležitý úspěch složky MEDIA a zkušenosti s ní při oslovování širšího přeshraničního publika například prostřednictvím koprodukcí a celoevropské distribuce.

Vzhledem k rozsahu výzev musí složku MEDIA doprovázet spolupráce s členskými státy a celým audiovizuálním odvětvím, aby se lépe využily synergie.

Složka Kultura

V obou bězích programu pomohla složka Kultura kulturním a kreativním odvětvím řešit klíčové výzvy, jako je roztříštěnost evropského trhu podle hranic jednotlivých států a jazykových hranic a změny vyplývající z dvojí transformace. Některé potřeby se však v posledních letech staly palčivějšími a objevily se nové, například útoky na uměleckou svobodu nebo nástup umělé inteligence. Na ně je třeba lépe reagovat v souladu s ambicemi připravovaného Kulturního kompasu pro Evropu.

Poptávka po financování, která až čtyřikrát převyšuje současný dostupný rozpočet na akci pro projekty spolupráce, ukazuje na vysoký zájem kulturních a kreativních odvětví o tuto složku. Financování má zásadní význam pro to, aby tato složka mohla i nadále pomáhat kulturním a kreativním odvětvím plně rozvíjet svůj potenciál a vizualizovat svou budoucnost a zároveň rozšířit přeshraniční přístup k rozmanitému kulturnímu obsahu.

Odvětvový přístup složky se zabýval výzvami specifickými pro určitá odvětví, zatímco horizontální přístup nabízí kulturním a kreativním subjektům větší pružnost a volnost. Je důležité zachovat kombinaci obojího, aby si tato složka i nadále zachovala silné zaměření politiky.

Je zapotřebí dalšího úsilí o zviditelnění složky Kultura v kulturních a kreativních odvětvích a zemích, jež do ní nejsou dostatečně zapojeny. Dosah by se mohl dále zlepšit sdílením a lepším zacílením informací o této složce na organizace v těchto odvětvích a zemích.

Zjednodušující opatření zavedená v programu Kreativní Evropa 2 je třeba pravidelně přezkoumávat a pečlivě sledovat. V tomto ohledu by se složka Kultura měla i nadále zaměřovat na řešení problémů s přístupností a nadále rozšiřovat svůj dosah na organizace v kulturním a kreativním odvětví, které nemají předchozí zkušenosti s činností na úrovni EU.

Vyplynulo také několik poznatků týkajících se pravidelného monitorování, hodnocení a dostupnosti údajů. Komise zavede konkrétní opatření k rozvoji systematičtějšího přístupu ke sběru údajů v rámci této složky. Patří mezi ně důkladná analýza údajů, které jsou v současné době k dispozici, s cílem lépe je využít, aniž by se zvýšila zátěž příjemců. Současně bude vynaloženo úsilí a dodatečné zdroje na další rozvoj interních nástrojů pro vykazování a sběr údajů od zástupců kulturních a kreativních odvětví.

Meziodvětvová složka

Podpora zpravodajských médií činí pouze asi 15 milionů EUR ročně, přesto je po ní velká poptávka. Například u akce partnerství v oblasti žurnalistiky byl zaznamenán převis o 700 %. Podpora do budoucna bude mít zásadní význam, protože v EU stále narůstají výzvy v oblastech, jako je svoboda a pluralita médií, životaschopnost médií a dezinformace, což má negativní dopad na společenskou odolnost a demokratickou účast.

V budoucích výzvách programu Creative Innovation Lab je třeba pokračovat v upřesňování kritérií, aby bylo zajištěno, že financované projekty budou skutečně inovativní a přispějí k dlouhodobé digitální transformaci audiovizuálního odvětví a dalších kulturních a kreativních odvětví. U akce Creative Innovation Lab existuje také prostor pro lepší zacílení na meziodvětvové inovační synergie, které umožňují zejména rozvoj a využívání meziodvětvového duševního vlastnictví.