

# BACK MARKET, l'irrévérence reconditionnée.

Vous connaissez Back Market ? C'est un site internet qui propose la vente d'appareils électroniques reconditionnés.

Bon, jusque-là, rien de fulgurant... sauf qu'une simple visite sur leur site internet, et hop ! Vous voilà rentrés dans leur univers.

Pas forcément au niveau du design, qui d'ailleurs, n'est pas sans nous rappeler celui d'Apple, la marque phare de notre licorne française.

Non, ici, on parle d'un tone of voice très marqué ; le site est truffé de petites vanes et remarques originales, le tout en utilisant avec brio une large palette comique.

Une communication basée sur l'humour, donc, et les références.

"Haaaaan mais c'est pour ça qu'elle fait son premier article sur eux alors, un peu comme une jeune padawan en admiration. "

Bien vu, vous avez gagné votre poids en Smarties, bravo à vous.

Back Market, Innocent, Burger King... toutes ces entreprises avec une communication de proximité, habile et remplie d'humour, me fascinent autant qu'elles m'inspirent.

Oups, je viens de vous spoiler les sujets de mes prochains articles...

BREF, revenons à notre licorne.

(Ah oui, ça fait deux fois que je les appelle comme ça, mais pour ceux qui n'ont pas la réf, une licorne c'est une start-up généralement innovante, valorisée à plus d'1 milliard de dollars).

Il est intéressant de noter que la marque utilise deux tons différents selon les supports. Quand elle s'exprime via les réseaux sociaux le ton est amical, amusant. Pendant les campagnes publicitaires cependant, le ton se fait légèrement plus incisif.



Particulièrement pendant le Black Friday ; c'est leur moment, et ils s'en donnent à cœur joie. Le message est simple : même le jour du Black Friday, les produits neufs seront toujours plus chers que les reconditionnés. Une manière de s'en prendre gentiment au Black Friday et d'affirmer leur combat contre le neuf.

# Chez Back Market, le Black Friday s'appelle juste vendredi.

Jusqu'à -70% toute l'année.  
Vous aurez tout le temps d'acheter plus tard.

- High Tech reconditionné
- Garantie 6 mois minimum
- Backmarket.fr

**BackMarket**  
New is old

## Le Black Friday, on dirait un échantillon de Back Market.

Jusqu'à -70% toute l'année.  
Vous aurez tout le temps d'acheter plus tard.

- High Tech reconditionné
- Garantie 6 mois minimum
- Backmarket.fr

**BackMarket**  
New is old

## Attention, bientôt le Black Friday : le jour le plus inutile de l'année.

Jusqu'à -70% toute l'année.  
Vous aurez tout le temps d'acheter plus tard.

- High Tech reconditionné
- Garantie 6 mois minimum
- Backmarket.fr

**BackMarket**  
New is old

Aplats de couleurs et typographie noire immense (surtout dans le métro en 4 x 3) : le poids des mots prend tout son sens.

Je ne peux pas faire un article sur la communication de Back Market sans parler leur gentille irrévérence face à la fameuse pomme croquée.

Début 2020, Back Market entre sur les canaux francophones "mainstream" de promotion avec un petit spot présentant un iPhone en train de tomber irrémédiablement dans les airs ; une voix off nous raconte que ce smartphone appartient à une jeune femme qui, grâce aux économies qu'elle a réalisées en achetant cet appareil d'occasion, a pu s'offrir un saut en parachute.

On comprend alors l'ironie de la situation qui fait que ce saut en parachute est la raison même de la perte du nouveau téléphone de cette jeune femme... perte relativisée vu qu'il a coûté moins cher que s'il avait été neuf. Si la trame narrative de ce spot est complexe, elle est néanmoins habile car tout le monde comprend très vite la situation, chacun en rit, et surtout nous regardons pendant 30 secondes le produit (ou le service) proposé par Back Market.

Voilà du storytelling pur jus rondement mené. Un héros, une quête, des péripéties, une récompense.

<https://youtu.be/rQAfg4RmqMY>

Les créatifs ont choisi de diffuser leurs films\* en parallèle de la Grande Messe technologique : la Keynote d'Apple. Un joli troll comme on les aime.

\*Oui, ils en ont fait 2 autres dans la même veine pour l'occasion, et comme je suis super sympa, je vous mets le lien de la compilation :

<https://www.youtube.com/watch?v=LKT2igYaANY>.

Sans oublier sa campagne de génie « Hack Market » pour la journée mondiale de la Terre en 2022.

Si vous n'en avez pas entendu parler, cette opération consiste à utiliser la propre technologie d'Apple, AirDrop, pour diffuser les messages de Back Market à l'intérieur même des temples du new tech : les Apple Store.

Hack Market a eu lieu dans 6 magasins différents en Europe. Chaque message partagé sur les divers appareils, a fait savoir aux clients, qu'il existait un moyen plus écologique et moins cher de consommer de la technologie : acheter le même modèle, mais remis à neuf, chez Back Market. A titre d'exemples, nous pouvions lire sur les écrans des appareils neufs, le texte suivant : « Cet iPhone 12 est disponible en rose, en bleu, en noir et en plus vert. Passez au reconditionné » ou « L'iPhone que vous aimez sans l'empreinte carbone que vous détestez. Passez au reconditionné. »

<https://youtu.be/qJdS04UIL7E>

Dans cette campagne, les iPhones sont donc transformés : ils deviennent un tout nouveau média de promotion d'un modèle alternatif de consommation. Génie. Cœur sur eux.

D'ailleurs, pour conclure, je tiens tout de même à préciser que cet article n'est pas sponsorisé par Back Market. Enfin, en tout cas, personne ne m'a payé pour le faire. Et si une personne qui travaille pour la comm' de Back Market passe par là, je n'aurai qu'une chose à lui dire : « Teach me, sensei !!! »