

## PARCOURS

Né à Eubée (Grèce) et fils de restaurateurs grecs, Georges Papakirykos (52 ans) est arrivé en France à 18 ans pour suivre des études de médecine. Pour les financer, il fut tour à tour figurant pour le cinéma (il a tourné avec Coluche dans *Le Maître d'école...*) et serveur dans différents cabarets parisiens célèbres... Mais à 23 ans, il abandonne la médecine et le « monde de la nuit » pour ouvrir un magasin d'achat-vente de matériel audiovisuel qui connaît le succès. Des années plus tard, à la suite d'une opportunité, il quitte l'univers audiovisuel pour l'importation de produits grecs en France, et en 1996, il ouvre un important entrepôt à Paris, avant de venir s'installer sur le Marché de Rungis en 2004...



# Zoom sur un opérateur

## GEORGES PAPA KIRYKOS



« LA NOTORIÉTÉ DU MARCHÉ DE RUNGIS EST AUSSI LIÉE À LA QUALITÉ DU SECTEUR TRAITEUR... »

### Comment êtes-vous venu à ce métier ?

Fils de restaurateur, j'ai connu ce métier tout gosse. J'ai été bercé et imprégné par les parfums et les saveurs des produits que mes parents travaillaient dans leur établissement, un restaurant simple et familial avec des produits authentiques et de qualité que je connaissais bien... Après des études de médecine interrompues en seconde année et divers métiers, j'ai eu l'opportunité de faire de l'importation de produits grecs en France et ce fut le début d'une nouvelle carrière... En 1996, j'ai fait l'acquisition d'un grand entrepôt dans Paris, à proximité de l'hôpital Trousseau, et j'ai débuté par un travail important de prospection auprès de restaurateurs parisiens à la recherche de produits grecs et ensuite, dans la France entière. Par ailleurs, je sélectionnais les producteurs qui pouvaient me fournir les meilleurs produits. Chez moi, la recherche de qualité est devenue une démarche constante. J'ai débuté par les vins grecs et au fur et à mesure, j'ai importé tous les produits grecs. Il était important pour moi d'être à Rungis, mais ce ne fut pas facile au départ...

### Comment a évolué l'entreprise ?

Je pensais ne travailler que les produits grecs, mais ce ne fut pas le cas. L'activité a démarré petit à petit pour aller vers une évolution de gamme et de clientèle. Je suis passé à une clientèle libanaise et arménienne dans un premier temps, sachant qu'il y a une proximité de nature de produits entre les produits grecs et les leurs. Cela a permis de développer ma clientèle et mon marché. Puis, j'ai décidé de développer tous les produits de Méditerranée, à la fois d'Italie, d'Espagne, de Bulgarie... Une stratégie commerciale orientée vers une plus grande largeur de gamme.

### Quelle est votre gamme ?

Notre gamme de produits est vaste et surtout orientée vers le haut de gamme. Nous commercialisons tous les antipasti, hors-d'œuvre, mezza, de nombreuses huiles d'olive, le produit phare chez nous (1500 bouteilles / semaine) qui a reçu plusieurs prix en Europe, des produits de la mer (poulpe, calamar, seiche, anchois...), une gamme de légumes préparés et cuisinés de différentes façons (aubergines, courgettes, artichauts, pois chiches, poivrons doux ou piquants, piments, champignons,

Dirigeant de la société Epsilon Distribution, Georges Papakirykos valorise les produits traiteurs méditerranéens de qualité par un savoir faire et une sélection rigoureuse...

olives dans 40 espèces...), des fromages dont la fameuse feta, des fruits secs, des fruits séchés, des fruits confits, des confitures, des épices nombreuses, des tartinables (caviar d'aubergine, tarama, hummous, tzatziki, tapenades...), des pâtisseries, des vins, alcools, liqueurs, bières... Une gamme d'environ un millier de références.

### Quelle est votre clientèle ?

La clientèle est composée en majorité de commerçants forains (60%), de restaurateurs et traiteurs (20%), de grossistes et supérettes (20%). Pour 45% d'entre eux, ils viennent s'approvisionner directement sur le Marché de Rungis, et pour 40%, ils passent commande et nous les livrons. Par ailleurs, nous fournissons un peu la GMS et l'export, soit 15%. Pour gagner de la clientèle, nous sommes présents sur de nombreux salons français et étrangers (de l'UE). Il est vrai que la référence « Rungis » permet de nombreux contacts et la notoriété du Marché de Rungis est aussi liée à la qualité du secteur traiteur...

### Quelle est votre stratégie de développement ?

Notre stratégie de développement est tournée vers l'élargissement de notre gamme de produits, à l'ensemble de la Méditerranée, en particulier vers des produits spécifiques, de belle qualité et recherchés par la clientèle, notamment française qui reste encore à développer. Et pour ce faire, nous allons étoffer notre équipe de commerciaux...

### Comment voyez-vous évoluer le marché du traiteur ?

Les clients recherchent de plus en plus de créativité, des produits de qualité, des produits qui sortent de l'ordinaire, de bons produits. Pour les séduire et les satisfaire, il faut que ce marché évolue vers davantage d'originalité et de qualité. Je reste confiant et je le vois évoluer favorablement...

### Que pensez-vous du Marché de Rungis ?

Rungis est un très grand marché reconnu pour ses produits de qualité et je bénéficie de son image très positive. Le Marché de Rungis est connu de beaucoup de professionnels étrangers. C'est véritablement l'endroit où il faut être et j'en suis très satisfait... ■

## CHIFFRES CLEFS

### Société :

Epsilon Distribution SAS  
33, Ave de Franche-Comté  
94150 Rungis cedex  
tél : 01 45 12 11 11  
fax : 01 45 12 95 86  
mail : [info@epsilon.tm.fr](mailto:info@epsilon.tm.fr)

Personnel : 10 employés

Volumes : 1 350 tonnes / an

Références : 930

Clients : 850

C.A. : 5 M€