

# SCANDAL LOOK

2021 PRESSKIT EDITION

Sean,  
Discover, Shop

THE NEW ERA OF  
SHOPPING EXPERIENCE

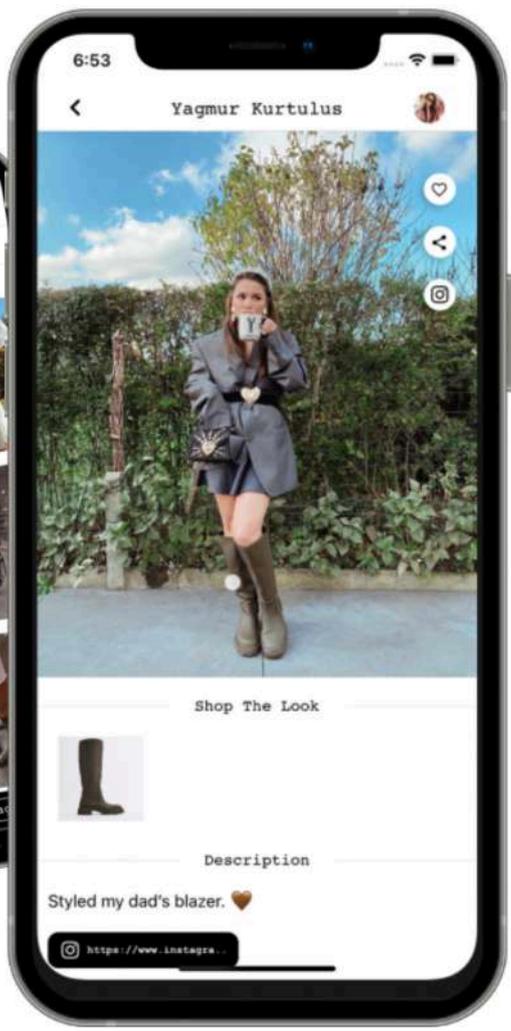
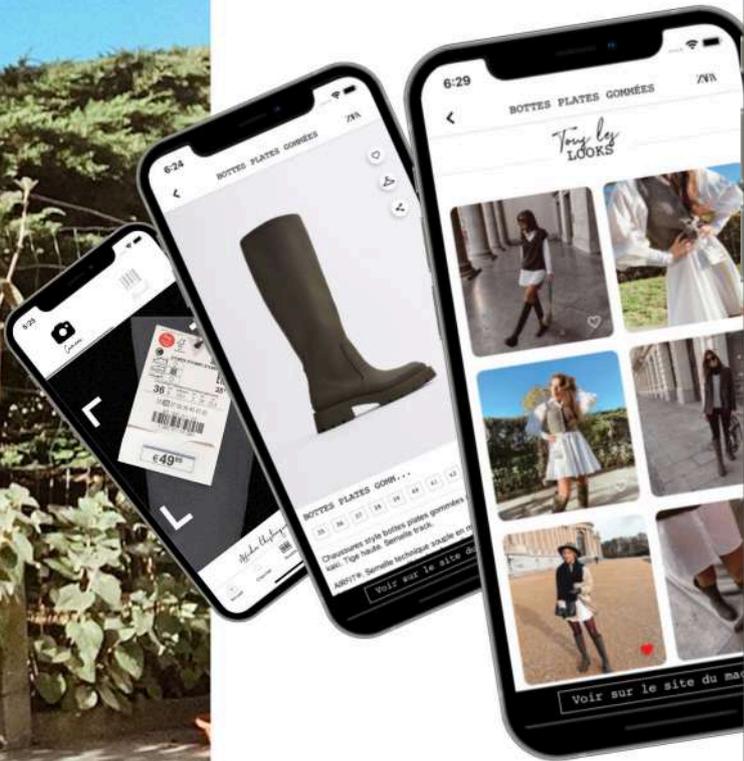
THE  
FASHION  
NETWORK!



0123-4567



Yagmur  
Kurtulus





# SCANDALOOK



# SCANDALOOK

THE FASHION NETWORK

**MAGALI SIMON**  
EDITOR-IN-CHIEF

---

COFOUNDER (CEO) NICOLAS BAROUD  
COFOUNDER (CMO) MAGALI SIMON

MARKETING INTERN AUDE CHARLIER

ADVISOR ARNAUD VAN DOOSSELAERE

---

## PAST INTERNS

NOÉMIE HUART

MARINE LAMBLIN  
EMMA DESART

NICOLAS PÂQUET

LYNCA RUTAGARAMA  
AMÉLIE RIMAC  
MARIA TREMTSIDIS  
HÉLÈNE THOMAIDIS  
VICTORIA VANDENSTEEN  
LUCIE WATELET

---

## WEBSITE

[WWW.SCANDALOOK.COM](http://WWW.SCANDALOOK.COM)

## GENERAL MAIL

[CONTACT@SCANDALOOK.COM](mailto:CONTACT@SCANDALOOK.COM)

## HEADQUARTER

CHAUSSÉE DE WAVRE 1630  
AUDERGHEN 1160  
RÉGION DE BRUXELLES-CAPITALE  
BELGIQUE

## PRESS CONTACT

NICOLAS BAROUD (CEO)  
[NICOLAS@SCANDALOOK.COM](mailto:NICOLAS@SCANDALOOK.COM)  
+32 (0) 497 203 202



# SCANDALOOK

THE FASHION NETWORK



# Editor's letter



## Try, Shoot, **INSPIRE**

**V**ous est-il déjà arrivé de trouver une pièce coup de cœur en magasin mais de ne pas savoir avec quoi l'associer ?

D'être en manque d'inspiration ? Dans un monde idéal, il existerait une application qui, une fois en magasin, vous propose des looks inspirants à partir du vêtement qui vous fait de l'œil. Fini les recherches chronophages sur les réseaux sociaux et la frustration qui émane de cette situation. En 2021, il est temps de profiter de sa séance de shopping. C'est pourquoi, je suis heureux de vous annoncer que cet outil existe déjà et s'appelle SCANDALOOK.

*Magali Simon*

# Communiqué de Presse

**SCANDALOOK**  
THE FASHION NETWORK

Bruxelles, le 12 octobre 2021

## **La startup belge SCANDALOOK lève 300 000€ pour révolutionner l'expérience shopping dans les magasins de vêtements.**

Fondée en 2020, SCANDALOOK annonce une levée "Seed" de 300.000€ et poursuit son développement.

Les fonds proviennent de divers business angels, de Digital Attraxion et d'une campagne de financement "Tax Shelter" toujours en cours sur le site de SPREDS Finance.

SCANDALOOK a pour ambition de devenir l'outil incontournable pour faire son shopping, tant en magasin qu'à la maison, en offrant une véritable expérience 360°.

L'e-commerce n'empêche pas les gens de faire leur shopping en magasin pour diverse raison: toucher le tissu, essayer le vêtement, passer un bon moment entre amis, flâner... mais dans le magasin, il manque toute l'information que l'on peut facilement trouver à la maison derrière un ordinateur.

En effet, plus de 60% des gens estiment qu'ils manquent d'inspiration pendant leur shopping et pour répondre à ce problème 1/3 d'entre eux va utiliser des outils comme Instagram ou Pinterest afin de retrouver des influenceuses qui les inspirent. Cependant, il est très difficile de trouver rapidement des influenceurs qui portent exactement le vêtement que l'on souhaiterait acheter dans le magasin !

SCANDALOOK résout ce problème en proposant une solution simple: il suffit de scanner le code-barres sur l'étiquette du vêtement avec l'appli SCANDALOOK pour voir toutes les influenceuses qui portent ce vêtement dans différentes tenues: on voit le vêtement porté par de vraies personnes (n'importe qui peut contribuer à l'appli), sur différentes morphologies, dans différents looks... fini les problèmes d'inspiration !

Pour les influenceurs, l'intérêt est de se faire découvrir par de nouvelles personnes et de toucher une rémunération lorsqu'ils influencent une vente. Pour les marques partenaires, l'intérêt est de pouvoir mieux vendre et de pouvoir mieux comprendre les nouvelles tendances imposées par les consommateurs à travers l'analyse des données anonymisées, et donc de mieux produire.

SCANDALOOK est soutenu par le Réseau Entreprendre Bruxelles, par Digital Attraxion et par Hub.Brussels via le programme MyBusinessPass. L'équipe est composée de 2 cofondateurs: Magali SIMON et Nicolas BAROUD.

La levée de fonds servira à déployer de nouvelles fonctionnalités sur l'app ainsi qu'à accélérer le déploiement commercial et marketing, en recrutant de nouveaux effectifs.

Le financement via SPREDS Finance est toujours en cours sur le site de la plateforme et est accessible à toutes personnes souhaitant investir dans la startup tout en bénéficiant de l'avantage "Tax Shelter" de 45%.

Contact presse: Nicolas Baroud - nicolas@scandalook - 0032 (0) 497 20 32 02



SCANDALOOK  
Press Kit Edition  
Issue 1  
En couverture, Yagmur Kurtulus

- 7** Editor's letter
- 8** Communiqué de presse  
(Executive Summary)
- 10** Pourquoi l'e-commerce n'a pas tué les magasins?  
(Le problème)
- 12** La Solution imaginée par la startup  
**SCANDALOOK**
- 15** L'Application en détails
- 19** Une appli, mais pas que !
- 20** Chiffres clés
- 21** Les marques présentent sur l'app
- 22** La Team
- 24** The Fashion Tribe
- 25** Trends
- 26** Press issues

# Pourquoi l'e-commerce n'a pas tué les magasins ?

*Malgré le boom du commerce sur internet, la plupart des gens continuent malgré tout de se rendre dans les magasins de vêtements. La tendance est plus à une consommation mixte, 360 degrés ! Cela a néanmoins engendré de nouveaux problèmes, le consommateur étant désormais habitué à avoir toutes les informations à portée de main...*

## Le Problème

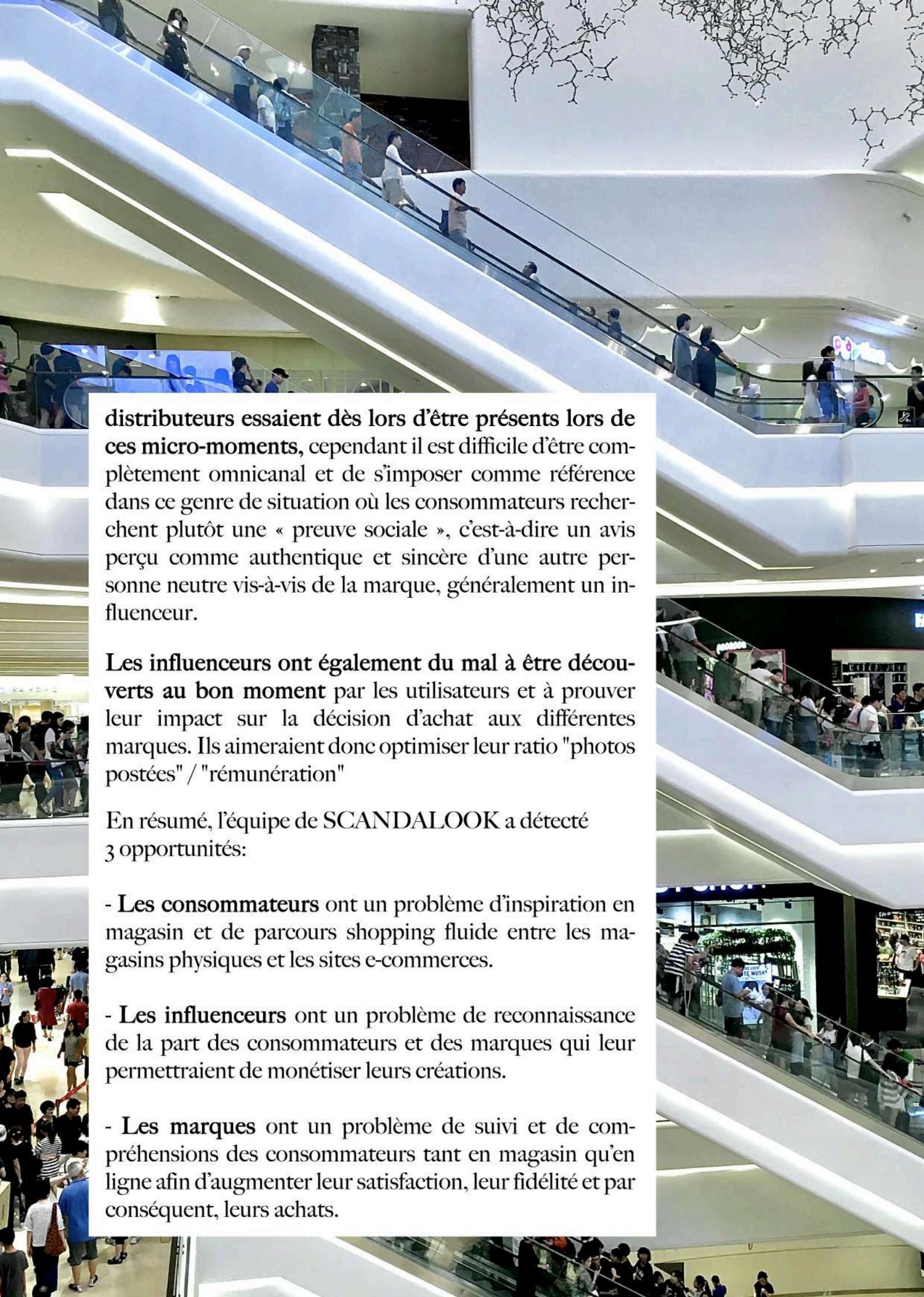
À l'heure actuelle, malgré le boom de l'e-commerce et la crise du COVID-19, on observe que les consommateurs continuent de se rendre en magasin pour essayer les vêtements, toucher la matière et flâner.

Cependant, plusieurs études montrent que **60% des gens ressentent un manque d'inspiration lorsqu'ils font du shopping** : ils ont du mal à savoir s'ils aimeraient porter un vêtement, comment ils souhaitent le porter et dans quel contexte... Pour répondre à ce genre de questions, la grande majorité des consommateurs utilisent leurs smartphones en se rendant sur des applications comme Instagram, Pinterest ou YouTube pour essayer de retrouver des influenceurs qui portent les vêtements qu'ils pensent acheter.

Le principal problème pour les consommateurs est de trouver les influenceurs qui portent exactement les vêtements qui les intéressent de façon simple et rapide.

L'utilisation du smartphone en magasin est dénommée « micro-moment de shopping » par Google et influence fortement la décision finale d'achat du consommateur dans le magasin. **Les marques et les**





distributeurs essaient dès lors d'être présents lors de ces micro-moments, cependant il est difficile d'être complètement omnicanal et de s'imposer comme référence dans ce genre de situation où les consommateurs recherchent plutôt une « preuve sociale », c'est-à-dire un avis perçu comme authentique et sincère d'une autre personne neutre vis-à-vis de la marque, généralement un influenceur.

Les influenceurs ont également du mal à être découverts au bon moment par les utilisateurs et à prouver leur impact sur la décision d'achat aux différentes marques. Ils aimeraient donc optimiser leur ratio "photos postées" / "rémunération"

En résumé, l'équipe de SCANDALOOK a détecté 3 opportunités:

- **Les consommateurs** ont un problème d'inspiration en magasin et de parcours shopping fluide entre les magasins physiques et les sites e-commerces.
- **Les influenceurs** ont un problème de reconnaissance de la part des consommateurs et des marques qui leur permettraient de monétiser leurs créations.
- **Les marques** ont un problème de suivi et de compréhensions des consommateurs tant en magasin qu'en ligne afin d'augmenter leur satisfaction, leur fidélité et par conséquent, leurs achats.



## La Solution

SCANDALOOK est une application mobile qui permet aux consommateurs de scanner les code-barres existants dans les magasins de vêtements les plus connus et de voir des influenceurs et d'autres personnes portant ces pièces dans différentes tenues.

Le but étant de **donner de l'inspiration** aux utilisateurs. L'application permet de retenir l'historique de ce qui a été scanné pour le montrer plus tard à ces amis, de créer des wish-lists et d'être averti des variations de prix et de stock.

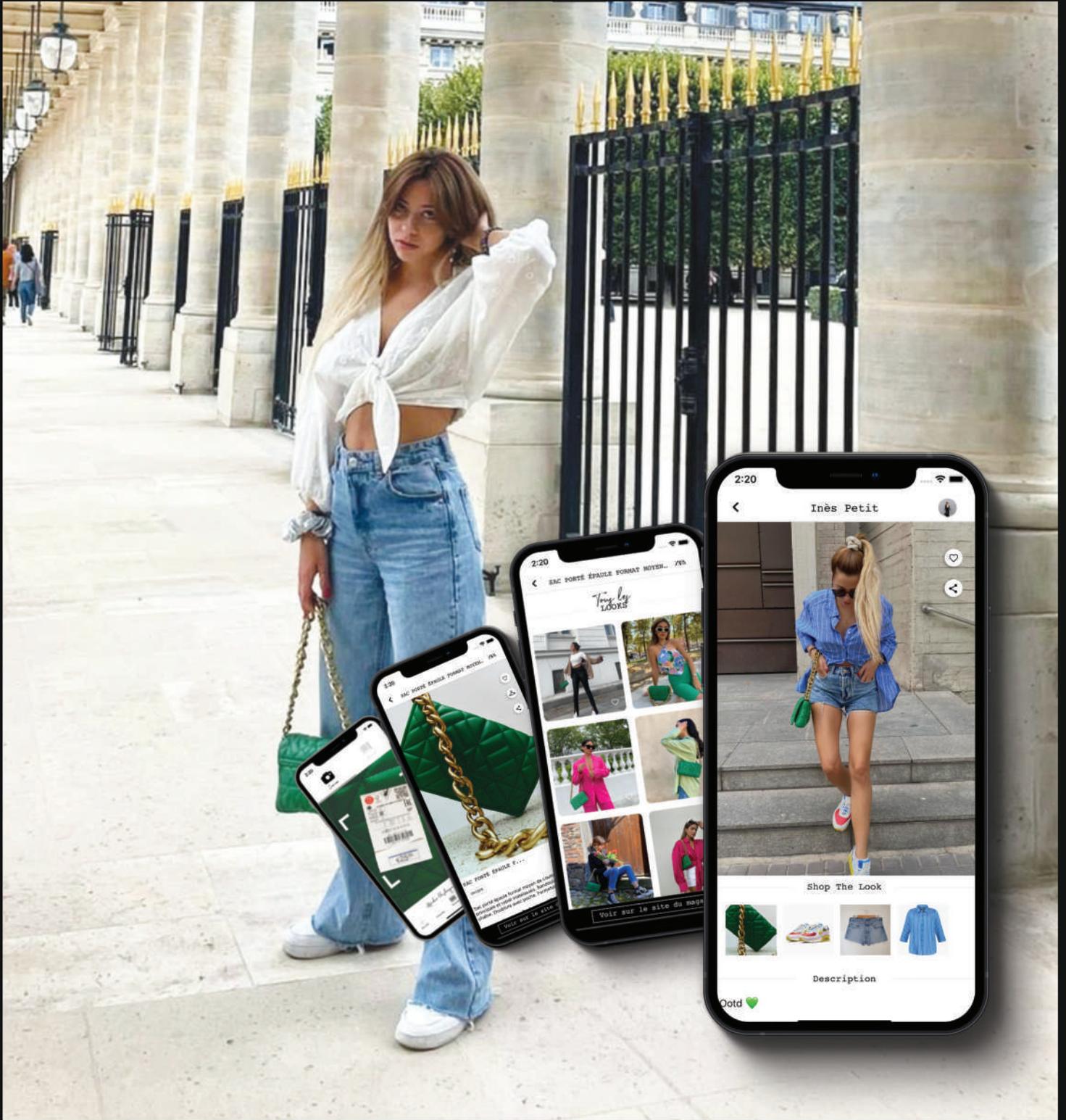
Pour les influenceurs, l'avantage d'être sur SCANDALOOK est triple:

- ils **se font connaître des consommateurs** (ils peuvent être découverts en scannant un vêtement, en parcourant le fil d'actualité ou via la fonction "recherche de looks"),
- ils **touchent une rémunération** lorsqu'un consommateur achète un vêtement avec lequel ils ont créé un look
- et enfin, ils **se font connaître des marques de mode** en prouvant leur efficacité via les ventes influencées

Pour les marques de mode, l'intérêt de SCANDALOOK est multiple:

- Un outil disruptif qui permet de **vendre plus et mieux** grâce à l'inspiration fournie par les influenceurs et les autres membres de la communauté
- La possibilité d'**analyser le comportement des consommateurs** dans les magasins et en dehors afin de repérer les nouvelles tendances et d'améliorer les stratégies marketing
- Un **nouveau canal de communication** qui permet de toucher le bon consommateur au bon moment pour lui faire part de nouvelles actions marketing ultra personnalisées
- Une plateforme qui permet de **mieux identifier les influenceurs** ayant un réel impact sur les ventes et qui facilite la création de futures campagnes de marketing d'influence





# SCANDALOOK

THE FASHION NETWORK



# Découvrez les dessous de l'application mode du moment !

**I** Le fil d'actualité montre des articles rédigés par l'équipe de SCANDALOOK en fonction de l'actualité mode, les dernières tendances et les gros événements qui pourraient intéresser la communauté des utilisateurs



## 2

Ensuite, on retrouve les dernières tendances en matière de vêtements. Ces pastilles sont déterminées automatiquement en fonction des vêtements récemment identifiés par les utilisateurs actifs sur l'application.

## 3

Enfin, l'écran d'accueil continue avec un fil des derniers looks identifiés sur l'application.

✓ Scannez-moi !



Téléchargez l'application gratuite et essayez par vous-même !



## Scanner un code-barres

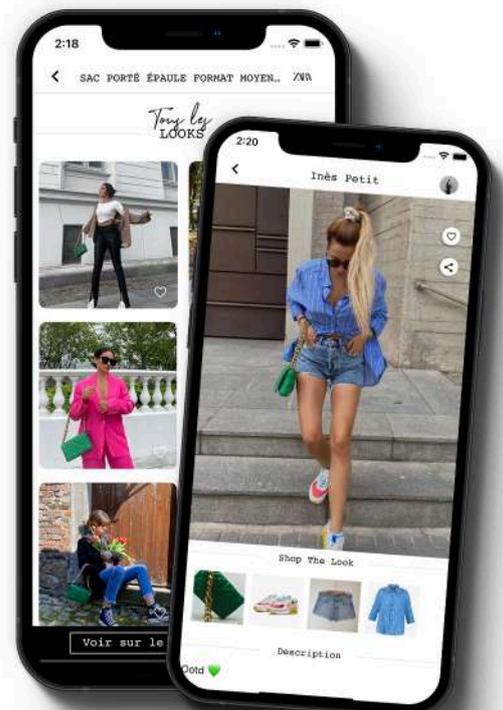
# 4

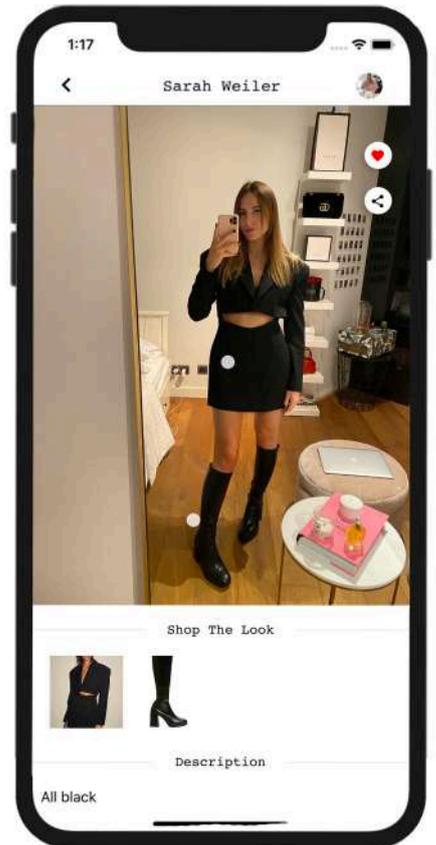
### pour être inspirée

La fonction principale de SCANDALOOK est le scan de code-barres: elle permet de directement retrouver les informations du produit scanné, ainsi que toutes les influenceuses identifiées avec ce vêtement.

Dans les mois qui viennent, plusieurs nouvelles fonctionnalités vont se rajouter sur cette page produit:

- **Les vêtements similaires:** il sera possible de voir les produits similaires disponibles chez les marques concurrentes.
- **Les vêtements complémentaires:** l'application suggérera automatiquement des pièces qui pourront créer une tenue complète avec la pièce scannée.
- **L'identification des vidéos:** avec la croissance exponentielle de la vidéo sur les réseaux sociaux (TikTok, Instagram Reels, ...), il est indispensable que les influenceurs puissent également identifier leurs looks créés en vidéos.





5

Chaque membre de SCANDALOOK peut poster ses propres photos, partager ses looks avec la communauté et toucher une commission à chaque vente qu'il influence.



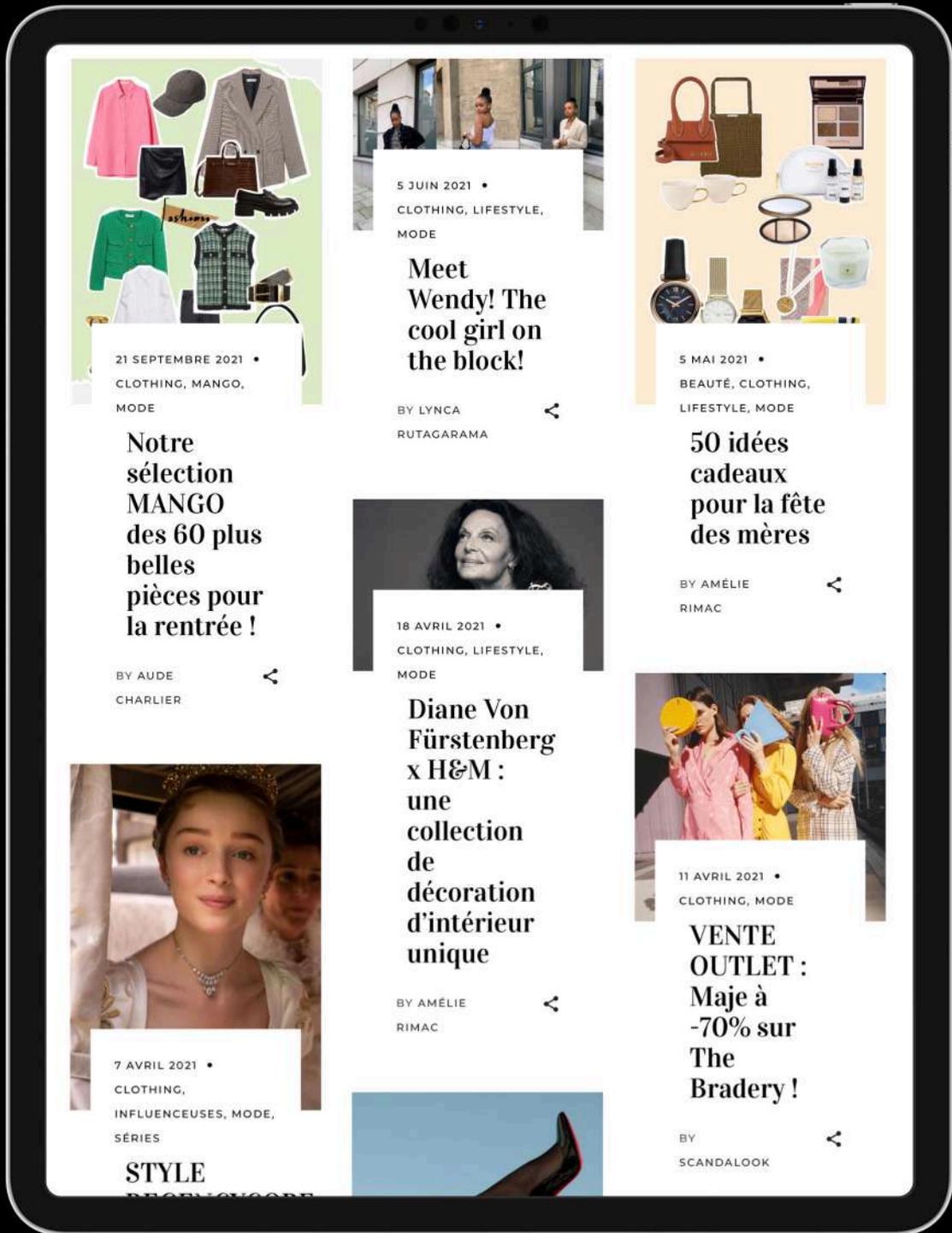
6

La page de recherche permet de trouver un vêtement parmi plus de 500.000 références ou un des 40.000 membres de la communauté.

Il est donc possible d'utiliser SCANDALOOK à 100% à la maison, d'être inspiré et d'acheter depuis le confort de son canapé.

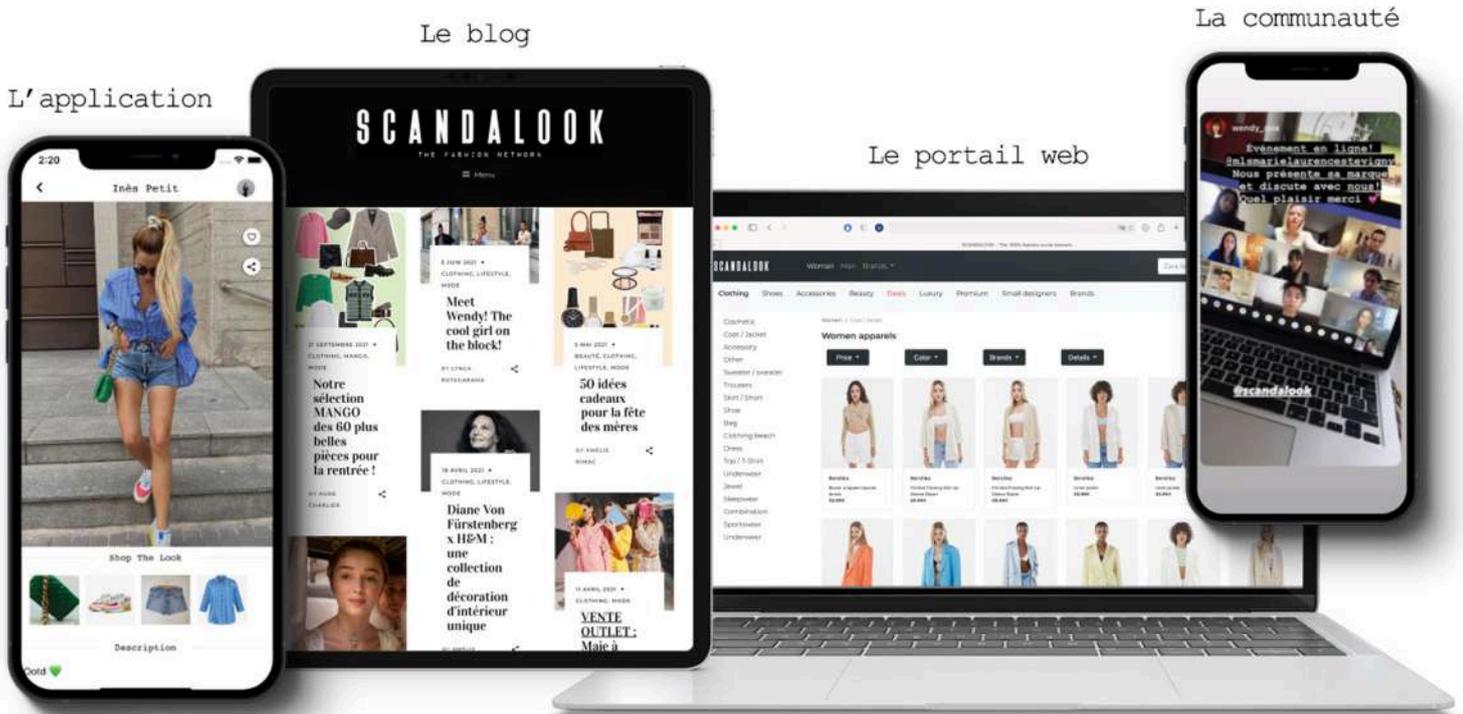
# SCANDALOOK

THE FASHION NETWORK



SCANDALOOK.COM/BLOG

# Une Appli, mais pas que ...



SCANDALOOK, c'est tout un écosystème qui a évolué au fil du temps:

- **L'application gratuite**, indispensable outil en magasin.
- Une forte **communauté de passionnés de mode** se donnant régulièrement rendez-vous dans des lieux physiques ou sur Zoom !
- Un **média digital**: l'équipe de SCANDALOOK produit régulièrement du contenu mode pour sa communauté de plus en plus grande. Blog, vidéos youtube et podcasts, SCANDALOOK se veut le compagnon idéal des fashions addicts.
- Un **portail web** qui permet de comparer facilement les vêtements en ligne et de consommer le contenu de SCANDALOOK sans devoir forcément télécharger l'application ou créer un compte.

# CHIFFRES CLES

# 60%

des gens qui entrent dans un magasin de vêtement manquent d'inspiration et en sortent frustrés



# 1 / 3

des "consommateurs mode" utilisent Instagram ou Pinterest pendant leur shopping en magasin afin de s'inspirer des looks produits par les "influenceuses"

# 90%

des Français ont déjà eu envie d'acheter un produit recommandé par un influenceur. 86% ont déjà franchi le pas !

**40 000** utilisateurs sont déjà sur l'application SCANDALOOK depuis sa sortie en début d'année **2020**

# Les Marques Présentent

sur

# SCANDALOOK



ZARA

Bershka

P&B  
PULL&BEAR



Stradivarius

s a n d r o  
PARIS

maje  
PARIS

CLAUDE  
PIERLOT

THE KOOPLES  
PARIS

MANGO



# LA TEAM

## Magali Simon

Cofondatrice, Chief Marketing Office

Passionnée par l'univers de la mode et le monde de l'influence, Magali est toujours au fait des dernières tendances de communication et sait créer des expériences uniques et originales pour la communauté d'utilisateurs de SCANDALOOK.

Magali est le véritable coeur de la startup: après avoir rencontré plusieurs amies qui avaient le même problème, elle a saisi l'opportunité de développer l'idée pour répondre à un problème concret rencontré par de nombreuses personnes !

Elle est responsable de la direction artistique, des stratégies marketing, de la communication et des relations avec la presse et les influenceurs.

Magali est également très cartésienne, analyste et rigoureuse de par ses études en Pharmacie à l'UCL



# Nicolas Baroud

Cofondateur, Chief Executive Office

Après avoir travaillé un an en finance de marché en tant que "Data analyst", Nicolas s'est lancé dans l'aventure SCANDALOOK.

Fort de son expérience dans les nouvelles technologies, Nicolas a créé tout le stack technologique de SCANDALOOK: l'application (iPhone et Android), le site web, le portail web comparateur, le blog, les bases de données ainsi que les robots "analyseurs de données".

Il pilote également la stratégie de la startup SCANDALOOK, gère les affaires courantes, les finances et met en place les différents business modèles.

Curieux par nature, Nicolas a suivi diverses formations:

- Master Ingénieur de Gestion (Solvay ULB)
- Double Bachelier Ingénieur de Gestion + Sciences économiques (Solvay ULB)
- Master en Informatique appliquée, Smart City/Data Analytics (VUB)
- Bachelier en réalisation cinématographique (HELB)



# THE FASHION TRIBE

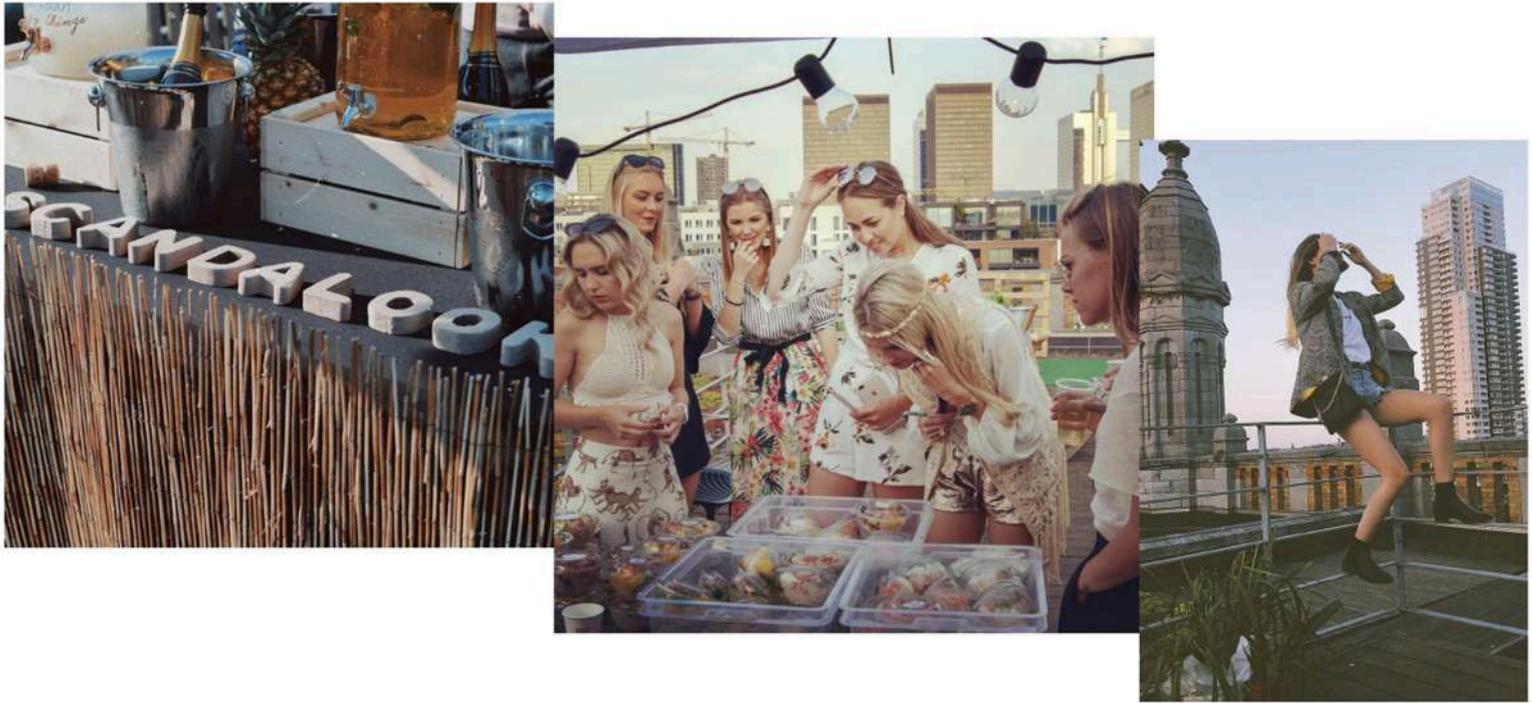
by SCANDALOOK

C'est la communauté d'influenceurs / ambassadeurs officiels de SCANDALOOK !

L'équipe de la startup s'est entourée des nanos et micros influenceurs mode/lifestyle les plus motivés de Belgique et de France pour promouvoir l'application SCANDALOOK.

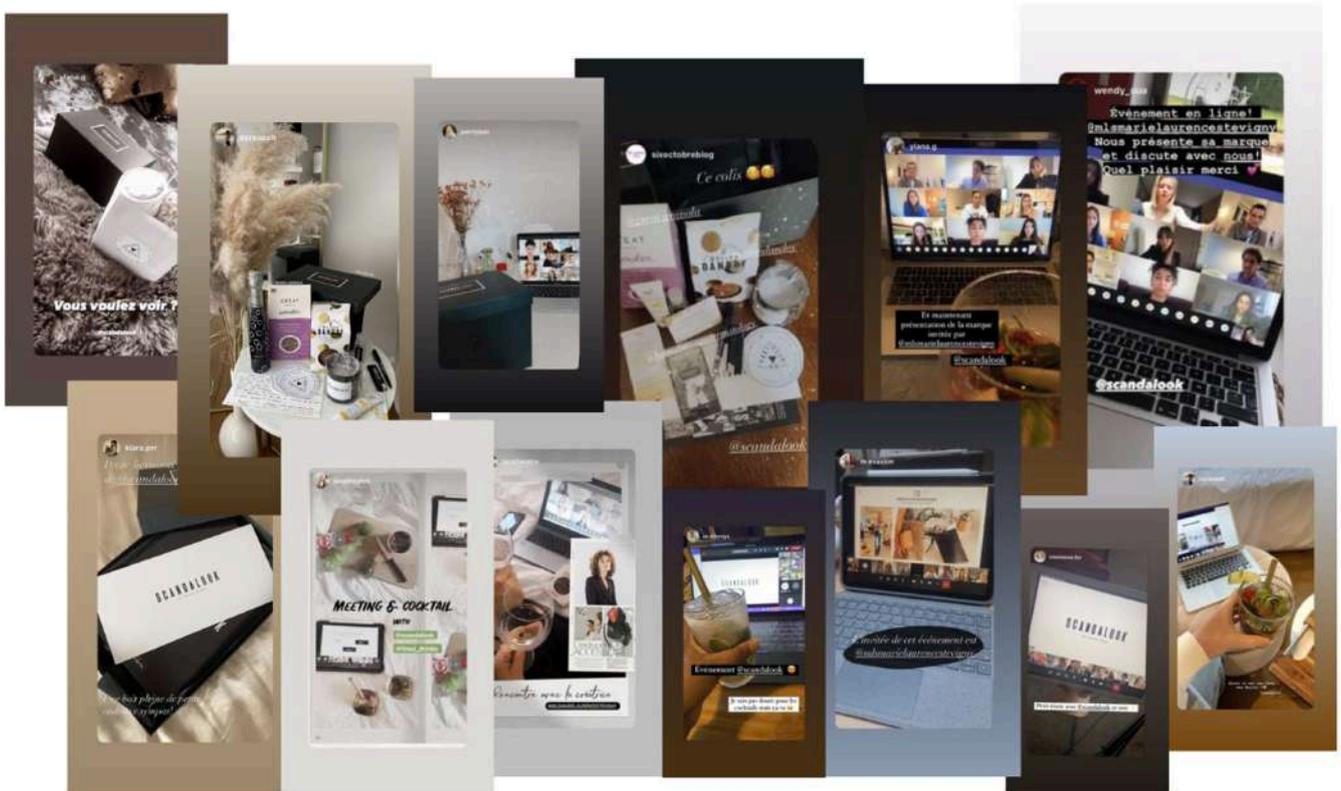
La véritable force de cette communauté est qu'elle regroupe des personnes passionnées de mode, qui soutiennent le projet à 100%, le promeuvent bénévolement sur les réseaux sociaux et créent un cercle vertueux aidant l'équipe de développement à continuellement améliorer l'application.





Régulièrement, les membres de la Fashion Tribe se réunissent avec l'équipe de SCANDALOOK afin de discuter de l'évolution de la startup, mais également afin de découvrir de nouvelles expériences liées à la mode: discussion avec des designers belges, soirées films de mode, vide-dressings ...

Par ailleurs, les événements de la Fashion Tribe sont à chaque fois l'occasion pour les partenaires de SCANDALOOK de profiter de la notoriété des influenceurs en leur adressant des cadeaux de bienvenue !



# MARKET TRENDS

Des marques comme Zara, H&M et Mango ont manifesté leurs besoins de créer de nouvelles expériences pour attirer les consommateurs dans leurs points de vente physiques.

Le groupe SMCP communique régulièrement sur le fait de vouloir davantage mettre l'accent sur des solutions "store-to-web", "mobile payment" et "Influencer marketing".

Même les marques haut de gamme (Chanel, Louis Vuitton, YSL, Prada, ...) essaient par tous les moyens d'attirer des consommateurs plus jeunes au moyen d'investissements massifs dans les solutions digitales: QR Codes, Réseaux sociaux (Tiktok, Snapchat, ...), Réalités augmentées, Monde immersifs (Fortnite, Roblox, Animal Crossing...), Live Streaming, ...

Par ailleurs, le big data et l'analyse de données sont devenus des composants clés dans plusieurs industries B2C pour adresser la complexité croissante de la demande mais l'industrie de la mode reste à la traîne en faisant davantage confiance aux intuitions des designers plutôt qu'aux données comportementales.

Cependant, quelques acteurs ont pu tirer profit de cette nouvelle tendance en améliorant leurs chiffres d'affaires de 10% à 30%.

Enfin, une autre tendance très importante est le marketing d'influence. Celle-ci est pleinement comprise par les marques, d'ailleurs selon une étude du cabinet Nielsen Catalina Solution (NCS), 88% des marques multinationales envisagent d'augmenter leurs investissements sur les campagnes d'influence d'ici 2023.

En effet, l'impact des influenceurs sur les ventes n'est plus à démontrer. Une étude de Rakuten affirme que 90% des Français ont déjà eu envie d'acheter un produit recommandé par des influenceurs et 86% ont déjà franchi le pas. Selon l'étude, 3 internautes sur quatre ont déjà dépensé plus de 500€ pour un produit recommandé par un influenceur, dont 74% sont des femmes.

*On a décidé d'arrêter de communiquer avec les mannequins que l'on voit tous les jours dans la mode. L'idée était de mettre en avant sur toutes nos communications des filles, et maintenant des garçons, qui ont des choses à dire, et viennent de différents milieux sociaux, ont des corps tout à fait divers.... On s'est demandé comment on allait retrouver cette diversité. Notre réponse a été les influenceurs et leurs communautés qui représentent très bien notre clientèle.*

- Chloé Ortiz, responsable de la communication de la marque française Jennyfer



Photo: Amy Courtens



© Lylycigraca



GET IT ON  
 Google Play

 Download on the  
App Store

# ILS PARLENT DE NOUS...



## Chérie FM

L'instant web: SCANDALOOK, une application Belge de mode

<https://www.cheriebelgique.be/podcasts/9666/instant-web-scandalook-application>



## Chérie FM

3 start-up Belges qui méritent le coup d'oeil

<https://www.cheriebelgique.be/article/9710/3-start-up-belges-qui-meritent-le-coup-d-oeil>



## Het Laatste Nieuws

Ingenieurs ontwikkelen fashionapp

<https://www.hln.be/brussel/ingenieurs-ontwikkelen-fashionapp-a4701acd/>



## Bruzz

Brusselse app moet voor mode-inspiratie zorgen

<https://www.bruzz.be/economie/brusselse-app-moet-voor-mode-inspiratie-zorgen-2018-11-28>



## Mode in Belgium

SCANDALOOK, l'appli dont on ne pourra bientôt plus se passer

<https://modeinbelgium.be/scandalook-lappli-dont-on-ne-pourra-bientot-plus-se-passer/>



## Student Entrepreneur Club

5 start-up tendances

<http://studententrepreneursclub.co/nos-articles/5-start-up-tendances/>



## HackerNoon

Startups of the year by city 2021 : Brussels

<https://startups.hackernoon.com/western-europe/brussels>

# SCANDALOOK

THE FASHION NETWORK

Dossier de Presse  
octobre 2021

media kit + textes copiables:  
<https://www.scandalook.com/press>