

## Política Corporativa de Marketing e Publicidade

### A - Marcas

1. Consideramos na gestão estratégica de marcas a sinergia entre essas marcas, a sua contribuição para fortalecer o posicionamento pretendido pela Companhia e/ou suas empresas controladas, a afinidade com os mercados atendidos e a relação de complementaridade com marcas adquiridas ou de eventuais parceiros.
2. Não associamos nossas marcas com:
  - a. atividades consideradas ilegais ou proibidas;
  - b. atividades que evidenciem racismo, preconceito ou discriminação de qualquer espécie;
  - c. atividades ligadas a jogos de azar ou especulativos, salvo se regulamentados em legislação específica;
  - d. atividades com má reputação ou falta de integridade;
  - e. atividades que causem impacto negativo à saúde, ao meio ambiente, sociedade e animais;
  - f. atividades de caráter político-partidário; e
  - g. atividades vinculadas a agremiações, sindicatos, igrejas, seitas, instituições filosóficas, e tampouco organismos ou entidades que se enquadrem nesta categoria.
3. Não concedemos apoio financeiro a eventos promocionais em benefício de partidos políticos e de organizações de cunho religioso.
4. Não praticamos marketing de guerrilha, nem associamos nossas marcas a eventos de destaque nacional ou mundial em que não tenhamos adquirido esse direito ou tenhamos parceiros que permitam legalmente a participação da Companhia e/ou suas empresas.

### B - Comunicação e Promoção de produtos e marcas

1. Observamos todas as leis, normas e regulamentos que regem a publicidade e marcas no Brasil, listadas abaixo, bem como aquelas vigentes no âmbito federal, estadual e municipal, sem prejuízo do cumprimento de outras que porventura não estejam aqui listadas ou venham a surgir:
  - a. Constituição Federativa do Brasil
  - b. Código Civil Brasileiro
  - c. Código de Proteção e Defesa do Consumidor e Decreto Nº 2181
  - d. Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária
  - e. Código de Ética e Autorregulação da Abecs
  - f. Lei 5.768/71 - Distribuição gratuita de prêmios, mediante sorteio, vale-brinde ou concurso, a título de propaganda
  - g. Código de Auto-regulamentação do CONAR
  - h. Código de Autorregulação Bancária - Febraban

\*\*\*\*\*

\*\*\*Diretrizes extraídas da Política interna do Grupo EloPar\*\*\*

Aprovada pelo Conselho de Administração

2. Garantimos a confiabilidade e a integridade das informações prestadas aos públicos interno e externo e asseguramos que sejam produzidas com a maior clareza, transparência e tempestividade.
3. Não produzimos campanhas ou qualquer material publicitário que contenha propaganda enganosa ou abusiva e não toleramos qualquer forma desrespeitosa, preconceituosa ou discriminatória nas campanhas produzidas.
4. Garantimos que as informações prestadas ao nosso público de relacionamento em todas as ações de comunicação são construídas com base em informações fidedignas e passíveis de comprovação por órgãos, institutos ou empresas independentes.
5. Não ofertamos diretamente produtos e serviços aos menores de 18 anos, salvo em casos de emancipação pelos motivos previstos em lei.
6. Certificamo-nos de que as informações de clientes sejam usadas apenas em conformidade com a legislação e as expectativas razoáveis do titular de tais informações.
7. Protegemos os dados de nossos fornecedores e parceiros, em conformidade com os acordos firmados entre as partes.
8. Definimos as ações de comunicação em função dos interesses e das necessidades dos públicos de relacionamento da Companhia e suas ligadas.
9. Buscamos a interatividade com os diversos públicos de relacionamento, por meio de canais de comunicação permanentemente abertos e integrados.
10. Informamos aos colaboradores os conteúdos das ações de comunicação, antes de sua divulgação externa.
11. Esclarecemos as características dos produtos e serviços da Empresa, inclusive aspectos inovadores e eventuais riscos associados à sua adoção.
12. Observamos a legislação aos direitos autorais e orientamos nossos fornecedores a obter a documentação hábil que permita à Companhia e suas empresas vinculadas a utilização em suas ações de marketing.
13. Observamos todas as regras, leis e normas que regulam a distribuição gratuita de prêmios, sejam por meio de sorteios ou concursos culturais de qualquer natureza, sempre buscando a realização de ações que visem oferecer vantagens ao consumidor, fornecendo informações claras e de acesso amplo.
14. Prezamos por uma comunicação clara e objetiva para os(as) participantes de promoção comercial, desse modo, asseguramos que toda promoção comercial tenha regulamento próprio com regras claras e transparentes no que se refere à abrangência, vigência, público impactado, formas de participação, formas de resgate do prêmio (quando aplicável).
15. As empresas do Grupo EloPar devem utilizar as empresas homologadas e recomendadas pelo Comitê Estratégico de Marketing (pool de agências) na contratação de serviços de publicidade, promoção, relações públicas, entre outras. Tais empresas foram selecionadas após a realização de processo de concorrência, de modo a proporcionar ganhos de escala na contratação desses profissionais.

\*\*\*\*\*

\*\*\*Diretrizes extraídas da Política interna do Grupo EloPar\*\*\*

Aprovada pelo Conselho de Administração

16. As áreas de marketing das empresas do Grupo EloPar são responsáveis por produzir, disponibilizar e/ou divulgar/conduzir material publicitário. É vedada a produção de qualquer material publicitário por parte de equipes comerciais.
17. As áreas de marketing das empresas do Grupo EloPar devem reportar periodicamente ao Comitê Estratégico de Marketing as ações/campanhas publicitárias realizadas, bem como planejamentos e cronogramas de ações.
18. Repudiamos qualquer forma de discriminação relacionada à etnia, nacionalidade, religião, gênero, orientação sexual, identidade de gênero, deficiência, cor da pele ou origem socioeconômica.
19. Proibimos vincular as marcas do Grupo EloPar a atos ilícitos, nocivos à sociedade ou que incentivem críticas ofensivas à honra das pessoas.
20. Vedamos veicular nossos anúncios em ambientes com conteúdos relacionados aos Conceitos e Palavras-chave:
  - Conteúdo adulto e de cunho sexual (pornografia, sexo e nudez);
  - Armas e munição e;
  - Bebidas alcóolicas e tabaco.

\*\*\*\*\*

\*\*\*Diretrizes extraídas da Política interna do Grupo EloPar\*\*\*

Aprovada pelo Conselho de Administração