

# CONSULTATION DU PUBLIC

Vendredi 24 octobre 2003 (8h30 - 12h)

## PROGRAMME DE LA SÉANCE ET RAPPORT INTRODUCTIF

# PROGRAMME DE LA SÉANCE

## **1. Introduction**

M. Willy BURGUNDER (Président du Comité C2/SUISSE)

## **2. Rapport introductif**

M. Mark ELFORD (Secrétaire anglophone du Comité C2/AUSTRALIE)

## **3. Atelier sur l'information**

M. Baudouin SERRUYS (Secrétaire francophone du Comité C2/BELGIQUE)

## **4. Atelier sur la consultation**

M. Ganief FISH (Membre du Comité C2/AFRIQUE DU SUD)

## **5. Atelier sur la participation**

M. Hubert RESCH (Membre du Comité C2/AUTRICHE)

## **6. Analyse du futur domaine d'activité du Comité C2**

M. Willy BURGUNDER (Président du Comité C2/SUISSE)

# SOMMAIRE

<b>SOMMAIRE</b> .....	<b>3</b>
<b>RESUME DES ENJEUX</b> .....	<b>4</b>
<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>5</b>
<b>UN MODELE D'IMPLICATION DU PUBLIC</b> .....	<b>6</b>
ÉVENTAIL DE POSSIBILITES D'IMPLICATION DU PUBLIC.....	6
AMPLEUR DE L'IMPLICATION DU PUBLIC.....	7
<b>AVANTAGES DE L'IMPLICATION DU PUBLIC</b> .....	<b>8</b>
<b>CONDITIONS A REMPLIR POUR UNE IMPLICATION DU PUBLIC REUSSIE</b> .....	<b>9</b>
<b>IMPLICATION DU PUBLIC SOUS LA FORME DE COMMUNICATION</b> .....	<b>10</b>
<b>IMPLICATION DU PUBLIC SOUS LA FORME DE CONSULTATION</b> .....	<b>12</b>
METHODES DE CONSULTATION .....	12
<b>IMPLICATION DU PUBLIC SOUS FORME DE PARTICIPATION</b> .....	<b>13</b>
<b>PRINCIPAUX CONSTATS A TIRER CONCERNANT L'IMPLICATION DU PUBLIC</b> .....	<b>14</b>
<b>CONCLUSIONS</b> .....	<b>16</b>
<b>ANNEXE 1 - PRECEDENTES PUBLICATIONS DE L'AIPCR</b> .....	<b>17</b>
<b>ANNEXE 2 - GLOSSAIRE</b> .....	<b>17</b>

# RESUME DES ENJEUX

L'implication du public est de plus en plus reconnue comme une exigence fondamentale pour les services des routes du monde entier.

C'est la raison pour laquelle le XXI<sup>e</sup> Congrès mondial de l'AIPCR à Kuala Lumpur a institué le Comité C2.

Ce nouveau Comité a axé ses efforts sur l'élaboration d'un modèle convivial d'implication du public. Ce modèle peut être appliqué à n'importe quel projet et à n'importe quel stade de son cycle de vie.

Le présent rapport introductif esquisse le modèle, discute des avantages de l'implication du public et des conditions préalables, et se penche brièvement sur l'application du modèle sous forme de communication, de consultation et de participation aux divers stades d'un projet. Le rapport énonce quelques constats essentiels relatifs à l'implication du public et conclut qu'il convient encore d'approfondir le travail afin d'intégrer des informations supplémentaires sur les outils et les techniques à mettre en œuvre en liaison avec des études de cas importants.

## AUTEURS

Les membres dont les noms suivent ont contribué à la rédaction du présent rapport introductif :

Willy Burgunder	Suisse
Mark Elford	Australie
Istvan Bakonyi	Hongrie
Ganief Fish	Afrique du Sud
Hubert Resch	Autriche

# INTRODUCTION

L'implication du public est de plus en plus reconnue comme une exigence fondamentale pour les services des routes du monde entier.

Pour y répondre, le XXI<sup>e</sup> Congrès mondial de la route réuni à Kuala Lumpur en 1999 a institué le Comité technique C2. Ce Comité a pour mandat:

- d'améliorer la compréhension par les utilisateurs et par le public du processus de consultation, ainsi que leurs attentes en la matière ;
- de dresser l'inventaire des pratiques de consultation réussies ;
- d'élaborer de nouvelles méthodologies pour les consultations du public.

Il est reconnu qu'un énorme travail a été fourni sur ce sujet ces dix dernières années et a abouti à trois importantes publications de l'AIPCR. Des détails sur ces rapports figurent à l'Annexe 1.

Le présent rapport s'appuie sur les travaux existants en fournissant un cadre 'convivial' abordant à la fois l'éventail des possibilités d'implication du public et leur ampleur.

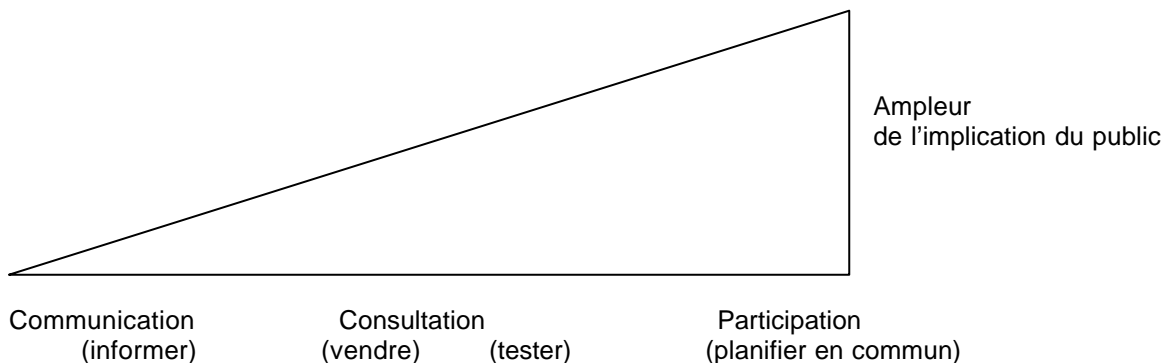
Le présent document est un rapport introductif. Pour des informations plus détaillées concernant l'implication du public, nous renvoyons au rapport AIPCR préparé par le Comité C2 pendant la période 2000-2003.

# UN MODELE D'IMPLICATION DU PUBLIC

Le Comité C2 a élaboré un modèle d'implication du public composé de deux dimensions :

## Éventail de possibilités d'implication du public

Il est possible de considérer l'implication du public comme le continuum suivant :



A l'extrême gauche, l'étendue de l'implication du public est minimale. Le service des routes (ou l'instance décisionnelle) se contente d'informer le public de ce qu'il envisage de faire. Aux fins du présent rapport, c'est ce que l'on appelle la "communication". Plus on se déplace sur le continuum, plus l'implication du public s'accroît. Au niveau de la consultation, le décisionnaire vend ou teste sa proposition auprès de la communauté. A ce stade, il existe un flux d'informations et d'opinions dans les deux sens entre les parties. A la droite du continuum, l'implication du public est maximale. Cela peut impliquer un certain degré de "planification en commun" où les avis des autres parties sont clairement pris en considération et peuvent même être soutenus par un cadre juridique. Dans le présent rapport, c'est ce que l'on entend par participation.

Il convient de relever que la terminologie relative à ce sujet peut être source de confusion, si bien que certains termes essentiels ont été définis ci-dessus pour aider à clarifier les choses. Un glossaire plus détaillé figure à l'annexe 2. Le terme "consultation du public" peut être utilisé dans un sens générique (pour décrire toute la gamme d'implications possibles du public) ainsi que de manière plus spécifique (comme l'a fait le Comité C2). Par conséquent, le présent rapport s'intitule Implication du public alors que le Comité C2 a pour titre 'Consultation du Public'.

Dans ce modèle, aucune approche n'est nécessairement supérieure aux autres. Le choix du point le plus adapté du continuum est important et dépend d'un certain nombre de facteurs, tels que la culture, la complexité du projet, l'histoire du projet, les exigences juridiques, etc. Ce point sera davantage abordé dans le corps du rapport.

Précisons que ce modèle peut être appliqué différemment à diverses composantes d'un projet. Par exemple, l'implication du public peut être minimale s'agissant de l'alignement routier, mais les détails relatifs à l'aménagement paysager peuvent exiger la participation du public.

## Ampleur de l'implication du public

L'autre dimension de l'implication du public peut être appelée "ampleur" ou cycle de vie d'un projet.

Elle peut s'exprimer sur les plans suivants :

- planification stratégique / schéma directeur,
- projet général,
- plan définitif,
- construction,
- exploitation

A chacun de ces stades, il existe des aspects "d'implication" qui peuvent aller des réunions publiques au stade de la planification du projet jusqu'à la communication dans le cadre de l'exploitation (par exemple, annonces de retards dans la circulation).

Il est admis que l'implication du public n'est pas une fin en soi, mais s'inscrit dans un processus plus large de développement durable. Certaines des questions plus vastes sont à l'étude auprès d'autres Comités de l'AIPCR tels que :

- C4 Routes interurbaines et Transport interurbain intégré,
- C10 Ville et Transport urbain intégré,
- C14 Développement durable et Transport routier.

Dans ce contexte, le C2 se concentre sur les outils et les techniques de l'implication du public.

Dans le cadre de la phase de recueil d'informations en vue de ce rapport, un questionnaire a été diffusé à un certain nombre de pays parmi lesquels figuraient tant des pays développés que des pays en transition. Il a été intéressant de constater que toutes les réponses ont indiqué la pratique de l'implication du public sous une forme ou sous une autre. Dans certains cas, l'implication du public est imposée par la loi alors que dans d'autres domaines, les avantages et la nécessité de l'implication du public sont reconnus malgré l'absence de règles juridiques contraignantes.

Le présent rapport examinera l'implication du public sous ces deux angles, à savoir la communication / consultation / participation pour les différents stades d'un projet.

# AVANTAGES DE L'IMPLICATION DU PUBLIC

L'importance de l'encouragement d'une implication accrue du public dans la prise de décisions sur des projets industriels ou d'infrastructure a été reconnue au niveau international par la Convention de la CEE/ONU sur l'accès à l'information, la participation du public et l'accès à la justice en matière environnementale ("Convention d'Aarhus"). L'implication d'individus, du public concerné ou des groupes d'intérêt ou de pression est de plus en plus reconnue comme une exigence fondamentale pour les services des routes dans le monde. La Conférence de l'ONU sur le développement durable qui s'est tenue à Johannesburg en 2002 a une nouvelle fois souligné l'importance de ce processus.

Bien qu'il soit reconnu que l'implication du public, en particulier la consultation et la participation, peuvent être des processus complexes et parfois passablement longs, il est estimé que ses avantages l'emportent largement sur ses inconvénients. Citons parmi les avantages :

- **L'attachement du public / de la communauté / des mandants**  
L'implication peut renforcer l'attachement des mandants à un projet, ce qui réduit le risque de conflits coûteux.
- **Un meilleur ciblage**  
L'implication peut apporter des informations meilleures et plus détaillées. Dans les projets routiers, la consultation peut fournir des informations importantes sur la situation locale qui n'auraient pas été prises en considération sans cela.
- **Des données plus fiables**  
Grâce à l'implication, les mandants peuvent s'échanger des informations plus valables et plus fiables et les fournir aux responsables publics, ce qui accroît la responsabilité. Une meilleure compréhension des valeurs, priorités et attentes locales peut rendre les conceptions de projets routiers et les mécanismes d'exécution plus compatibles avec l'environnement socioculturel.
- **Amélioration des compétences de négociation**  
Au fur et à mesure que l'ampleur et le poids de l'implication du public s'accroissent, la capacité des pauvres, des femmes, des jeunes et d'autres groupes laissés pour compte, à retirer des avantages du projet augmente. L'équité sociale, à son tour, renforce l'attachement des participants au projet routier proposé. L'implication apporte aussi aux mandants une expérience qu'ils peuvent ensuite appliquer à d'autres projets ultérieurs. Surtout là où la conscience civique est limitée et où il existe une longue tradition de dépendance à l'égard des dirigeants politiques locaux, l'expérience faite avec des mécanismes consultatifs peut amorcer le long processus qui aboutira à la responsabilisation des participants dans des domaines extérieurs au projet routier immédiat.
- **Réduction des coûts**  
L'implication peut susciter chez les mandants une plus grande volonté de consacrer du temps, du travail et d'autres ressources à un projet routier qu'ils se sont « appropriés », ce qui accroît la valeur des fonds investis. La recherche a montré que plus les gens s'investissent dans un processus, plus leur engagement à défendre ses valeurs et ses objectifs est grand.



# CONDITIONS A REMPLIR POUR UNE IMPLICATION DU PUBLIC REUSSIE

La première condition à remplir pour que l'implication du public soit réussie est l'existence d'un environnement politique favorable.

Une deuxième condition consiste à accepter que l'implication du public soit un processus itératif, non seulement pour les communautés touchées, mais aussi pour d'autres telles que le personnel du service des routes.

Troisièmement, il est nécessaire que les rôles soient clairement définis pour chaque partie au sein du processus. C'est un point important parce que le processus peut avoir pour effet de susciter chez certains groupes des attentes irréalistes quant à l'étendue de leur aptitude à prendre des décisions.

Une quatrième condition préalable est le partage d'informations et la consultation de la sphère plus large des mandants.

Une autre condition encore consiste à comprendre systématiquement la communauté ou les publics de la région touchée par la proposition. De même, il est important de concevoir un programme d'implication du public approprié ainsi qu'un ensemble de techniques adéquates.

Enfin, la gestion efficace du service des routes ou d'autre(s) défenseur(s) des projets routiers est capitale pour la réussite de tout projet d'implication.

# IMPLICATION DU PUBLIC

## SOUS LA FORME DE COMMUNICATION

Comme nous l'avons déjà dit, la communication dans ce contexte est essentiellement un flux d'informations unidirectionnel. S'agissant de la "profondeur" de l'implication du public, à savoir des stades du cycle de vie du projet, on peut faire les observations suivantes.

Aux stades de l'étude des projets (y compris le schéma directeur, le projet général et le projet définitif)

- La communication peut être le travail fondamental permettant de faciliter la consultation ou la participation. Si le processus inclut la participation des citoyens, ceux-ci doivent être informés de leurs droits et de la manière de participer.
- Il peut s'avérer utile de sensibiliser davantage le public à la nécessité de réaliser des travaux routiers.
- Le public peut être notifié de programmes de construction routière planifiés pour le court et le moyen termes.

### Construction

- Avant de commencer les travaux routiers, il est important d'informer les usagers de la route de la date de début des travaux et de leur durée, ainsi que de tout autre désagrément lié au chantier routier (restrictions temporaires au trafic, déviations, etc.).
- Il peut être nécessaire de rappeler les raisons de ces travaux routiers, leur coût, etc.
- Des informations peuvent être fournies sur l'avancement des travaux (ce qui a été achevé, et ce qui reste à faire).
- Les avantages du nouveau tronçon routier peuvent être spécifiés une fois que les travaux sont finis, en particulier pendant la journée portes ouvertes et lors de la cérémonie d'inauguration.

### Exploitation

- Des informations sur l'état et la disponibilité du réseau routier doivent être fournies en temps utile. Elles peuvent porter sur les retards éventuels, les déviations, les incidents, les conditions météorologiques, la maintenance programmée, etc.

Les moyens utilisés pour diffuser l'information sont variés et dépendent d'un certain nombre de facteurs dont la technologie disponible et les aspects financiers. Citons comme exemples :

- Tracts à distribuer aux usagers de la route, circulaires (pour les grands projets, des brochures bien conçues, plutôt qu'une affiche, devraient être distribuées dans des endroits clés, y compris les aires de repos sur les autoroutes, les péages, et dans les lieux publics, tels que les bureaux de poste)
- Publicité sur affiches dans les bâtiments publics locaux
- Panneaux d'affichage
- Panneaux d'information le long des routes

- Informations données aux médias
  - Radio (locale, nationale)
  - Télévision (locale, nationale), clips vidéo, films
  - Presse (quotidienne, hebdomadaire, étrangère, etc.)
- Informations transmises par les médias
- Films d'information
- Forums, conférences, débats
- Centres de communication
- Appels téléphoniques gratuits (numéro vert)
- Internet
- Expositions itinérantes
- Cartes thématiques (indiquant le statut technique du réseau et le volume du trafic)
- Télétexte
- Panneaux de messages électroniques.

Cette liste n'est pas exhaustive et il existe sans doute d'autres techniques adaptées aux conditions locales.

# IMPLICATION DU PUBLIC

## SOUS LA FORME DE CONSULTATION

La consultation exige une plus grande implication du public que la communication. Dans cette forme d'implication, les avis sont demandés et la capacité des communautés à exercer une influence sur le projet est accrue.

S'agissant des stades du projet, ce type d'implication du public est particulièrement utile lors de l'établissement du projet général et du projet définitif. A ces stades, le public peut être consulté sur ses connaissances de l'environnement local, des modèles météorologiques, des cours d'eau naturels, des coutumes locales, de l'utilisation des terres et des autres questions susceptibles d'avoir une incidence majeure sur le projet. Cela donne également l'occasion de consulter le public pour connaître son implication future dans le projet en tant que fournisseur de services ou de matériel.

Le stade de la construction est essentiellement une période de contrôle du respect des préoccupations authentiques du public. Le stade de l'exploitation donne au public l'occasion d'évaluer la prise en compte de ses préoccupations et de transmettre ces informations en retour au service des routes.

### Méthodes de consultation

On dispose de toute une série de méthodes / techniques pour la consultation, notamment :

- Auditions publiques
- Comités consultatifs de citoyens
- Forums de débats publics
- Médiation
- Consultation générale du public
- Journées portes ouvertes
- Charrettes
- Etablissement d'une vision
- Brainstorming
- Groupes focaux
- Facilitation
- Enquêtes publiques
- Hotline.

# IMPLICATION DU PUBLIC

## SOUS FORME DE PARTICIPATION

La participation est conçue comme l'implication active du public dans toutes les phases d'un projet qui le touche, et l'exercice d'un certain contrôle sur ces phases.

Comme nous l'avons déjà dit, l'importance de l'encouragement de la participation accrue du public à la prise de décisions sur les projets d'infrastructure a été reconnue par la Convention CEE/ONU (Convention d'Aarhus). Un aspect essentiel de la participation est l'existence de procédures juridiques ("accès à la justice") qui permettent à un individu ou au public en général de contester la légalité de projets qui sont ouverts à la participation du public. La participation exige également un organe d'exécution qui prend des décisions contraignantes à l'issue du processus de participation.

Aux divers stades du projet, l'ampleur de la participation s'accroît au fur et à mesure que les détails du projet se dessinent. Au stade du schéma directeur, l'étendue de la participation du public devrait être minimale et le degré "d'accès à la justice" limité. Mais aux stades des projets généraux et définitifs, l'implication devrait être bien plus large et avoir de plus grandes possibilités d'accès à la justice.

Au stade de la construction, le niveau de participation du public diminue. Relevons cependant qu'il peut y avoir des raisons économiques / sociales importantes poussant à impliquer les communautés locales dans la phase de construction (occasions de formation, développement commercial).

Au stade de l'exploitation, il existe un développement intéressant (et de plus en plus fréquent) dans certains pays où la participation du public prend la forme de l'adoption d'une autoroute. Dans ces cas, une communauté peut travailler avec le service des routes local pour entretenir / contrôler une section de route. Dans le domaine de la sécurité routière, on voit également apparaître de plus en plus de groupes d'utilisateurs.

Les méthodes de participation du public sont souvent prescrites par la loi et incluent des techniques déjà évoquées pour la communication et la consultation.

Les arrangements détaillés pour ce genre d'informations et de consultation doivent être déterminés, ce qui peut en particulier dépendre des caractéristiques spécifiques des projets ou chantiers concernés :

- détermination du public concerné ;
- spécification des lieux où l'information peut être consultée ;
- spécification de la manière dont le public peut être informé, par exemple par affichage dans un certain rayon, publication dans les journaux locaux, organisation d'expositions avec plans, dessins, tableaux, graphiques, maquettes ;
- détermination de la manière dont le public doit être consulté, par exemple, par prises de positions écrites, par enquête publique ;
- fixation de délais appropriés pour les divers stades de la procédure afin de garantir qu'une décision sera prise dans des délais raisonnables.

# PRINCIPAUX CONSTATS A TIRER CONCERNANT L'IMPLICATION DU PUBLIC

L'implication du public est pratiquée sous de nombreuses formes depuis de longues années. Les principaux constats ci-après découlent de l'analyse de plusieurs études de cas sur ce sujet :

1. La compréhension du public ou de la communauté concernée est le fondement essentiel de tout processus efficace d'implication du public.
2. Le niveau et la qualité de la consultation par le public dépendent directement de ceux du personnel du service des routes (défenseur).
3. Il ne faut pas consacrer plus de 20 % des ressources à essayer de changer directement les mentalités des personnes vigoureusement opposées à une proposition valable. A la place, les efforts doivent être axés sur les manières d'intéresser, d'informer et d'impliquer la majorité généralement silencieuse en l'encourageant à tenir tête aux opposants à la proposition.
4. Les médias sont des alliés douteux – si vous voulez que quelque chose soit dit convenablement, dites-le vous-même. Les médias ont leurs propres visées et se servent généralement des vôtres pour atteindre leurs propres objectifs. Le rôle traditionnel et vital des médias dans la vie publique est reconnu, et notamment ses efforts pour présenter la proposition d'un auteur de projet par le biais de communiqués de presse, de conférences de presse, etc. Il est cependant préférable de préparer une annonce à faire paraître dans les journaux sous forme de questions et réponses assorties d'un coupon-réponse et de la publier sans en avertir les journalistes au préalable – les départements de publicité s'accommodent généralement de cette technique qui génère des revenus. Par la suite, les journalistes peuvent recevoir des informations générales supplémentaires ainsi que des diagrammes pour répondre à leur intérêt. De cette manière, le défenseur du projet réussit à présenter les choses de façon positive et non négative, comme le fait généralement un journaliste.
5. Le consensus est un noble idéal, mais il faut être prêt à s'accommoder, en tant qu'objectif réaliste et réalisable, d'un soutien informé et visible par la majorité du public.
6. Le "public" recouvre une réalité plurielle – et il faut se méfier de tout amalgame. Il est essentiel d'identifier les divers publics pour une proposition donnée ; les organisations qui prétendent les représenter ; les dirigeants qui semblent parler en leur nom ; les médias qui les atteignent ; les valeurs, attitudes et croyances qui les animent ; leur connaissance de l'auteur du projet et de la proposition et leurs attitudes à leur égard, ainsi que les conditions auxquelles ils pourraient accepter ou soutenir la proposition. La préparation de ce profil social réunit ces informations, et d'autres renseignements vitaux, pour constituer une base de données sociale essentielle à la planification et à la gestion du programme d'implication du public.

7. Le défenseur d'une proposition a souvent un plus grand soutien potentiel que sa couverture médiatique ne le laisse entendre.
8. En concevant un programme d'implication du public, un secret du succès consiste à essayer de veiller à ce que chaque groupe du public y gagne quelque chose – ne serait-ce que la reconnaissance.
9. Il faut commencer le processus tôt dans le cycle de vie du projet, utiliser à bon escient le temps du public et respecter les périodes importantes pour le public, par exemple, le travail saisonnier, les fêtes, le temps disponible pour permettre aux femmes de participer, etc.
10. L'évaluation est la meilleure manière de tirer des enseignements des échecs comme des réussites. Deux types d'évaluations devraient être effectuées à propos des procédures d'implication du public – une interne, réalisée par les personnes directement responsables du processus, et l'autre externe, entreprise par des personnes expérimentées non directement responsables du processus. L'évaluation interne contribuera à améliorer le processus d'implication existant. L'évaluation externe indépendante, jointe à l'évaluation interne, contribuera à déterminer s'il convient de poursuivre le processus d'implication dans son ensemble.

# CONCLUSIONS

1. L'implication du public est de plus en plus reconnue comme une exigence fondamentale. Aucune forme d'Etat démocratique ne permet encore aux pouvoirs publics de réaliser de grands projets d'infrastructure sans bénéficier de l'acceptation de la population concernée. Ce principe doit guider tous les acteurs confrontés à cette problématique, qu'il s'agisse des autorités politiques ou des Services des routes du monde entier.
2. Dans ce domaine, les notions sont appliquées de manière très imprécise, au risque de provoquer très souvent des malentendus. Il est donc judicieux de définir schématiquement les notions utilisées, ce qui permet de classer avec plus de précision les mesures et instruments qui seront appliqués par la suite. De ce point de vue, la bonne voie à suivre est celle qui est préconisée, autrement dit la voie consistant à établir une répartition entre les catégories « flux d'informations unidirectionnel » (information), « flux d'informations bidirectionnel sans droits formels des parties » (consultation) et flux d'informations bidirectionnel avec droits des parties et voies de recours formelles.
3. Outre des éléments théoriques fondamentaux, chaque catégorie est composée d'une série de mesures et d'instruments. A cet égard, il convient généralement de mettre les éléments en balance et de procéder à une évaluation avant de décider du choix des mesures ou instruments, voire de la prescription générale à appliquer dans un cas d'espèce. Dès lors que pratiquement toutes les mesures et tous les instruments sont applicables, sous leurs formes plus diverses, pour s'adapter à la situation effective d'un pays, l'éventail des possibilités qui en résulte de facto est très large. Aussi est-il d'autant plus important d'étudier toute la gamme des possibilités.
4. En l'occurrence, la comparaison avec les expériences faites dans d'autres pays revêt une très grande importance; mais dans ce contexte, il n'est en général guère possible de copier simplement des systèmes. C'est plutôt à la lumière des expériences réalisées et en tenant compte des circonstances concrètes qu'il faut développer et appliquer un instrument adapté aux propres besoins des utilisateurs. En matière d'implication du public, l'échange d'expériences constitue donc un élément central.
5. Se fondant sur le schéma fondamental des mesures et instruments ainsi établi, le C2 estime que sa tâche consiste d'abord à préparer des informations portant sur les instruments et outils nécessaires. A moyen terme, ce travail devrait déboucher sur la création d'un site Internet, une prestation utile à tous ceux qui oeuvrent dans le domaine de la construction des routes. Outre d'autres activités futures, il s'agirait également de tirer parti des connaissances acquises pour la préparation de séminaires appropriés destinés aux pays en transition.
6. La séance du Comité du C2 qui aura lieu le 24 octobre 2003 à Durban permettra de discuter des expériences faites dans d'autres pays ainsi que de l'aménagement des instruments dans l'optique des chances et des risques inhérents à leur utilisation.



# ANNEXE 1 - PRECEDENTES PUBLICATIONS DE L'AIPCR

- [1] Méthodes pour obtenir la participation du public à l'élaboration de projets routiers, référence 04.05.B, AIPCR, 2000
- [2] Rapport introductif de la séance transversale "Processus de décision pour un transport durable au XXe Congrès mondial de la Route, référence 21.33.B, AIPCR, 1999
- [3] Rapport technique du Comité technique AIPCR Ville et Transport urbain intégré : "Environnement et consultation du public", référence 10.13.B, publié dans *Routes/Roads*, Revue de l'AIPCR, n°304, IV - 1999, AIPCR

## ANNEXE 2 - GLOSSAIRE

Aux fins du présent rapport, les termes suivants sont réputés avoir la définition ci-après.

**COMMUNICATION :** essentiellement un flux d'informations unidirectionnel (par exemple, informer).

**CONSULTATION :** implique un dialogue (par exemple, un flux d'informations bidirectionnel), mais où les positions de l'interlocuteur ne sont pas nécessairement prises en compte (par exemple, vendre ou tester).

**PARTICIPATION :** les positions des interlocuteurs sont étudiées et peuvent même être soutenues par un cadre législatif (par exemple, élaborer une planification conjointe).