

Lundi 16 mai 2022

Conseil métropolitain du 16 mai 2022

« Justice sociale et climatique, santé, emploi : la Métropole prend soin »

La Métropole Rouen Normandie maintient le cap de la transition social-écologique en adoptant ce lundi 16 mai des mesures fortes, concrètes et utiles pour le territoire : déploiement d'1M d'€ pour le covoiturage, transformation de 49 bus diesels en bus électriques, engagement de 17M d'€ pour les établissements de santé du territoire et financement de postes de PUPH (Professeur des Universités-Praticien Hospitalier) et d'ASR (Assistant Spécialiste Recherche)... La Métropole se bat par ailleurs pour des Territoires Zéro Chômeur de Longue Durée, adopte une nouvelle stratégie de développement touristique durable et bâtit collectivement, avec les 71 communes, son Règlement Local de Publicité intercommunal.

Pour Nicolas MAYER-ROSSIGNOL, Président de la Métropole Rouen Normandie : « Justice sociale et climatique, santé, emploi : la Métropole prend soin.

Une étude vient de placer la Métropole Rouen Normandie en tête des collectivités françaises en matière de covoiturage. Cela vient récompenser notre travail considérable dans le domaine. Avec Klaxit, nous allons jusqu'à financer le conducteur. Et pour le covoituré c'est... gratuit ! La Métropole envisageait de dépenser 200 000 € en 2022 pour ce dispositif. Face à l'engouement, nous multiplions cette enveloppe par 5 en la portant à 1M d'€. C'est concret, c'est bon pour le pouvoir d'achat et pour l'environnement !

Nous engageons par ailleurs la transformation de 49 bus diesels en bus électriques. Cette opération de rétrofit doit permettre de donner une seconde vie aux véhicules existants. Cela vient compléter nos acquisitions massives de bus électriques et à hydrogène, en vue de répondre à nos objectifs de dépasser 50% de bus à faibles émissions d'ici 2026 et 100% de TEOR.

Pour la santé, nous déployons 17M d'€ pour des établissements du territoire. Les personnels et leurs représentants ne cessent d'alerter : on observe une situation d'épuisement, d'harassement des professionnels de santé, soignants et non soignants, tout particulièrement après la crise sanitaire. Certes la santé est une politique nationale, pas locale. Elle ne relève pas, normalement, des compétences des collectivités. Mais face à l'urgence et aux défaillances nationales, la Métropole souhaite agir pour soutenir celles et ceux qui tiennent à bout de bras les services publics de santé. Nous allons par ailleurs jusqu'à financer directement des postes de PUPH (Professeur des Universités-Praticien Hospitalier) et d'ASR (Assistant Spécialiste Recherche). C'est inédit.

En matière d'emploi nous nous engageons dans la lutte pour des Territoires Zéro Chômeur de Longue Durée, en déployant 75 000 € pour les CCAS de Darnétal, Petit-Couronne, Rouen / Sotteville-lès-Rouen. Nous avons une conviction : personne n'est inemployable, et la lutte contre le chômage est une affaire de courage et de choix politiques.

Nous bâtissons collectivement le nouveau Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi), à l'échelle des 71 communes. Nous souhaitons préserver nos paysages et notamment réduire l'affichage publicitaire, pour un cadre de vie plus naturel et apaisé.

On se bat. On ne lâche rien ».

Klaxit : 1 million d'euros débloqués par la Métropole Rouen Normandie, 1^{er} territoire en France en matière de covoiturage

Les données de l'Observatoire national du covoiturage quotidien positionnent la Métropole Rouen Normandie [comme premier territoire de France en matière de covoiturage](#).

Afin de favoriser l'émergence de mobilités plus respectueuses de l'environnement, plus sociales et solidaires sur son territoire, la Métropole Rouen Normandie a décidé de créer à titre expérimental, un service de covoiturage de courte distance, privilégiant les trajets domicile/travail et les trajets domicile/études.

La Métropole a retenu en juin 2020, la plateforme Klaxit comme outil de covoiturage du quotidien. Dans le cadre de cette expérimentation, le conducteur est rémunéré dans la limite des 40 premiers kilomètres de la façon suivante :

- Un forfait de 2 € par passager et par trajet inférieur ou égal à 20 km,
- Un forfait de 2 € + 0,10 € par kilomètre et par passager pour un trajet compris entre 20 et 40 km,
- Un forfait de 4 € par passager et par trajet supérieur ou égal à 40 km.

Le montant global maximum prévu pour l'année 2022 était de 200 000 €.

Les actions de communication grand public et celles auprès des salariés travaillant pour les principaux employeurs du territoire, réalisées à l'automne 2021 et cet hiver, ont porté leurs fruits en début d'année 2022 sur le nombre de trajets.

En outre, suite à l'envolée du prix des carburants et à la guerre en Ukraine, le covoiturage connaît une forte hausse de nombre de trajets.

Entre le 31 janvier et le 6 avril 2022, le nombre de personnes inscrites est passé de 6 792 à 10 127.

Le nombre de trajets par mois a doublé entre ces deux dates, passant de 10 000 trajets à plus de 20 000 trajets par mois. Cette dynamique se traduit par un budget indemnisation conducteur plus important.

De ce fait, il est nécessaire de modifier le montant initialement prévu en 2022 dans la convention pour l'indemnisation des conducteurs en prenant en compte l'évolution des trajets effectués. La projection estimée du nombre de trajets est de 400 000 trajets sur l'année 2022, avec une cible de 50 000 trajets / mois en fin d'année.

La rémunération moyenne du conducteur par trajet est de 2,5 €. La Métropole Rouen Normandie fait le choix d'augmenter le montant prévu en 2022 pour rémunérer les conducteurs covoitureurs en le fixant à 1 000 000 €.

La Métropole Rouen Normandie va transformer 49 bus fonctionnant au diesel en bus électriques

Afin de lutter contre les problématiques du changement climatique, d'améliorer la qualité de l'air et d'atteindre les objectifs réglementaires de décarbonation et de réduction des émissions de CO₂, l'ADEME a lancé, le 9 mars 2022, un appel à projets relatif aux « Ecosystèmes des véhicules électriques ». Son objectif est de soutenir le déploiement de la mobilité lourde électrique pour le transport routier de marchandises et de voyageurs.

La Métropole dispose de 29 autobus (achetés en 2008-2009) et 20 autocars (achetés en 2019-2020) à vocation scolaire. De par la nature des services assurés, ces 49 véhicules réalisent moitié moins de kilomètres que les autobus urbains. Ils sont donc encore en bon état.

La Métropole souhaite les conserver et changer leur motorisation diesel, seule disponible à l'époque de leur acquisition, par une motorisation électrique désormais développée. Il s'agit d'une opération de rétrofit qui s'inscrit dans une politique de développement durable puisque l'on donne une seconde vie aux véhicules existants. Le coût de cette transformation est estimé à 300K € HT par bus, alors qu'un bus électrique neuf coûte environ 550K € HT. Le coût global de cette transformation s'élève donc à 14,7 millions d'euros HT. L'ADEME peut financer le surcoût de la motorisation électrique jusqu'à 100K € par bus, soit une subvention de 4,9 millions d'euros.

D'autres subventions de la Région, du Département, du FEDER et de l'Etat pourraient également être sollicitées tant que le reste à charge de la Métropole demeure à 20 % minimum. Une subvention de l'ADEME sera également sollicitée dans le cadre de cet appel à projets pour l'acquisition de bus articulés électriques.

La Métropole prend soin : 17 millions d'€ pour les établissements de santé du territoire

Les personnels et leurs représentants ne cessent d'alerter : on observe une situation d'épuisement, d'harassement des professionnels de santé, soignants et non soignants. Certes la Santé est une politique nationale, pas locale. Elle ne relève pas, normalement, des compétences des collectivités locales. Mais face à l'urgence et aux défaillances nationales, la Métropole souhaite agir pour soutenir celles et ceux qui tiennent à bout de bras les services publics de santé.

Les agences régionales de santé sont chargées de mettre en œuvre une politique d'investissement avec un pilotage rénové qui associe plus étroitement les élus nationaux et locaux.

Dans ce contexte, où l'investissement des collectivités locales est possible, voire recherché, et où l'accès à l'offre de soins de proximité peut être difficile, la Métropole Rouen Normandie a souhaité engager une réflexion avec l'Agence Régionale de Santé de Normandie (ARS). Son objectif est de faciliter la réalisation de projets structurants menés sur son territoire par quatre établissements hospitaliers de dimension métropolitaine :

- le Centre Hospitalier Universitaire (CHU),
- le Centre Hospitalier Intercommunal Elbeuf Louviers Val-de-Reuil,
- le Centre de Lutte Contre le Cancer Henri Becquerel,
- le Centre Hospitalier Spécialisé en psychiatrie du Rouvray.

Les dix projets soutenus par la Métropole Rouen Normandie sont les suivants :

- Construction d'un service de réanimation et soins critiques de 20 lits (CHIELV),
- Construction d'une Maison des femmes (CHIELV),
- Projet de reconstruction et surélévation du bâtiment central afin de regrouper les unités de réanimation et de surveillance continue (CHU),
- Projet de reconstruction des unités de soins longue durée (CHU),
- Modernisation des parcours de périnatalité et regroupement des plateaux médico techniques concernant les activités femmes, mères, enfants (CHU),
- Développement et modernisation des activités d'addictologie, de médecine interne et de gériatrie sur le site de Saint-Julien (CHU),
- Augmentation capacitaire du centre de lutte contre le cancer (Centre Henri Becquerel),
- Acquisition du logiciel ETHOS (Centre Henri Becquerel),
- Création de lits de troubles psychiques sévères (CH du Rouvray),
- Regroupement et extension des structures adultes et enfants sur un nouveau site à Elbeuf (CH du Rouvray).

Le soutien de la Métropole Rouen Normandie à la réalisation de ces 10 projets s'élève à 17 millions d'euros. Il traduit la volonté de la Métropole d'agir massivement en faveur de la santé de ses habitants, en répondant aux difficultés en matière d'accès aux soins et de démographie médicale rencontrées sur le territoire métropolitain.

- **Focus : la Métropole Rouen Normandie déploie 1 590 000 € pour le Centre Hospitalier du Rouvray (CHR)**

La Métropole a décidé d'accompagner 2 projets d'investissements structurants liés à l'attractivité, à la formation, à la création et à la transformation de l'offre de soins portés par le Centre Hospitalier du Rouvray.

Les projets retenus par la Métropole pour le Centre Hospitalier du Rouvray (CHR) sont les suivants :

- Création de lits de troubles psychiques sévères pour un montant de 1 100 000 €,
 - Regroupement et extension des structures adultes et enfants sur un nouveau site à Elbeuf pour un montant de 490 000 €,
- Soit au total 1 590 000 €.

La Métropole va directement financer des postes de PUPH (Professeur des Universités-Praticien Hospitalier) et d'ASR (Assistant Spécialiste Recherche)

La Métropole Rouen Normandie souhaite accompagner le développement de l'offre de formation des professionnels de santé. L'objectif est d'accueillir de nouveaux étudiants et de favoriser leur installation sur notre territoire.

Il s'agit d'améliorer la démographie médicale en soutenant le développement de l'enseignement supérieur et de la recherche en lien avec les établissements de santé et en partenariat avec l'Université de Rouen-UFR Santé. En termes opérationnels, la Métropole souhaite financer la création de postes d'enseignement et de recherche dans certaines spécialités médicales. Cela permet à la fois d'attirer de nouveaux étudiants et étudiantes en santé sur notre territoire et de conforter l'attractivité de la Métropole Rouen Normandie en matière de recherche médicale.

La Métropole déploie ainsi un partenariat avec l'UFR Santé Rouen afin de créer à terme :

- 3 postes d'assistants/assistantes de recherches,
- 2 postes de chefs/cheffes de clinique,
- 2 postes d'assistants/assistantes hospitalo universitaire,
- 2 postes de post-doctorats,
- 4 postes de professeurs des universités-praticien hospitalier,
- 2 postes de maîtres/maîtresses de conférences des universités.

La participation maximum de la Métropole Rouen Normandie sera de 2 500 000 € sur cinq ans, soit 500 000 € par an en moyenne.

La Métropole se bat pour des Territoires Zéro Chômeur de Longue Durée : 75 000 euros déployés pour les CCAS de Darnétal, Petit-Couronne, Rouen / Sotteville-lès-Rouen

La Métropole a adhéré à l'association nationale Territoires Zéro Chômeur Longue Durée afin d'être projet émergent et garantir un portage cohérent sur les territoires volontaires de la Métropole Rouen Normandie.

Le projet Territoire Zéro Chômeur Longue Durée est une expérimentation territoriale novatrice qui vise à apporter une nouvelle réponse territoriale en faveur du droit à l'emploi.

La philosophie de l'expérimentation repose sur trois hypothèses complémentaires :

- « Personne n'est inemployable » : les personnes durablement privées d'emploi ont des savoir-faire et des compétences potentiellement mobilisables dans tout un ensemble d'activités.
- « Ce n'est pas le travail qui manque » : si un pays comme la France se caractérise par un niveau important de chômage, y compris de longue durée, il s'avère dans le même temps que de nombreux besoins de la société ne sont pas couverts.
- « Ce n'est pas l'argent qui manque » : la collectivité consacre de nombreuses dépenses au traitement du chômage de longue durée, elle pâtit également d'un manque à gagner (impôts et cotisations sociales) et doit supporter des coûts induits (en lien avec les conséquences sociales du chômage) ».

Des emplois sont créés au sein d'Entreprises dites à But d'Emploi (EBE) avec pour objectif de construire de nouvelles activités non concurrentielles sur le territoire défini en embauchant des Personnes Privées Durablement d'Emploi (PPDE), sans sélection, domiciliées depuis au moins 6 mois sur le territoire concerné. Les emplois créés sont des Contrats à Durée Indéterminée (CDI) à temps choisi, créés avec l'implication des PPDE volontaires sur les territoires à l'aide de la mise en place d'un accompagnement approprié fédéré et validé par l'ensemble des partenaires territoriaux des secteurs du social, de l'insertion professionnelle et de l'économie (par la fabrique du consensus).

En octobre 2020, la Métropole Rouen Normandie a envoyé un courrier aux 71 communes membres afin de recenser les communes intéressées pour construire un projet collectif de qualité.

En juin 2021, 3 territoires et 4 communes ont décidé de se lancer dans l'expérimentation TZCLD :

- Darnétal,
- Petit-Couronne,
- Rouen / Sotteville-lès-Rouen.

Les Centres Communaux d'Action Sociale des territoires de Darnétal, Petit-Couronne et Rouen / Sotteville-lès-Rouen sont identifiés pour apporter leur expertise en matière :

- de mobilisation des demandeurs d'emploi de longue durée et prendre en considération les chômeurs qui ne figurent pas sur les listes de Pôle Emploi,
- d'identification des secteurs d'activités particulièrement touchés par le chômage de longue durée et mobiliser les partenaires institutionnels des secteurs du social mais aussi celui de l'économie,
- et d'accompagnement de ces personnes, majoritairement non suivies à ce jour, sur leur projet professionnel pour des emplois correspondant, dans ces territoires, à des besoins non couverts.

La Métropole fait le choix d'accorder une subvention de 25 000 € par territoire, leur permettant de déployer l'ingénierie nécessaire à la préparation de leur candidature. Cette somme correspond au financement d'un demi-poste (Équivalent Temps Plein) de chargé de mission TZCLD ou l'équivalent en prestation de services d'ingénierie si le territoire ne souhaite pas recruter.

La Métropole s'engage dans une nouvelle stratégie de développement touristique durable

La stratégie touristique du territoire a été adoptée par la Métropole en 2012. Depuis, la filière touristique et les attentes des visiteurs ont profondément évolué, de même que les contours de la compétence de la Métropole. D'une part, elle a réalisé de nombreux investissements qui ont permis d'étoffer l'offre de manière conséquente (Historial, Aître Saint Maclou, Seine à Vélo, création d'itinéraires de randonnée), le parc d'hébergements a grandi et est monté en qualité, de nouveaux événements ont amélioré l'attractivité de la destination... Les chiffres de fréquentation du territoire (jusqu'en 2019), tout comme le classement de la Ville de Rouen en tant que station de tourisme confortent la légitimité de la stratégie mise en place.

Toutefois, celle-ci nécessite d'être mise à jour, au regard des évolutions globales de la filière touristique et de nos problématiques propres.

La Métropole examine aujourd'hui les grandes orientations de la future stratégie de développement touristique durable 2023-2027.

L'Organisation Mondiale du Tourisme définit le tourisme durable comme « un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil ».

L'enjeu est donc de parvenir à concilier l'attractivité, l'Hospitalité, et la Responsabilité sociale et environnementale. En effet, depuis plusieurs années, les experts annoncent que l'avenir du tourisme va devoir faire face à des changements sociaux, économiques, politiques, environnementaux de grande ampleur. La crise sanitaire a accéléré la mise en route de cette incontournable transition.

Ainsi, les grandes destinations urbaines sont confrontées à 4 grandes problématiques :

- Contrer la perte d'attractivité causée par le contexte épidémique : Secteur économique le plus durement touché par la crise sanitaire et ses conséquences, notamment dans les grandes villes, agglomérations et métropoles, le tourisme doit se réinventer et trouver de nouveaux équilibres pour sauvegarder le dynamisme économique de la filière.
- Mettre en avant les espaces naturels pour répondre aux nouvelles aspirations des touristes : Après des mois de confinement, les Français comme les clientèles internationales ont été attirés par les grands espaces et le plein air et ont fui les lieux clos et les concentrations humaines. Il faudra donc capitaliser sur nos espaces naturels qui constituent des atouts inestimables.
- Passer de l'accueil touristique à l'Hospitalité : En intégrant les visiteurs et les habitants dans une même dynamique, on améliore le cadre de vie comme l'expérience touristique, on favorise la rencontre, les échanges, le partage, et la création de valeur ajoutée
- Identifier des marchés à forte valeur ajoutée et à faible impact carbone (ex : les grandes villes européennes accessibles en train ; les cyclotouristes...).

L'ambition générale de la Métropole est d'implanter une culture du développement durable du tourisme et de construire un plan rassembleur porté vers l'avenir, conjuguant aspects sociaux, économiques et environnementaux.

Sept axes de travail seront ainsi développés :

- Mettre l'itinérance et la mobilité au service de la répartition des flux touristiques
- Allonger les séjours grâce au slow tourisme
- Redynamiser le tourisme urbain en misant sur l'excellence des patrimoines et l'animation des centres villes, atouts emblématiques du territoire
- Favoriser l'émergence de démarches qualité et de labellisation attestant d'un réel engagement en faveur d'un développement touristique durable et inclusif
- Mettre en place une gouvernance ouverte et partagée qui replace l'habitant au cœur de la stratégie de développement touristique durable
- Développer le tourisme des savoir-faire
- Mettre en place une nouvelle stratégie de communication avec une marque de destination pour la rendre lisible

Les axes de travail développés par la Métropole visent :

- Un accroissement mesuré et progressif du nombre absolu de visiteurs, corrélé à la capacité d'accueil du territoire, et justifié par le fait que le territoire est aujourd'hui « sous-visité » par rapport à son potentiel touristique.
- Un allongement de la durée des séjours, accompagné d'une meilleure répartition dans le temps et l'espace. En ce sens, il est proposé d'afficher comme objectif à 5 ans de passer d'une durée de séjour de moins de 2 nuits à plus de 3 nuits.
- Et une augmentation de la dépense par visiteur. Il s'agit d'obtenir un meilleur ratio distance / durée / dépenses pour positiver les retombées touristiques en limitant les externalités négatives.

Pour appliquer ces objectifs ambitieux, la Métropole décide de recourir à une assistance à maîtrise d'ouvrage visant à bâtir un plan d'actions affiné, chiffré, priorisé et phasé dans le temps.

Ce travail sera croisé avec l'accompagnement réalisé par la Cellule d'Expertise Industries créatives et Culture de Kedge Business School auprès de l'Office de Tourisme pour la définition et l'implémentation du positionnement touristique de la destination. En parallèle de cette mission, les partenaires de la Métropole seront réunis en ateliers d'intelligence collective. Dès cet été, une concertation citoyenne qui durera jusqu'à l'Armada, sera également organisée pour inclure pleinement les habitants dans la future stratégie métropolitaine de développement touristique durable qui sera présentée lors d'une prochaine séance du Conseil métropolitain.

Le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) en débat

Au regard de leur impact sur le paysage, les publicités, enseignes et pré-enseignes sont soumises à une réglementation nationale en faveur de la protection de l'environnement et du cadre de vie. L'adoption d'un Règlement Local de Publicité permet d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales et à la sensibilité urbaine et paysagère des différents espaces du territoire ; elle permettra notamment :

- d'instaurer des règles plus restrictives que la réglementation nationale, en fonction d'un zonage retenu,
- de réglementer l'implantation des supports publicitaires et des enseignes pour aboutir à un développement maîtrisé et choisi de ces dispositifs.

Les objectifs poursuivis par le RLPi :

Le premier objectif de ce RLPi est de réduire l'affichage publicitaire et les nuisances paysagères et environnementales qu'il génère.

Les objectifs de l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal visent à :

- adapter la réglementation nationale en matière de publicité en considérant les besoins et les intérêts des habitants, ainsi que les besoins de communication extérieure des acteurs économiques, institutionnels et culturels locaux, à concilier avec la protection du cadre de vie,
- adapter la réglementation nationale de la publicité et des enseignes, aux enjeux du territoire, en tenant compte des spécificités des 71 communes de la Métropole Rouen Normandie,
- établir des règles locales concernant les publicités, enseignes et pré-enseignes qui s'inscrivent dans le prolongement des orientations du PLU de la Métropole,
- prendre en compte les nouveaux modes de communication ainsi que les nouveaux procédés et moyens technologiques d'affichage publicitaire.

Ce RLPi contribuera également aux trois grandes orientations du PLUi de la Métropole en poursuivant parallèlement les objectifs qui suivent.

Pour une Métropole rayonnante et dynamique :

- participer au renforcement de l'attractivité résidentielle, par le maintien de l'animation de la vie locale, tout en limitant l'impact de la publicité sur le cadre de vie, y compris dans les secteurs de développement futur et grands projets urbains,
- favoriser la vitalité de l'économie locale, en permettant aux acteurs économiques de se signaler au public, tout en limitant l'impact de la publicité sur le cadre de vie,
- accompagner le développement du tourisme, par la mise en valeur et la promotion des richesses patrimoniales, naturelles et paysagères, tout en limitant l'impact de la publicité et des enseignes sur ces sites,
-

- prendre en compte les besoins en communication extérieure des équipements culturels, sportifs ou autres et prendre en compte les besoins spécifiques nécessaires à l'organisation des événements et manifestations culturels, sportifs ou autres, tout en encadrant la publicité inhérente,
- prévoir d'encadrer la publicité aux abords et au sein des secteurs de développement futur et de grands projets.

Pour une Métropole garante des équilibres et des solidarités :

- s'appuyer sur les différentes typologies d'espaces urbains, naturels, agricoles et forestiers existants, pour moduler les possibilités d'affichage en trouvant une cohérence à l'échelle métropolitaine,
- assurer des cheminements lisibles et confortables, en encadrant l'implantation des dispositifs publicitaires et des mobiliers urbains dans l'espace public (trottoirs, voiries partagées ...).

Pour un environnement de qualité et de proximité pour tous :

- prendre en compte la diversité et la richesse des milieux et paysages naturels, des espaces de nature en ville ainsi que du patrimoine bâti, en limitant l'impact des dispositifs publicitaires et des enseignes sur ces éléments vecteurs d'identité et de qualité du cadre de vie,
- prendre en compte les enjeux spécifiques des espaces appartenant au Parc Naturel Régional des Boucles de la Seine Normande,
- encadrer la profusion d'enseignes, pré-enseignes et panneaux publicitaires sur l'ensemble des entrées de ville, le long des axes majeurs de communication ainsi qu'aux abords et au sein des espaces à vocation d'activités économiques et commerciales,
- réguler les implantations des dispositifs, garantir leur bonne insertion paysagère et urbaine et assurer des agencements de qualité sur l'ensemble du territoire,
- limiter les pollutions lumineuses dans les aménagements publics, sensibiliser les acteurs privés (entreprises et commerces) et développer la sobriété énergétique de ces dispositifs.

La collaboration avec les communes :

Depuis la prescription de l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal, un travail collaboratif avec les communes a été mis en place pour partager les constats du diagnostic, faire émerger les enjeux et définir les orientations générales du document. Des échanges ont eu lieu dans le cadre de plusieurs instances, notamment :

- la conférence territoriale des Maires de novembre 2021
- la commission urbanisme et habitat du 17 mars 2021 et du 9 mai 2022
- les 4 sessions d'ateliers de travail, en juin 2021, septembre 2022, février 2022 et mai 2022.

La présente étape consiste à débattre, sans vote, au sein du Conseil métropolitain, sur les orientations générales du projet du Règlement Local de Publicité intercommunal.

Les 71 conseils municipaux seront également appelés à débattre de ces mêmes orientations générales d'ici la mi-septembre.

A l'issue des travaux qui se poursuivront jusqu'à la fin de l'année 2022, le Conseil métropolitain sera sollicité pour voter l'arrêt de projet. Ce dernier sera ensuite soumis pour avis aux communes membres et aux personnes publiques associées/consultées, puis à enquête publique.

Contact presse

Justine Hunault-Dequatremare

justine.hunault-dequatremare@metropole-rouen-normandie.fr

02 32 76 84 24 | 06 60 71 99 61