

# Deux roues à moteur

En plus des dispositions législatives et réglementaires applicables, la publicité pour un deux roues à moteur doit, sous quelque forme que ce soit, respecter les règles déontologiques suivantes :

- 1- La publicité ne doit pas argumenter sur la vitesse, non plus qu'exploiter l'attrait que celle-ci pourrait représenter, tant dans l'expression visuelle, sonore, qu'écrite des messages.
- 2- Ne faire aucune publicité en faveur des "kits" et/ou des moyens susceptibles de modifier les caractéristiques techniques des produits que la publicité commercialise.
- 3- Ne pas donner à penser dans le message que la qualité des deux roues à moteur en matière de sécurité active et passive permet de transgresser les règles élémentaires de prudence qui s'imposent à tout conducteur.
- 4- Ne pas mettre en scène des deux roues à moteur en contravention avec les règles du Code de la route, ou les impératifs de sécurité (notamment, les utilisateurs de deux roues à moteur porteront toujours un casque homologué).
- 5- Ne pas susciter chez les conducteurs un comportement agressif, violent, ou portant atteinte aux autres usagers de la route (notamment, les produits ne seront jamais présentés en situation de "Wheeling", ou roulant sur un trottoir, etc.).
- 6- Ne pas faire de publicité directe ou indirecte présentant une machine tout terrain en conflit avec le respect de l'environnement.

En outre, il ne faut pas prêter des machines non conformes à la réglementation aux différents médias et notamment à la presse spécialisée, pour effectuer des essais sur route "sensationnels" non conformes à la réglementation et/ou au Code de la route.



**ARPP**

autorité de  
régulation professionnelle  
de la publicité

Recommandation  
Deux roues à moteur  
Octobre 1998