EUROPEISKA
KOMMISSIONEN

Bryssel den 17.12.2025
COM(2025) 768 final

# RAPPORT FRÅN KOMMISSIONEN TILL EUROPAPARLAMENTET, RÅDET, EUROPEISKA EKONOMISKA OCH SOCIALA KOMMITTÉN SAMT REGIONKOMMITTÉN

## Ett årtionde av Kreativa Europa

{SWD(2025) 418 final}

## *1. Inledning*

Kreativa Europa är EU:s program för att stödja de kulturella, kreativa och audiovisuella sektorerna. I denna rapport presenteras de viktigaste resultaten av den slutliga utvärderingen av programmet Kreativa Europa 2014–2020 (*Kreativa Europa 1*) och halvtidsutvärderingen av programmet Kreativa Europa 2021–2027 (*Kreativa Europa 2*) i enlighet med de relevanta bestämmelserna i de två rättsliga instrumenten[1]. Åtgärderna i båda omgångarna av programmet har delats in i tre områden för att tillgodose specifika behov: programområdet Media (audiovisuella medier och videospel), programområdet Kultur (alla andra kulturella och kreativa sektorer) och Det sektorsövergripande programområdet (inbegripet nyhetsmedier).

Europeiska unionens roll på kulturområdet styrs av subsidiaritetsprincipen i enlighet med artikel 167 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt (*EUF-fördraget*)[2], medan EU:s roll i fråga om medier också styrs av bestämmelserna om den inre marknaden (artikel 26) och konkurrenskraft (artikel 173) i EUF-fördraget. Denna ram utgör grunden för de dubbla målen med Kreativa Europa: som å ena sidan är att skydda, utveckla och främja den europeiska kulturella och språkliga mångfalden och det europeiska kulturarvet och å andra sida är att öka de kulturella och kreativa sektorernas konkurrenskraft och ekonomiska potential, inom särskilt den audiovisuella sektorn.

Kreativa Europa 2 bygger vidare på styrkorna i Kreativa Europa 1 samtidigt som det introducerar innovationer. Dessa innovationer var främst ett svar på den digitala övergången som utgör ett paradigmskifte. Med erkännande av de kulturella och kreativa sektorernas[3] betydelse och omfattningen av de utmaningar de står inför tilldelades programmet en budget på 2,44 miljarder euro för finansieringsperioden 2021–2027, vilket motsvarar en ökning med 66 % jämfört med den föregående finansieringsperioden. Budgetfördelningen mellan de tre programområdena förblev relativt stabil under båda finansieringsperioderna: 56–58 % för Media, 31 –33 % för Kultur och 13 –9 % för Det sektorsövergripande programområdet. Budgeten har genomförts fullt ut under båda programperioderna, också under covidpandemin när många kulturanläggningar var stängda.

Budgeten för Kreativa Europa är mycket begränsad, motsvarande 0,2 % av den nuvarande EU-budgeten, och medlemsstaterna är den främsta källan till offentlig finansiering. Kreativa Europa är dock inriktat på verksamhet där EU-insatser kan tillföra ett mervärde jämfört med de åtgärder som vidtas av medlemsstaterna själva. Programmet behandlar i synnerhet fragmenteringen av de kulturella, kreativa och medierelaterade sektorerna längs nationella och språkliga gränser. Dessutom är finansiering på endast nationell nivå inte tillräckligt för att stödja den övergripande konkurrenskraften och mångfalden inom EU:s medie- och audiovisuella sektorer och andra kulturella och kreativa sektorer. Kreativa Europa stöder i synnerhet transnationellt samarbete och spridning av innehåll i hela EU, genom alleuropeisk verksamhet såsom samarbeten, samproduktioner och nätverk, och utnyttjar därigenom värdet av nationella kulturtillgångar bortom

[1] Kreativa Europa inrättades 2013 genom Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 1295/2013 som integrerar programmen Kultur, Media 2007 och Media Mundus i ett enda finansieringsinstrument. Under 2021 inrättades ett nytt Kreativa Europa för perioden 2021–2027 (Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2021/818).

2 Konsoliderad version av fördraget om Europeiska unionens funktionssätt.

[3] De kulturella och kreativa näringarnas ekosystem spelar en central roll som ett av 14 viktiga industriella ekosystem som identifierades efter antagandet av 2020 års meddelande *En ny industristrategi för EU*, COM(2020) 102 final. Bryssel den 10.3.2020.

de nationella gränserna. Denna strategi underlättar också lika tillgång till medier och kulturinnehåll för EU:s invånare.

Det breda deltagandet av medlemmar i Europeiska frihandelssammanslutningen som är medlemmar i Europeiska ekonomiska samarbetsområdet, kandidatländer och potentiella kandidatländer samt länder som omfattas av den europeiska grannskapspolitiken utgör en värdefull tillgång för programmet och stärker dess relevans och inverkan. Det bidrar till EU:s insatser för kulturdiplomati genom att skapa konkreta band med dessa länder. För länder som är på väg att ansluta sig till EU är deras deltagande i Kreativa Europa en positiv aspekt i förhållande till kapitel 26 i unionens regelverk om utbildning, kultur och medier. När det gäller den audiovisuella sektorn är tredjeländers anpassning till direktivet om audiovisuella medietjänster ett förhandsvillkor för deltagande i programområdet Media och Det sektorsövergripande programområdet och fungerar därmed som ett incitament för att påskynda lagstiftningskonvergensen.

*2. Resultat och utmaningar*

Programområdet Media

Media har framgångsrikt bidragit till att skydda den kulturella mångfalden och stärka konkurrenskraften. Under tre decennier har Medias huvuduppdrag förblivit tydligt: att tillhandahålla invånarna i hela EU med europeiska filmer och serier av hög kvalitet. Media-åtgärderna är således nu en integrerad del av den audiovisuella industrins värdekedja och bidrar till att bygga ett motståndskraftigt och europeiskt ekosystem. Detta är desto viktigare med tanke på den hårda konkurrens med globala aktörer som EU:s audiovisuella sektor står inför, inte bara från stora Hollywood-studior, utan i allt högre grad från världens största teknikföretag.

Media har i synnerhet stärkt den transnationella spridningen av europeiska filmer och serier, i en sektor som är mycket fragmenterad längs de nationella gränserna. Utvärderingen visade att EU-filmer och EU-serier som fick stöd från Media[4] i genomsnitt kunde ses av publik i 9,5 gånger fler EU-länder på TV, 6,6 gånger fler EU-länder på bio respektive och 3,2 gånger fler EU-länder på beställvideo än vad som var fallet för jämförbara EU-verk som inte fick finansiering från Media. Det uppskattas att bara inom ramen för det tidigare programmet lockade EU-filmer och EU-serier som fick stöd från Media minst 241 miljoner fler tittare i EU-länder utanför deras ursprungsland jämfört med filmer och serier som inte fick stöd från Media.

Medias stöd till europeiska biografer är ett annat framgångsrikt initiativ när det gäller transnationell spridning av europeiska filmer och serier. Mellan 2014 och 2023 ökade Europa Cinemas-nätverket sin geografiska täckning med 32 % till över 750 kommuner. Det sålde nästan 40 % av alla biljetter till icke-nationella europeiska filmer i EU senast 2023, vilket visar på ett betydande EU-mervärde.

Media-finansiering har också förbättrat produktionen och den slutliga utgivningen av högkvalitativa audiovisuella verk. Framför allt har Media gett stöd till filmer och TV-serier i deras avgörande utvecklingsfas. Andelen titlar som fått stöd och som till slut ges ut uppskattas vara 29 % av alla filmer och serier som ges stöd för utveckling under utvärderingsperioden, vilket

[4] Inbegripet åtgärder inom Kreativa Europa 1: projektpaketet utveckling, utveckling-animation, utveckling-dokumentärer, utveckling-fiktion, stöd till TV-sändning av europeiska audiovisuella verk, stöd till internationella samproduktionsfonder, automatisk spridning, selektiv spridning, försäljningsagenter, och åtgärder inom Kreativa Europa 2: projektpaketet utveckling, litet projektpaket utveckling, samutveckling, TV- och onlineinnehåll, europeisk spridning, europeiska försäljningsagenter, Films on the Move.

uppenbarligen är över marknadsgenomsnittet. Detta indikerar att finansieringen har en positiv inverkan. En tredjedel av de videospel som utvecklades med hjälp av finansiering från Media blev till slut kommersialiserade, vilket är ett framgångstecken i en mycket konkurrenskraftig och dynamisk sektor.

Media har fokuserat på europeiska gränsöverskridande samproduktioner för att uppnå större effekt på EU-nivå, både i utvecklingsskedet och i produktionen av program för tv och beställvideo. Sådana samproduktioner ökar konkurrenskraften genom att öka publiken utomlands, skapa nya finansieringskällor och dela med sig av know-how. Andelen gränsöverskridande europeiska samproduktioner som får stöd har ökat avsevärt från 36 % under Kreativa Europa 1 till 84 % under Kreativa Europa 2 (2021–2023), vilket är betydligt högre än det uppskattade marknadsgenomsnittet för EU-verk som inte får stöd från Media (13,7 %).

Dessutom har Media-stödda filmer, serier och spel genomgående fått erkännande och uppskattning från kritiker. Under perioden 2014–2023 mottog verk som fått stöd omkring 1 200 nomineringar och 500 utmärkelser från prestigefyllda internationella festivaler och prisutdelningsorgan. Verk som fått stöd har till exempel fått 127 utmärkelser i Cannes, 86 utmärkelser vid Berlinale och 73 utmärkelser vid European Film Awards. Detta återspeglar det stora kulturella värdet av och den internationella ställningen för de europeiska verk som stöds av Media.

Den kulturella mångfalden har stärkts genom åtgärder som riktar sig till länder med lägre audiovisuell kapacitet, särskilt genom att främja samarbete. Andelen verk som får stöd och som inbegriper samarbeten mellan länder med låg kapacitet och länder med hög kapacitet har ökat från mindre än 5 % under Kreativa Europa 1 till omkring 30 % under Kreativa Europa 2 (2021–2023). Andelen stödda verk på mindre använda språk ökade också från 25 % under Kreativa Europa 1 till 32 % under Kreativa Europa 2 (2021–2023). Även om framsteg har gjorts när det gäller att bredda alla medlemsstaters deltagande är stödet fortfarande koncentrerat till ett begränsat antal mottagarländer.

Mer allmänt har Media också mobiliserat kapitalinvesteringar genom att tillhandahålla blandat stöd till MediaInvest, som infördes 2021 inom ramen för InvestEU. Denna nya plattform för kapitalinvesteringar är avsedd för europeiska audiovisuella projekt och spelprojekt. Syftet med MediaInvest är att stimulera till fler privata investeringar och därmed stärka konkurrenskraften. Målet är att mobilisera upp till 400 miljoner euro i kapitalinvesteringar under perioden 2022–2027. Fyra investeringsavtal har redan undertecknats inom ramen för MediaInvest, och det är på god väg att nå sitt mål. Detta är också ett effektivt komplement till lånegarantier (se nedan under bedömningen av sektorsövergripande åtgärder).

På det hela taget har Media bidragit till att forma ett europeiskt ekosystem och kompletterar medlemsstaternas politik som har ett nationellt fokus. Denna effekt kan dock inte i sig motverka kraftfulla marknadskrafter som förändrar sektorn och uppstår till följd av förändrade konsumentbeteenden och tekniska framsteg.

Programområdet Kultur

Programområdet Kultur har ständigt tjänat som ett instrument för att ge organisationer i de kulturella och kreativa sektorerna i hela Europa möjlighet att samarbeta utanför de nationella gränserna, och detta sker på ett sätt och i frågor som inte omfattas av nationell finansiering. I sektorer som står inför utmaningar såsom marknadsfragmentering och språklig fragmentering, digitala omställningar, en stor andel mycket små organisationer, begränsad rörlighet och otrygga

anställningar utgör programområdet Kultur en plattform för gränsöverskridande samarbete som gör det möjligt för aktörer att delta i gemensamt skapande och utbyten som i allmänhet inte stöds i denna skala på nationell nivå. Programområdet stöder dessutom EU:s insatser genom sitt övergripande inslag av social inkludering och jämställdhet och hållbarhet och bidrar till EU:s diplomatiska insatser på kulturområdet.

Inom ramen för Kreativa Europa 1 och genom det här programområdet främjades över 1 200 transnationella projekt och skapade över 7 500 kulturaktiviteter för att stödja mer än 22 000 yrkesverksamma i att internationalisera sina karriärer och få erfarenhet i andra länder. Inom ramen för Kreativa Europa 2 under perioden 2021–2023 stödde programområdet Kultur 630 projekt, som kanaliserade 294 miljoner euro till över 2 000 organisationer i 39 länder. Det underlättade översättningen av över 1 500 böcker, vilket stärkte den språkliga mångfalden och tillgången till litteratur på mindre använda språk. Culture Moves Europe erbjöd över 3 800 nya konstnärer möjligheter till rörlighet och exponering, vilket gjorde det möjligt för dem att skapa nya (ofta) hållbara internationella partnerskap. Programområdet har dessutom stött initiativ såsom nätverk av kulturorganisationer, plattformar som stöder unga konstnärliga talanger, orkestrar och kulturpriser.

Genom att utveckla kompetensen hos yrkesverksamma inom de kulturella och kreativa sektorerna, liksom bevisen på att åtta av tio samarbeten fortsatte efter slutförandet av ett projekt, bidrar programområdet till att utveckla varaktiga partnerskap och ett europeiskt kulturområde.

Programområdets relevans har blivit särskilt tydlig under de kriser som rådde under perioden 2014–2023. Covid-19 utgjorde ett existentiellt hot mot de kulturella och kreativa sektorerna, men programmet reagerade på ett flexibelt sätt genom att utforma innovativa instrument såsom Culture Unite eller genom att anpassa sitt ekonomiska stöd till de kulturella och kreativa sektorerna. På ett liknande sätt utvecklade programområdet, som svar på Rysslands anfallskrig mot Ukraina, en ansökningsomgång på fem miljoner euro till stöd för de kulturella och kreativa sektorerna i Ukraina.

Det måste dock noteras att vissa sektorer än i dag inte är tillräckligt representerade i programområdets horisontella åtgärder, såsom mode och design.

Programmet bygger på principen om spetskompetens utan på förhand fastställda budgetanslag per deltagande land. Medlen fördelas också på grundval av projektens kvalitet och inte beroende på organisationernas ursprungsland. Till följd av detta påverkas tilldelningen av medel via bidrag av flera faktorer. Till exempel tenderar länder som har starkt etablerade kulturella och kreativa sektorer och/eller som fungerar som regionala nav att få en större andel av medlen (t.ex. Frankrike, Italien, Tyskland och Belgien). Under Kreativa Europa 2 har dock vissa länder såsom Kroatien, Slovenien och Serbien börjat spela en mer framträdande roll i programmet. Det krävs dock fortfarande vissa insatser för att nå ut till länder som inte har ett tillräckligt stort deltagande i Kreativa Europa.

Det finns en bestående klyfta mellan efterfrågan och tillgänglig finansiering[5]. För att ta itu med detta har justeringar gjorts under de senaste åren för att öka tillgängligheten och balansen mellan projekt i olika skalor. Genom att begränsa antalet projekt som samma organisation kan ingå i under

[5] Denna klyfta är särskilt påtaglig i de europeiska samarbetsprojekten, programområdets största åtgärd, där åtgärden står inför en massiv och ökande överteckning. Den gick från att ta emot 463 inlagor 2021 till 831 inlagor 2023 och på grund av en stabil budget minskade dess andel godkända förslag från 27 % år 2021 till 17 % år 2023. Tendensen av överteckning för varje ansökningsomgång för samarbetsprojekt fortsatte under åren efter 2023.

samma ansökningsomgång, liksom offentliggörande av storskaliga samarbetsprojekt vartannat år i stället för varje år.

Det sektorsövergripande programområdet

Stöd till nyhetsmedier lanserades 2021 och högkvalitativa projekt har finansierats för att hantera viktiga strukturella och tekniska förändringar och främja mediernas oberoende och mångfald samt mediekunnigheten. Intäkterna från nyhetsmedier minskar kraftigt då reklam har övergått till globala onlineplattformar, medan övervakningsverktyget för mediepluralism[6] visar på risker för mediepluralism och redaktionellt oberoende i medlemsstaterna. Få medlemsstater ägnar betydande finansiella resurser åt att stödja journalisters säkerhet eller mediekanalers motståndskraft och innovation.

Kreativa innovationslaboratoriet har tillhandahållit såddfinansiering för samarbete mellan audiovisuella och andra kulturella och kreativa sektorer. Efter inledande svårigheter med att attrahera relevanta förslag har det gradvis tillfört mervärde genom att finansiera tvärvetenskapliga projekt som hanterar gemensamma utmaningar, i synnerhet att nå en bredare publik och monetarisering, genom att utnyttja digitala tillämpningar såsom artificiell intelligens och blockkedjor. Trots detta förblir innovation en enorm utmaning för de kulturella och kreativa sektorerna i EU. Endast 30 % av företagen i EU har antagit en strategi för digital omställning och investeringar i AI utgör mindre än 1 % av deras totala investeringar. I utvärderingen påpekades också att transmedial användning av samma immateriella rättigheter har en positiv inverkan på popularitet hos de verk som omfattas och på konkurrenskraften. I detta avseende är synergieffekterna tydligare mellan audiovisuella och andra upphovsrättsintensiva mediesektorer (musik och förlag). De står i viss mån inför gemensamma utmaningar och möjligheter till konkurrenskraft och digital omvandling, vid en tidpunkt då stora plattformar utanför EU har allt större kontroll över vilket innehåll människor använder sin tid på.

När det gäller finansieringsinstrumenten bidrog den första lånegarantin för de kulturella och kreativa sektorerna på ett mycket effektivt sätt. Genom ett effektivt samarbete mellan kommissionen och Europeiska investeringsfonden utvecklades ett starkt gensvar från marknaden inom sektorer som tidigare uppfattades som högriskområden på grund av att företagens tillgångar är immateriella, likviditetsproblem och brist på tillförlitliga ekonomiska uppgifter. Mer än 1,8 miljarder euro i lån utnyttjades, vilket avsevärt överskred det ursprungliga målet på 600 miljoner euro. Därmed minskade underskottet i skuldfinansieringen, som uppskattades till att ligga mellan 837 miljoner och 2,07 miljarder euro per år, med 15–30 %. Den audiovisuella sektorn och multimediasektorn stod för 44 % av lånen, men flera andra sektorer, däribland musik, scenkonst och videospel, gynnades också. Lånegarantin för de kulturella och kreativa sektorerna integrerades därefter i InvestEU från och med 2021.

De kontaktkontor för Kreativa Europa som inrättats i alla deltagande länder har haft stor betydelse för att främja programmet och stödja potentiella sökande, i synnerhet mikroorganisationer med begränsad kapacitet.

### *3. Administrativ effektivitet*

Europeiska genomförandeorganet för utbildning och kultur, som genomförde huvuddelen av Kreativa Europa, tillhandahöll ett effektivt centraliserat genomförande av ansökningsomgångar

[6] Centrumet för mediernas frihet och mångfald (2025), övervakningsverktyget för mediepluralism.

och förvaltning av bidrag. Sammantaget låg de administrativa kostnaderna i förhållande till den totala budgeten för det föregående programmet långt under de förväntade riktmärkena och de har minskats ytterligare under det nuvarande programmet. De gick från 7,74 % av den totala budgeten 2014 till 6,74 % år 2023. De administrativa kostnaderna har vuxit mindre än driftsbudgeten, vilket tyder på att effektivitetsbesparingar har uppnåtts.

Flera åtgärder (engångsbelopp, högre tak för samfinansiering, fleråriga avtal) vidtogs för att förenkla förfarandena och minska ansökningsbördan för de sökande. Återkoppling från stödmottagarna låter förstå att den administrativa bördan har minskat under det nuvarande programmet – 73 % av deltagarna i Kreativa Europa 1 ansåg att ansökningskostnaderna var höga, andelen minskade till 66 % under Kreativa Europa 2.

*4. Med blicken mot framtiden*

Utvärderingen har gett värdefulla lärdomar för utformning och genomförande av framtida finansiering av kultur och medier på EU-nivå, och dess resultat har använts i konsekvensbedömningen av Kreativa Europas efterföljande program, det vill säga AgoraEU.

Programområdet Media

Att sprida europeiska filmer, serier, dokumentärer och andra audiovisuella verk över nationsgränserna för européerna närmare varandra genom att de delar kraftfulla europeiska berättelser, samtidigt som det stärker europeiska företag som konkurrerar med globala medier och teknikjättar. Det krävs dock ytterligare insatser för att locka en bredare gränsöverskridande publik på alla plattformar, i synnerhet de yngre generationerna. Trots en betydande utveckling när det gäller att skapa mer likvärdiga villkor mellan Media-länderna krävs dessutom fortsatta insatser för att öka den geografiska och språkliga mångfalden och bredda deltagandet.

Media har utvecklats genom ett skärpt fokus på innovation och gränsöverskridande samarbete, inklusive samproduktioner och alleuropeisk spridning. Denna anpassningsbarhet är avgörande, eftersom den svarar mot marknadstendenser och nya utmaningar, såsom framväxten av direktuppspelning. Eftersom mediemarknaderna är globala, innovativa och dynamiska är det viktigt att fortsätta att övervaka trenderna för att styra Media till att hålla jämna steg med utvecklingen. Vad gäller videospel överskrider efterfrågan på stöd inom denna dynamiska och snabbt växande sektor i hög grad de nuvarande budgetanslagen. Även om det redan har gjorts justeringar i flera Media-åtgärder för att spegla både dess ekonomiska betydelse och attraktionskraft bland européer i alla åldrar, behövs det ytterligare eftertanke om hur detta stöd på bästa sätt kan stärkas i framtiden.

Kombinationen av bidragsfinansiering och finansieringsinstrument har tjänat industrin väl genom att tillgodose olika behov, från tillgång till såddfinansiering och samfinansiering till bryggfinansiering och kapital för ambitiösa alleuropeiska projekt.

Immaterialrättsintensiva innehållsindustrier delar gemensamma utmaningar, till exempel att locka en bredare publik i den digitala tidsåldern och att reagera på konsumenternas föränderliga preferenser (i synnerhet när det gäller unga digitala infödingar). Framgången med och erfarenheten av Media när det gäller att nå en bredare gränsöverskridande publik genom till exempel samproduktioner och alleuropeisk spridning är mycket relevant i detta avseende.

Med tanke på utmaningarnas omfattning måste Media åtföljas av samarbete med medlemsstaterna och hela den audiovisuella industrin för att bättre kunna utnyttja synergieffekter.

Programområdet Kultur

Programområdet Kultur har i båda omgångar av programmet hjälpt de kulturella och kreativa sektorerna att hantera centrala utmaningar, såsom fragmenteringen av den europeiska marknaden längs nationella och språkliga gränser och de omvandlingar som följer av den dubbla omställningen. Under de senaste åren har dock vissa behov blivit mer akuta, samtidigt som nya behov har uppstått, såsom angrepp på den konstnärliga friheten eller framväxten av artificiell intelligens. Det finns ett behov av att bemöta dessa utmaningar på ett bättre sätt, i linje med ambitionen för den kommande kulturkompassen för Europa.

Efterfrågan på finansiering, som är upp till fyra gånger större än den nuvarande tillgängliga budgeten för åtgärden för samarbetsprojekt, visar på den stora efterfrågan för programområdet i de kulturella och kreativa sektorerna. Finansiering är av avgörande betydelse för att programområdet ska kunna fortsätta att hjälpa de kulturella och kreativa sektorerna att frigöra sin fulla potential och klara sig i framtiden, samtidigt som man utökar tillgången till en mångfald av kulturellt innehåll över gränserna.

Programområdets sektorsspecifika strategi bemötte specifika utmaningar inom vissa sektorer, medan den horisontella strategin erbjuder större flexibilitet och spelrum för kulturella och kreativa aktörer. Det är viktigt att bibehålla en kombination av båda två, för att säkerställa att de behåller ett starkt politiskt fokus.

Ytterligare insatser krävs för att öka synligheten för programområdet Kultur i de kulturella och kreativa sektorerna och i länder som inte har ett tillräckligt stort deltagande i det. Genomslaget skulle kunna förbättras ytterligare genom att utbyta och bättre rikta information om programområdet för organisationer i sådana sektorer och länder.

Det behövs en regelbunden översyn och noggrann övervakning av de förenklingsåtgärder som införts i Kreativa Europa 2. I detta avseende bör programområdet Kultur bibehålla sitt fokus på att hantera tillgänglighetsutmaningar och fortsätta att utöka sin räckvidd till organisationer i de kulturella och kreativa sektorerna som inte har någon tidigare erfarenhet av arbete på EU-nivå.

Flera lärdomar har också dragits när det gäller regelbunden övervakning, utvärdering och datatillgänglighet. Kommissionen kommer att genomföra konkreta åtgärder för att utveckla en mer systematisk strategi för programområdets datainsamling. Dessa inbegriper en grundlig analys av de uppgifter som för närvarande finns tillgängliga för att bättre kunna använda dem utan att öka bördan för stödmottagarna. Parallellt med detta kommer insatser och ytterligare resurser att läggas på att vidareutveckla interna rapporteringsverktyg och samla in uppgifter från företrädare för de kulturella och kreativa sektorerna.

Det sektorsövergripande programområdet

Stödet till nyhetsmedier uppgår endast till cirka 15 miljoner euro per år, men det är föremål för en stor efterfrågan. Till exempel för åtgärden Journalismpartnerskap var efterfrågan 700 % större än stödet. Framöver kommer stöd att vara av avgörande betydelse eftersom utmaningarna i hela EU har fortsatt att växa på områden såsom mediefrihet och mediepluralism, mediernas bärkraft och desinformation, vilket har en negativ inverkan på samhällets motståndskraft och det demokratiska deltagandet.

Kriterierna i framtida ansökningsomgångar för kreativa innovationslaboratorier måste fortsättningsvis vidareutvecklas för att säkerställa att finansierade projekt verkligen är innovativa och bidrar till den långsiktiga digitala omvandlingen av audiovisuella och andra kulturella och

kreativa industrier. Det finns också utrymme inom ramen för åtgärden Kreativa innovationslaboratorier för att bättre rikta in sig på sektorsövergripande innovationssynergier, vilket möjliggör utveckling och utnyttjande av i synnerhet sektorsövergripande immateriella rättigheter.