



SMELLINGGOOD

It's a new day...

BAROMÈTRE SUR LA FABRICATION DE BOUGIES

Le nouveau visage du DIY

Quand la bougie devient création, bien-être
et business

Pratiques, motivations et tendances de la fabrication de bougies

Octobre 2026

MÉTHODOLOGIE

Comment ce baromètre a été réalisé

443 réponses analysées

15 sem. de collecte, du 9 juillet au 23 octobre 2026

55 / 45 particuliers et professionnels réunis

≈ 41 % des réponses viennent de 3 régions

Ce baromètre a été mené à partir d'un questionnaire diffusé en ligne entre le 9 juillet et le 23 octobre 2026, auprès d'une audience qualifiée sur les canaux de communication de Smellingood. Au total, **443 réponses** ont été recueillies, de particuliers comme de professionnels. Elles dressent un **état des lieux inédit et détaillé** des pratiques de DIY de bougie.

Promotions

QUI SONT LES CRÉATEURS ?

Le profil des répondants

92,8 %

de femmes

6,5 % d'hommes

0,7 % préfèrent ne pas répondre

Statut

55,5 % particuliers (246)

44,5 % professionnels (197)

Âge

41 ans

âge médian

15-24 ans **3,3 %**

25-34 ans **25,8 %**

35-44 ans **34,8 %**

45-54 ans **23,2 %**

55-64 ans **10,7 %**

65 ans et plus **2,1 %**

Niveau de pratique

Intermédiaire  **41,1 %**

Débutant  **35,0 %**

Avancé  **22,1 %**

Régions en tête

Hauts-de-France **68 réponses**

Grand Est **62 réponses**

Auvergne-Rhône-Alpes **51 réponses**

LES MOTIVATIONS

Créer d'abord, entreprendre aussi

58,9 % citent le plaisir de créer soi-même · 49,9 % une finalité professionnelle

Pourquoi fabriquer des bougies ?

Plaisir de créer soi-même		58,9 %
Activité professionnelle		49,9 %
Cadeaux personnalisés		41,1 %
Bien-être / déconnexion		31,8 %
Composition et qualité		30,9 %

La raison économique arrive en dernière position.

Plusieurs usages complémentaires

La création reste le moteur principal. Mais près d'un répondant sur deux cite aussi une finalité professionnelle.

Du plaisir de créer à l'envie d'entreprendre

Motivation	Particuliers	Professionnels
Loisir créatif	82,9 %	28,9 %
Cadeaux personnalisés	57,7 %	20,3 %
Activité professionnelle	16,3 %	91,9 %
Bien-être	38,2 %	23,9 %
Composition et qualité	30,9 %	31,0 %

Particuliers

Un besoin de création et de personnalisation avant tout.

Professionnels

La finalité économique devient centrale, sans effacer la créativité.

LA FRÉQUENCE DE FABRICATION

Une pratique régulière chez les pros

Fréquence déclarée

Plusieurs fois par semaine		159
Plusieurs fois par mois		112
Plusieurs fois par an		70
Une fois par semaine		46
Une fois par mois		37
Une fois par jour		34

Au moins une fois par semaine ou par jour

36,6 %



Particuliers

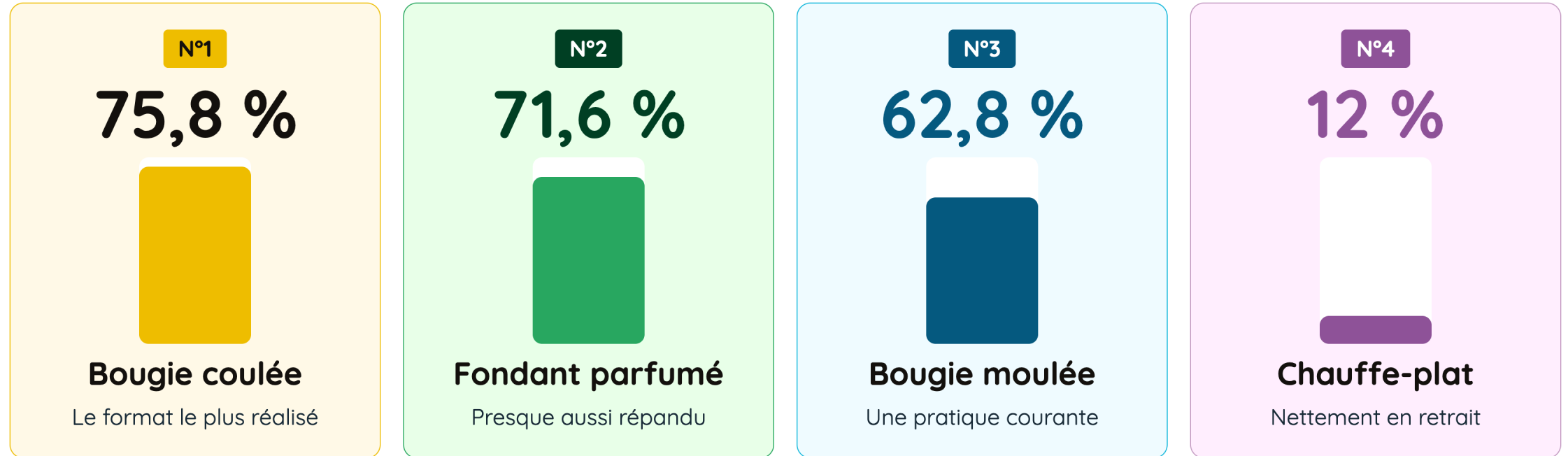
74,1 %



Professionnels

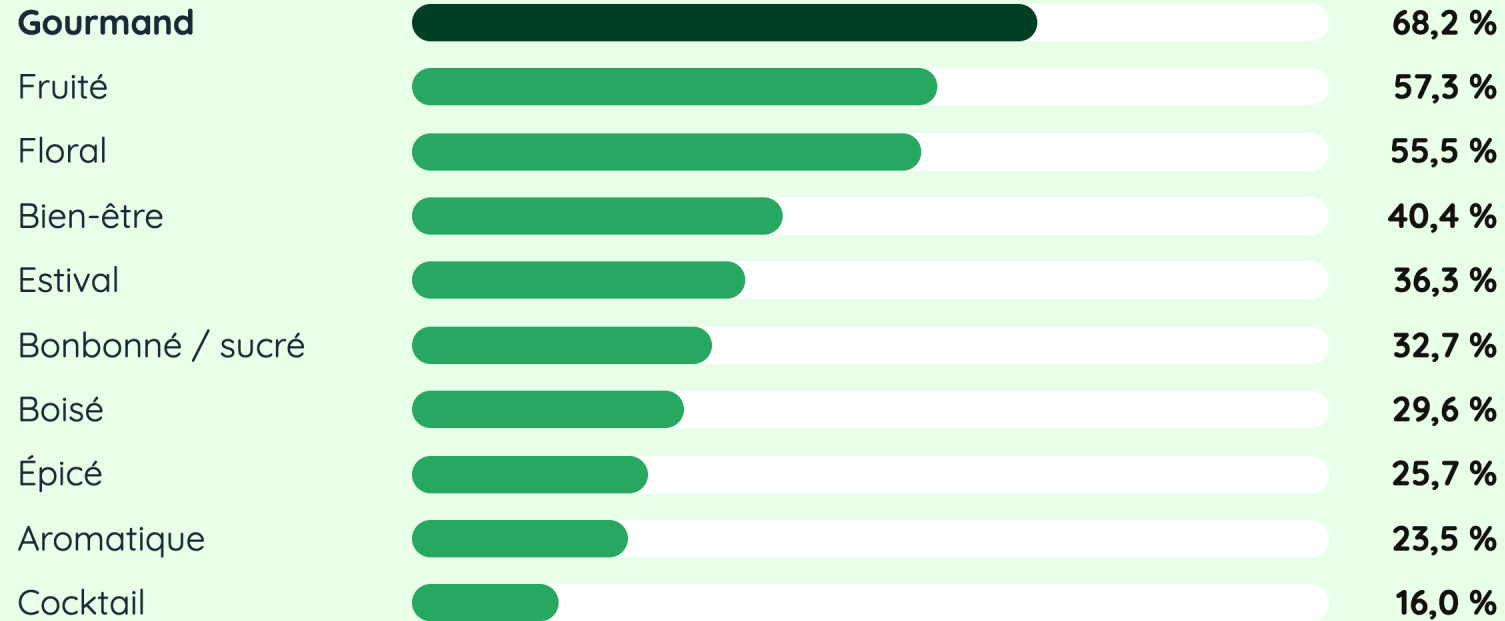
LES CRÉATIONS

La personnalisation au cœur du DIY



Plusieurs formats, autant de possibilités de parfum, de forme et d'usage.

Les parfums gourmands dominent



Le gourmand est le premier territoire d'inspiration, au sein d'un ensemble fruité, floral et bien-être.

LES INGRÉDIENTS

Des choix de matières premières

Cires utilisées



93,2 %

mèche coton

31,6 %

mèche bois

De la liberté sur un socle commun

La sélection individuelle des ingrédients domine très largement (98 %). Les créations sont réalisées à partir d'ingrédients choisis séparément, plutôt que le recours à des kits prêts à l'emploi.

BUDGET

Quel budget pour le matériel ?

BUDGET MÉDIAN DÉCLARÉ

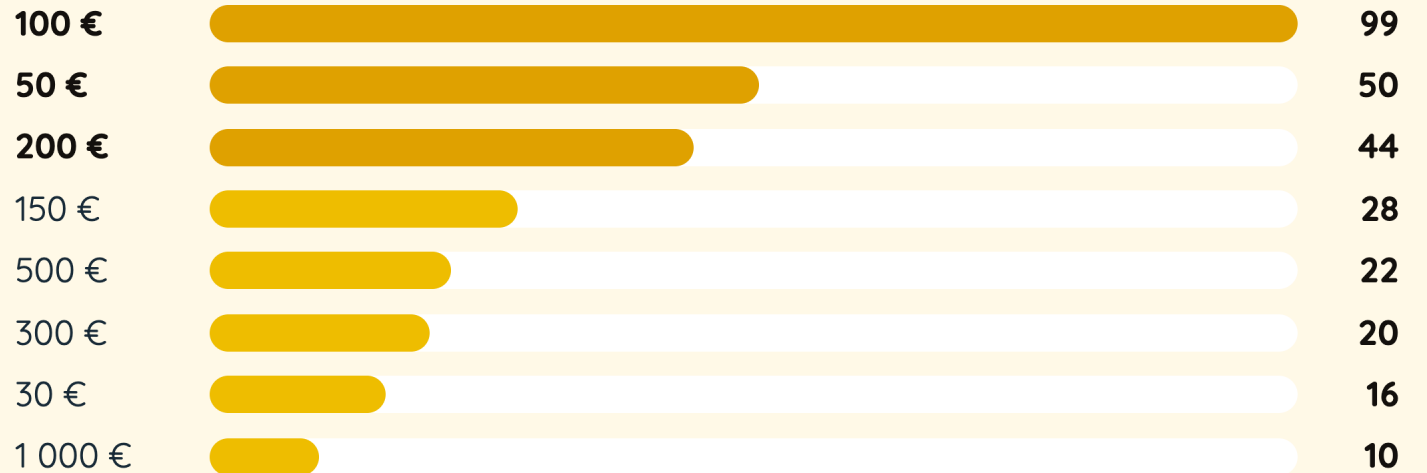
100 €

379 réponses

BUDGET CENTRAL (50 %)

60-200 €

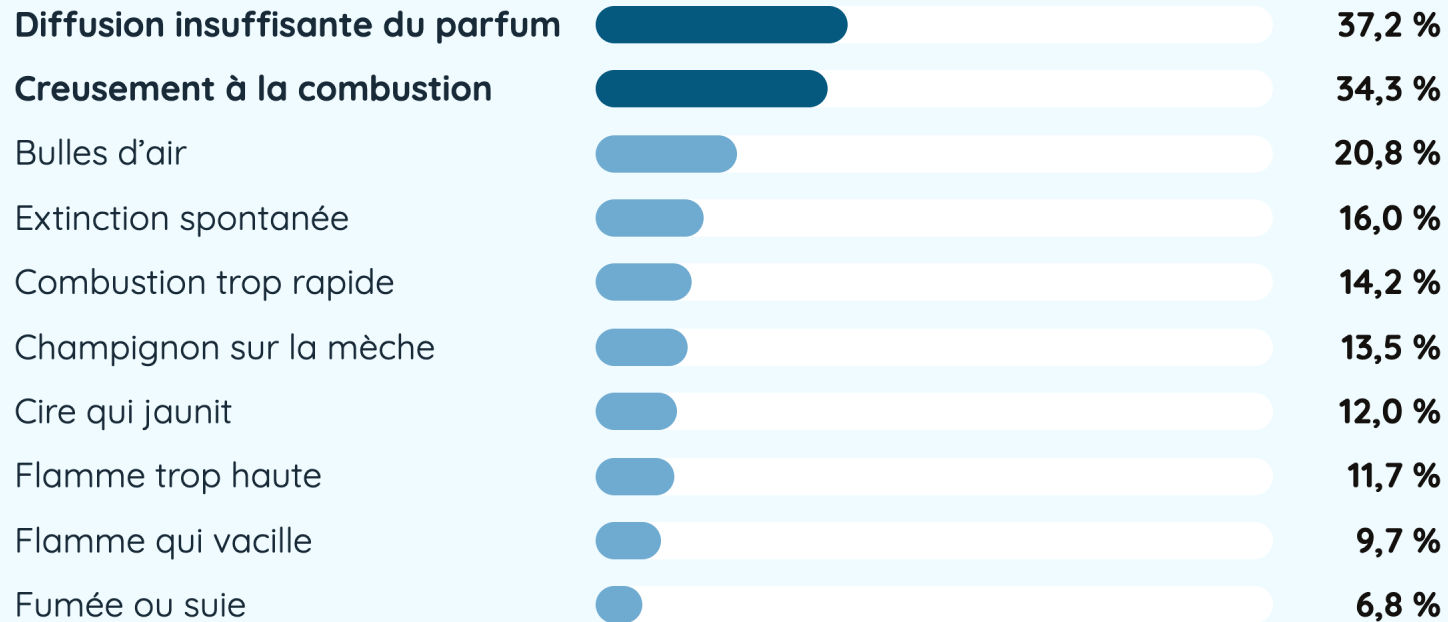
Montants les plus déclarés



Les montants de **50 à 200 €** sont les plus cités. Des budgets très variables, selon le niveau, le volume et les besoins.

LES DIFFICULTÉS

Le défi : la performance du produit



1,76

difficulté citée en moyenne par répondant, soit environ 2

Pas seulement un bel objet

Le vrai défi : une bougie qui diffuse bien son parfum et se comporte comme prévu à la combustion.

Le DIY s'apprend d'abord en ligne

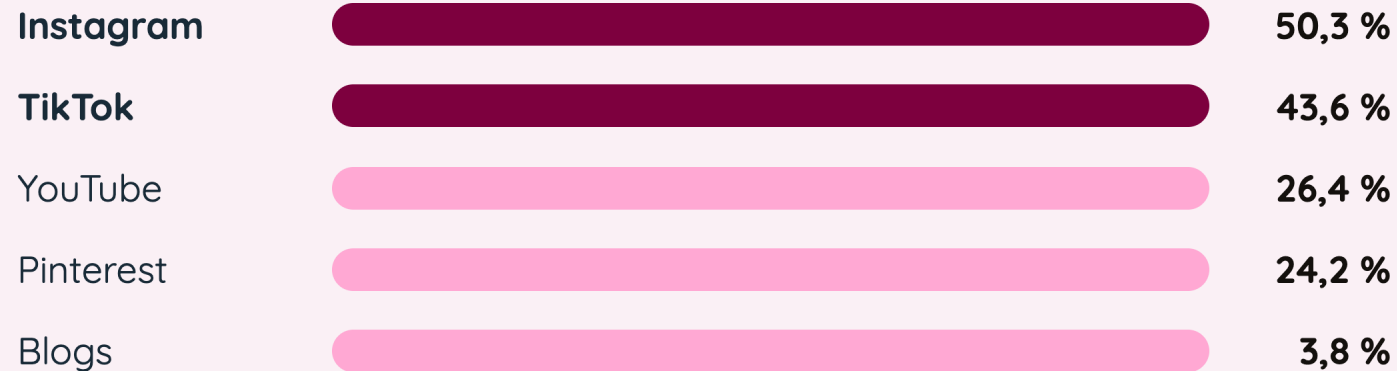
77,9 %
apprennent via des tutoriels en ligne

24,4 %
se forment via des formations

Méthode	Particuliers	Professionnels
Tutoriels en ligne	83,7 %	72,1 %
Réseaux sociaux	54,9 %	47,7 %
Formations	8,1 %	40,6 %
Articles de blog	15,9 %	26,9 %

Les pros se forment 5 fois plus
Les particuliers s'appuient sur les ressources en ligne ; les professionnels recourent plus souvent aux formations.

Instagram et TikTok moteurs des tendances



CHEZ LES PROFESSIONNELS

58,9 % Instagram

46,2 % TikTok

Les deux canaux à suivre

Pour comprendre comment les créateurs découvrent idées et univers visuels.

La bougie, souvent une activité parallèle

60,7 %

des professionnels exercent à
titre secondaire

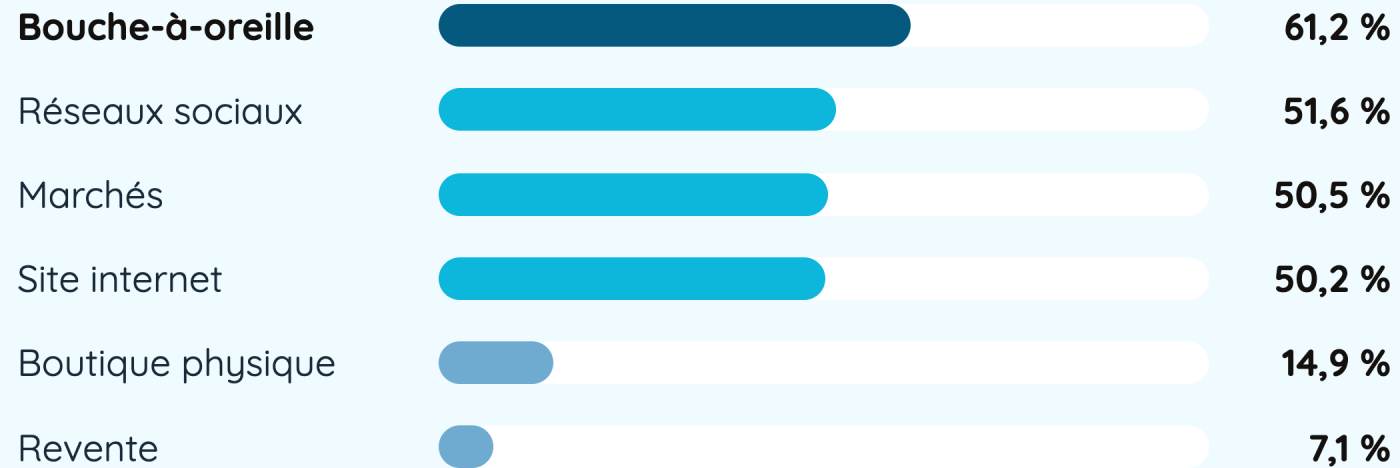
39,3 %

en font leur activité principale

Un terrain d'entrepreneuriat qui se développe souvent en parallèle d'une
autre activité.

LIEUX DE VENTE

Des créateurs qui vendent sur plusieurs canaux



6 sur 10

vendent grâce au bouche-à-oreille

Une stratégie qui combine :

Recommandation

Présence en ligne

Vente directe

Les 3 enseignements du baromètre

POINT 1

Une pratique créative qui se professionnalise

58,9 % citent le loisir créatif, **49,9 %** une motivation professionnelle.

POINT 2

Une personnalisation sur un socle commun

Formats et univers variés, mais **84,2 %** de cire de soja et **93,2 %** de mèche coton.

POINT 3

Un savoir accessible, une maîtrise difficile

78,6 % apprennent en ligne, mais **37,2 %** ont un problème de diffusion et **34,3 %** de creusement.

SEGMENTATION

Deux profils bien distincts

Particuliers · 246	INDICATEUR	Professionnels · 197
82,9 %	Citent le loisir créatif	28,9 %
16,3 %	Citent la motivation professionnelle	91,9 %
8,1 %	Citent les formations	40,6 %
43,5 %	Citent Instagram pour suivre les tendances	58,9 %
36,6 %	Fabriquent au moins une fois par semaine	74,1 %
Particuliers : plaisir de créer et cadeaux personnalisés.		Professionnels : fréquence élevée, motivation pro et formations.

À SURVEILLER

Quatre signaux à suivre

1

La professionnalisation du DIY

Le poids des pros et la fréquence de fabrication invitent à ne pas y voir qu'un loisir.

2

Le besoin de formation technique

Les difficultés de diffusion et de combustion appellent à mieux comprendre les besoins d'accompagnement.

3

La place du digital dans l'inspiration

Instagram et TikTok pour les tendances, les tutoriels pour apprendre.

4

La recherche de maîtrise du produit

Le parfum et la combustion sont des sujets prioritaires pour comprendre les attentes des créateurs.

À RETENIR

La fabrication de bougies est un univers où la créativité individuelle s'appuie sur des pratiques communes. Le digital facilite l'apprentissage et la passion peut devenir une activité professionnelle.

SMELLINGOOD

It's a new day...

LES CHIFFRES CLÉS

Les 5 chiffres à retenir

84 %

utilisent de la cire
de soja

98 %

sélectionnent leurs
ingrédients un
à un

78 %

apprennent avec
des tutoriels
en ligne

68 %

préfèrent l'univers
gourmand

45 %

se déclarent
professionnels

Une pratique **très personnalisée**, qui s'appuie sur des **matières dominantes** et des **ressources d'apprentissage communes**.

À PROPOS

À propos de Smellingood



Créée en 2022 et implantée à Grasse, Smellingood est spécialisée dans la distribution de parfums et de matériel dédiés à la fabrication artisanale de bougies et d'autres créations parfumées en Do It Yourself (DIY). L'entreprise s'adresse aussi bien aux particuliers passionnés de création qu'aux professionnels, en leur proposant une offre adaptée à leurs pratiques et à leurs projets. Située au cœur de Grasse, ville emblématique de l'industrie du parfum, Smellingood évolue dans un univers où la création olfactive et le savoir-faire occupent une place centrale.

Retrouvez Smellingood

 Instagram

 TikTok

 Facebook

 YouTube

 LinkedIn

CONTACT PRESSE

Virginie Buleté

virginie@hehocom.fr