



Decálogo de Conducta de L'Oréal

Reglas de Oro aplicables a los Portavoces de Marca

1

Respeto a los principios y valores éticos

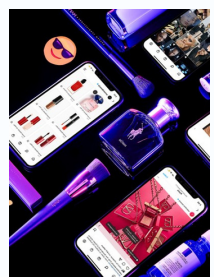
- Te comprometes a actuar siempre en consonancia con los valores fundamentales del Grupo L'Oréal que son la **Integridad**, el **Respeto**, el **Valor** y la **Transparencia**.
- Te comprometes a conocer el posicionamiento del Grupo L'Oréal en temas sensibles (p.e. IA, tests en animales) y
- Te comprometes a no asociar L'Oréal



2

Creación de contenido original

El Portavoz de Marca se compromete a crear contenido creativo, único y auténtico evitando el plagio y la violación de los derechos de propiedad intelectual, industrial y de imagen de terceros. Además, no debe crear contenido haciendo pensar a sus seguidores que habla en nombre de L'Oréal.



3

Veracidad y fundamentación científica

El Portavoz de Marca garantizará que todas las afirmaciones realizadas sobre la eficacia de los productos de L'Oréal estén sustentadas por tests científicos rigurosos de acuerdo con la información proporcionada por L'Oréal.



4

Transparencia publicitaria y menciones obligatorias

Es esencial que el Portavoz de Marca utilice las etiquetas de socio comercial correspondientes de forma clara y visible, permitiendo identificar la relación comercial existente.



5

Uso personal exclusivo de los productos

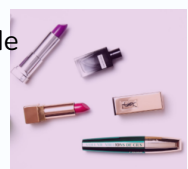
El Portavoz de Marca reconoce que los productos tienen carácter exclusivo de uso personal, quedando prohibida su venta, cesión obsequio, donación o cualquier otra forma de transferencia a terceros (p.e. sorteos o reventas, entre otros).



6

Contenido orgánico con productos de L'Oréal

Si el Portavoz de Marca recibe producto gratuito o asiste a un Evento de Marca deberá siempre incluir las etiquetas de socio comercial como "Publi" o "publicidad" o las menciones proporcionadas por las plataformas digitales dónde se postee dicho contenido.



7

Certificado de capacitación básica para Influencers sobre normativa publicitaria de Autocontrol

El Portavoz de Marca utilizará las herramientas necesarias para reforzar su compromiso con una publicidad responsable, transparente, veraz y profesional en sus colaboraciones con marcas de L'Oréal.



8

Cultura de cumplimiento

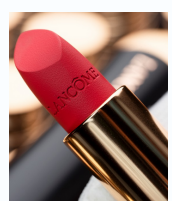
El Portavoz de Marca se compromete a cumplir rigurosamente con toda la normativa publicitaria vigente, golden rules internas de L'Oréal (Decálogo de Conducta, Values Charter y Carta Ética) y cualquier código de autorregulación publicitaria de Autocontrol que le sea de aplicación.



9

Reputación e imagen de L'Oréal

El Portavoz de Marca se compromete a llevar una actitud prudente con el fin de no verse involucrado en cualquier escándalo público o proceso judicial por comisión de delitos que puedan perjudicar la imagen del Grupo L'Oréal o de cualquiera de sus marcas.



10

Contenido publicitario en RRSS

El Portavoz de Marca se compromete a hacer sus mejores esfuerzos para que el contenido publicitario publicado no supere el 30% del contenido publicado en sus redes sociales.

