

COMPETICIONES

La Premier League escoge a una directiva de Discovery como presidenta

La competición británica elige a Susanna Dinnage, presidenta del canal de televisión Animal Planet, como sucesora de Richard Scudamore.



Palco23
13 nov 2018 - 18:04

Scudamore deja la presidencia de la competición tras veinte años en el cargo y alcanzar

La Ligue-1 era la única de las cinco grandes ligas liderada por una mujer hasta ahora. La Premier League ha apostado por nombrar como presidenta a Susanna Dinnage, directora del canal de televisión Animal Planet, propiedad de Discovery. A finales de año relevará a Richard Scudamore, que anunció su retirada en junio y que todavía sigue negociando su prima para finalizar su carrera.

Una comisión de cinco clubes liderados por el Chelsea FC se encargó de buscar un replazo para el directivo del fútbol inglés, que ha estado en el cargo algo más de veinte años. Este martes, los veinte clubes de la Premier League han votado unánimemente a favor de Dinnage.

Antes de ser la presidenta del canal animal de Discovery, trabajó en el desarrollo de negocio del grupo audiovisual, también dueño de Eurosport. Entre sus puntos fuertes, destacan sus contactos con el gobierno británico, ya que fue la representante de industrias creativas en los dos últimos mandatos de la Administración.

“La Premier League significa mucho para mucha personas, y para mí representa la oportunidad de liderar una organización dinámica e inspiracional, lo que es un gran privilegio”, ha apuntado la propia Dinnage en un comunicado.

Scudamore deja la presidencia de la competición tras veinte años en el cargo y alcanzar unos niveles récord de ingresos

Bruce Buck, presidente del Chelsea y del comité de selección, ha señalado que “teníamos candidaturas muy sólidas, pero Susanna ha sido una elección sobresaliente dado su historial en la gestión de negocios complejos a través de la transformación y la interrupción digital”.

Dinnage se ha impuesto a los otros dos hombres que se postulaban para este puesto. Se trata de Tim Davie, director general de BBC Studios, y Tom Betts, director de estrategia de ITV, una de las principales cadenas privadas del país.

Estos perfiles evidencian la importancia que el fútbol británico da a la comercialización de sus derechos audiovisuales y comerciales, después de que en el próximo ciclo solo se haya conseguido aumentar el valor de los mismos poniendo en el mercado más contenidos.

En una primera fase, la competición *pinchó* y su ambición de cobrar más se topó con la obligación de adjudicar sus dos principales lotes por 4.464 millones de libras (5.032 millones de euros), frente a los 5.126 millones de libras (5.787 millones de euros) del ciclo anterior. Sin embargo, se ha logrado que el dinero a repartir entre los clubes sea mayor gracias a un nuevo paquete adquirido por British Telecom y a la irrupción de Amazon con la compra de un lote destinado a las emisiones online.

Han sido los últimos grandes contratos negociados por Scudamore, que deja la presidencia de la competición veinte años después de asumir el cargo y tras alcanzar unos niveles récord de ingresos. También se marcha sentando las bases del nuevo

PALCO23

escenario audiovisual, en el que convivirán las *telecos* con grandes grupos tecnológicos. Su sucesor deberá lidiar con el impacto económico que eso tenga.