



NOTICIAS OSAF



4 de junio, 2024

La OSAF se complace en compartir la traducción al castellano de la nota de prensa de la Autoridad Hípica Británica (BHA) publicada el día 13 de abril.

Fuente: www.britishhorseracing.com/press_releases/new-campaign-launched-by-british-racing-to-build-public-trust-around-horse-welfare/



NUEVA CAMPAÑA LANZADA POR LA AUTORIDAD HÍPICA BRITÁNICA PARA GENERAR CONFIANZA PÚBLICA EN TORNO AL BIENESTAR EQUINO



- * La nueva Plataforma de hípica Británica HorsePWR cobra vida al momento en que el nuevo hub digital www.horsepwr.co.uk se convierte en el recurso central para obtener información acerca de bienestar
- * Nuevo aspecto e impresión, con el caballo Pura Sangre de Carrera colocado al frente y en el centro de la nueva campaña
- * La campaña ve que las carreras adopten un enfoque más transparente para compartir datos y hablar acerca de los riesgos
- * Campaña interindustrial liderada por la British Horseracing Authority (BHA), Great British Racing (GBR), y la Junta de Bienestar del Caballo de la hípica (HWB), con financiación adicional proporcionada por el Jockey Club
- * Siete mensajes centrales acompañan el lanzamiento de la campaña.

La Hípica Británica ha lanzado el día de hoy "HorsePWR", una nueva campaña de Comunicaciones diseñada para compartir y fomentar los hechos en torno al bienestar en la hípica. La nueva Plataforma de la campaña, www.horsepwr.co.uk Brinda los hechos acerca del deporte y del caballo Sangre Pura de Carrera, con el objeto de compartir información acerca de su propósito, la vida que llevan, y los altos niveles de bienestar y seguridad que sustentan la hípica Británica.

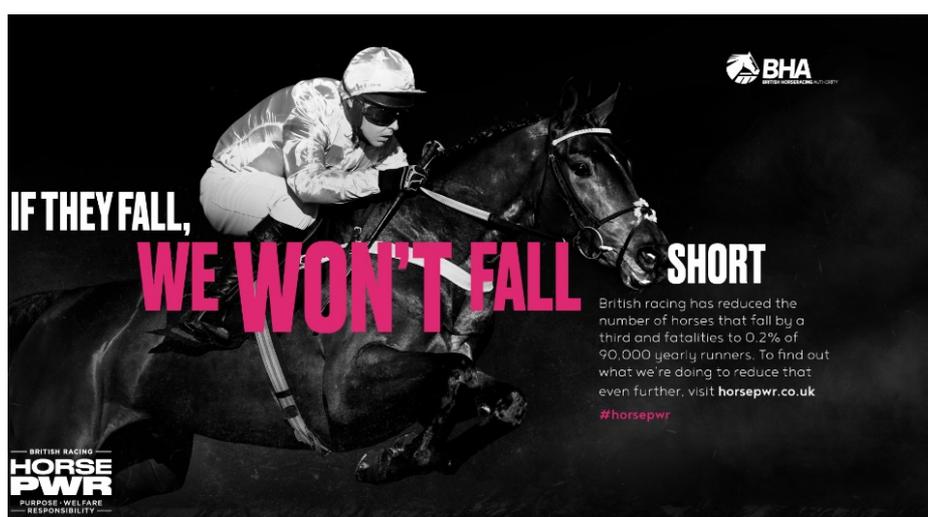
Algunos de los ejemplos de los mensajes de la campaña, en formato de afiche.



El nuevo hub digital de la industria hípica reúne en un solo lugar toda la información más importante acerca del bienestar equino – fácil de encontrar, fácil de leer – donde se proporcionan hechos y datos y se responden interrogantes. HorsePWR también explora las áreas en las que la hípica se ha comprometido a mejorar, desde la reducción de los riesgos dentro y fuera del hipódromo, hasta un mejor apoyo a los caballos cuando abandonan el deporte.

El nombre de la campaña se centra en una clara necesidad de conectar mejor con las personas en torno al “objetivo, bienestar y responsabilidad” en la hípica Británica, con estos valores de base que sustentan la campaña y su acrónimo PWR. Visualmente, HorsePWR adopta un enfoque audaz y confiado, poniendo al caballo Sangre Pura de Carrera al frente y en el centro de toda la campaña para promover su condición de atleta equino.

Ejemplos de los mensajes de la campaña en formato de pantalla.



Comentando acerca de este audaz nuevo enfoque de las comunicaciones de bienestar, Lucinda Russell, entrenadora de salto con base en Kinross, dijo:

“Esto es exactamente lo que necesita la carrera. Debemos proporcionar los hechos, ayudar a educar y afrontar las preguntas difíciles de frente. Los hechos importan. Entendemos nuestra responsabilidad y respetamos a nuestros caballos, y queremos asegurarnos de que el público también lo sepa. Es bueno vernos adoptar un nuevo enfoque, mostrando orgullo en las vidas que damos a nuestros caballos, y desafiando y corrigiendo la información inexacta que es puesta en el dominio público por aquellos que se oponen al deporte”.

El presentador de carreras Richard Hoiles agregó:

“Luego de los debates acerca del bienestar en torno al del Grand National del año pasado, se sintió que el deporte carecía de una sola fuente de datos precisos sobre las carreras, y esta campaña viene a llenar ese vacío. Se trata de proporcionar datos e información creíbles, en el contexto correcto, para que la gente pueda formular opiniones informadas”.

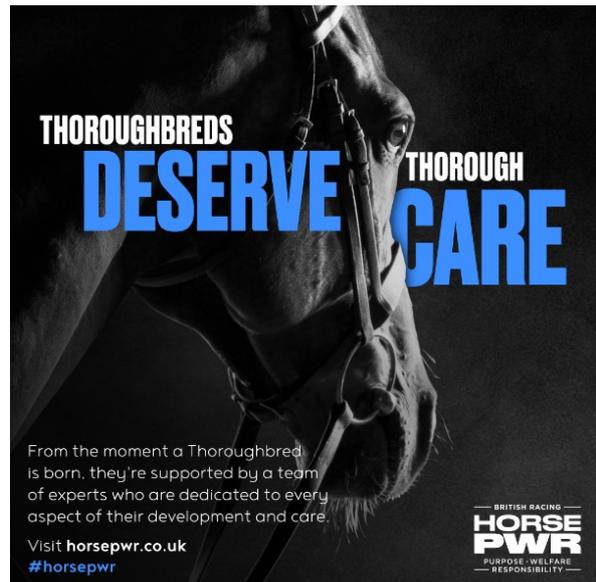
Gabi Whitfield, Jefe de Comunicaciones de Bienestar de Great British Racing manifestó:

“Este es un cambio positivo para la hípica Británica. El público quiere saber que los caballos criados para competir en carreras llevan buenas vidas, que la hípica actúa de manera responsable y en el mejor interés del caballo, y que se están haciendo todos los esfuerzos para reducir el riesgo donde sea posible. Por eso se ha creado HorsePWR. Y abarcará todo el espectro, desde ayudar a rechazar la desinformación hasta promover los muchos aspectos del bienestar de los caballos de carreras de los cuales el deporte puede estar justificadamente orgulloso”.

En los últimos 10 años, la investigación de los consumidores ha destacado repetidamente que las preocupaciones sobre el bienestar equino son un obstáculo para seguir o participar en el deporte. Las áreas de preocupación incluyen las lesiones y muertes en carreras, preguntas acerca de la ética de las carreras y preocupaciones sobre lo que sucede a los caballos después de que finalizan su carrera deportiva. La campaña HorsePWR ha sido creada para abordar estas preocupaciones directamente y de una manera nueva.

Con planes para crecer y desarrollarse con el tiempo, el enfoque más confiado y dinámico de la hípica tiene como objetivo educar, tranquilizar e inspirar a los aficionados a la hípica que existen actualmente, y a los potenciales aficionados del futuro.

Ejemplos de los mensajes de la campaña en formato de redes sociales.



Robin Mounsey, Jefe de Comunicaciones de la BHA, y miembro de la Junta de Bienestar Equino del deporte explicó:

“La campaña HorsePWR ve al deporte adoptar un nuevo enfoque cuando se trata de hablar acerca de bienestar. Se trata de estar al frente, abierto y transparente. Se trata de abordar directamente los elementos del deporte que sabemos que son áreas de preocupación y proporcionar información para educar y tranquilizar.”

Aquellos que trabajan en el deporte están justificadamente orgullosos de nuestro historial y nuestros estándares cuando se trata de bienestar. Esta campaña proporciona una plataforma para permitirles a quienes están conectados con el deporte el poder compartir su orgullo. Se dirigirá a los aficionados actuales y potenciales de la hípica, buscando asegurar que las futuras generaciones de seguidores de la actividad hípica no se pierdan en el deporte debido a las percepciones negativas en torno a las cuestiones de bienestar que son abordadas dentro de esta campaña.”

“HorsePWR ha recibido un apoyo significativo de toda la industria de carreras, y estamos especialmente agradecidos al Jockey Club por proporcionar financiación adicional para apoyar la fase inicial de la campaña”.

Esta primera etapa de HorsePWR ha sido financiada por el BHA, GBR, y el Jockey Club y está totalmente respaldada por la Junta de Bienestar Equino del deporte como una clave entregable de la estrategia de “Una vida bien vivida” ('Life Well Lived') que mantiene la hípica. En su fase inicial, la campaña se extenderá a los interesados en carreras y los hipódromos, con nuevas publicidades y gráficos sociales en torno a importantes puntos de prueba creados para atraer a los cinco millones de aficionados que asisten a las carreras anualmente. A largo plazo, la ambición es ampliar la campaña para conectar e involucrar a un público mucho más amplio.

La BHA y GBR también trabajaron con representantes de “Stand Up For Racing” (“Ponerse de pie para las carreras”) en el desarrollo de la campaña.

Kevin Blake, radiodifusor de carreras y miembro fundador de Stand Up For Racing, expresó:

“Stand Up for Racing se fundó alrededor de esta época el año pasado para ayudar a contrarrestar la desinformación y el escrutinio negativo del cual nuestro deporte fue objeto en la cobertura de medios alrededor de las protestas Grand National. La campaña HorsePWR servirá a un propósito muy importante al proporcionar hechos, datos e información pertinentes para ayudarnos a todos nosotros a ser los mejores embajadores que podemos ser para que nuestra industria avance”.

Ejemplos de mensajes de la campana en formato de afiche.



Para más información, contactar a:

Robin Mounsey, Jefe de Comunicaciones de BHA, rmounsey@britishhorseracing.com 07584 171551

Gabi Whitfield, Jefe de Comunicaciones sobre Bienestar, GBR gwhitfield@greatbritishracing.com 07566 248172