LE JOUR J DU CANADA : UNE ÉTUDE DE CAS SUR LA CONSTRUCTION DE LA MÉMOIRE

TERRY COPP

Terry Copp est professeur émérite à l'Université Wilfrid Laurier. Il est l'auteur de nombreux livres et articles sur l'expérience canadienne de la guerre au 20e siècle, dont *Fields of Fire: The Canadians in Normandy* et *The Canadian Battlefields in Normandy: A Visitor's Guide*. Copp a été le rédacteur en chef fondateur de la revue *Canadian Military History*. Il est un collaborateur régulier à la revue *Légion*.

Le 70e anniversaire du Jour-J, le 6 juin 2014, a attiré de grandes foules sur les plages du débarquement de Normandie, dont la reine Elizabeth, le président américain Barack Obama, ainsi que d'autres dirigeants du monde. La cérémonie principale à Sword Beach dans le secteur britannique a attiré le plus d'attention, mais à la fin de l'après-midi, le premier ministre Stephen Harper et le ministre des Anciens Combattants, Julian Fantino, ont rejoint la foule qui se rassemblait au Centre Juno Beach pour la cérémonie canadienne.

Il y a eu des moments solennels et les habituels longs et ternes discours des politiciens, mais l'ambiance générale était à la fête, on voulait célébrer les réalisations des jeunes Canadiens qui, dans les mots du journal de guerre de la Royal Winnipeg Rifles, [traduction] « devaient passer à l'attaque avec le sang froid et l'ont fait sans hésitation ». Ces cérémonies du jour J, qui sont devenus de grands événements touristiques en Normandie et ailleurs, sont un exemple particulièrement intéressant de la façon dont la mémoire est construite et utilisée afin de faire avancer certains intérêts.

Le processus avait débuté en 1984 lors des cérémonies du 40e anniversaire. Le gouvernement français avait invité des dirigeants occidentaux en Normandie, et le président Ronald Reagan, en plein milieu de sa campagne électorale à cette époque, avait prononcé un discours magnifiquement écrit qui allait coïncider avec les émissions télévisuelles du matin. Ses courts, et prétendument informels, commentaires dédiés aux « garçons de la pointe du Hoc » ont été entendu par des millions d'auditeurs, parmi lesquels des Canadiens, qui ont été ravis de la référence de Regan au [traduction] « courage inégalé des Canadiens qui avaient déjà été témoin des horreurs de la guerre de leur côté de l'océan. Ils savaient ce qui les attendait ici, mais ils n'ont pas

pu être dissuadés, une fois qu'ils ont posé les pieds à Juno Beach, ils n'ont jamais regardé en arrière. »

Parmi le public à la pointe du Hoc, il y avait de nombreux dirigeants européens et le premier ministre Pierre Elliot Trudeau. Il aurait été tout à fait surprenant que Trudeau, qui était sur le point de prendre sa retraite et qui était en plein milieu d'une tournée mondiale pour la paix et le désarmement, partage de tels sentiments, et il ne l'a pas fait. Certains autres Canadiens se sont par contre impliqués. Une rencontre fortuite entre des anciens combattants de la Queen' s Own Rifles et le propriétaire de la maison que le régiment avait libérée au cours des premières heures du débarquement a suscité de l'intérêt à Toronto et les QORs ont réussi à obtenir la permission que la « Maison Queen' s Own Rifles » devienne un centre d'activité chaque juin.

La première grande tentative des Canadiens de créer un lieu public de commémoration en Normandie sur le débarquement s'était produit en 1992 lorsque les représentants d'un nouveau musée de Caen, Le Mémorial, avaient visité Ottawa à la recherche de partenaires pour les aider à développer un jardin commémoratif canadien pour le 50e anniversaire qui allait avoir lieu en 1994. La fondation The American Battle Foundation s'affairait à construire un jardin complexe qui devait inclure un « mur de la Liberté » sur lequel devait apparaître les noms de tous les Américains disparus en Normandie. Ni le gouvernement canadien ni le Musée canadien de la guerre ne voulaient participer, mais Hamilton Southam, un vétéran de la Seconde Guerre mondiale et membre de la famille propriétaire des journaux Southam, avait décidé de créer la Fondation canadienne de la bataille de Normandie afin de répondre à l'invitation de Caen.

Un concours de design pour étudiants a été organisé et des équipes provenant de l'Université de Montréal et de l'Université Carleton y ont participé. Les étudiants en dernière année avaient le même âge que la plupart des soldats en 1944. Avant leur départ vers la France pour visiter le site du débarquement, les étudiants ont fait la rencontre d'anciens combattants qui faisaient partie du conseil d'administration de la nouvelle fondation et ils étaient encouragés à développer leur propre approche envers le projet. La professeure Nan Griffiths, qui, avec son collègue, le professeur Bernard Lafargue, supervisait les étudiants, avait ainsi décrit le processus de création du jardin dans un article paru en 1999 :

> [traduction] *« Lorsque nous sommes arrivés en Normandie, il est devenu clair qu'il n'y aurait pas d'accord sur ce que le projet devrait être, où il devrait être situé, ou sur les fonds dont nous disposions pour le réaliser. Le jardin américain, conçu par les architectes professionnels ayant un budget de plusieurs millions, ne nous aidait guère et les étudiants avaient commencé à travailler individuellement avant de former trois équipes pour la compétition. Un site a ensuite été choisi, en partie parce qu'il se trouvait loin du jardin américain et en partie puisqu'il se prêtait bien à l'approche symbolique et métaphorique que les étudiants préféraient. »*

Garth Webb, ancien combattant du jour J, comme beaucoup d'autres visiteurs au Jardin commémoratif canadien, trouvait l'endroit trop abstrait et impersonnel. Beaucoup de visiteurs s'indignaient aussi du fait que les conservateurs du Mémorial n'aient presque pas inclus de références aux Canadiens dans leur exposition. Webb a commencé à élaborer les plans d'un nouveau bâtiment moderne qu'il

voulait installé sur la plage à l'endroit où le Royal Winnipeg Rifles avait atterri. Le gouvernement canadien ne voulait rien à voir avec cette initiative privée jusqu'à ce que Webb persuade le géant américain de la distribution Wal-Mart de soutenir la cause et d'encourager les Canadiens à faire des dons au Centre Juno Beach. Mobiliser le soutien de Walmart a été un coup de génie. Beaucoup de Canadiens se sont opposés à l'entrée de la société américaine sur le sol canadien lorsque celle-ci avait acheté la chaîne de magasins Woolco en 1994. Walmart cherchait une façon de contrecarrer ses critiques à propos de ses politiques antisyndicales agressives et de ses bas salaires en démontrant son engagement envers la communauté et s'était donc rué avec enthousiasme sur cette occasion d'identifier l'entreprise avec le Canada en persuadant ses clients de faire un don d'un dollar destiné à soutenir la construction du Centre Juno Beach. Et au final, Walmart a donné 1,8 million de dollars en plus des centaines de milliers de dollars qu'elle a réussi à lever de ses clients.

Webb avait pris une approche agressive et implacable lors de la collecte de fonds qui avait offensé beaucoup de gens. Ni lui ni aucun de ses principaux alliés ne possédaient d'expériences dans la création et l'administration d'un musée et ils étaient tous réticents à demander conseil. Les responsables chez Anciens Combattants Canada, au Musée canadien de la guerre et auprès d'autres organisations dédiées à la commémoration de guerre n'ont pas été considérés lors de la campagne de collecte de fonds. Le rôle très médiatisé de Walmart gênait le gouvernement fédéral et les gouvernements provinciaux. Lorsque la construction a débuté en 2001, les contributions gouvernementales représentaient 40 pour cent du budget de 10 millions $ et un autre 2,2 millions $ provenaient des gouvernements régionaux en France.[1] Malgré cela, le Centre Juno Beach est resté entièrement sous le contrôle de Webb.

Il est difficile d'estimer l'impact du projet Juno Beach sur l'opinion populaire, mais ce que nous savons est que lorsque *Saving Private Ryan* est sortie en salle dans les cinémas canadiens en 1998, l'enthousiasme du public envers le Jour-J et le rôle du Canada durant cet événement emblématique a atteint un nouveau sommet. Beaucoup de Canadiens se sont plaints que le film, tout comme *The Longest Day*, a négligé d'inclure leurs compatriotes. Cependant, selon un critique :

> [traduction] « *Après avoir vu* Private Ryan, *un individu ayant des connaissances limitées peut se demander ce que les Canadiens faisaient le 6 juin alors que les soldats américains débarquaient en Normandie et se frayaient un chemin à travers un déluge d'obus, de mines et de balles. Un individu qui est conscient que neuf bataillons de troupes canadiennes se trouvaient sur les terres occupés par les Allemands en Normandie demanderait plutôt ce que les producteurs de films et de télévision canadiens faisaient alors que Spielberg créait ce film… La réponse est : pire que rien. Un survol rapide du traitement cinématographie et télévisuel des Canadiens lors de la Seconde Guerre mondiale suggère que si nous avions fait* Saving Private Ryan, *les Alliés ne seraient pas allés très loin après le débarquement. Le soldat Ryan aurait été écrasé par un char d'assaut*

1 See www.junobeachcentre.org/centre/pdf/jbc_press_document_2011.pdf.

allemand et tous les hommes de l'équipe de secours, jusqu'au dernier, seraient morts en cercle autour de lui.[2] »

L'impact à court terme de *Saving Private Ryan* a été énorme et peut expliquer le fait qu'un nombre extraordinaire d'individus ont choisi le Jour-J comme le plus important récit « canadien » du 20e siècle ; cet événement arrive en tête d'une liste de dix événements compilée par des journalistes de la presse écrite et télévisuelle au mois de novembre 1999.[3] Steven Spielberg a créé un souvenir qui demeure toujours aussi fort des années plus tard.

La construction du Centre Juno Beach avait commencé l'année suivante, et lorsque le site a été inauguré en 2003, la presse écrite et télévisuelle lui a accordé une couverture importante. Les visiteurs entraient sur le site à travers une installation qui simulait le débarquement à l'aide d'enregistrement audio et visuels du Jour-J, mais une fois à l'intérieur, l'exposition n'offrait pas beaucoup d'informations sur les événements du 6 juin 1944 ou sur la bataille de Normandie. Un historien qui a visité ces installations a observé que [traduction] « le peu d'histoire militaire qu'offre le site contient de nombreuses erreurs. »[4] La réponse du public a été très différente. Le Centre est un bâtiment impressionnant situé en bordure d'une partie de la côte où se trouvent plusieurs bunkers intacts, conférant ainsi un air d'authenticité unique à la région. Los des préparatifs pour l'anniversaire de 2004, les responsables canadiens avaient choisi le centre pour tenir la cérémonie du 60e anniversaire, à laquelle devait assister la reine. Plus de 6000 personnes ont assisté aux cérémonies au Centre Juno Beach et ont pu voir un défilé aérien composé d'un bombardier Lancaster escorté par deux Spitfires. La journée s'était terminée avec un cornemuseur jouant une triste mélodie sur le bord de la plage.

Un lieu de commémoration qui plaît au public général a été créé et nous offre une version spécifiquement canadienne du Jour J. 10 ans plus tard, ce récit fait désormais partie de notre mémoire collective.

NOTE

Cet essai est basé sur *Terry Copp and Matt Symes, « Canada's D-Day: Politics, Media and the Fluidity of Memory, » in Michael Dolski (et al) D-Day in History and Memory* (Denton, University of North Texas Press 2014).

2 Steve Weatherbe, « Saving Private Canada, » *Globe and Mail*, 24 août 1998

3 *Globe and Mail*, 7 novembre 1999.

4 Jack Granatstein, tel que cité dans le *National Post*, 18 juin 2004.