

Depuis 8 ans, PERCKO innove sans cesse pour tacler le "mal du siècle"

Depuis 8 ans, Alexis Ucko et Quentin Perraudeau développent de nombreux produits, pour soulager ce qui est souvent désigné comme étant le mal du siècle : le mal de dos.

Temps de lecture : minute

24 mai 2023

Si le mal de dos n'est pas nouveau pour les travailleurs manuels, ils touchent aussi maintenant toutes ces générations qui travaillent toute la journée devant un écran, parfois dans une posture inadéquate.

La genèse d'une idée

L'histoire de PERCKO ne commence pourtant pas là. Elle débute avec le métier du père d'Alexis Ucko : dentiste. Ce n'est pas de notoriété publique, mais ces professionnels souffrent souvent du dos du fait de leur mauvaise position au-dessus de leurs patients.

Les deux cofondateurs ont tous les deux réalisé une école d'ingénieurs, mais décident de compléter leur parcours en suivant le Master Entrepreneuriat de l'ESSEC. C'est là que les deux hommes se rencontrent et décident de collaborer ensemble : une association qui se retrouve jusque dans le nom de leur entreprise puisque PERCKO est une combinaison de leurs deux noms de famille.

Leur premier réflexe ? Lancer une chemise avec une tige rigide qui obligerait les gens à se tenir droits. Une idée immédiatement déconstruite

par les médecins, ostéopathes et kinésithérapeutes qu'ils interrogent sur le sujet. Mais si la solution initiale était mauvaise, ils confirment tous l'importance de trouver un moyen de stimuler la posture pour prévenir l'ensemble des dysfonctionnements du dos lié à la posture.

À partir de 2014, les deux entrepreneurs travaillent pendant un an en collaboration avec une clinique ostéopathique de Cachan et un spécialiste du textile innovant à Lyon. Le résultat est le dépôt d'un brevet international pour un sous-vêtement qui a pour objectif de soulager le dos au quotidien.

" PERCKO n'est pas une solution miracle en soi, reconnaît Quentin Perraudeau à Maddyness. Mais si vous vous plaignez à votre médecin d'un mal de dos, il vous posera des questions sur votre posture au quotidien. Notre produit va permettre de stimuler cette posture. "

Équipé de tenseurs au niveau des épaules et du bas du dos, ce premier tee-shirt nommé Lyne Up invite son porteur à se redresser tout au long de la journée. Armés de ce premier produit, les deux cofondateurs lancent une campagne de crowdfunding sur Kickstarter qui leur permettra de rassembler 385.361 euros en 2015.

Si Quentin Perraudeau présente PERCKO comme étant une PME familiale, il devra pourtant reconnaître aussi un goût du risque et de l'innovation qui mettent l'entreprise en équilibre entre deux mondes.

L'innovation dans l'ADN

Sept ans plus tard, les équipes de PERCKO viennent de sortir une nouvelle version de ce tee-shirt d'après les retours clients. Mais la PME/startup n'a eu de cesse de lancer de nouveaux produits année après année. Dès 2016, elle s'ouvre au marché BtoB pour permettre aux entreprises de se procurer ces tee-shirts, et ainsi protéger leurs salariés au même titre

qu'ils peuvent acheter des chaussures de sécurité. Ce marché représente aujourd'hui 20 % de son chiffre d'affaires.

En 2017, PERCKO lance un nouveau produit dédié aux sportifs. 2018, c'est la sortie d'un produit uniquement destiné aux professionnels non sédentaires (ceux qui ont une forte sollicitation du dos). L'année suivante encore, en 2019, PERCKO lance son plus gros pari, en créant un objet connecté qui se positionne sur le dos pour analyser les mouvements et donner des conseils via une application compagnon. Il s'agit pourtant d'un échec commercial qui n'est aujourd'hui plus proposé par la startup.

" On a vraiment passé beaucoup de temps et d'énergie sur ce produit que l'on a finalement pas réussi à vendre, explique Quentin Perraudeau. Mais je pense que la clef de notre succès actuel, ce sont des produits innovants, mais très simples d'utilisation. Le Lyne Up, c'est un produit qui s'enfile comme un tee-shirt classique et qui passe à la machine à 30° comme un tee-shirt. Il suffit de mettre le produit et il vous incite toute la journée. "

Cela ne vient pourtant pas refroidir les équipes qui vont développer un accessoire d'auto-massage en 2020. PERCKO ne s'arrête tout simplement pas de développer de nouveaux produits. Cela semble d'ailleurs être la condition sine qua non pour Quentin Perraudeau qui définit sa motivation comme étant : *" d'avoir un business rentable pour nous permettre d'investir pour innover toujours plus... notre ambition est aussi de mettre ces solutions innovantes et simples d'utilisation entre un maximum de mains. "*

Fin 2022, la startup s'est attaquée à l'univers de la literie en mettant sur le marché un matelas et un oreiller pensés pour soulager le dos. *" Le sommier arrivera bientôt "*, lâche le cofondateur comme pour rappeler qu'un produit est toujours suivi d'un autre pour cette PME qui vit au rythme d'une startup.

L'innovation semble payer pour PERCKO : l'entreprise devrait réaliser un peu plus de 10 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2023.



À lire aussi
French Tech Health20 : Annonce de la première promotion des startups lauréates

Article écrit par Valentin Pringuay