

LE BILAN

SALON CRÉER SA BOÎTE

25 novembre 2025

www.creer-sa-boite-en-alsace.fr





INTRODUCTION

La 14e édition du Salon Créer sa Boîte s'est tenue le mardi 25 novembre 2025 au Palais des Congrès de Strasbourg.

La cible ? Les porteurs de projets, créateurs, repreneurs, start-upers, étudiants-entrepreneurs et chefs d'entreprises.

Démarrer sur des bases solides et validées, anticiper les coups durs, se faire entourer des bons partenaires, tels sont les éléments essentiels pour durer et passer d'un projet à une activité florissante.

Le Salon Créer sa Boîte a pour objectif de sécuriser la démarche des entrepreneurs, de faire mûrir leur projet et de pérenniser les entreprises. Il accompagne également le rebond des créations-reprises d'entreprise.

Les temps forts en 2025



- Sur l'Espace "Pitch ton Projet", les visiteurs ont pu suivre des ateliers et exposer leur projet devant le public et face à un jury d'experts, qui leur a fait des retours constructifs pour améliorer leur présentation
- L'Espace "Business Meeting" animé par l'ESSCA Junior Conseil, un espace de réseautage pour favoriser les échanges et créer de l'émulation avec les porteurs de projet, les exposants
- Une table de jeu animée par l'URSSAF avec la présentation du Jeu ALAMBIC, jeu de rôle pour répondre aux questions des créateurs concernant les cotisations et taxes
- La Remise des Prix « PEPITE » organisée par l'Université de Strasbourg sur son espace, ces prix récompensent les initiatives innovantes portées par des étudiants ou jeunes diplômés

TABLE RONDE Osez entreprendre

Salle Cosmos à 16h30

Cinq entrepreneurs alsaciens charismatiques et inspirants viennent partager leur expérience autour de 5 thématiques : le déclic entrepreneurial, les coulisses de leur parcours, les aspects techniques de la création, l'humain derrière l'entrepreneur, l'entrepreneuriat au féminin.



Kamel Boulhadid
Groupe BK



Céline Roland
Céline Roland Opticien
Lunetier



Claude Castérot
Paddock Academy



Laura Desquilens
Le Rendez-Vous des
Ambitieuses



Thomas Obrecht
Ex Persona



L'objectif de cette Table ronde pour le public était de :

- Donner la parole à des entrepreneurs aux profils variés et inspirants
- Montrer les réalités de l'entrepreneuriat avec sincérité
- Permettre au public de découvrir les parcours de manière authentique et différente
- Inspirer, donner des conseils pratiques et partager des anecdotes concrètes
- Mettre en lumière l'entrepreneuriat féminin et le rôle des réseaux comme *Les Ambitieuses*

NEW!

3 vidéos/interviews ont été réalisées pour faire la promotion de cette table ronde sur les réseaux sociaux



Les informations et les chiffres clés du SALON CREER SA BOÎTE 2025

- 74 exposants, dont 16 nouveaux dans les domaines de la Franchise et de l'accompagnement des entreprises
- Une exposition dans la nef sur la Marque Alsace et ses marques filles (dont ARTISAN et COMMERCANT D'ALSACE) avec comme objectif de développer l'attractivité et le rayonnement du territoire
- L'espace Pitch a permis à une trentaine de porteurs de projet à présenter leur dossier en public
- La Table Ronde "Osez Entreprendre" a fait salle comble avec plus de 110 participants





La fréquentation

905 visiteurs : la fréquentation reste assez stable par rapport à 2024 (1 091)

42 conférences et ateliers avec 1 872 participants

Le top 3 des conférences et ateliers :

- La Boîte à outils du créateur : **106 participants**
- le B.A-BA de la création d'entreprise et les points de vigilances lors d'une création d'entreprise : **102 participants**
- Boostez votre visibilité sur les réseaux sociaux : **95 participants**





DÉCOUVREZ NOS 10 ESPACES THÉMATIQUES!



Jeunes et
Entrepreneuriat,
Start'Up et Innovation



Reprise
d'entreprise



Développement
durable



Speed
Meeting



Espace
du digital



Le
transfrontalier



Pitch
ton projet



Conférences
reprise
d'entreprises



Pôle de la création
reprise d'entreprise



Conférence
développement
d'entreprise

145 participants
sur l'espace
Jeunes &
Entrepreneuriat

370 participants
sur l'espace Digital

151 participants
sur l'espace
Reprise et
Développement

125 participants
sur l'espace
Développement
Durable

99 participants
sur l'espace Pitch ton
projet

982 participants
pour les conférences –
Salles Cosmos et Galaxie



A l'issue du Salon Créer sa Boîte, Strasbourg Events a proposé d'établir un bilan carbone de notre événement. Vous trouverez ci-dessous le périmètre de l'étude les résultats et les préconisations pour les salons suivants.

Bilan Carbone : Salon Créer sa Boîte 25 / 11 / 2025

Rapport d'analyse
Rédacteur : Matthieu LOEW

Périmètre de l'étude

L'empreinte carbone

Le Bilan Carbone d'un événement comprend deux étapes :

- La mesure de son empreinte carbone totale selon les 3 scopes* englobant l'ensemble des émissions de gaz à effet de serre (GES) induits, mesurés en équivalent CO2**.
- La présentation des solutions à déployer pour réduire cette empreinte carbone.

**Les 3 scopes du Bilan Carbone :*

Scope 1 : émissions directes

Scope 2 : émissions indirecte liées à la consommation d'énergie

Scope 3 : autres émissions indirectes

***La tonne d'équivalent CO2 (aussi appelé teq CO2 ou tonne de CO2eq) sert d'unité de mesure de référence pour l'empreinte carbone.*

Consommables et autres types d'indicateurs

Chaque indicateur étudié rentre dans l'une des 2 catégories suivantes :

- Les **consommables*** : tout ce qui est consommé dans le cadre de l'événement et étant à usage unique (repas, électricité, ...).
- Les **autres indicateurs**** : tout ce qui est amené à être réutilisé (cloisons de stand, appareils électroniques, ...).

**Consommables : leur empreinte carbone reportée à 100% dans le Bilan Carbone. Les tapisseries (moquette, coton gratté, lino, ect) sont comptabilisées avec un taux moyen de chutes (de l'ordre de 10%).*

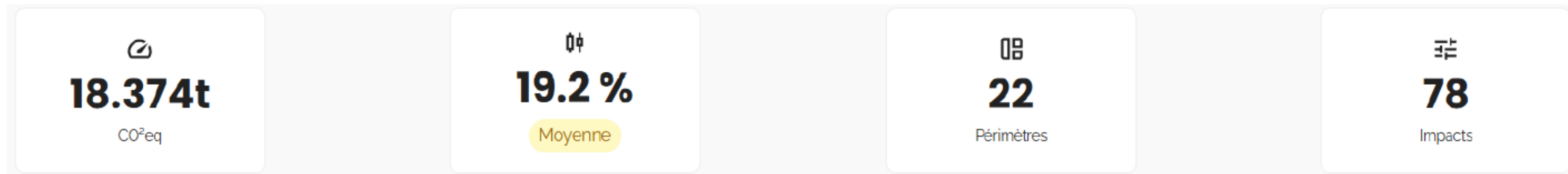
***Autres indicateurs : base d'amortissement sur 5 ans, reporté en % du temps d'utilisation total dans le Bilan Carbone.*

NEW!



Résultats et analyse

Emissions totales de GES de l'événement



- L'empreinte carbone du salon Créer sa Boîte est d'environ **18,4 tonnes d'équivalent CO₂**, ce qui est relativement bas.
 - ❖ Cela représente environ **11 aller-retours Paris-New York en avion**.
- L'**incertitude de 19,2%** correspond à la **marge d'erreur** possible provenant à la fois des données estimées (déplacements, ...) et de la qualité de certains facteurs d'émission de la base de données. Cette incertitude tend à être plus élevée lorsque l'empreinte carbone totale est faible.
- Les données analysées sont représentées par 78 indicateurs distincts (nombre de repas végétariens, kWh d'électricité, ...) répartis en 22 ensembles thématiques (restauration, consommations énergétiques, ...).

Principales catégories d'émissions de GES

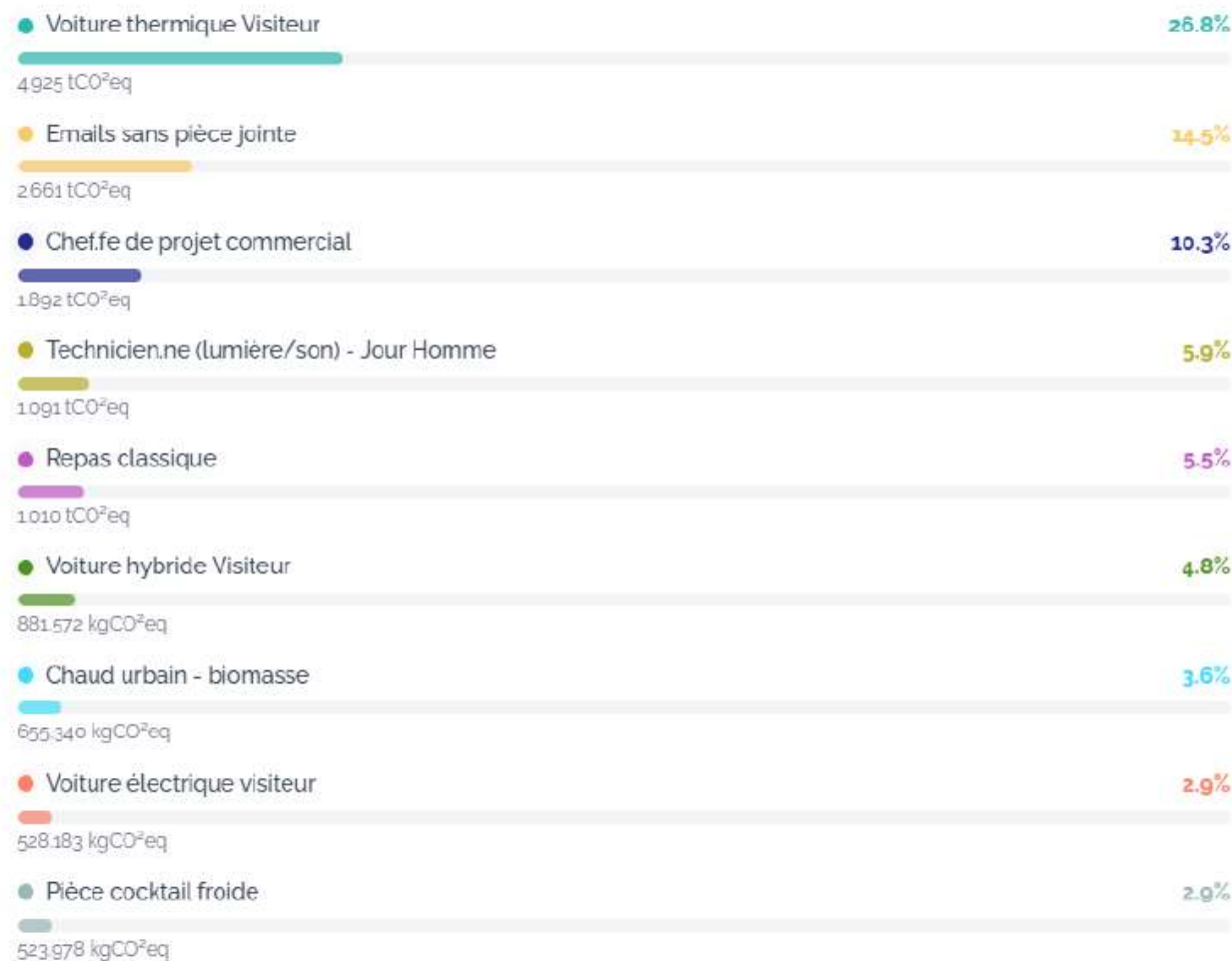


➤ Les déplacements routiers arrivent en tête avec 7,39 teq CO₂, avec une majorité de cet impact carbone provenant des déplacements en voiture des visiteurs et des exposants pour se rendre au Parc des Expositions.

➤ La catégorie « Autres » englobe plusieurs éléments, notamment une partie de la restauration et les temps de travail des parties prenantes, pour un total de 4,52 teq CO₂.

➤ La catégorie « Numérique » représente 2,66 teq CO₂, dus à la grande quantité de mails envoyés dans le cadre de l'événement.

➤ Les consommations d'énergie sont également représentées.



➤ En considérant les indicateurs individuellement, on en retrouve 3 liés aux déplacements dans le top 9, ce qui est récurrent dans le cadre d'un Bilan Carbone d'événement.

❖ L'impact des voitures thermiques des visiteurs est au premier plan : 4,92 teq CO₂, soit plus de 26,8% de l'empreinte carbone de l'événement.

❖ L'impact total des déplacements visiteurs représente quant à lui 7,57 teq CO₂ (41,2% du total).

❖ Regroupés, l'ensemble des déplacements (routiers, ferroviaires, fret, ...) représente 8,26 teq CO₂ (45,0% du total).

➤ Les autres sources considérables d'impact carbone sont toutes au moins partiellement représentées dans ce top 10 :

❖ La restauration (nourriture et boisson) qui représente 4,10 teq CO₂, soit 22,0% de l'empreinte totale de l'événement.

❖ Les temps de travail des équipes (projet, technique, sécurité, ...) pour un total de 2,88 teq CO₂ (15,7% du total).

❖ La communication numérique, majoritairement à travers les emails qui représentent 2,66 teq CO₂ (14,5% du total).

❖ La consommation d'énergie liée à l'événement qui s'élève à 0,89 teq CO₂ (4,8% du total).

Actions possibles pour réduire l'empreinte carbone à la prochaine édition de l'événement



- Déplacements visiteurs : inciter aux TEC et aux mobilités douces
- Déplacements exposants : privilégier les exposants les plus locaux pour réduire les déplacements induits
- Communication digitale : réduire le nombre de mails envoyés
- Restauration : réduire la part d'options de repas à base de viande rouge, augmenter la part des options végétariennes et végans
- Privilégier les repas classiques aux pièces cocktail
- Privilégier le café filtre aux dosettes de café
- Calendrier : prévoir l'événement à une période moins froide de l'année pour réduire les besoins en chauffage induits
- Aménagement : poursuivre la réutilisation des enseignes, passer aux badges en carton et supprimer le dernier morceau de moquette (geste symbolique)

La communication

L'affichage Grand format

- Flancs de bus Strasbourg
- Colonne Willmotte EMS
- Mupy digitaux EMS

Campagne radio ICI Alsace

Communiqué de presse envoyé aux medias locaux

Campagne SMS

- auprès des demandeurs d'emploi (via France Travail)

Le Numérique

- Posts débutés à J-90 jours, 2 par semaine
- Des posts sponsorisés sur Facebook, Instagram et LinkedIn
- Relais de l'événement sur les pages Facebook des partenaires (CMA/CCIAE/UNISTRA/RGE/EMS/CeA)
- Campagnes display et web radio ciblées
- 5 emailings auprès des contacts de la CMA, CCIAE et de l'Université
- 1 emailing auprès des entreprises des territoires QPV
- Mails d'information avec l'envoi du kit de communication auprès des structures d'aide à l'emploi
- Une campagne de communication de l'APEC, de France Travail
- Relais de l'action par les exposants avec le kit de communication fourni

Les impressions

- 8 000 flyers
- 200 affiches



Les Réseaux Sociaux

**Salon Créer sa Boîte en Alsace** ... X
Sponsorisé · 

Vous rêvez de créer ou reprendre une entreprise ?

...Voir plus



SALON CRÉER SA BOÎTE EN ALSACE

Osez entreprendre

MARDI 25 NOV. STRASBOURG
PARC DES EXPOSITIONS

Inscription gratuite

creer-sa-boite-en-alsace.fr

Envie d'entreprendre ?
Trouvez les bons...

En savoir plus

 49

3 commentaires

 J'aime  Commenter  Partager

**Salon Créer sa Boîte en Alsace** ... X
Sponsorisé · Lire en entier 1:52 >



Kamel Boulhadid,
Fondateur GROUPE BK

TRAVAILLER EN ÉQUIPE

En savoir plus

**Salon Créer sa Boîte en Alsace** ...
1409 abonnés
Post sponsorisé

Pour entreprendre, il faut bien plus que de l'audace. 🚀 Il faut un projet viable, une méthode rigoureuse et un réseau solide pour garder le cap dans les tempêtes. 🌪️

Venez affiner votre projet au Salon Créer sa Boîte le 25 novembre à Strasbourg.

C'est le rendez-vous annuel de tous ceux qui souhaitent créer, reprendre ou développer leur entreprise :

- 🗣️ **90 exposants** pour répondre à vos questions : conseillers à la création, juristes, experts-comptables, assureurs, franchiseurs, financeurs, hébergeurs, incubateurs...
- 🎤 **50 conférences et ateliers** pour structurer votre projet : statut juridique, financement, business plan, prévoyance, hébergement, digitalisation...
- 👤 **Un espace Pitch ton projet** pour mettre votre idée à l'épreuve devant un jury.
- 🗺️ **Une table ronde** pour vous inspirer et prendre de la hauteur.

Rendez-vous au Salon Créer sa Boîte en Alsace :

📅 Mardi 25 novembre 2025 de 9h00 à 18h00

📍 Parc des Expositions de Strasbourg

🎟️ Entrée libre sur inscription : <https://lnkd.in/dYay3kG>

#saloncreersaboite



SALON CRÉER SA BOÎTE EN ALSACE

Osez entreprendre

Mardi 25 novembre
Parc des Expositions de Strasbourg

ORGANISÉ PAR :



33

1 commentaire · 9 republications



Statistiques Réseaux Sociaux LinkedIn



154 nouveaux abonnés

Le salon a été mentionné dans 33 posts

Statistiques de la page pour la période du 1er octobre au 30 novembre

Nombre d'impressions : 253 530

Nombre de clics : 184

DONNEES DE PAGE

Vues de la page	555
Visiteurs uniques de la page	274
Nouveaux abonnés	154*
Nb total d'abonnés	1456



Statistiques Réseaux Sociaux Instagram

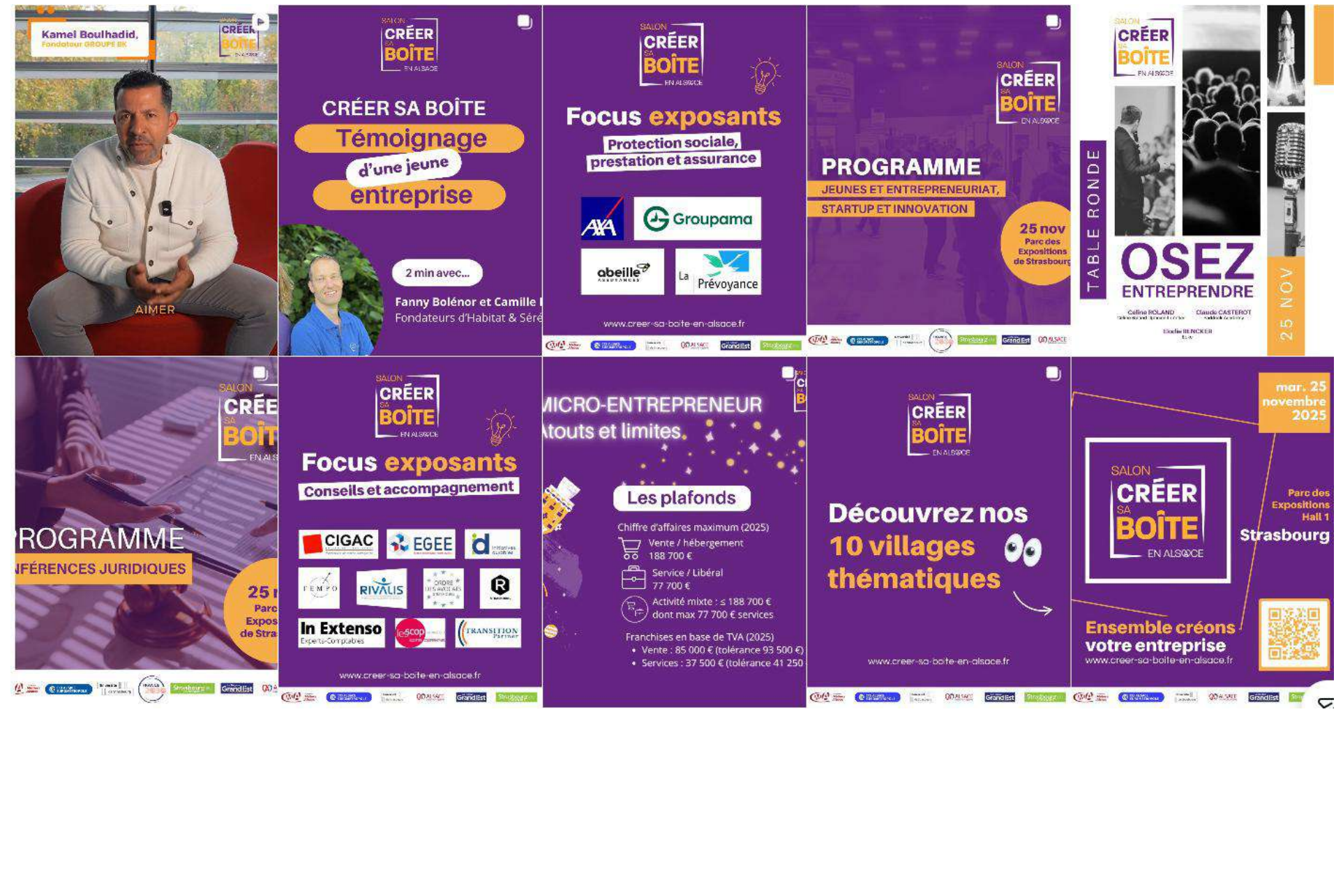


Statistiques de la page pour la période du 1er octobre au 30 novembre

Nombre d'impressions : 87 524

Nombre de followers Instagram : 456

Nombre de clics : 2 012

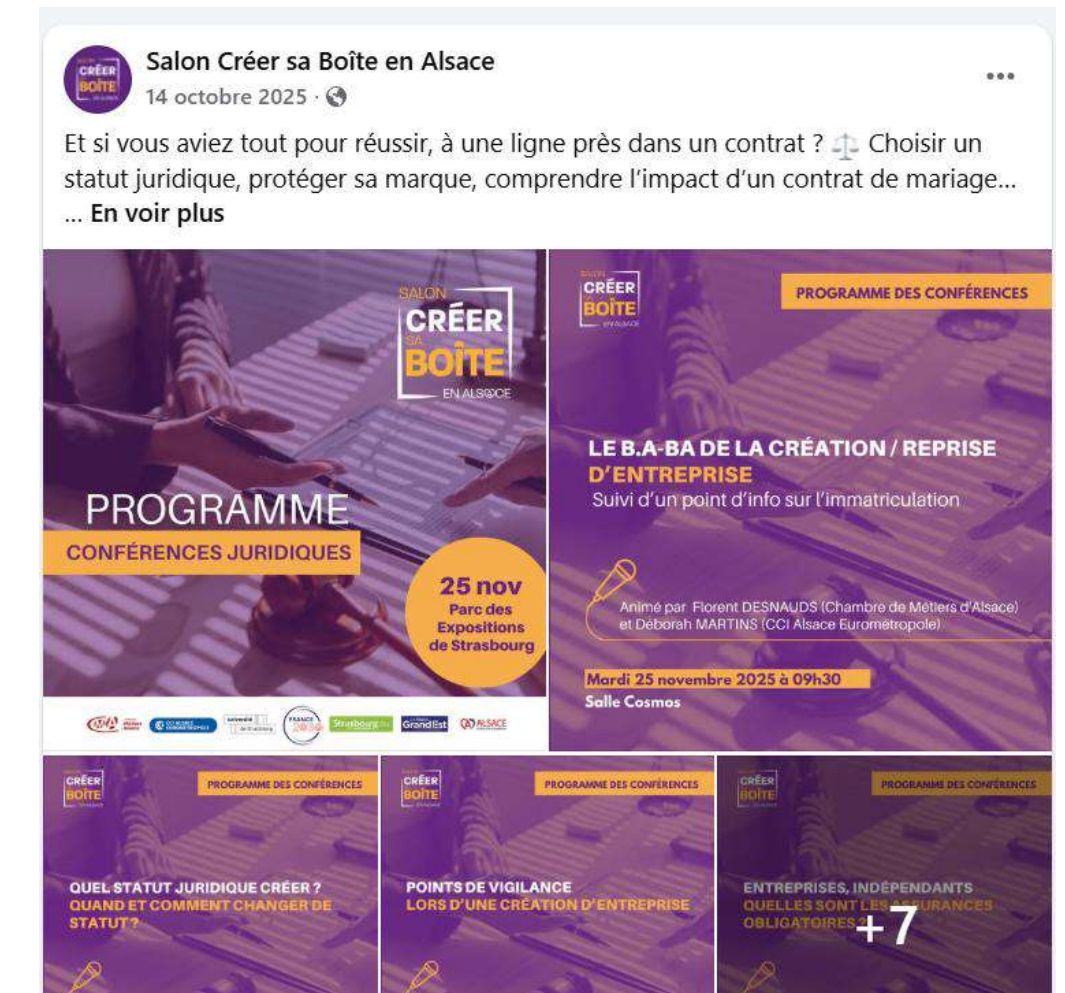
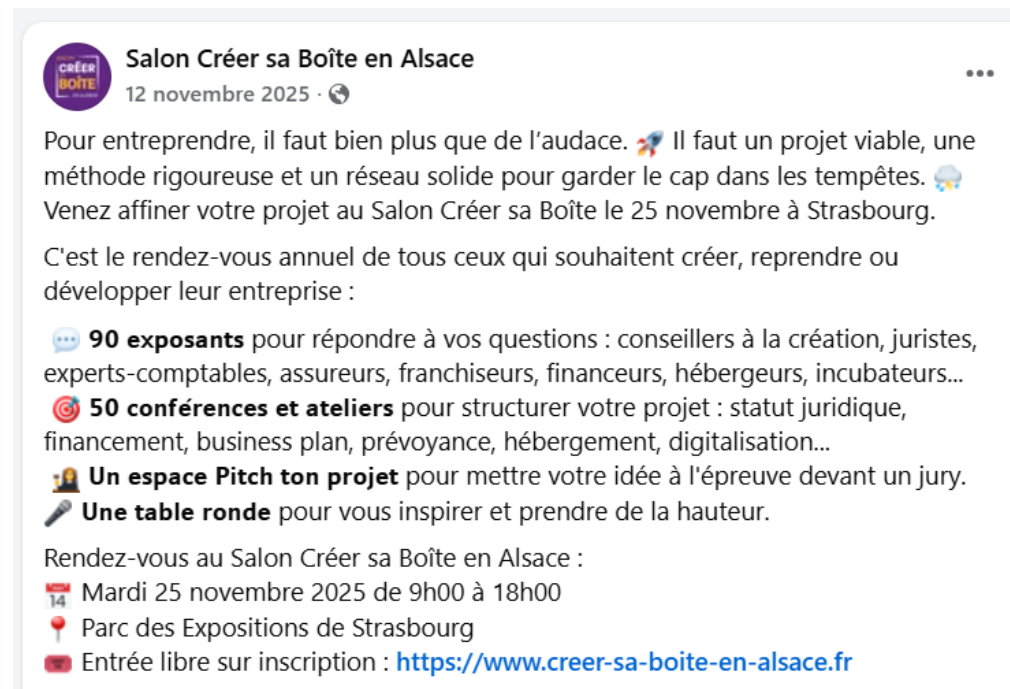


Statistiques Réseaux Sociaux Facebook



Interactions

- Réactions : 444
- Commentaires : 47
- Partages : 41
- Impressions : 147 446
- Clics sur un lien : 2 953
- Nombre de personnes touchées : 94 525



Statistiques Display et Web Radio



Campagne Display

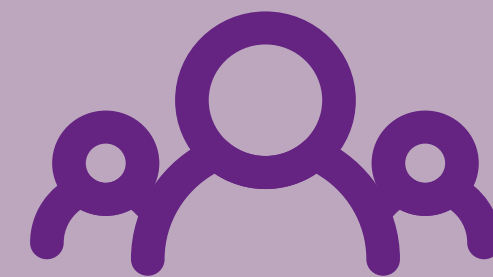
- Impressions : 1 739 740
- Clics sur un lien : 21 861
- Taux d'interaction : 1,26 %

Web radio

- Impressions : 178 071
- Clics sur un lien : 253
- Taux de complétion : 86,68 %



Le profil des visiteurs



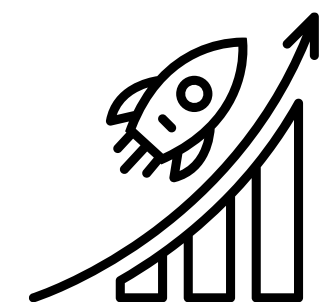
905 visiteurs



620 Créateurs

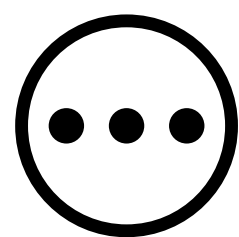


32 Repreneurs



8 cédants

160 Jeunes
entreprises



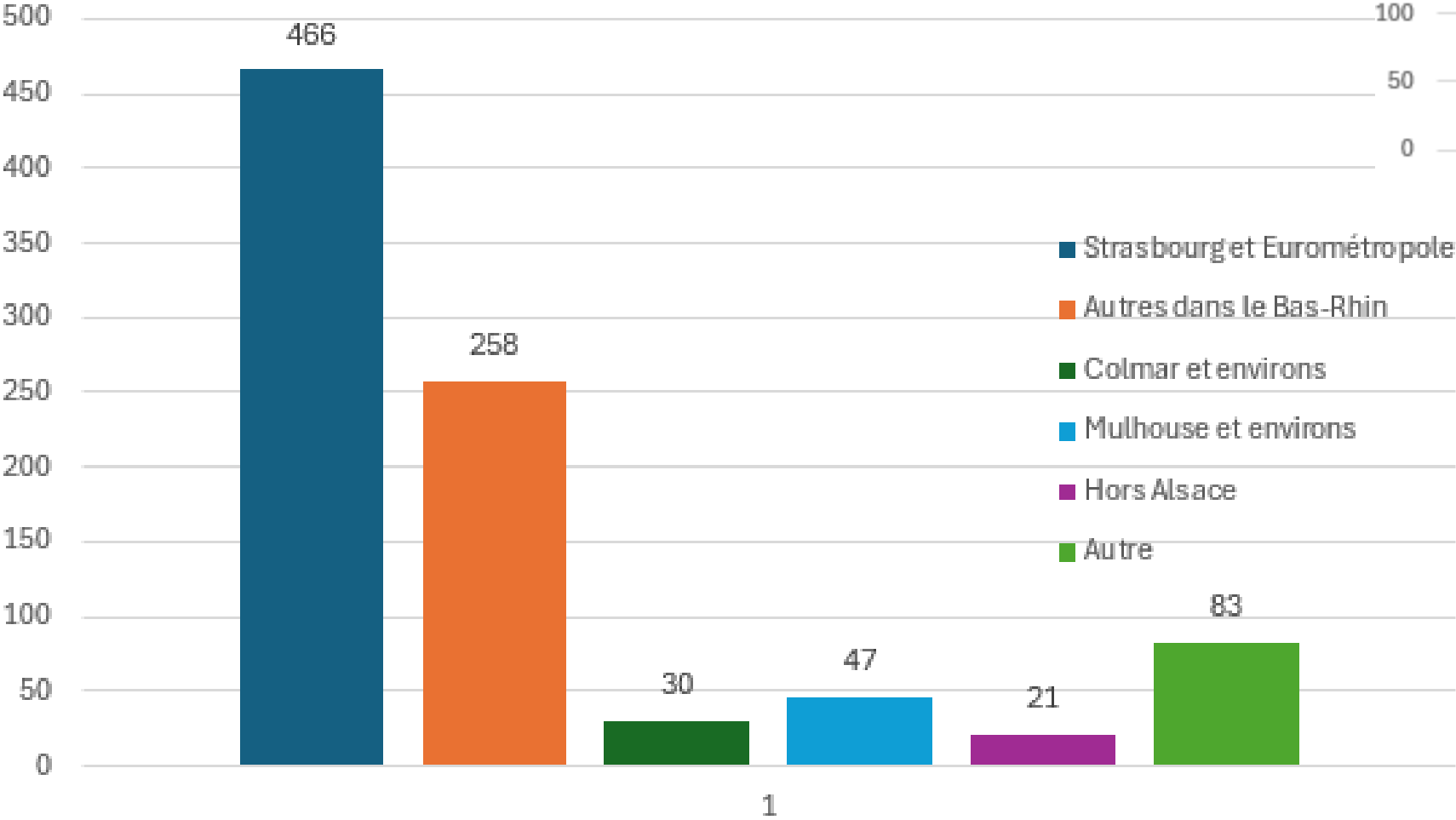
85 Autres



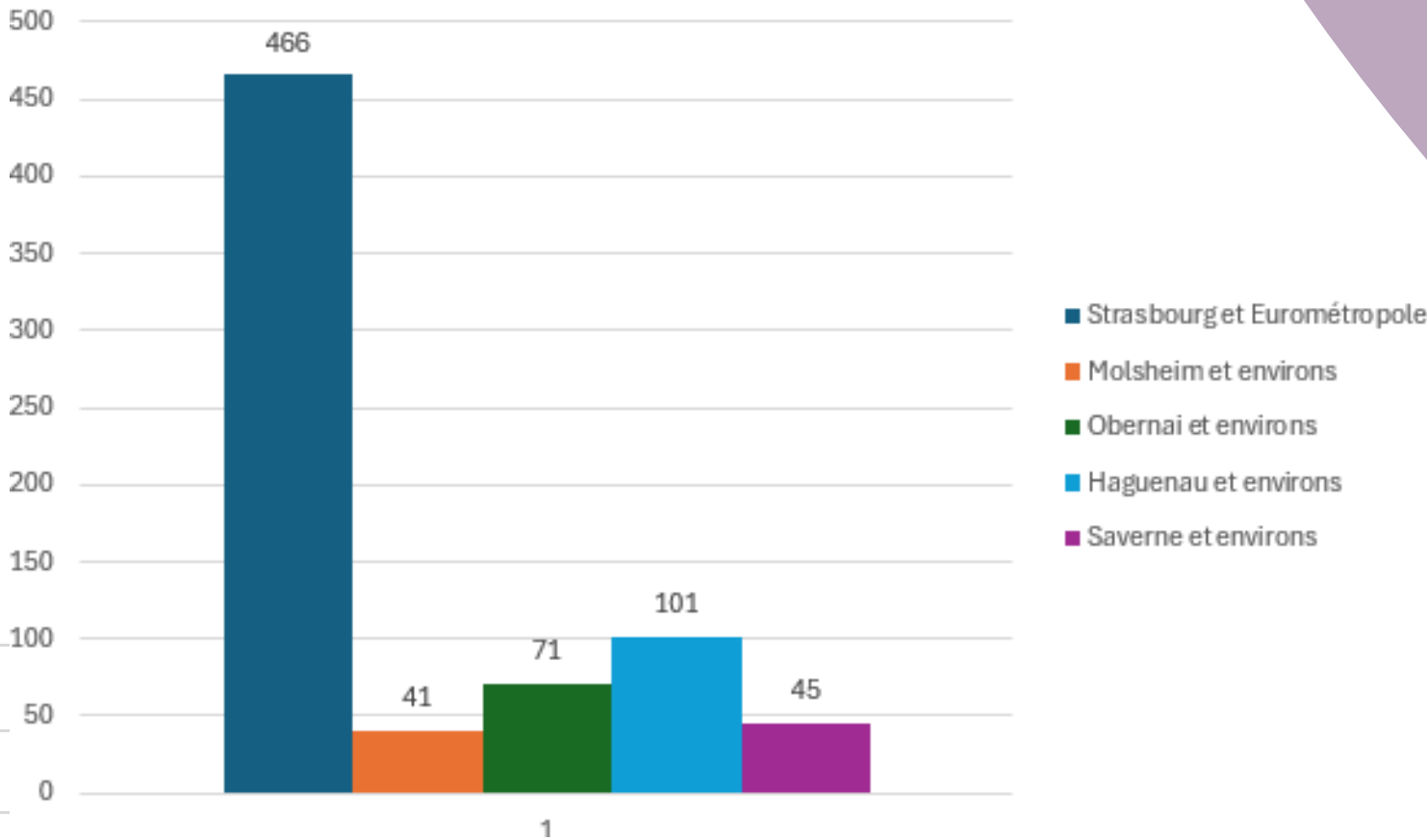
Le profil des visiteurs



Origine des visiteurs

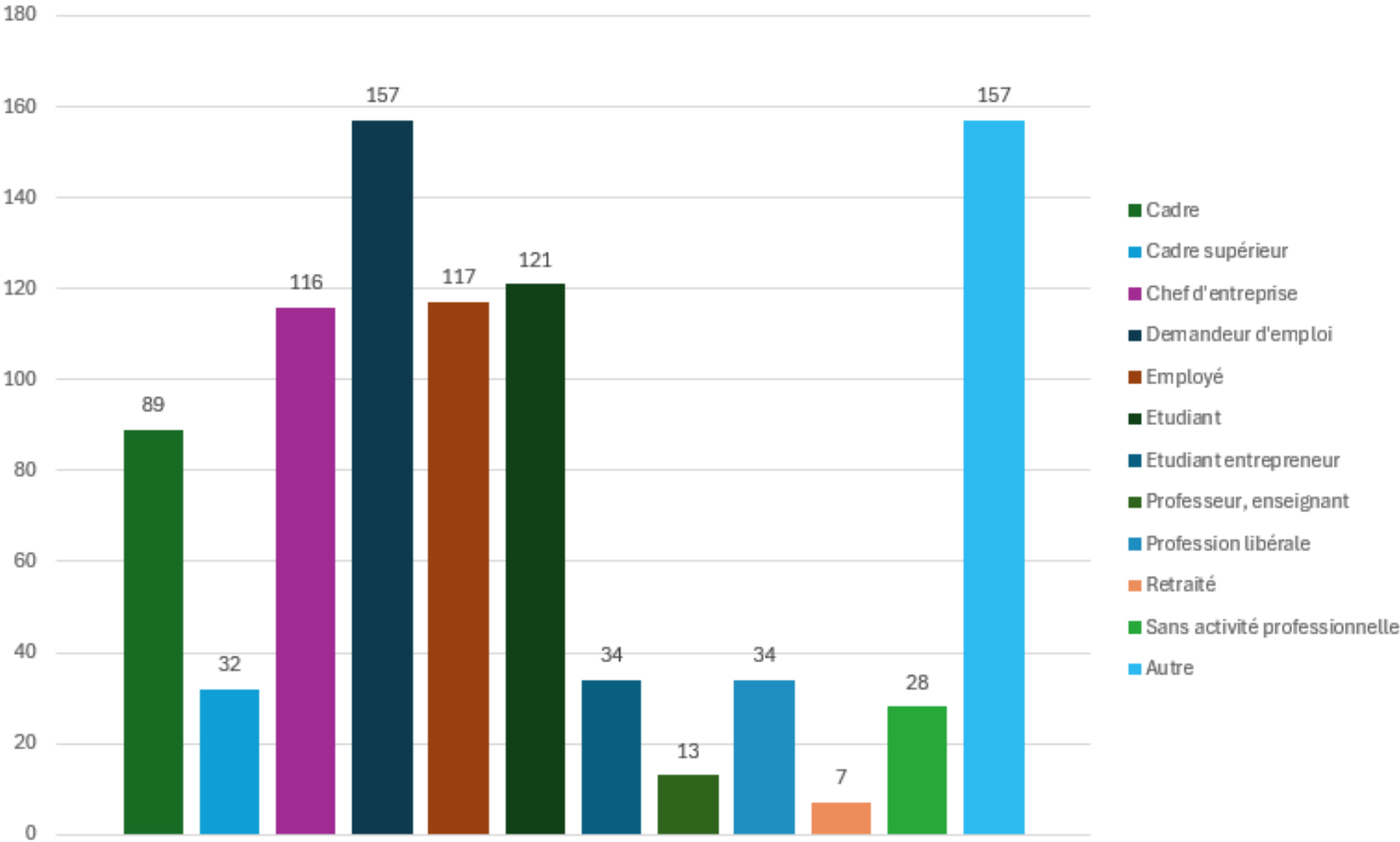


Territoires du Bas-Rhin

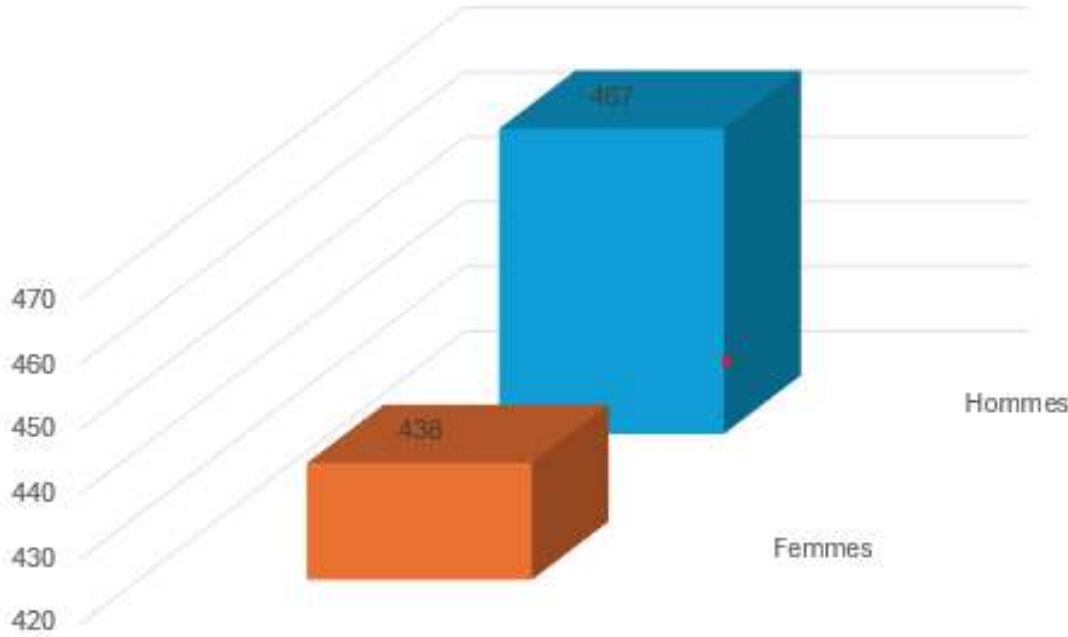


Le profil des visiteurs

Catégories socio-professionnelles



Types de visiteurs

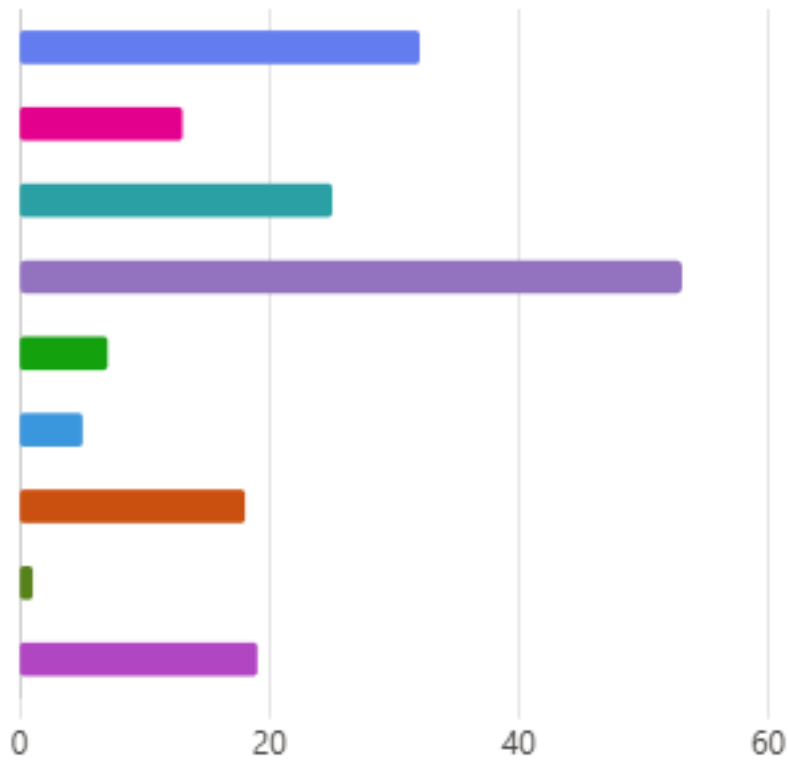


Les centres d'intérêts des visiteurs

Quels pôles ont intéressé les visiteurs (en %) ?



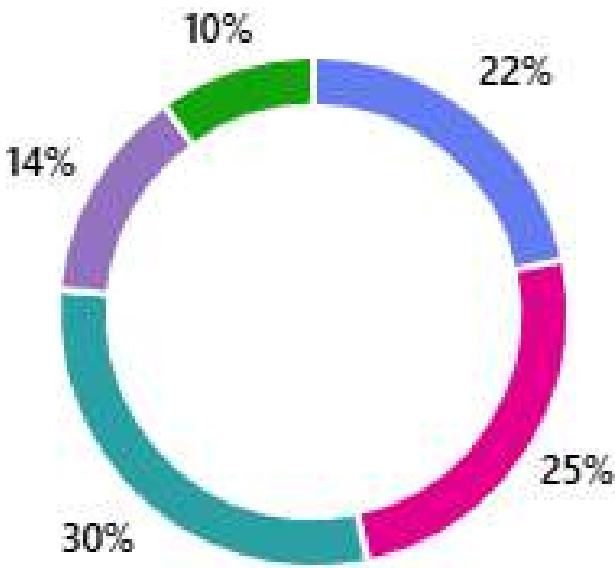
Institutions et collectivités	32
Reprise d'entreprise	13
Banques, aides financières et cautionnement	25
Conseils et accompagnement	53
Franchise	7
Hébergement et immobilier d'entreprise	5
Protection sociale, emploi et assurance	18
Pôle franco-allemand	1
Jeunes et Entrepreneuriat, Start'Up, Innovation	19



Les centres d'intérêt des visiteurs (en %) :



- Communication, Networking, Prospection, Réseau
- Aides, Subventions, Business Plan, Financement
- Idée, Accompagnement, Etude de marché, Conseil
- Entrepreneuriat féminin
- Référencement, site internet, E-commerce, Réseaux sociaux



Les résultats enquêtes - visiteurs

76 réponses

92% ont déclaré que le salon a répondu à leurs attentes.



L'accueil à l'arrivée au Salon



L'organisation générale du Salon



Le lieu de la manifestation



La date de la manifestation



La période du Salon (novembre)



Des informations recueillies lors du Salon



Le nombre d'exposants



La diversité des exposants



La qualité des exposants



Les résultats enquêtes - visiteurs

76 réponses



Le top 3 de la communication

01



Internet et les réseaux sociaux

02



Le bouche à oreille

03



Campagne SMS d'e-mailing, et exposants



Les résultats enquêtes - exposants

21 réponses



Pour 86% le salon a répondu à leurs attentes



L'organisation générale du Salon



L'aménagement des stands



La promotion du Salon auprès du public



L'affluence des visiteurs



La date à laquelle le Salon est organisé



La durée du Salon (1 journée)



Le site du Parc des Expositions



La restauration sur place



Les résultats enquêtes - exposants

21 réponses



Qualité du visitorat



Qualité des visiteurs



L'intérêt des visiteurs venus sur les stands



Nombre de contacts pris

95 % des exposants souhaitent exposer lors du Salon 2026



Les résultats enquêtes - exposants

21 réponses



Le top 3 des motivations à exposer

01



Rencontrer et identifier
des prospects

02



Accroître sa notoriété

03



Promouvoir de
nouveaux produits



Rendez-vous pour la 15ème édition

ORGANISÉ PAR



AVEC LE SOUTIEN DE



FONDS MUTUALISÉ
DE REVITALISATION
DU BAS-RHIN