

*Visão de
Sustentabilidade*



Visão de sustentabilidade **GRI 3-3**

Diante do desequilíbrio socioambiental global que se aprofunda, a busca pela manutenção dos recursos existentes, mitigando ou impedindo uma exaustão ainda maior do planeta, como é entendido o conceito de sustentabilidade, não é mais suficiente. Nesse contexto, urge a criação de uma agenda de impacto mais transformacional para os negócios, que aborde a restauração do que já foi degradado ou permanentemente extinto pela ação humana, fundamentada no conceito de regeneração.

Fazer negócios de maneira regenerativa vai além das práticas aplicáveis à produção agrícola e de recuperação de solo e floresta. Natura &Co América Latina acredita que fatores humanos e sociais são indissociáveis dos desafios ambientais, sendo essenciais para uma nova estratégia pautada em regeneração. Uma trajetória que iniciamos e vinculamos diretamente às novas metas do

Compromisso com a Vida para 2030 em Natura &Co e à Visão 2050 da Natura, guiando os próximos avanços e decisões da empresa.

A estratégia de regeneração nos reconecta com uma das nossas crenças registradas há mais de 30 anos e a Razão de Ser da Natura: o "Bem Estar Bem". Trata-se da relação harmoniosa e agradável do indivíduo consigo próprio como definição do "bem-estar", e a relação empática, bem-sucedida e prazerosa com o outro e com a natureza como expressão do "estar bem".

Muitas das iniciativas adotadas pela Natura ao longo das últimas décadas já refletem práticas regenerativas, incluindo a escolha pelo modelo de venda direta e o envolvimento na Amazônia com povos e comunidades tradicionais e agricultores familiares, fundamentado na sociobioeconomia.

Exemplo recente é a linha de produtos de cuidado pessoal Biôme. Produzida com óleo de palma proveniente dos sistemas agroflorestais que a Companhia começou a desenvolver há mais de 15 anos em parceria com a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) e a Cooperativa Agrícola Mista Tomé-de-Açu (Camta), alterando a perspectiva reducionista de que palma só pode ser cultivada em monocultura.

Biôme: produtos pela regeneração

No fim de 2021, a Natura entrou para o mercado de cosméticos sólidos com Natura Biôme, por enquanto disponível apenas no Brasil e no Chile (e-commerce e varejo). Com um portfólio de produtos para cabelos e pele, a marca surgiu com o manifesto de repensar o presente para recriar o futuro.

O principal ingrediente de Biôme é o óleo de palma obtido a partir do primeiro sistema agroflorestal do mundo para a produção desse ingrediente, o SAF Dendê. Essa iniciativa com participação da Natura, no Pará, aproxima, a cultura dessa oleaginosa do seu ambiente original na floresta, por meio da associação de diversas plantas no sistema de produção, com embalagens recicladas e recicláveis sem plástico.

As embalagens de Biôme foram desenvolvidas com papel reciclável e reciclado pós-consumo e proteção interna feita com filme celulósico biodegradável, obtido a partir de fontes renováveis.

Para armazenar ou transportar as barras após a abertura, a marca comercializa um acessório com *design* exclusivo, produzido em parceria com a *startup* californiana Mango Materials a partir de uma tecnologia inédita que captura gás metano e o transforma em bioresina, tornando um gás potencialmente nocivo ao meio ambiente em material compostável e biodegradável.

