



**BRAND
SAFETY**
academy

OCHRAŇTE VAŠI ZNAČKU PŘED ZKÁZOU.

Každým dnem přibývá firem,
které nevědomky ztrácí důvěryhodnost.

78 MILIARD DOLARŮ

Stojí roční škody, které
páchají dezinformace
po celém světě.

Definice Brand Safety

„Brand Safety je souhrn nejrůznějších opatření a nástrojů pro ochranu brandu v rámci jeho marketingových aktivit, ale i mimo ně.

Jejich úkolem je zajistit, aby se značka nezobrazovala v kontextu, který by ji mohl poškodit.“



**PETRA
JANKOVIČOVÁ**

Víc se dozvíte na třetím ročníku

Brand safety academy

Seznam přednášejících a přednášek bude upřesnen

Začátek v 9:00

18.4.2023

Fakulta stavební ČVUT, Praha

Chci vstupenky

<https://www.brandafetyacademy.cz/vstupenky>

1. Jak vypadají konkrétní hrozby pro Brand Safety?

a jak se může téma týkat i vás

Reputační Hrozba: Inzerce u extrémního nebo nebezpečného obsahu

Kaczyński se ostře pustil do Orbána: Běžte na oční, když nevidíte události v Buči

Evropa



„Pokud premiér Orbán říká, že jasně nevidí, co se stalo v Buči, doporučil bych mu navštívit očního lékaře. Je to zklamání,“ řekl tento týden Kaczyński s poukazem na stovky civilistů, které v Buči zřejmě zabili ruští vojáci. Zároveň ale vyjádřil určité pochopení pro možné Orbánovy cíle



BEZ KOMENTÁŘE: Mrtvá těla v Buči odvázejí na hřbitov.
Video: Reuters

„Věřím, že to, co Viktor Orbán dělá, je spjato s nadějí, že sehraje nějakou roli ve snahách o ukončení konfliktu. Myslím ale, že to je slepá ulička,“ dodal Kaczyński.

Pražské památky mají energii

Jsme hrdým dodavatelem osvětlení nejen pro Hradčany.

 **PRAŽSKÁ PLYNÁRENSKÁ**

REKLAMA

5,25 p. a.
%

AKČNÍ VÝNOS
NA STAVEBNÍM
SPOŘENÍ?

SAMOZŘEJMĚ.

AKCE JEN
DO 30. 4. 2022

**SJEDNAT
ONLINE**

 **Raiffeisen
STAVEBNÍ SPOŘITELNA**

5,25 p. a.
%

AKČNÍ VÝNOS
NA STAVEBNÍM
SPOŘENÍ?

SAMOZŘEJMĚ.

AKCE JEN
DO 30. 4. 2022

**SJEDNAT
ONLINE**

 **Raiffeisen
STAVEBNÍ SPOŘITELNA**



Data: Rizika související s brand safety ohrožují nákupní záměry spotřebitelů

přes 80 % spotřebitelů by omezilo nákupy
nebo zcela přestalo kupovat značku inzerující
u extrémního nebo nebezpečného obsahu

Reputační Hrozba: Obvinění ze záměrné podpory extrémismu



Big brands fund terror

Household names unwittingly pay extremist supporters and pornographers as adverts dumped online

TIMES INVESTIGATION

Alexi Mostros Head of Investigations

Some of the world's biggest brands are unwittingly funding Islamic extremists, while supremacists and pornographers by advertising on their websites, The Times can reveal.

Advertisements for hundreds of large companies, universities and charities, including Mercedes-Benz, Waitrose and Marie Curie, appear on hate sites and YouTube videos created by supporters of terrorist groups such as Islamic State and Combat 18, a violent pro-Nazi faction.

The practice is likely to generate tens of thousands of pounds a month for extremists. An advert appearing alongside a YouTube video, for example, typically earns whoever posts it \$750 for every 1,000 views. Some of the most popular extremist videos have more than one million hits.



F-Pace SUV from Jaguar, the British carmaker, runs next to the video.

Sandals Resorts, the luxury holiday operator, is advertised next to a video promoting al-Shabaab, the East African jihadist group affiliated to al-Qaeda. Last night a Sandals spokeswoman said that it made "every effort" to stop its adverts appearing next to inappropriate content. It said that YouTube had "not properly categorised the video" as sensitive.

Adverts for Honda, Thomson Reuters, Halifax, the Victoria & Albert museum, Liverpool university, Argos, Churchill Retirement and Waitrose also appear on extremist videos posted on YouTube by supporters of groups that include Combat 18.

After The Times informed Google,

EVERY RUBLE PAID IN TAXES TO RUSSIA TURNS INTO DEATHS AND TEARS OF UKRAINIAN CHILDREN

Top 50 global brands staying on the Russian market as of 09/03/2022



UKRAINE CRISIS
media center

#StopRussianAggression
#RussiaInvadedUkraine
#UkraineUnderAttack



Data: Negativní dopad na důvěru a reputaci značek

Spotřebitelé, kteří považují umístění „nebezpečné“ reklamy za záměrné, mají 4,5x pravděpodobnější pocit, že se o ně značka nestará a 3x více cítí, že se značka nevyzná v aktuálním dění.

Reputační Hrozba: Inzerce na fake-news portálech



V ČR nebyl v sezoně 2020 až 2021 údajně zaznamenán jediný pozitivní záchyt viru chřipky. Zatímco v sezoně na přelomu let 2018 a 2019 bylo registrováno 996 000 případů. Všechno je covid! A na Hradě a na Staroměstském náměstí v Goebbelsově stylu zapalují svíčky za zemřelé s covidem. Zatímco mrtví z jiných – objektivních – příčin jsou pro bandu pokrytců zřejmě vzduch.

Sdílej tento článek, zlepšíš svět! Přihlaš se také k přímému odběru (dole pod článkem)! V době masivní cenzury sociálních sítí je nutno být v **přímém kontaktu**. Redakce Arfa děkuje!



“Oni nám lžou! Po vakcinaci přibývá nakažených!” hlásí země Evropy. Expert: Křivka chřipek, kterou vlády podvodně vydávají za covid, poroste do března. “Do té doby bude přibývat nemocných i kdybychom se stavěli na hlavu.”

LEXUS RX 450h 4X4 E-FOUR **HYBRID**

BONUS AŽ 533 000 Kč



ZOBRAZIT CENÍK — **LEXUS**
EXPERIENCE AMAZING

Data: Fake news mohou poškodit důvěru ke značce

Téměř tři čtvrtiny (72 %) globálních spotřebitelů si myslí, že by značky neměly inzerovat na médiích, které nebrání rozšiřování fake news

Prezentace:

Úvod do Brand Safety

„Dozvíte se, jakým
typům hrozeb může
být značka vystavená
a jak na ně reagovat“



**JAN
SUDA**

Prezentace:

Zahraniční kauzy a věda

„Uvidíte konkrétní
příklady ohrožení značek
ze zahraničí a jak je
odvrátit pomocí vědy“



**JINDŘICH
OUKROPEC**

Víc se dozvíte na třetím ročníku

Brand safety academy

Seznam přednášejících a přednášek bude upřesnen

Začátek v 9:00

18.4.2023

Fakulta stavební ČVUT, Praha

Chci vstupenky

<https://www.brandsecurityacademy.cz/vstupenky>

2. Jak s Brand Safety pracují největší české značky?

A co se od nich můžete naučit

L'Oreal: Čtyři pilíře ochrany značky

PREVENENCE

MONITORING

KOMUNIKACE

PASIVNÍ
RESISTENCE

Výzkum: identifikace potenciálních hrozeb pro značku

KLÍČOVÁ ČÍSLA

L'ORÉAL SKUPINA A HLAVNÍ TÉMATA OHROŽUJÍCÍ REPUTACI ZNAČKY



Edukace: Korigování poplašných informací s pomocí důvěryhodných partnerů

KOMUNIKACE

NEBEZPEČNOST

vs.

RIZIKO



Dvě třetiny zakoupené kosmetiky na českém trhu obsahovaly alergeny a hormonální disruptory

Kosmetické výrobky dostupné v českých obchodech a e-shopech obsahují látky, které škodí lidskému zdraví a životnímu prostředí. Ve složení 18 přípravků ze 26 zakoupených vzorků se našly chemické látky, které prokazatelně mohou narušit hormonální systém nebo způsobit alergické reakce. Výsledky průzkumu kosmetiky na evropských i mimoevropských trzích přinesla dánská studie, na jejímž vzniku se podílela česká Arnika.

Většina látek z kosmetiky se vstřebává kůží, včetně škodlivin, které způsobují alergie, imunitní poruchy, neplodnost nebo v nejzávažnějších případech rakovinu. Alarmujícím zjištěním je, že jako zcela bezpečné se dají označit pouze tři přípravky. Každý z nás může pečlivě studovat složení kosmetiky a pokud se mu nechce pít po vlastnostech desítek látek uvedených na obale, pak je nejlepší dávat přednost přírodní kosmetice bez syntetických přísad," upozorňuje Karolína Brabcová z Arniky.

Influencer vetting: Prověřování bezpečné spolupráce s influencery

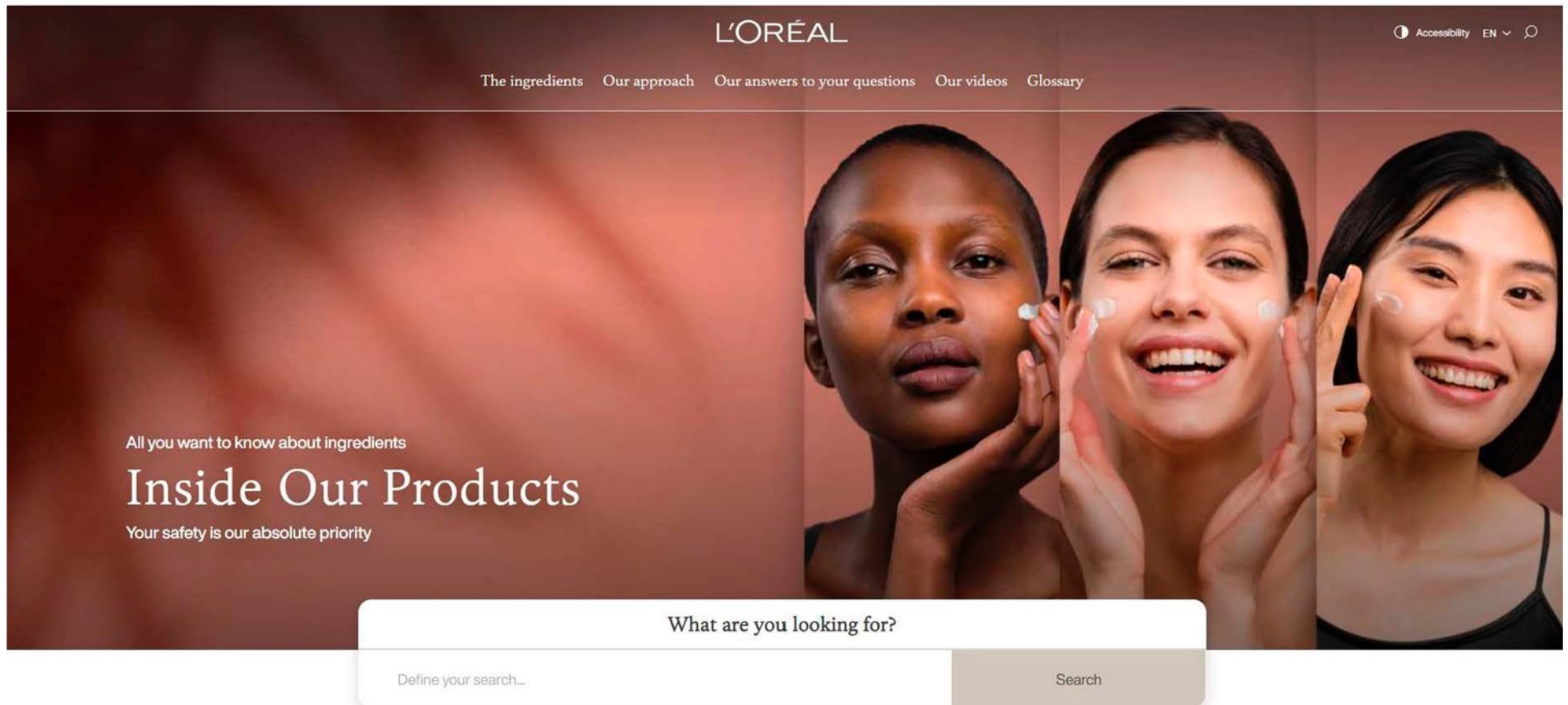
L'ORÉAL Influencer Vetting

Stoupající investice do influencer marketingu **profesionalizovali** procesy **due dilligence** a vyžadují **spolupráci týmů** napříč společnostmi - marketing, PR, legal, korporátní komunikace, digital, purchasing....



Transparentní komunikace: Upřímnost o původu či složení výrobků

KOMUNIKACE



Prezentace:

Reputace značky vs. Influencer marketing

„Na co si dát pozor,
aby spolupráce
s influencery byla
pro značku opravdu
bezpečná“

Prezentace:

Brand safety a firemní procesy

„Jak nastavit interní
procesy firmy pro
zajištění brand safety“



**TEREZA MARKOVÁ
A PETR ŠTĚPÁNEK**

Víc se dozvíte na třetím ročníku

Brand safety academy

Seznam přednášejících a přednášek bude upřesnen

Začátek v 9:00

18.4.2023

Fakulta stavební ČVUT, Praha

Chci vstupenky

<https://www.brandafetyacademy.cz/vstupenky>

3. Jak změnila situaci válka na Ukrajině?

A jak moc odpovídají mediální titulky skutečnému
názoru spotřebitelů.

Trvalá krize je nyní novým standardem

Covid-19



**Válka na
Ukrajině**



Inflační krize



**Další
pandemie?!**



**Klimatická
krize**



**Zvažovali jste v průběhu války
vypnutí vašich reklam?**



Data:

pouze

15 %

dotazovaných si myslí, že značky
měly přestat inzerovat





War Barometer 32

Klíčové insighty pro značky
a komunikaci

Anna Shakhdinarian, Kantar Ukraine

Petra Průšová, Kantar CEE

April 2022



Prezentace:

Válka na Ukrajině a značky – bezpečí nebo risk?

„Nahlédneme do nejnovějšího
výzkumu Kantar War barometr
2023 a klíčových insightů
pro značky“



**PETRA
PRŮŠOVÁ**

Víc se dozvíte na třetím ročníku

Brand safety academy

Seznam přednášejících a přednášek bude upřesnen

Začátek v 9:00

18.4.2023

Fakulta stavební ČVUT, Praha

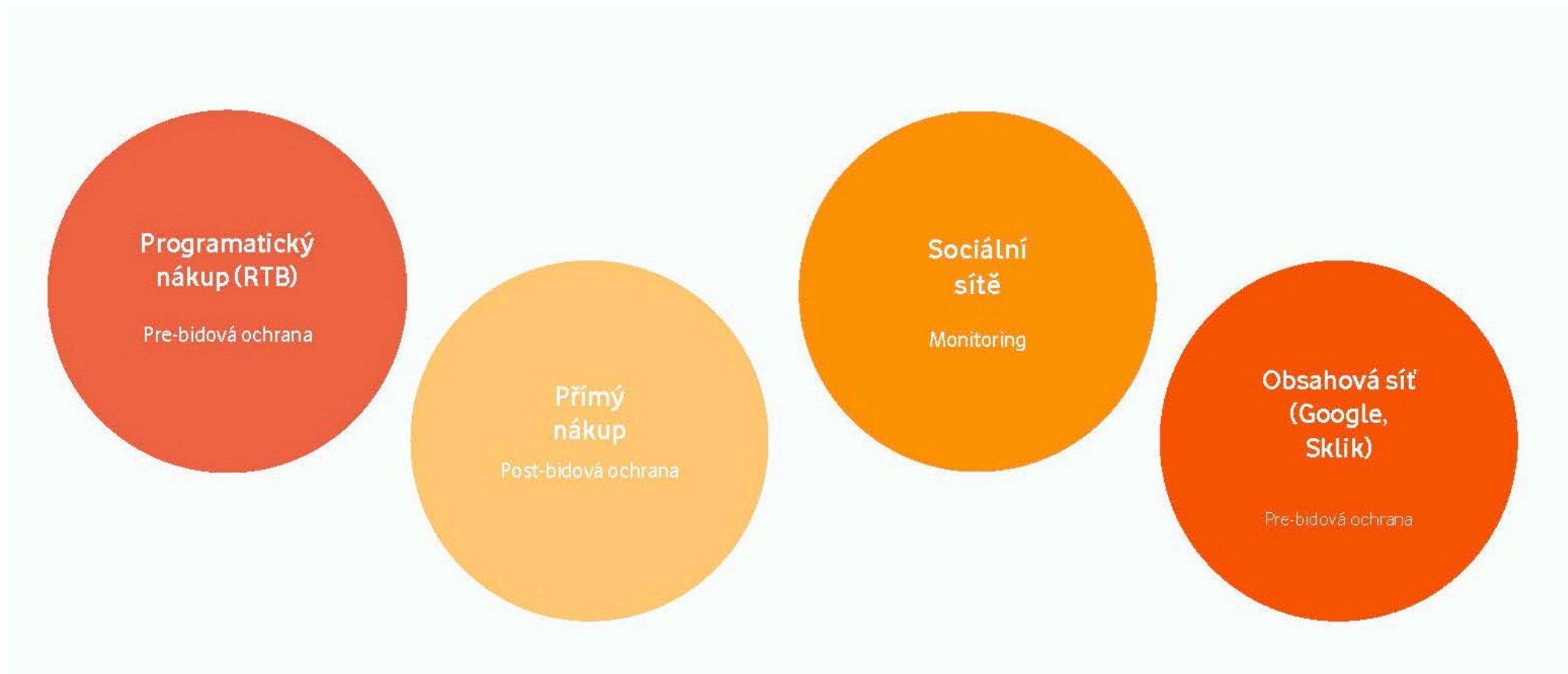
Chci vstupenky

<https://www.brandsafetyacademy.cz/vstupenky>

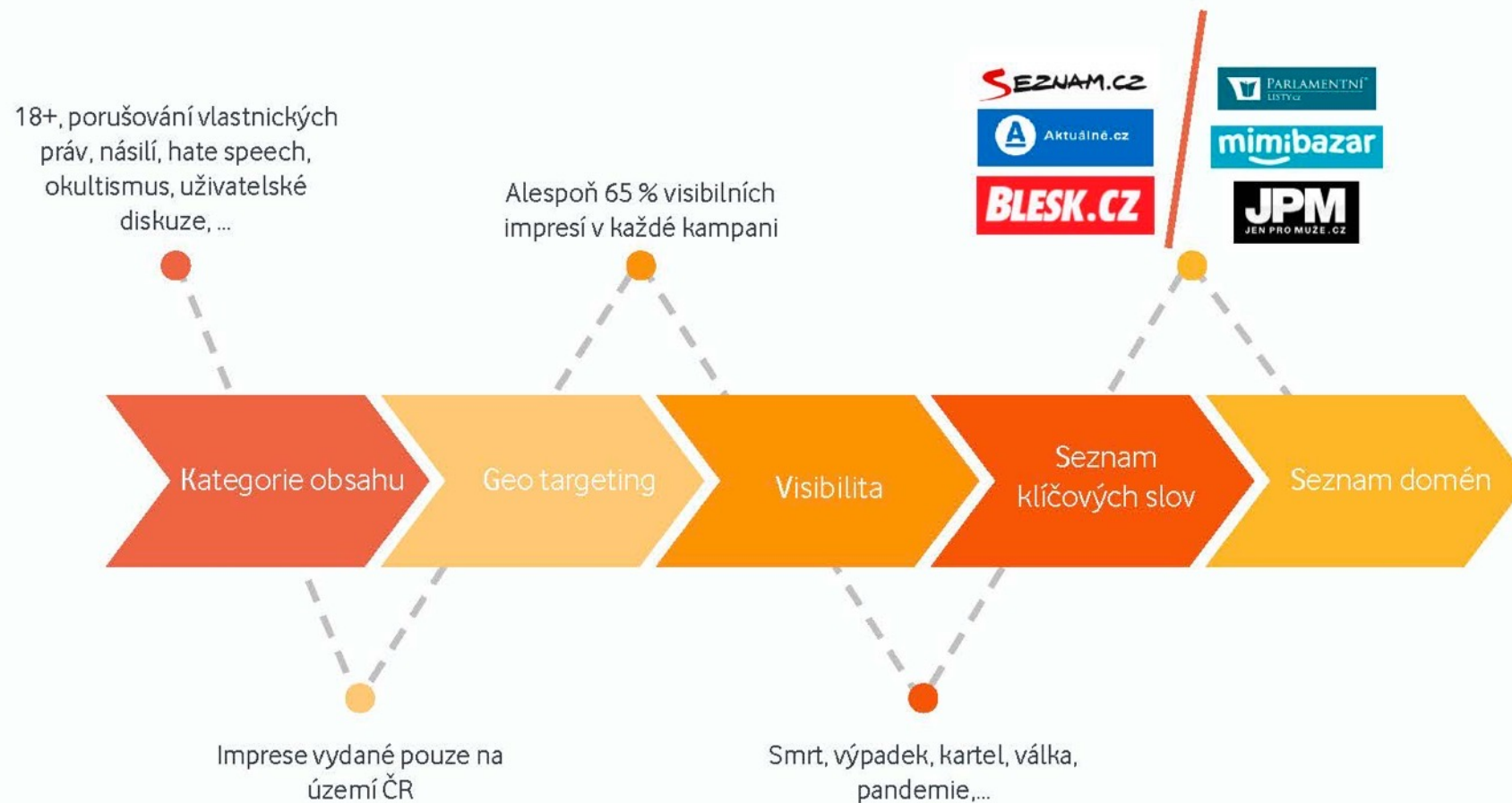
4. Co můžu pro naši značku udělat jako první?

Kromě přihlášení se do Brand safety academy

Audit online reklamy: Inzerujete na bezpečných místech a monitorujete zmínky o vaší značce?



Příklad: Vodafone aplikuje brand safety pravidla prakticky v každém kroku nákupu médií



Prezentace:

Co můžete pro značku udělat hned teď

„Ukážeme si, jak postupují
při nákupu online reklamy
a zajištění brand safety velké
české firmy“



**DOMINIKA
HÁNOVÁ**

Víc se dozvíte na třetím ročníku

Brand safety academy

Seznam přednášejících a přednášek bude upřesnen

Začátek v 9:00

18.4.2023

Fakulta stavební ČVUT, Praha

Chci vstupenky

<https://www.brandsafetyacademy.cz/vstupenky>

5. Existují u nás spolky a nástroje, které mi s tím umí pomoci?

A s čím konkrétně

NELEŽ je Český spolek založený reklamními kreativci

Cílem NELEŽ je omezit šíření dezinformací v online prostoru. Upozorňujeme zadavatele reklamy, že se jejich komunikace může vyskytovat v negativním kontextu a ohrozit tak reputaci samotné značky.

Proto zadavatele žádáme, aby svoji reklamou nefinancovali dezinformační a manipulativní weby, jejichž obsah rozděluje společnost.

www.nelez.cz

Kdo jsme?

Jsme profesionálové, kteří se dlouhodobě zabývají komunikací, pracují s daty nebo se věnují médiím a kterým není jedno, že se v České republice masivně šíří dezinformace a lži. Své odborné zkušenosti a kreativitu využíváme v boji proti záměrně šířeným dezinformacím. Naše aktivita není politická a pracujeme bez nároku na honorář. Nechceme se nečině dívat, jak naše práce pro komerční klienty pomáhá financovat záměrné manipulace a dezinformace.

Podporovatelé NELEŽ

Máme 208
zodpovědných partnerů

Zodpovědní

zadavatelé reklamy



Konšpiratori.sk je Slovenské občanské sdruženie

Sme verejná databáza webových stránok s neserióznym, klamlivým, podvodným, konšpiračným alebo propagandistickým obsahom.

Pomôžeme vám zabrániť tomu, aby sa vaša reklama zobrazovala na weboch, ktoré môžu poškodiť vašu reputáciu.

www.konspiratori.sk



Gerulata

je nástroj pro rozpoznání Dezinformačních nativů a jejich zdrojů

Gerulata využívá nejnovější technologie a umělou inteligenci, aby vám pomohla jasně vidět a najít odpovědi na otázky, které je třeba zodpovědět.

<https://www.gerulata.com/>



Solutions ▾Products ▾BlogAbout Gerulata

Sign inRequest a demo

Pierce through the fog of info war

It is not easy to ignore the noise. It is not easy to focus on what matters. Sometimes, it seems impossible to see the big picture. Such is the nature of infosphere in 2023.

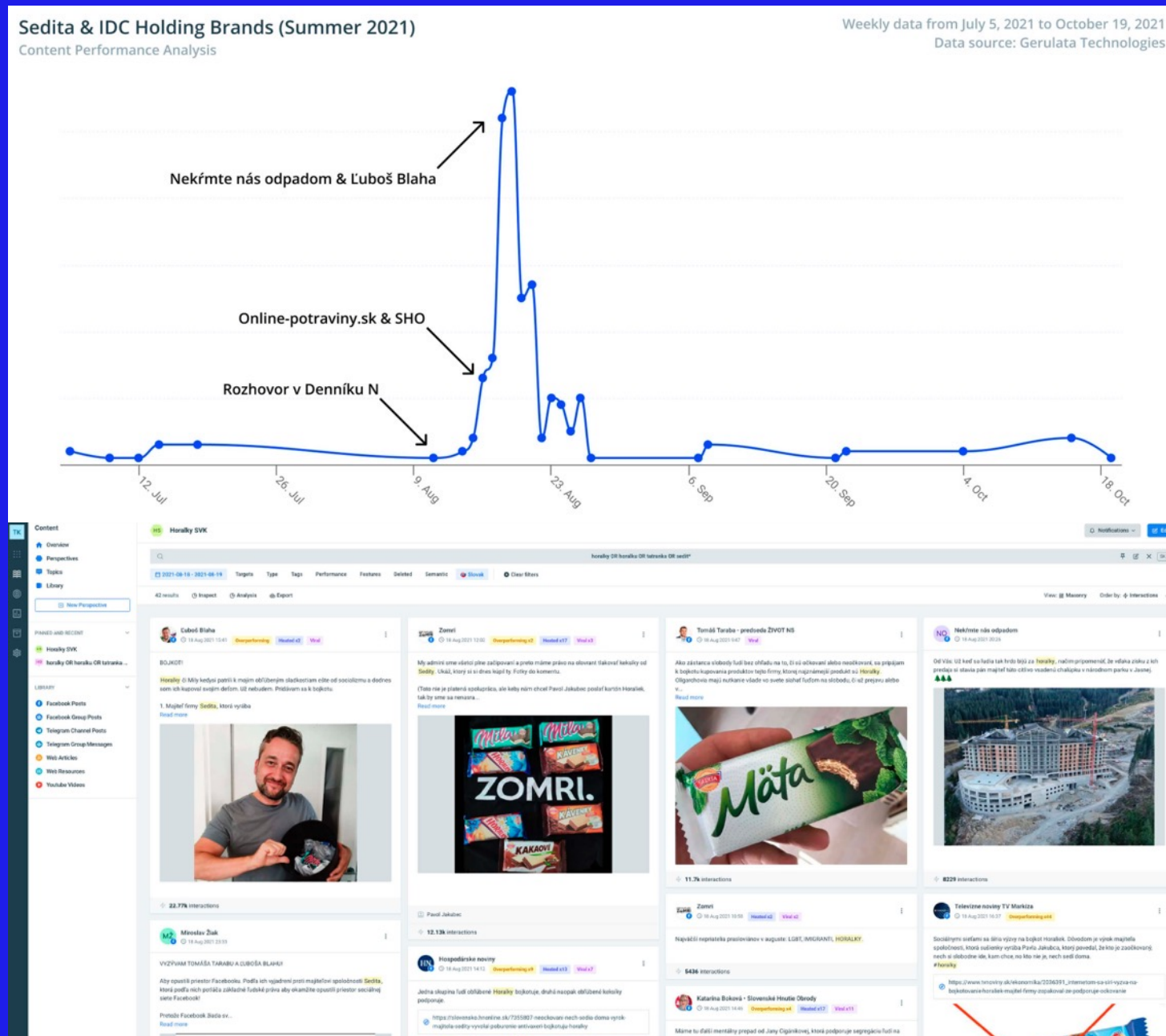
Who are the key actors? What are the trending topics? Should these narratives be considered a threat? Gerulata leverages the latest in technology and AI to help you see clearly and find answers to questions that need to be answered.

Request a demo



**Gerulata dokáže
analyzovat
i narativy spojené
se značkou
a rozpoznat, komu
jejich šíření přináší
zviditelnění
a prospěch**

**Příklad:
Bojkot Sedity na Slovensku**



Prezentace:

Kdo vám může pomoci

„Blíže si představíme jak
a s čím vám může
pomocť český spolek
NELEŽ“



**ROMAN
ČIHALÍK**

Prezentace:

Zahraniční kauzy a věda

„Nahlédneme do
budoucnosti spolupráce
businessu a neziskovek
na příkladech
ze Slovenska“



**PETER JANČÁRIK
A TOMÁŠ KRIŠŠÁK**

Víc se dozvíte na třetím ročníku

Brand safety academy

Seznam přednášejících a přednášek bude upřesnen

Začátek v 9:00

18.4.2023

Fakulta stavební ČVUT, Praha

Chci vstupenky

<https://www.brandafetyacademy.cz/vstupenky>

6. Má ochrana před dezinformacemi oporu v právu?

A jaké jsou limity právní ochrany

Dezinformace A právo

Jak se na dezinformace tváří paragrafy
a jaké nástroje použít na hoaxy?

Nejen to se dozvíte od advokátky
Petry Dolejšové, která dokáže každou
informaci předat způsobem,
který vás bude bavit,

Petra Dolejšová, advokátka



Prezentace:

Dezinformace a Právo

„Posvítíme si na právní realitu
světa dezinformací. Prakticky
na příkladech a bez paragrafů“



**PETRA
DOLEJŠOVÁ**

Víc se dozvíte na třetím ročníku

Brand safety academy

Seznam přednášejících a přednášek bude upřesnen

Začátek v 9:00

18.4.2023

Fakulta stavební ČVUT, Praha

Chci vstupenky

<https://www.brandsafetyacademy.cz/vstupenky>

7. Co mi přinese účast na Brand safety academy?

A je vůbec pro mně?

Akademie, která Ochrání vaši značku

Rozvíjet a udržovat značku na správné cestě může ročně stát miliardy – korun i dolarů. Přesto se její reputace může za pár minut zhroutit jako domeček z karet. Stačí totiž jeden hoax o produktu, jedna dezinformace o vedení, jedna lež o hodnotách.

Právě proto je tu Brand Safety Academy, na které vám **profesionálové z oborů marketing a PR, odborníci na ochranu značky** a hlavní aktéři v boji proti dezinformacím z Česka a Slovenska předají informace, díky kterým jistou hrozbu odhalíte a zastavíte dříve, než bude pozdě a nadobro ztratíte důvěru svých zákazníků.

Na již třetím ročníku akademie získáte nejen zaručené **informace, jak svou značku preventivně chránit, ale i funkční tipy z praxe** českých a slovenských firem, které vám pomohou se s hrozbami vypořádat tak, aby vaši značku nadobro nezničily.

Certifikát celoživotního vzdělávání AKA a Univerzity Karlovy

který vám udělá budoucí profesní život
snazší a příjemnější.

Naučíte se rozpoznávat rizika pro značku,
techniky obrany, prevence a mnoho dalšího.



ASOCIACE
KOMUNIKAČNÍCH
AGENTUR



FAKULTA
SOCIÁLNÍCH VĚD
Univerzita Karlova

Kurz je vhodný pro agentury, klienty i freelancery

- B2C i B2B společnosti
- Brand managery
- PR a public affairs
- Stratégy
- Marketingové managery & CMO
- Social media managery
- Digital specialisty
- Community managery

...a kohokoliv z oborů marketingu a komunikaci

Obdržíte manuál bezpečné značky

Jak se můžete proti dezinformacím preventivně bránit a jak postupovat, když už je na prevenci příliš pozdě?

Nejen to se dozvíte v manuálu bezpečné značky, který vás provede těmi nejdůležitějšími body brand safety pro zachování důvěryhodnosti i vaší značky.



Letošním ročníkem akademie vás provedou



JÁN
LOS



JINDŘICH
OUKROPEC



JAN
KLOUDA



MAREK
BAČO



PETRA
PRŮŠOVÁ



MICHAL
VLASÁK



PETRA
JANKOVIČOVÁ



ROMAN
ČIHALÍK



PETRA
DOLEJŠOVÁ



MATŮŠ
FICKO

Víc se dozvíte na třetím ročníku

Brand safety academy

Seznam přednášejících a přednášek bude upřesnen

Začátek v 9:00

18.4.2023

Fakulta stavební ČVUT, Praha

Chci vstupenky

<https://www.brandafetyacademy.cz/vstupenky>

Nejste si jistí, jestli je pro vás nebo vaši firmu kurz vhodný?

Ozvěte se nám a my vám rádi
kurz přijdeme představit i osobně.

Email:

brandsafety@aka.cz

Víc se dozvíte na třetím ročníku

Brand safety academy

Seznam přednášejících a přednášek bude upřesnen

Začátek v 9:00

18.4.2023

Fakulta stavební ČVUT, Praha

Chci vstupenky

<https://www.brandsafetyacademy.cz/vstupenky>

**Děkujeme
za pozornost.**

BRAND SAFETY academy