

CARTA COMPROMISSO COMUNICAÇÃO E MARKETING ÉTICOS

Publicada no site www.grupoboticario.com.br

Última atualização setembro/2026

Nossas essências, assim como nosso propósito são orientados pelo respeito às pessoas, meio ambiente e aos Direitos Humanos. Desde sua fundação, o Grupo Boticário rege sua atuação por meio de sólidos princípios que compreendem equilíbrio harmonioso entre processo produtivo, meio ambiente, sociedade e recursos naturais.

Por isso, pautamos nossa atuação, incluindo campanhas de comunicação e marketing, por diretrizes éticas beneficiando causas socialmente responsáveis ou ambientais. Nossas diretrizes rejeitam expressamente afirmações exageradas ou não embasadas sobre os impactos sociais e ambientais de nossos produtos e operações, evitando práticas de greenwashing, diversitywashing ou promessas infundadas. Todos os atributos socioambientais comunicados ao mercado são fundamentados em evidências científicas e dados verificados, assegurando que os consumidores recebam informações precisas e verificáveis sobre os reais impactos de nossos produtos e iniciativas. Nós não nos referimos negativamente aos produtos e serviços dos concorrentes ou de outras marcas, atuando em conformidade com o nosso Código de Conduta.

Introduzimos uma perspectiva 360º no desenvolvimento de práticas de negócios, o que nos permite buscar oportunidades e nos conectar com nossos consumidores. Um exemplo é o nosso movimento Beleza Transparente que visa dar visibilidade ao que entra na rotina de beleza dos nossos consumidores. É trazer transparência sobre todos os aspectos da

pesquisa, desenvolvimento e produção dos nossos produtos. Almejamos que todos acessem e entendam facilmente quais são os impactos socioambientais dos produtos e ganhem protagonismo na tomada de decisão para escolha de produtos mais sustentáveis.

Para nós, transparência é oferecer informações detalhadas e cientificamente embasadas sobre impactos das matérias-primas utilizadas na saúde humana, e ambiental, de maneira clara e objetiva, a fim de que sejam compreendidas facilmente por todos os públicos, sem distinção. A qualidade e a segurança já fazem parte de nossa forma de atuar.

O Grupo Boticário compromete-se globalmente a proteger e incluir segmentos vulneráveis de mercado, como crianças, adolescentes e consumidores com baixo letramento técnico, adotando sempre uma comunicação clara, objetiva e não abusiva. No marketing e portfólio, mitigamos o consumo precoce de cosméticos por menores através do Pacto Skincare Responsável, mantendo linhas livres de disruptores endócrinos, estruturando conteúdos educativos e aplicando o selo digital 'Recomendado para Peles Adultas (+18)' em nossas redes, além de garantir uma comunicação inclusiva e sem estereótipos. Expandimos este compromisso ao desenvolvimento de produtos sob a premissa do design universal: via codesenvolvimento com a Comunidade Beleza Livre, adaptamos embalagens para públicos vulneráveis priorizando usabilidade, ergonomia e segurança física, o que garante a autonomia de consumidores com baixa visão ou limitações de manuseio e assegura o consumo seguro de ponta a ponta.

As diretrizes elencadas acima abrangem as relações com a sociedade, consumidores, parceiros, fornecedores, franqueados e revendedores.