

à l'initiative de l'Union Internationale des Alsaciens

# 1<sup>st</sup> ALSACE FAN DAY

Fêtons l'Alsace partout dans le Monde



#ALSACEFANDAY

**24 juin 2018**

Vous aimez l'Alsace ? Participez à la première  
**Journée Mondiale des Amoureux de l'Alsace**  
où que vous soyez !

avec le soutien de l'Ami hebdo p.3

Alsaciens du monde, unissez-vous (autour d'une tarte flambée) !

## En quête des fans d'Alsace dans le monde

L'Union internationale des Alsaciens ne semble jamais en reste pour faire la promotion de l'Alsace à travers le monde. A quelques semaines de son assemblée générale annuelle, l'Alsace Fan Day\* vient d'éclorre sur les réseaux sociaux. De quoi s'agit-il ? Pour le savoir, nous sommes passés à table avec les initiateurs du projet.

L'Union internationale des Alsaciens passe la vitesse supérieure. Si l'association présidée par Gérard Staedel qui fédère environ 1200 membres répartis dans une cinquantaine d'associations disséminées à travers le monde est bien connue pour son action en faveur de la promotion de l'Alsace, ses dernières initiatives tendent à démontrer le caractère désormais plus offensif de sa feuille de route. La série de partenariats, signés tour à tour avec l'Agence d'Attractivité de l'Alsace (AAA), la Chambre de Commerce et, dernier paraphe en date, l'Association Régionale des Industries Agroalimentaires (ARIA) avait commencé à donner le ton de la nouvelle donne. Mais c'est désormais au tour de l'Alsace Fan Day d'entrer en piste. Quésaco ? « Il s'agit d'inviter tous les amoureux de l'Alsace à se retrouver le même jour devant une tarte flambée, à se filmer ou à se prendre en photo et à partager ce moment sur les réseaux sociaux », résume le président Gérard Staedel. Sous ses airs de défi un peu potache, il s'agit bien en vérité d'une petite révolution. En d'autres termes pour l'UIA, « une vieille dame



« Sur les 195 pays au monde, nous en couvrons un tiers environ... » C'est dire la marge de progression, se plaît à expliquer le président de l'UIA.

qui n'aime pas trop être bousculée » d'entrer de plain-pied dans l'air numérique, seul moyen si l'on en croit ses promoteurs de toucher à terme l'ensemble de la diaspora alsacienne. « Notre association dispose d'un fichier d'environ 5000 Alsaciens dans le monde. Or, l'on estime leur nombre à plus ou moins 100 000. C'est dire la marge de progression ! » reconnaît Gérard Staedel sans détour. D'ailleurs,

preuve de son envie d'élargir sa base : l'opération n'est pas réservée aux seuls adhérents ou sympathisants de l'UIA, mais se veut ouverte à tous les Alsaciens qui partagent un socle de valeurs communes. C'est aussi la raison pour laquelle l'UIA, qui se revendique certes l'instigatrice de cette journée des amoureux de l'Alsace, ne veut pas davantage se laisser enfermer dans un réseau social en particulier. Si une page Fa-

cebook, un fil Twitter et un compte Instagram sont d'ores et déjà au programme, les concepteurs de cette journée martèlent à l'envie que le mot clé, c'est le hashtag #alsacefan-day. « Quiconque se prendra en photo (ou en vidéo) avec une tarte flambée ou un symbole de l'Alsace pourra la partager sur n'importe quel réseau via le hashtag dédié. A nous d'agréger toutes les contributions

### Pourquoi le 24 Juin ?

« Initialement, nous pensions choisir le jour de la Sainte-Odile, patronne de l'Alsace, mais en plein hiver, cela nous a paru moins convivial pour initier une fête. Et puis comme il fallait mettre de côté les mois de juillet/août en raison des vacances, la date du 24 juin s'est très vite imposée. C'est le jour le plus long de l'année, mais c'est aussi la saint Jean, un jour particulièrement fêté en Alsace » explique Gérard Staedel.

sur un mur... » détaille encore Michael Bechler, le « monsieur réseau » de l'opération. « Cette journée est un point de départ de la mutation de l'UIA pour la mettre en phase avec tout ce qui concerne les réseaux sociaux et le digital. Car si on veut que demain un maximum d'Alsaciens se signalent à l'étranger, il faut utiliser les nouveaux canaux. » Bien sûr, cela n'empêche en rien de faire de cet instant un moment de convivialité purement festif, comme le reconnaissent en chœur les deux hommes : « Si des connivences se créent au point d'être des accélérateurs de business, ce sera tant mieux. »

### Un galop d'essai

« Peut-être que cette journée va susciter la création de nouvelles associations », se réjouit de son côté Gérard Staedel, citant en exemple celles déjà en gestation à Dubaï ou à Dakar. Mais une fois encore, le but ultime est d'abord de voir : « des doigts qui se lèvent », pour signaler la présence d'Alsaciens jusque-là passés sous les radars de l'UIA. « Au-delà, l'objectif est aussi d'intéresser les marques, pour être en mesure, demain, d'aller plus loin en créant le réseau social des Alsaciens. Mais pour cela, il faut montrer aux marques alsaciennes que l'on a de

la visibilité, qu'un rayonnement international se met en place », professe Michael Bechler.

Gérard Staedel le reconnaît, cette première journée fait figure de galop d'essai. « On a lancé l'opération il y a quelque semaines à peine. Beaucoup de nos adhérents avaient déjà leur propre programmation, mais malgré cela, certains nous ont intégré... » Au point que la mobilisation a été large, au-delà de leur espérance, pour une première initiée dans la hâte. « Les premiers commenceront à Tokyo, dans un restaurant de tartes flambées tandis que San Francisco fermera la marche. En tout, ce sont près d'une trentaine de villes d'Europe et d'Amérique, d'Asie, du Moyen Orient et d'Afrique qui participeront à l'opération » se réjouit encore le président de l'UIA tout en promettant que l'année prochaine, ils s'y prendront plus en amont. Et si la date du 24 juin semble belle et bien réservée, le thème lui, n'est pas encore arrêté. « Peut-être que nous ferons la promotion du vin d'Alsace ou de la bière... »

Frédéric Rihn

\* Journée des amoureux de l'Alsace

Plus d'informations  
sur  
[www.alsacefanaday.com](http://www.alsacefanaday.com)



L'UIA a élaboré une affiche pour représenter l'événement, laissant chacun libre de se le réapproprier.