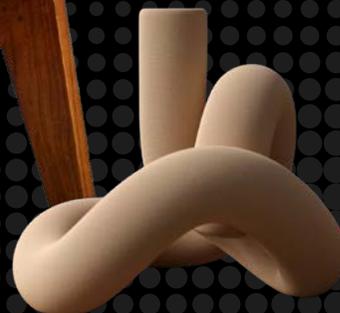
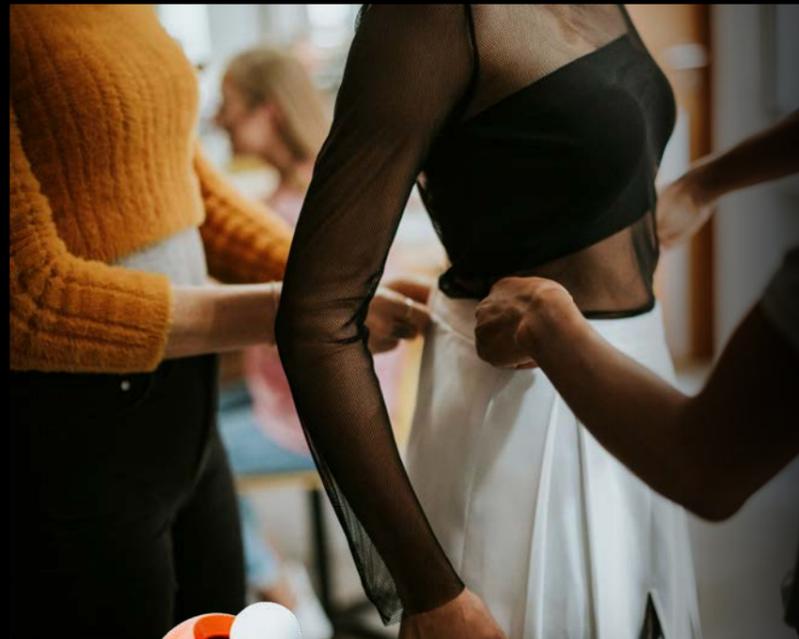


trademart  
moving retail forward

# de forecast au for you page

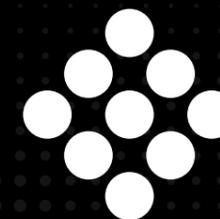
RAPPORT DE  
TENDANCES  
Trademart





Les tendances ne naissent pas par hasard, mais résultent de changements sociétaux, du comportement des consommateurs et d'impulsions créatives de la mode, du design et de la culture.

**Analyses et chiffres à l'appui, ce rapport montre comment les tendances évoluent de 'hype' à 'repère'. Pour qu'elles aient vraiment de l'impact, il faut que l'énergie en ligne et l'expérience offline se rejoignent dans les choix des consommateurs belges.**



**trademart**  
moving retail forward

Avant-propos 05

Comment naissent les tendances 06

'Vivre en vrai' regagne du terrain 08

La Belgique, 'trend lab' pragmatique 10

L'avenir 11



Puisque nous partageons la même époque, il est naturel que de nombreux créateurs se laissent guider par les mêmes courants culturels et sociétaux. C'est ainsi que naissent les tendances mondiales.



jordy

Merci au trendwatcher **Dimitri Valckaert** (CEO de Twins Distribution), au designer et digital creative **Jordy Vaesen** et à **Dominique Nzeyimana**, Style & Culture Editor chez ELLE Belgique pour leur apport précieux.

Lisez les **interviews** complets avec notre panel de tendances ici →



## avant-propos

“Cinquante ans d’expérience, toujours une longueur d’avance.”

Après cinquante ans, Trademart reste l’endroit où marques et retailers se rencontrent. Dans notre centre d’achat de six étages à Bruxelles, nous rassemblons plus de 1.500 marques fashion, home & living et baby & kids. Des valeurs établies aux start-ups prometteuses : ici, les collections deviennent des idées et une communauté forte se crée.

Nous relions marques et retailers via des showrooms, des événements d’achat et du contenu inspirant. Ce n’est possible qu’en étant constamment à l’écoute : nous suivons les tendances via les agences de prévisions, les salons, la presse professionnelle et notre communauté.

Avec ce premier Rapport de Tendances, nous allons un pas plus loin. Il rassemble la vision des trendwatchers et des entrepreneurs et montre quelles sont les évolutions qui comptent. Les tendances se réinventent sans cesse ; nous aussi. Trademart reste ainsi the place to be pour ceux qui misent sur la découverte, le networking et la croissance – aujourd’hui, demain et pour les cinquante années à venir.

**Lien Van Hecke, responsable Brand & PR chez Trademart**

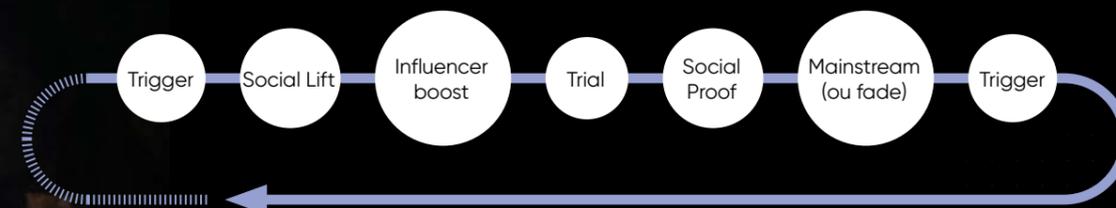


# 1. Comment naissent les tendances

Les tendances se diffusent plus vite que jamais. Si, avant, les foires et les médias fixaient le tempo, ce sont désormais les réseaux sociaux qui mènent la danse.

La Belgique compte en 2025 près de 9 millions d'utilisateurs de réseaux sociaux (76 % de la population).

- 63 % des jeunes découvrent les marques via Instagram, 43 % via TikTok.
- 29% des Belges achètent sur recommandation d'un influenceur.



**Les réseaux sociaux et les créateurs de contenu ont repris en partie le rôle des médias classiques. Parce qu'ils sont plus rapides. Si les magazines ne s'engagent pas dans le digital, ils perdront leur pertinence en tant que prescripteurs de tendances.**

- Dominique Nzeyimana Style & Culture Editor chez ELLE Belgique)

Source : Baromètre SMI 2025



**Une tendance perce quand le moment est venu et que les 'bonnes personnes' la relaient en ligne. Mon expérience montre cependant que plus une tendance culmine sur les réseaux sociaux, plus elle disparaît rapidement.**

- Jordy Vaesen (designer et content creator)

**Pourquoi c'est important :** ce n'est qu'après que les consommateurs ont essayé quelque chose eux-mêmes (Trial) et que la communauté y accorde une valeur (Social proof), que naît l'intention d'achat.

**Action :** faites un état des lieux de vos campagnes actuelles selon les 6 étapes ci-dessus. Identifiez les endroits où ça coince (souvent, entre Influencer boost et Trial) et optimisez le flux.

## 2. Digital first

mais 'vivre en vrai' regagne du terrain

Faire du shopping, c'est plus qu'acheter : les Belges veulent voir, toucher et vivre l'expérience. Voilà pourquoi le magasin physique reste, malgré l'essor de l'e-commerce, l'endroit-clé pour le conseil, le service et l'inspiration.

- En 2024, **76 %** des Belges a effectué des achats en ligne.
- Pourtant, la majorité fréquente encore les magasins physiques pour bénéficier du service et pour l'expérience.
- Les magasins physiques belges captent **97 % des dépenses des consommateurs belges**. Il en va bien autrement sur internet, où seulement 44 % des dépenses se font en faveur de webshops belges.

Dans le monde du retail, il ne s'agit plus seulement de vendre, mais de construire une communauté et des relations durables. Surtout en ces temps compliqués, les gens veulent se sentir chez eux quelque part. Il faut donc donner quelque chose en retour au consommateur, via des événements, du shopping live, des rencontres, du mentoring, du storytelling... en ligne comme en magasin.

- Dominique Nzeyimana (Style & Culture Editor chez ELLE Belgique)

Tant un acheteur qu'un consommateur doit s'immerger dans l'ambiance d'une nouvelle saison en voyant et en touchant pour de vrai les couleurs, les tissus et les articles. Depuis le covid, les clients recommencent à apprécier davantage le shopping en magasin. Le service, le stylisme, la connexion et la découverte sont cruciaux.

- Dimitri Valckaert (CEO de Twins Distribution)

**Pourquoi c'est important :** les consommateurs veulent voir, toucher et expérimenter avant d'acheter. Malgré l'avancée du shopping en ligne, l'expérience physique reste extrêmement importante.

**Action :** faites de votre magasin un 'store as studio', où on peut essayer vos produits tout en créant immédiatement du contenu. Pensez à un fit-check en cabine d'essayage, un moment-miroir pour les réseaux sociaux ou un test des matières 'en vrai'.





LES BELGES & LES TENDANCES

### 3. La Belgique, 'trend lab' pragmatique



Les petits pays comme la Belgique jouent un rôle unique dans les tendances par leur agilité, leur créativité et leur diversité culturelle. En même temps, les marques doivent faire des choix intelligents et intemporels.

- La Belgique est traditionnellement un bon marché test pour les lancements, par sa diversité culturelle et son pouvoir d'achat.
- Les Belges sont aussi attentifs aux prix et prudents. Ils adoptent les tendances plus lentement que les pays voisins, France et Pays-Bas.

**Pourquoi c'est important :** la Belgique est un marché intéressant mais exigeant. Les consommateurs regardent les prix et prennent leur temps pour adopter les tendances. Pour les marques, cela signifie que seuls les produits pertinents, intemporels et abordables ont réellement une chance de percer.

**Action :** répartissez votre assortiment en trois parties : 70 % de vêtements intemporels, 20 % de pièces saisonnières et 10 % de produits audacieux.

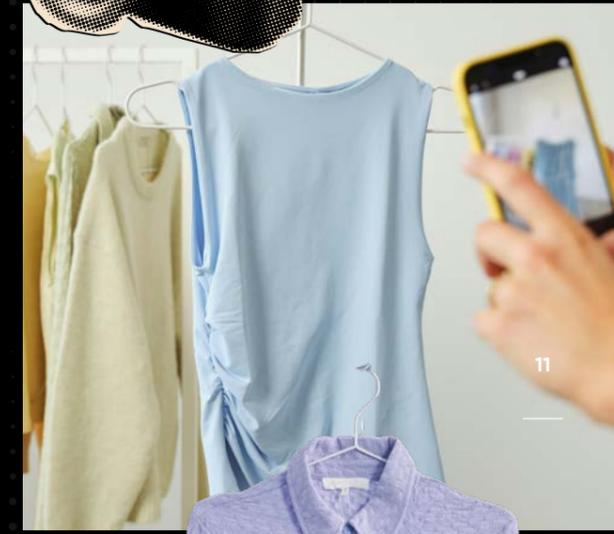
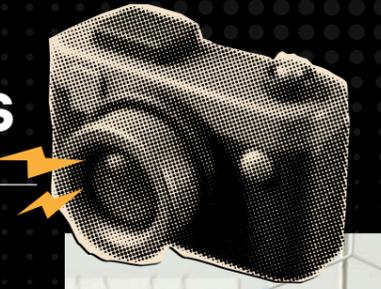
### 4. L'avenir ? Les macro-tendances

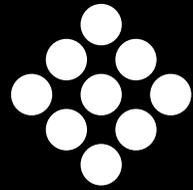
Les tendances changent vite, mais les macro-tendances donnent le ton. Ces grands mouvements sociétaux déterminent l'image de demain et obligent les marques et les magasins à évoluer avec eux.



Les macro-tendances, ces grands changements sociétaux, sont plus importantes que les micro-tendances comme le skinny jeans ou les polka dots. Les taxes d'importation américaines plus élevées pèseront sur le secteur de la mode et influenceront ce qui se retrouve dans nos magasins. Le streetwear reste, mais plus à l'américaine. La mode belge doit penser local, collaborer et mettre en place sa propre production. Trademart montre comment unir les forces, mais le pouvoir public doit faire sa part aussi.

- Dominique Nzeyimana (Style & Culture Editor chez ELLE Belgique).





**trademart**  
moving retail forward

Avec plus de 1.500 marques, Trademart est le plus grand centre d'achat B2B fashion, home & living et baby & kids d'Europe. C'est ici que marques et retailers se rencontrent, découvrent les tendances et créent des collaborations. Les showrooms offrent inspiration et confiance, tandis que les outils digitaux rendent le processus d'achat plus efficace.

Trademart accueille aussi bien les noms établis que les nouveaux acteurs qui désirent présenter leur collection à des milliers d'acheteurs professionnels.

**Découvrez sur [trademart.be](https://trademart.be) comment votre marque peut, elle aussi, grandir dans notre communauté créative.**

**Atomiumsquare 1, 1020 Bruxelles**

[info@trademart.be](mailto:info@trademart.be)

+32 (0)2 400 7 400

