

+++++

2011: au-delà d'une simple commémoration.

2011 sera le 11^{ème} centenaire de la Normandie (911).

Le Millénaire de la création du duché avait donné lieu à des fêtes importantes de fin mai à fin Juin 1911, principalement autour de Rouen et Saint Clair sur Epte.

L'expérience du Millénaire en 1911.

Que pouvons retenir des festivités de 1911? ¹

Grâce à l'instruction massive de la III^{ème} République, la population connaît les dates de son Histoire (il s'agit d'une appropriation car elle ne le savait plus un siècle avant).²

Il faut préciser que les Normands ont conscience de l'originalité de leur "région" et de l'origine liée à l'arrivée viking³ Cette identité s'étant développée initialement dans la classe dirigeante dont la richesse permettait une vie intellectuelle dense. La destruction révolutionnaire des repères politiques et parfois culturels a aiguillonné le besoin de trouver une stabilité représentée par l'attachement et l'affichage régionaliste⁴. Cette identité allant même jusqu'à s'afficher dans le terme de "Nation normande" enrichissant la nation française.⁵

Les fêtes en elles-mêmes ont un écho national avec la participation du Président de la République M. Fallières⁶ et des articles concernant l'événement dans les journaux nationaux: *L'illustration*, *Le petit Journal*... Elles ont aussi une note internationale avec les délégations diplomatique et militaire navale norvégienne ou épiscopale anglaise.

On peut encore souligner les discours d'inspiration nationaliste française –au travers du discours de Mgr Touchet⁷– à la veille du conflit mondial.

Si aujourd'hui on retrouve facilement les traces de cet événement important, il faut considérer que les retombées des festivités ont été peu exploitées, sinon principalement orientées vers l'aspect électoral, voire commerciales dans un aspect de consommation durant la période considérée.

Bien que les fêtes populaires soient courantes à cette époque permettant des animations très fréquentées. En l'occurrence un aspect culturel et un autre scientifique pour des publics plus restreints ont également été organisés.

Ainsi Harald HEYMAN ⁸ reproche l'ambiance de « fête foraine » : « ce qui a manqué aux organisateurs, c'est peut-être le sens des événements historiques que les fêtes devaient symboliser... » et un peu plus loin : « si enfin, on avait voulu commémorer le millénaire d'une autre façon encore, en ce plaçant au point de vue de l'importance agricole, industrielle et commerciale de la Normandie actuelle, rien n'aurait été plus facile que de mettre cette importance en relief au moyen d'une exposition par exemple. » . Enfin il note que: "la présence de deux comités qui n'ont pas collaboré « ont été peu favorables à la réussite du jubilé... », ainsi que l'oubli de souhaiter la bienvenue aux délégations scandinaves.

Une extrapolation pour 2011

Mettons à profit le retour d'expérience de H. Heyman et prenons en considération l'engouement actuel pour les commémorations et les centenaires, l'année 2011 pourrait se présenter comme une opportunité de développement économique pour la région.

Cette initiative serait dans la ligne du rapport de M. Philippe Augier qu'il vient de remettre à l'Elysée son rapport intitulé "Pour une politique gagnante des grands événements" en tant que leviers de croissance.⁹

Elle répondrait également à un environnement concurrentiel et de compétition économique (évitons le terme de guerre pour marquer la différence avec la veille du premier conflit mondial) régional ou national, voire international, dans lequel il est possible de distinguer des actions commerciales ou de déstabilisation par du lobbying

Par ailleurs partons du postulat que la mondialisation génère une perte de repères culturels comparables à l'instabilité consécutive aux troubles révolutionnaires¹⁰.

Elle ne serait pas non plus déconnectée d'une société évolutive dans laquelle les valeurs culturelles sont un enjeu économique, parfois politique ou religieux. La proximité des références pouvant être un facteur de succès auprès des jeunes générations.

Elle présente en outre l'avantage financier d'être notre propriété: il n'y a pas de frais de dossier de sélection, et nous avons la certitude de pouvoir réaliser l'opération!¹¹

Des constats sur l'identité et le travail commun en Normandie.

La récente démarche de création d'un pôle d'excellence nucléaire en Normandie¹² a amené la réflexion de la DRIRE sur le pénalisant déficit d'image dont souffrent les entreprises du secteur, malgré son importance locale.

Nous pouvons dire aujourd'hui que la Normandie manque –outre les secteurs touristiques, agricoles ou alimentaires- d'identité globale et dans les autres secteurs économiques, scientifiques, sportifs... etc.

Le Comité Régional du Tourisme (CRT) a commandité en 2006 un document de travail *le portrait identitaire de la Normandie*¹³ qui peut être considéré comme une base fondatrice de la communication normande. A cette heure elle reste un outil connu des professionnels du tourisme, du secteur agroalimentaire et de la communication.

Comme souligné plus haut il ne semble pas que ces derniers l'appliquent pour les entreprises d'autres secteurs industriels. D'ailleurs celles-ci ne pensent peut-être pas à communiquer sur leur localisation et leur spécificité

normande. A l'heure de la décharge il n'y a pas une identité normande attachée actuellement à un secteur industriel (hors agro), permettant un effet de synergie pour en reprendre le thème.

Il faut néanmoins noter qu'une évolution récente porte à la création de filières et d'associations¹⁴ (à l'instigation des collectivités ou des entreprises). Ces structures fédératives recherchent la synergie dans la mise en commun de moyens, d'échange de bonnes pratiques... ; cependant dans le sens où elles sont spécialisées professionnellement, elles n'ont pas de lieu privilégié de mise en commun des informations collectées pouvant être utiles au reste de la collectivité économique locale ou régionale.

Autre aspect des obstacles que doivent surmonter les entreprises régionales: les difficultés de recrutement, amplifiées par le déficit d'image de la Normandie comme région économiquement forte et permettant des évolutions de carrière.

L'apparition d'actions concertées –mais encore exceptionnelles- des hommes politiques leur permet d'obtenir des investissements en Normandie (les deux EPR, la desserte ferroviaire).

Si nous interrogeons dans une rue en Normandie un passant anonyme pour lui demander quelles sont les régions culturellement fortes, la Normandie arrive rarement en tête de liste.

A contrario nous constatons un frémissement : une partie grandissante de la population affiche son attachement - décomplexé- à la Normandie¹⁵.

Les trois axes d'intérêt potentiels d'événements liés au 11^{ème} centenaire de la Normandie.

Il s'agit d'avoir une action de développement économique et social dynamique et non défensive.

Le but principal est le développement économique.

C'est-à-dire d'assurer une activité économique (industrielle, commerciale et de services – dont tourisme, recherche et laboratoires) qui apporte de la richesse (emplois, salaires) et pérennise l'infrastructure existante (écoles, activités sportives et culturelles) et maintienne, voire augmente, la population active ou pré-active.

L'amélioration et la captation de compétences

Il s'agit de valoriser la Normandie auprès des jeunes qui étudient en région afin de créer un attachement inaltérable. Il est destiné à favoriser le déplacement des jeunes vers d'autres horizons. La finalité est qu'ils reviennent enrichis de compétences et d'expériences. C'est aussi inciter les diplômés extérieurs à venir dans la région (recrutement de compétences).

La cohésion sociale

Un quart des jeunes diplômés en Normandie quitte la région à l'issue de leurs études. Cela constitue une hémorragie des "élites" qui devraient enrichir le dialogue social local si elles restaient ou revenaient en Normandie. Donner un objectif, un but de construction de proximité à des populations jeunes et/ou désœuvrées ne leur fournirait-elles pas une identité propre leur permettant de se valoriser dans un environnement uniformisant?

2011 : 11^{ème} centenaire et les déclinaisons.

En l'absence de décision politique actuelle¹⁶ sur l'opportunité de mettre à profit l'échéance de 2011, une association¹⁷ s'est créée pour en suggérer une qui pourrait se décliner de la façon suivante:

- Décider que 2011 sera l'année de la Normandie, pour les avantages suivants:
 - événement médiatique
 - message simple et fédérateur.
 - permettant de créer une image cohérente, dynamique et valorisante de la Normandie.
 - Sensibiliser et souder la population à l'identité normande, propulser économiquement la région.
- Créer –en profitant de l'effet 2011- un réseau à vocation économique, fondé sur l'identité normande.
 - Pouvant devenir à terme un lieu de rassemblement, de maillage ou d'interconnexion de ces réseaux en Normandie.

Dans quel esprit ?

Pour contribuer à l'effet de synergie, une labellisation d'événements, d'actions, de produits est proposée à partir d'un « cahier des charges » dont l'esprit est de mettre en valeur la Normandie, au travers de périodes fastes, ou d'événements moins connus mais où elle a pu s'illustrer dans les domaines des arts et techniques.

Un aspect essentiel est de donner une perception évolutive "Hier-Aujourd'hui-Demain" en présentant un lien entre le passé (les racines), le présent (l'actualité et le futur immédiat) et le futur (technologie, recherche, culture...) pour donner une impulsion vers l'avenir (au travers d'une image technologique, dynamique, commerciale et industrielle).

C'est donc dans le même esprit d'une vision globale de la Normandie, permettant à chacun de s'y retrouver que des animations basées sur des thématiques aussi différentes que histoire, culture, sciences, sports et développement économique (et autres...) pourront être labellisées. Le programme populaire s'intègre dans un programme d'actions économiques et sportives alternées.

Les animations ne sont pas nécessairement propres à 2011. Les organisations récurrentes peuvent s'y associer: évidemment si elles organisent régulièrement des rencontres au thème normand, ou si ce n'est pas le cas en adaptant leur thème spécifiquement à la Normandie en 2011.

Un réseau des Normands

L'intérêt de la constitution d'un tel réseau se décline en termes de lobbying économique, de développement de relations d'affaires, de réseau d'accueil et d'orientation des migrants normands, d'identification et recrutement de compétence au profit des entreprises normandes, embauche de jeunes diplômés normands, accueil de stagiaires, et bien entendu en diffusion d'une image positive de la Normandie, ...

Cette notion de "communauté des Normands" ne peut fonctionner seule: elle doit être renforcée par un lien affectif fort pour qu'elle soit attractive et oriente naturellement vers la région d'attachement. La création et l'animation du réseau (c'est-à-dire constituer le maillage, échanger les informations) ne pourra se faire qu'à partir du moment où l'identité normande sera suffisamment puissante pour être attractive. On ne peut envisager la phase "réseau" sans avoir travaillé préalablement la phase "montée en puissance de l'identité normande".

C'est pourquoi 2011 est une fenêtre exceptionnelle pour monter les structures de l'après 2011, c'est-à-dire ce réseau des Normands basés en France et à l'étranger, à vocation économique, fondé sur la notion de Normandie.

Si les personnes essentiellement décrites dans ce discours sont du monde "productif"¹⁸, ce sentiment "d'appartenance" doit également s'appuyer et faire appel aux générations plus âgées. Les associations sont également un vecteur potentiellement puissant car elles regroupent des personnes passionnées et motivées disposant d'une forte connaissance technique et de réseaux constitués.

François Dublaron

Pour l'association du 11ème centenaire de la Normandie

www.911-2011.fr

www.911-2011-les-festivites.fr

<http://reseauunormand.canalblog.com/archives/2009/05/index.html>

¹ Cf. Jean-Pierre Chaline "Les fêtes du Millénaire de la Normandie – Rouen 1911" (in Etudes Normandes - N°3 de 1989, pages 49 à 69)

² Ibid page 52

³ Ibid page 54

⁴ Cf. François Guillet* "Entre stratégie sociale et quête érudite : les notables normands et la fabrication de la Normandie au XIXe siècle" (in Le Mouvement Social - 2003/2 - N°203, pages 89 à 111) - pages 93, 96

* Professeur d'histoire au lycée Jules-Ferry à Paris, chargé d'enseignement à l'Université de Versailles-Saint-Quentin-en-Yvelines. Article disponible en ligne :

http://www.cairn.info/article.php?ID_REVUE=LMS&ID_NUMPUBLIE=LMS_203&ID_ARTICLE=LMS_203_0089

⁵ Ibid page 105 ; faisant référence à: E. de la BÉDOLLIÈRE, « Le Normand », in Les Français peints par eux-mêmes, Paris, L. Curmer, 1842, « Province », t. II, p. 121.

⁶ Cf. Jean-Pierre Chaline, art. cité, pages 55)

⁷ "La Normandie" Discours prononcé le Dimanche 28 Mai 1911 dans le Fête du Millénaire Normand en la Cathédrale de Rouen, par Mgr Touchet.. - Imprimerie. P, Pigelet et Fils, Orléans – 1911.

⁸ Cf. Harald HEYMAN : "Impressions du millénaire." page 415 (in "La Revue scandinave" – 2e année – n°6 - Juin 1911)

⁹ "POUR UNE POLITIQUE GAGNANTE DES GRANDS ÉVÈNEMENTS: Les grands événements, outil stratégique et levier de croissance pour la France" Par Philippe Augier, Maire de Deauville, Président de France Congrès - 27 Juillet 2009

¹⁰ Il existe une multitude d'articles sur le sujet. Ils présentent des perceptions différentes, permettant à chaque discours de trouver ses références. Nous nous contenterons de dire que le nombre de ceux-ci signale qu'il existe bien une corrélation entre "mondialisation" (économique, politique et culturelle) et "besoin d'identité" vécu par les individus et les groupes. Un site pourrait être cité: INCP-RICP (Réseau International sur la Politique Culturelle) tribune internationale des ministres nationaux de la culture pour échanger des idées sur les enjeux culturels et élaborer des stratégies: <http://www.incp-ripc.org>

¹¹ Comparativement à des dossiers perdus tels que les J.O. de Paris, ou qui ont nécessité du temps pour être heureusement gagnés (tel le "Mondial du Cheval" en Normandie en 2014)

¹² Drire – « étude sectorielle sur la filière nucléaire bas-normande » (septembre 2008) ET « Le nucléaire pour l'énergie, pour la santé : vers un pôle d'excellence en Basse Normandie » (C.E.S.R.)

¹³ <http://www.normandie-tourisme.fr> ou plus précisément: <http://www.normandie-tourisme.fr/site-grand-public/menu-principal/quelques-reperes/les-donnees-cles-132-1.html>

¹⁴ Pôles de compétitivité régionaux: chevaux, électronique (TES), nautisme (FINN), automobile (Mov'éo), logistique, cosmétique (cosmetic valley) ; Filières régionales: agroalimentaire (Anea-Hanoria, filière non OGM), nucléaire, aéronautique (Normandie AéroEspace), bois (Anoribois)... Aisco, Propeller club...

¹⁵ (de plus en plus de communes pavoisent normand, nombre de sites sur internet dédiés à la région, le déploiement de drapeaux dans les matchs de foot, les autocollants sur les voitures, les pavoisements de collectivités... et en dernier lieu, l'avalanche de message sur la question de la représentation picturale de la région sur les nouvelles plaques d'immatriculation (déclenchant un article sur le sujet de la renaissance normande chez Ouest-France).

¹⁶ Fin 2009

¹⁷ Comité de promotion du Mille-Centenaire de la Normandie. 911-2011 / J-O.: 06/12/2008, Déclaration en Sous-Préfecture de Cherbourg le 18-11-2008 (SIREN: 509 717 336) www.911-2011.fr www.911-2011-les-festivites.fr

¹⁸ Entreprises (quel que soit leur secteur d'activité), associations d'entreprises, syndicats professionnels ; Syndicats salariés ; Formation initiale publique et privée (élémentaire et secondaire) ; universités, organismes de formation continue, grandes écoles... ; secteur Recherche: laboratoires, chercheurs ; monde de la santé ; artistes du spectacle, auteurs, compositeurs, écrivains, ... ; media ; associations, clubs sportifs ; institutionnels...